

# 4BOYUT

JOURNAL OF MEDIA AND CULTURAL STUDIES  
MEDYA VE KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR DERGİSİ

ISSUE / SAYI **24** • YEAR / YIL **2024**



**Owner / Sahibi**

Prof. Dr. Abdullah ÖZKAN  
Istanbul University, Faculty of Communication, Istanbul, Türkiye  
İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İstanbul, Türkiye

**Responsible Manager / Sorumlu Yazı İşleri Müdürü**

Prof. Dr. Emine YAVAŞGEL  
Istanbul University, Faculty of Communication, Istanbul, Türkiye  
İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İstanbul Türkiye

**Correspondence Address / Yazışma Adresi**

Istanbul University, Faculty of Communication Dean's Office  
Süleymaniye Mah. Kaptan-ı Derya İbrahim Paşa Sokak  
34116 Beyazıt, Fatih, İstanbul, Türkiye  
Telefon / Phone : +90 (212) 440 03 01/02  
E-mail: 4.boyut@istanbul.edu.tr  
<https://iupress.istanbul.edu.tr/tr/journal/4boyut/home>  
<https://dergipark.org.tr/en/pub/dortboyut>

**Publisher / Yayıncı**

Istanbul University Press / İstanbul Üniversitesi Yayınevi  
Istanbul University Central Campus, 34452 Beyazıt,  
Fatih / İstanbul, Türkiye  
Phone / Telefon: +90 (212) 440 00 00

Authors bear responsibility for the content of their published articles.  
*Dergide yer alan yazılardan ve aktarılan görüşlerden yazarlar sorumludur.*

The publication language of the journal is Turkish, and English.  
*Yayın dili Türkçe ve İngilizcedir.*

This is a scholarly, international, peer-reviewed and open-access journal published biannually in April and October.  
Nisan ve Ekim aylarında, yılda iki sayı olarak yayımlanan uluslararası, hakemli, açık erişimli ve bilimsel bir dergidir.

## EDITORIAL MANAGEMENT BOARD / DERGİ YAZI KURULU

### Editor-in-Chief / Baş Editör

Prof. Emine YAVAŞGEL – Istanbul University, Faculty of Communication, Istanbul, Türkiye – [yavas@istanbul.edu.tr](mailto:yavas@istanbul.edu.tr)

### Co-Editor-in-Chief / Başeditör Yardımcısı

Assoc. Prof. Veli POLAT – Istanbul University, Faculty of Communication, İstanbul, Türkiye – [polve@istanbul.edu.tr](mailto:polve@istanbul.edu.tr)

### Section Editors / Alan Editörleri

Assoc. Prof. Hediye Esra ARCAN – Istanbul University, Faculty of Communication, Istanbul, Türkiye – [arcan@istanbul.edu.tr](mailto:arcan@istanbul.edu.tr)

Assoc. Prof. Derya GÜL ÜNLÜ – Istanbul University, Faculty of Communication, İstanbul, Türkiye

– [derya.gul@istanbul.edu.tr](mailto:derya.gul@istanbul.edu.tr)

Assoc. Prof. Alev ASLAN – Istanbul University, Faculty of Communication, İstanbul, Türkiye – [alev.aslan@istanbul.edu.tr](mailto:alev.aslan@istanbul.edu.tr)

### Ethics Editor / Etik Editörü

Prof. Dr. Ata ÖZDEMİRÇİ – Marmara University Faculty of Business Administration – [ataozdemirci@gmail.com](mailto:ataozdemirci@gmail.com)

### Geography Editor / Coğrafi Alan Editörü

Assoc. Prof. Gökçe YOĞURTÇU – University of Kyrgyzstan -Türkiye Manas, Kyrgyzstan – [gokce.yogurtcu@manas.edu.kg](mailto:gokce.yogurtcu@manas.edu.kg)

Dr. Festim ROZİNAJ – University of Prishtina, Kosovo – [festim.rizanaj@uni-pr.edu](mailto:festim.rizanaj@uni-pr.edu)

### Editorial Relations Manager / Editoryal İlişkiler Yöneticisi

Lecturer Oğuzhan ŞENEL – Istanbul University, Faculty of Communication, Istanbul, Türkiye – [oguzhansenel@istanbul.edu.tr](mailto:oguzhansenel@istanbul.edu.tr)

### Editorial Assistant / Editoryal Asistan

Res. Assist. Ayşe CENGİZ TEMİZKAN – Istanbul University, Faculty of Communication, Istanbul, Türkiye

– [aysec@istanbul.edu.tr](mailto:aysec@istanbul.edu.tr)

PhD Student Özgür YILMAZ – Istanbul University, Journalism PhD Program, Istanbul, Turkey – [ozguryilmaz955@gmail.com](mailto:ozguryilmaz955@gmail.com)

### Publicity Manager / Tanıtım Yöneticisi

Res. Assist. Abdülbaki ÖZTÜRK – Istanbul University, Turkey – [abdulbakiozturk@istanbul.edu.tr](mailto:abdulbakiozturk@istanbul.edu.tr)

## EDITORIAL BOARD / YAYIN KURULU

- Prof. Dr. William ANSELMÍ – University de Montréal / University of Alberta, CA – [wanselmi@ualberta.ca](mailto:wanselmi@ualberta.ca)  
Prof. Dr. Mete ÇAMDERELİ – Istanbul Commerce University, Turkey – [mcamdereli@gmail.com](mailto:mcamdereli@gmail.com)  
Prof. Dr. Matthew GUMPERT – Boğaziçi University – [matthew.gumpert@boun.edu.tr](mailto:matthew.gumpert@boun.edu.tr)  
Prof. Dr. Nazife GÜNGÖR – Uskudar University, Turkey – [nazife.gungor@uskudar.edu.tr](mailto:nazife.gungor@uskudar.edu.tr)  
Prof. Dr. Süleyman İRVAN – Uskudar University, Turkey – [suleyman.irvan@uskudar.edu.tr](mailto:suleyman.irvan@uskudar.edu.tr)  
Prof. Dr. Georges PLEİOS – National and Kapodistrian University of Athens, Greece – [gplios@media.uoa.gr](mailto:gplios@media.uoa.gr)  
Prof. Dr. Ayda UZUNÇARŞILI SOYDAŞ – Marmara University, Turkey – [aydaus@marmara.edu.tr](mailto:aydaus@marmara.edu.tr)  
Prof. Dr. Sema YILDIRIM BECERİKLİ – Ankara University, Turkey – [becerikli@ankara.edu.tr](mailto:becerikli@ankara.edu.tr)  
Prof. Dr. Halime YÜCEL – Galatasaray University, Turkey – [hbyucel@gsu.edu.tr](mailto:hbyucel@gsu.edu.tr)  
Assoc. Dr. Philip W. BALMA – University of Connecticut, Italy – [Philip.balma@uconn.edu](mailto:Philip.balma@uconn.edu)  
Assoc. Dr. Michel BOURSE – Galatasaray University, Turkey – [m.bourse@gmail.com](mailto:m.bourse@gmail.com)  
Assoc. Dr. Ignas KALPOKAS – Vytautas Magnus University and LCC International University, Lithuania  
– [ignas.kalpokas@vdu.lt](mailto:ignas.kalpokas@vdu.lt) / [ikalpokas@lcc.lt](mailto:ikalpokas@lcc.lt)  
Assist Prof. Dr. Pedja ASANIN GOLE – Ljubljana Business School, Slovenia – [pedja.asaningole@gmail.com](mailto:pedja.asaningole@gmail.com)  
Assist Prof. Dr. Adela GJORGJİOSKA – Institute of Communication Studies, Skopje, North Macedonia  
– [agorgioska@iks.edu.mk](mailto:agorgioska@iks.edu.mk)  
Assist Prof. Dr. Marina LETONJA – Doba Business School, Maribor, Slovenia – [marina.letonja@gmail.com](mailto:marina.letonja@gmail.com)

## ADVISORY BOARD / DANIŞMA KURULU

- Prof. Dr. Sevimce KARADOĞAN DORUK – Istanbul University, Turkey – [ecekaradogan@yahoo.com](mailto:ecekaradogan@yahoo.com)  
Prof. Dr. Aslı YAPAR GÖNENÇ – Istanbul University, Turkey – [ayapar@istanbul.edu.tr](mailto:ayapar@istanbul.edu.tr)  
Prof. Dr. Arzu KIHTİR – Istanbul University, Turkey – [kihtir@istanbul.edu.tr](mailto:kihtir@istanbul.edu.tr)  
Prof. Dr. Seda MENGÜ – Istanbul University, Turkey – [seda.mengu@istanbul.edu.tr](mailto:seda.mengu@istanbul.edu.tr)  
Prof. Dr. Nilüfer TİMİSİ NALÇAOĞLU – Istanbul University, Turkey – [ntimisi@istanbul.edu.tr](mailto:ntimisi@istanbul.edu.tr)  
Prof. Dr. Seçkin ÖZMEN – Istanbul University, Turkey – [sozmen@istanbul.edu.tr](mailto:sozmen@istanbul.edu.tr)  
Prof. Dr. Şükrü SİM – Istanbul University, Turkey – [sukrusim@istanbul.edu.tr](mailto:sukrusim@istanbul.edu.tr)  
Doç. Dr. Nilnur TANDAÇGÜNEŞ KAHRAMAN – Istanbul University, Turkey – [nilnur.tandacgunes@istanbul.edu.tr](mailto:nilnur.tandacgunes@istanbul.edu.tr)

## CONTENTS / İÇİNDEKİLER

### Research Articles / Araştırma Makaleleri

- Ruth Wodak ve Söylem-Tarihsel Yaklaşım: Uygulama Örnekleri Üzerinden Bir Değerlendirme  
*Ruth Wodak and the Discourse-Historical Approach: An Assessment Based on Application Examples*  
Gülistan Elmacıoğlu.....1
- Teknoloji Kültürü ve Dijital Minimalizm: Z Kuşağı Üzerine Analiz  
*Technology Culture and Digital Minimalism: An Analysis of Generation Z*  
Esra Şahin, Oya Morva.....21
- Instrumental Use of Corporate Social Responsibility and Capitalist Activism  
*Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Araçsal Kullanımı ve Kapitalist Aktivizm*  
E. Sahra Öztürk.....43
- Twitter’da Ekonomi Hakkında Paylaşılan Sahte İçerikler Üzerine Bir Araştırma  
*Research on Fake Content Shared on Twitter About the Economy*  
Mehmet Sinan Tam, Serap Bereketoğlu, Nazan Şanlı.....65
- Foucault’cu Bilgi, İktidar ve Özne İlişkisi Perspektifinden Gülün Adı Romanı Üzerine Bir Eleştirel Söylem  
Çözümlemesi  
*A Critical Discourse Analysis on the Novel The Name of the Rose from the Perspective of Foucauldian  
Relationship between Knowledge, Power, and Subjectivity*  
Ayten Bengisu Cansever.....93
- Sağlık Tüketicisinin İnşasında Söylem, Gerçeklik ve Yeni Medya  
*The Construction of the Health Consumer: Discourse, Reality and the New Media*  
Esmâ Gültüvin Gür Omay.....123
- Interview / Söyleşi**
- İletişim Akademisinde Her Disiplin Kendi Özerkliğini İlan Etmiş gibi Davranıyor – Süleyman İrvan ile  
Bir Söyleşi  
*Each discipline in the communication academy acts as if it has declared its own autonomy – Interview with  
Süleyman İrvan*  
Söyleşiyi Gerçekleştiren: Onur Coşkun.....139
- Translation / Çeviri**
- Gizli Bir Disiplin Olarak Kültürel Çalışmalar  
*Cultural Studies as a Hidden Discipline*  
Çeviren: Elif Kahraman Gökalp.....147
- Book Reviews / Kitap İncelemeleri**
- Peter Berger ve Thomas Luckmann’ın Gerçekliğin Sosyal İnşası Bir Bilgi Sosyolojisi İncelemesi  
*Peter Berger and Thomas Luckmann’s The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of  
Knowledge*  
Hakan Nişancı.....157

## *Temadan...*

### *Söylem ve Gerçeklik Üzerine*

Dil, aktarım sağlamanın ötesinde dünyaya dair algılarımızı, beklentilerimizi ve çıkarımlarımızı da anlatır. Dilin bu niteliği, aktarılanın gerçekliğine, gerçekle ilişkisine ve gerçeğe dair anlamın ne olduğuna ilişkin ifadelerin inşasını da olanaklı kılar. Yani çevremizi anlamlandırma ve bu anlamları ifade etme biçimlerimiz günlük yaşam pratiklerimizle birlikte bizi ve dünyamızı görünür kılar. Buradan hareketle, dil aracılığıyla gerçekleştirdiğimiz her eylem, aslında, toplumsal yaşantımızla yakından ilişkilidir.

Dahası, dil ve toplumsal yaşam bağıntısı bizim kendimize ve dış dünyaya bakışımızı da belirler. İdeolojimiz, beyanlarımız, diyaloglarımız, atıflarımız, neyi müzakereye açacağımız, bilgiyi nasıl biriktirdiğimiz, neyi hatırladığımız, tavizlerimiz, örnek aldıklarımız, görmek istemediklerimiz de tüm bu örüntü içerisinde gerçeğe dönüşür...

### *Sosyal Bağlamın Gerçeği*

Her birimiz doğduğumuz andan itibaren kültürel kurallarımız, toplumsal değer ve normlarımızla çevrelenir; bu sosyal çevre içerisindeki statü ilişkilerine uygun roller üstlenir, iletişim kurarız. İçinde bulunduğumuz bu sarmalanmışlık hali, düşüncelerimiz, hislerimiz ve eylemlerimiz üzerinde de belirleyicidir. Çünkü ürettiğimiz ya da öğrendiğimiz her bir sözcüğün anlamı yine bu bağlamla anlamlandırılmaktadır. Sözlerin sosyal bağlamla anlamlandırılması, aslında her bir fikrimiz, duygumuz ve yaptıklarımızla sosyal bağlamı gerçeğe dönüştürmemiz demektir. Yaptıklarımız ve ettiklerimizle kendi gerçeğimizi kurmamızdır. Bu nedendir ki her bir söylemle aktarılan ancak o bağlamın gerçeği içerisinde manalıdır.

Amprizim ve rasyonalizme meydan okuyan ve genel olarak 'sosyal inşacı' olarak tanımlanan (Burr, 1995) bu görüşe göre, gerçeklik, bireyin eylemlerinden bağımsız değildir. Belirli tarihi ve kültürel çevrelerdeki insanlar arası etkileşimlerin ürünüdür. Kendimize ve dünya hakkındaki bilgimize, bazı dış gerçekliklerin gözlemlenmesi yoluyla değil, benliğin ve dünyanın nasıl olması gerektiğine dair kültürel olarak mevcut anlayış yolları ve kültürel varsayımlar kullanılarak ulaşılır. Gerçeğin saptanması, belirli özneler arası, sosyal ve kültürel bağlamlarda doğrulama, müzakere ve ikna süreçlerini gerektiren özneler arası bir başarıdır (Georgaca, 2000). Dolayısıyla söylemlerimiz bizden bağımsız dışsal gerçekliklerimiz değildir. Bizimle birlikte anlamlanır ve bizim toplumsal dünyamızda karşılık bulur. Bu bakımdan Punch'ın (1999) da belirttiği gibi, *evrende tekil bir söylem yoktur, gerçeklik insanlar/kültürler tarafından anlamlandırılır ve söylemin içinden çıktığı bağlam kişilerin bulunduğu sosyo-*

*tarihsel matrixtir.* Yani söylemlerimiz, dil ile kurguladığımız, sosyal bağlamımız içerisinde anlamlandırarak toplumsal ilişkilerimize tezahür eden gerçekliğimizi inşa etmektedir.

Toplumsal gerçekliğin dille inşa edilebilmesi, dilin kapılarının ardına kadar sosyal hayata açılması anlamına gelmekte ve bu durum söyleme işaret etmektedir (Beşe & Baykara, 2019). Bu bakımdan söylem, sadece dilin yapısı ve kullanımını hakkında bilgi vermenin ötesinde; dili kullanan bireylerin zihinsel yapılanışına, olayları ya da olguları anlamlandırma ve birbirlerine aktarma biçimlerine dair de bilgi vermekte yani toplumsal yapının kendine özgü dokusuna ilişkin açıklamalar da sunmaktadır. Tam bu noktadan hareketle, Sözen'in (2014: 9) şu sözlerini anımsamak önemlidir:

*“Hayat söylemlerdedir ve söylemlerle gerçekleşir, bu nedenle de çağımız söylem çağıdır ve her söylem bir gerçeklik inşasıdır.”*

### ***Dilin Sosyal Pratiği ve Gerçeklik***

Dil, düşüncelerimizi ifade etme, çevremizdekilerle etkileşim ve iletişim kurmanın birincil aracıdır. Ancak bunun ötesinde dil, hayatı anlamlandırma biçimlerimiz üzerinde de belirleyici bir rol üstlenir. Çünkü dilin kullanım biçimleriyle anlamlandırılan dış dünyamız, bu dünyadaki eylemleri yerine getirme biçimlerimiz üzerinde etkili olarak toplumsal hareket noktalarımızı ve yönümüzü de tayin eder. Dilin üstlendiği bu rol, söylemlerimizle kendini gösterir. Söylemler, sosyal çevremizle kurduğumuz birlikteliğin bağlamını biçimlendirir. Böylelikle dil kendimizi ifade etme araçından, eylemlerimizi haklı çıkarmak, sorumluluklar atfetmek, düşünceleri anlamlandırmak için mücadeleye giriştiğimiz bir sosyal eylem alanına dönüşür...

Fairclough (1989: 22) söylemi *“toplumsal pratiğin bir biçimi olarak dil”* şeklinde ifade eder. Bu ifadeyle, dilin toplumun bir parçası olmakla birlikte, toplumsal bir sürece de karşılık geldiğini ve dahası toplumun dilsel olmayan diğer parçalarıyla da söylemin koşullandırıldığını vurgular. van Dijk (1997: 2) ise söylemi *“toplumsal bir bağlamda tamamlanmış iletişimsel bir etkinlik biçimi”* olarak tanımlar. Yani söylemin toplumsal arka planına dikkat çekerek, dil aracılığıyla kendini gösterdiğinin altını çizer.

Böylelikle önemli bir soru belirir...

Eğer dil aracılığıyla toplumsal pratiklerimizi anlamlandırıp gerçeğimiz kılabiliyorsak, aslında gerçeğimizi şekillendiren toplumsal ilişkilerimizi düzenleyen egemen güç tarafından üretilen söylemler değil midir?



Söylem, bireysel bir faaliyet veya durumsal değişkenlerin bir yansıması değil, dilin bir sosyal pratik olarak kullanılmasıdır. Bu yönüyle söylem, toplumsal deneyimi aktarmanın ötesinde toplumsal öznelerin (özelliklerin ve bununla bağlantılı kimliklerin), özneler arasındaki ilişkilerin ve var oldukları alanın oluşturulmasında oynadığı önemli rolü vurgular (Purvis & Hunt, 1993). Yani bir metin olarak incelenebilen dilin her kullanımı ya da dilin sosyal pratiğiyle öznelerarası ilişkiler içinde kendine yer bulan her söylemin ideolojik bir eylem olarak anlaşılması gerekir.

Dahası, söylemin toplumsal bir pratik olduğuna ilişkin tanımlama, söylemlerle oluşan olguyla onu oluşturan durumlar, kurumlar ve toplumsal yapılar arasında diyalektik bir ilişki olduğunu öngörmek anlamına gelir. Yani söylem toplumsal kurgulayıcı olduğu kadar toplum tarafından da şekillendirilir. Bu anlamda söylem, toplumsal açıdan etkili bir araç olduğu için önemli güç ilişkilerinin yaratılmasına da yol açar. İşte bu nedendir ki söylemsel pratiklerin önemli ideolojik etkileri bulunur.

Söylemler, ideolojik bir yapıyla kuşatılmıştır. İdeolojilerin ifade edilmesinde ve yeniden üretilmesinde önemli bir rol üstlenerek; ideolojilerin edinilmesini, pekiştirilmesini, değiştirilmesini ve sürdürülmesini sağlar (van Dijk, 2000). İdeolojilerin güç ve iktidar ilişkisinden beslenerek, dilin ötesine geçer. Dolayısıyla, ideoloji, dilden ziyade söylemle ilgilidir. Bu ilişkiyi Eagleton (2015: 291) şu satırlarla anlatır:

*“İdeoloji, bir dil meselesinden çok bir söylem meselesidir; anlamlandırma meselesi değil, somut söylemsel etkiler yaratma meselesidir. İdeoloji, iktidarın belirli sözler üzerinde etkiye bulunduğu ve kendisini onlar içine zımnen kaydettiği durumları ifade eder...”*

İdeolojiler, üretilen söylemlerin temel belirleyicisidir. Hem “söylem” hem de “ideoloji”, iletişimsel pratikler vasıtasıyla dolaymlanan toplumsal eylem alanının geneliyle ilgili açıklamalarda yer bulur. Ancak, “söylem” bu pratiklerin içsel özelliklerine, özellikle dilsel ve göstergesel boyutlarına odaklanırken; “ideoloji”, dikkatleri dışsal boyutlara çeker ve yaşanmış tecrübenin, temelde ondan ayrıştırılabilen çıkar ve konum nosyonlarıyla nasıl bağlantılandığına odaklanmamızı sağlar. İdeolojiler, söylemler aracılığıyla toplumsal bilişimizi şekillendirir; böylelikle bizi diğerlerinden ayırır, farklılaştırır. Bu biliş, dil ve diğer işaret sistemleri vasıtasıyla ortaya çıkar, bireyler ve kurumlar arasında iletilir ve belki de en önemlisi, fark yaratır. Diğer bir ifadeyle, bireylerin toplumsal dünyayı kavrama ve anlamlandırma biçimleri eylemlerinin ve eylemsizliklerinin yönü ve niteliğini etkiler (Purvis & Hunt, 1993). Aynı toplumsal bilişin devamlılığı, grup üyelerinin ideolojilerini öğrenmek, öğretmek, onaylamak, dile getirmek, diğer grup üyelerine aktarmak kullandıkları söylemler aracılığıyla sağlanır. Hatta öyle ki birey, toplumsallaşma sürecinde, ait olduğu topluluğun

ideolojisini söylem aracılığıyla, paylaşılan toplumsal temsiller sayesinde içselleştirirken ürettiği her söylemde aynı toplumsal temsilleri grup içi üyeleriyle iletişim kurabilmek için yeniden üretir ve dış grup üyelerine karşı tartışma, savunma ve meşrulaştırma bağlamında yine söylem aracılığıyla bu temsilleri savunur ve sürdürülmesini sağlar (Yağcıoğlu; 2002). Tüm bunlar, grup üyeleri tarafından ortaklaşa paylaşılan biz olma halini ortaya çıkardığı gibi paylaşılan ideoloji, bireylerin konuşmalarını ve yarattıkları metinleri de etkiler.

Bu nedenledir ki söylemi irdelemek, büründükleri ideolojik yapının deşifresiyle içinde nelerin gizlendiğini anlamak ve gerçeğin hangi temeller üzerine inşa edildiğini ortaya koymak bakımından önem arz eder. Böyle bir anlayışın geliştirilebilmesi, dil kullanıma bağlı olarak ortaya çıkan güç ilişkilerinin anlaşılmasının ötesinde bu ilişkiler dışında kalanların da açığa çıkarılmasını mümkün kılar.

**Doç. Dr. Derya GÜL ÜNLÜ**  
**Section Editor**

### **Kaynaklar**

- Beşe, A. & Baykara, T. (2019). İdeolojinin Söylemsel İnşası; August Wilson. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(4), 1785-1797.
- Burr, V. (1995). *An Introduction to Social Constructionism*. London: Routledge.
- Eagleton, T. (2015). *İdeoloji*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Fairclough, N. (1989). *Language and Power*. London and Newyork: Longman
- Georgaca, E. (2000). Reality and discourse: A critical analysis of the category of delusions. *British Journal of Medical Psychology*, 73, 227-242.
- Punch, K.R. (1999) *Introduction to Social Research: Quantitative and Qualitative Approaches*, London: Sage Publication.
- Purvis, T. & Hunt, A. (1993). Söylem, ideoloji, söylem, ideoloji, söylem, ideoloji *Moment Dergi*, 1(1), 9-36.
- Sözen, E. (2014). *Söylem*. Ankara: Birleşik Yayınevi.
- van Dijk, T. A. (2000). *Ideology and Discourse: A Multidisciplinary Introduction*. Barcelona: Pompeu Fabra University.
- van Dijk, T.A. (1997). *The Study of Discourse*. (Ed. T.A. van Dijk). Discourse as Structure and Process (ss. 1-34). London: Sage Publications.
- Yağcıoğlu, S. (2002). *Eleştirel Söylem Çözümlemesi: Disiplinlerarası Bir Yaklaşım*. (Ed. S. Yağcıoğlu). 1990 Sonrası Laik-Antilaik Çatışmasında Farklı Söylemler Disiplinlerarası Bir Yaklaşım (ss. 3-34). İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.

### *From the theme...*

#### *On Discourse and Reality*

Beyond providing transmission, language also expresses our perceptions, expectations and inferences about the world. This feature of language also makes it possible to construct expressions regarding the reality of what is conveyed, its relationship with reality, and what the meaning of reality is. In other words, the ways we make sense of our environment and express these meanings, together with our daily life practices, make us and our world visible. From this point of view, every action we perform through language is actually closely related to our social life.

Moreover, the relationship between language and social life determines our view of ourselves and the outside world. Our ideology, our statements, our dialogues, our references, what we will discuss, how we accumulate information, what we remember, our concessions, what we take as an example, what we do not want to see become reality within this pattern...

#### *The Reality of Social Context*

Each of us is surrounded by our cultural rules, social values and norms from the moment we are born, we assume roles and communicate in accordance with the status relations within this social environment. This state of entanglement we are in also determines our thoughts, feelings and actions. Because the meaning of every word we produce or learn is determined by this context. Giving meaning to words through social context means that we actually turn the social context into reality with each of our ideas, feelings and actions. It is about establishing our own reality with what we do. For this reason, what is conveyed by each discourse is meaningful only within the reality of that context.

According to this view, which challenges empiricism and rationalism and is generally described as 'social constructionist' (Burr, 1995), reality is not independent of the actions of the individual. It is the product of interactions between people in specific historical and cultural environments. Our knowledge of ourselves and the world is achieved not through observation of some external reality, but through the use of culturally available ways of understanding and cultural assumptions about what the self and the world should be like. Establishing truth is an intersubjective achievement that requires processes of verification, negotiation and persuasion in specific intersubjective, social and cultural contexts (Georgaca, 2000). Therefore, our discourses are not our external realities independent of us. They have meaning with us and find their response in our social world. In this respect, as Punch (1999) states, there is no singular discourse in the universe, reality is given meaning by people/cultures, and the context from

which the discourse emerges is the socio-historical matrix in which people exist. In other words, our discourses construct our reality, which we construct through language, give meaning to within our social context, and manifest in our social relations.

Being able to construct social reality through language means opening the doors of language to social life, and this indicates discourse (Beşe & Baykara, 2019). In this respect, discourse goes beyond just providing information about the structure and use of language, it also provides information about the mental structure of individuals using the language, the way they interpret events or facts and convey them to each other, that is, it also offers explanations about the unique texture of the social structure. Starting from this point, it is important to remember the following words of Sözen (2014: 9):

*“Life is in discourses and takes place through discourses; therefore, our age is the age of discourse, and every discourse is a construction of reality.”*

### ***Social Practice of Language and Reality***

Language is the primary means of expressing our thoughts, interacting and communicating with those around us. But beyond this, language also plays a decisive role in the ways we make sense of life. Because our external world, which is given meaning by the way language is used, determines our social action points and direction by influencing the ways we carry out our actions in this world. This role played by language manifests itself through our discourses. Discourses shape the context of the unity we establish with our social environment. Thus, language transforms from a means of expressing ourselves into a field of social action where we struggle to justify our actions, assign responsibilities, make sense of thoughts...

Fairclough (1989: 22) defines discourse as “language as a form of social practice”. With this statement, he emphasises that although language is a part of society, it also corresponds to a social process and, moreover, discourse is conditioned by other non-linguistic parts of society. van Dijk (1997: 2) defines discourse as “a form of communicative activity completed in a social context”. In other words, it draws attention to the social background of discourse and underlines that it manifests itself through language.

Thus, an important question arises...

If we can make sense of our social practices and make them our reality through language, isn't it the discourses produced by the dominant power that regulates our social relations that shape our reality?

Discourse is the use of language as a social practice, not an individual activity or

a reflection of situational variables. In this respect, beyond conveying social experience, discourse emphasises the important role played by social subjects (subjectivities and related identities), relations between subjects, and the creation of the field in which they exist (Purvis & Hunt, 1993). In other words, every use of language that can be examined as a text or every discourse that finds a place in intersubjective relations with the social practice of language must be understood as an ideological action.

Moreover, the definition that discourse is a social practice means foreseeing that there is a dialectical relationship between the phenomenon formed by discourses and the situations, institutions and social structures that constitute it. In other words, discourse is shaped by society as much as it is socially constructed. In this sense, since discourse is a socially effective tool, it also leads to the creation of important power relations. This is why discursive practices have important ideological effects.

Discourses are surrounded by an ideological structure. It plays an important role in the expression and reproduction of ideologies, ensuring the acquisition, reinforcement, change and maintenance of ideologies (van Dijk, 2000). It goes beyond language, nourished by the power and power relations of ideologies. Thus, ideology is about discourse rather than language. Eagleton (2015: 291) describes this relationship with the following lines:

*“Ideology is a matter of discourse rather than a matter of language, a matter of producing concrete discursive effects, not of making sense. Ideology refers to situations in which power acts on certain words and implicitly inscribes itself within them.”*

Ideologies are the main determinants of the discourses produced. Both “discourse” and “ideology” find a place in explanations of the general field of social action mediated through communicative practices. However, while “discourse” focuses on the internal features of these practices, especially their linguistic and semiotic dimensions, “ideology” draws attention to the external dimensions and allows us to focus on how lived experience is connected to notions of interest and position that can be fundamentally separated from it. Ideologies shape our social cognition through discourses, thus distinguishing us from others. This cognition emerges through language and other sign systems, is communicated between individuals and institutions, and, perhaps most importantly, makes a difference. In other words, the way individuals comprehend and make sense of the social world affects the direction and quality of their actions and inactions (Purvis & Hunt, 1993). The continuity of the same social cognition is ensured through the discourses used by group members to learn, teach, approve, express and transfer their ideologies to other group members. In fact, in the process of socialisation, while the individual internalises the ideology of the community to which he/she belongs

through discourse, thanks to shared social representations, he/she reproduces the same social representations in every discourse he/she produces in order to communicate with in-group members, and uses these representations again through discourse in the context of discussing, defending and legitimising against out-group members (Yağcıoğlu; 2002). While all of these reveal the state of being we are that is shared by group members, the shared ideology also affects the speech of individuals and the texts they create.

For this reason, examining the discourse is important in terms of understanding what is hidden in it by deciphering the ideological structure they take on and revealing the foundations on which the truth is built. Developing such an understanding makes it possible not only to understand the power relations that arise due to language use, but also to reveal those outside of these relations.

**Assoc. Dr. Derya GÜL ÜNLÜ**  
**Section Editor**

## References

- Beşe, A. & Baykara, T. (2019). İdeolojinin Söylemsel İnşası; August Wilson. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(4), 1785-1797.
- Burr, V. (1995). *An Introduction to Social Constructionism*. London: Routledge.
- Eagleton, T. (2015). *İdeoloji*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Fairclough, N. (1989). *Language and Power*. London and Newyork: Longman
- Georgaca, E. (2000). Reality and discourse: A critical analysis of the category of delusions. *British Journal of Medical Psychology*, 73, 227-242.
- Punch, K.R. (1999) *Introduction to Social Research: Quantitative and Qualitative Approaches*, London: Sage Publication.
- Purvis, T. & Hunt, A. (1993). Söylem, ideoloji, söylem, ideoloji, söylem, ideoloji... *Moment Dergi*, 1(1), 9-36.
- Sözen, E. (2014). *Söylem*. Ankara: Birleşik Yayınevi.
- van Dijk, T. A. (2000). *Ideology and Discourse: A Multidisciplinary Introduction*. Barcelona: Pompeu Fabra University.
- van Dijk, T.A. (1997). *The Study of Discourse*. (Ed. T.A. van Dijk). Discourse as Structure and Process (ss. 1-34). London: Sage Publications.
- Yağcıoğlu, S. (2002). *Eleştirel Söylem Çözümlemesi: Disiplinlerarası Bir Yaklaşım*. (Ed. S. Yağcıoğlu). 1990 Sonrası Laik-Antilaik Çatışmasında Farklı Söylemler Disiplinlerarası Bir Yaklaşım (ss. 3-34). İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.

## 24. Sayımız hakkında

Dergimizin 2024 yılı temalarını günümüz insanının deneyimlemekte olduğu sosyo-kültürel, ekonomi-politik ve de teknolojik düzene /sisteme ilişkin irdeleyici olmak adına “Söylem ve Gerçeklik” ve “Toplumsal Bellek” olarak belirlemiştik. Bu çerçevede yılın ilk sayısında “Söylem ve Gerçeklik” temasıyla yayıma çıkmanın kıvancı büyük, bu sayıya emek veren değerli araştırmacılarımızın kültürel çalışmalar alanına sağladıkları katkıları sizlerle paylaşırken ülkemizde bu alandaki araştırmaların çoğalmasının önemini de tekrar yinelemek istiyoruz.

Bu sayımızda ‘*Ruth Wodak ve Söylem -Tarihsel Yaklaşım*’ başlığını taşıyan ilk makalemiz Gülistan Elmacıoğlu tarafından kaleme alınmıştır. Ruth Wodak’ın eleştirel söylem çalışmalarının temelleri, yaklaşımının söylemsel stratejileri ve metodolojisi üzerinde bir inceleme gerçekleştirmiştir. Söylemsel pratiklerin art zamanlı değişimini inceleyen ‘Söylem Tarihsel Yaklaşım’, söylemsel pratiğin değişimini tarihsel ve sosyo-politik bağlamla ilişkilendirerek çözümlemektedir. Çalışma ülkemizde eleştirel söylem analizlerinde bu yaklaşımın daha çok tercih edilmesini sağlamak adına söz konusu analiz yöntemini temellendirme işlevini üstlenmiş görünmektedir. Bu amaçla özellikle dilin demokratik, eşit, adil ve özgürleştirici iletişimsel eylemi kurması için bu yaklaşımı eleştirel söylem analizlerinde kullanmanın taşıdığı önem vurgulanmaktadır.

‘*Teknoloji Kültürü ve Dijital Minimalizm: Z Kuşağı Üzerine Analiz*’ içerikli makale ise Esra Şahin ve Oya Morva tarafından kaleme alınmıştır. Çalışma, teknolojinin kuşatıcılığına karşı alternatif kullanım biçimlerinin varlığından hareketle ‘dijital minimalizm’ konusunu ele almıştır. Türkiye’de Z Kuşağının dijital minimalizme yönelme nedenleri, dijital teknolojiden yararlanma biçimleri üzerine bir sorgulama gerçekleştirilmiştir. Bu çerçevede kendini dijital minimalist olarak tanımlayan yirmi kişi ile derinlemesine görüşme tekniği üzerinden elde edilen veriler niteliksel içerik analizi yöntemine tabi tutulmuştur. Bu kuşak tarafından dijital minimalizmin teknolojinin var olan yaygın kullanım biçimine alternatif olarak değerlendirilip benimsendiğine ve bu amaçla kullanım pratiklerinin de geliştirilmiş olduğuna yönelik saptamalar alan çalışmaları açısından oldukça önem taşımaktadır.

‘*Instrumental Use of Corporate Social Responsibility and Capitalist Activism*’ içerikli makalemiz de E. Sahra Öztürk tarafından yazılmıştır. Sosyal sorumluluk olgusunun günümüz kapitalist sistemi içerisinde nasıl kavramsal dönüşüme uğrattığı üzerine bir sorgulama içeren çalışmada kavramın araçsal aklın bir icadı olarak ‘kurumsal sosyal sorumluluk’ kavramına nasıl dönüştürüldüğü ve sürdürülebilirliklerini sağlamak adına kuruluşlar tarafından kapitalist

sistem içerisinde nasıl ve ne şekilde uygulandığı üzerinde durulmuştur. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramına eleştirel bakış açısı ‘kapitalist aktivizm’ kavramına dayalı kurumsal çerçevede ele alınmış, bu çerçevede kavramın araçsallaştırılma boyutları ortaya konulup, eleştirel politik ekonomi perspektifine, halkla ilişkiler ve işletme disiplinlerine katkı sağlamak hedeflenmiştir.

*“Twitter’da Ekonomi Hakkında Paylaşılan Sahte İçerikler Üzerine Bir Araştırma”* başlığını taşıyan Mehmet Sinan Tam, Serap Bereketoğlu ve Nazlı Şanlı tarafından yazılan makalemizde de Türkiye özelinde ekonomi hakkında milyonlarca kullanıcısı bulunan X/ Twitter’de yer alan dezenformasyon ve misenformasyon içerikli paylaşımlar ele alınmıştır. Bu platform kullanıcı sayısı bakımından bu türden araştırmalar için önemli bir meca niteliği taşımaktadır. Ekonomi ile ilgili sahte içeriklerin paylaşıldığı X’de ekonomi ile ilgili gündemlerde siyasetçiler ile akademisyen ve uzmanların sıklıkla referans alındığı tespit edilmiştir. Araştırma sonucunda dezenformatik içeriklerle karşılaşan sosyal medya kullanıcılarının bu içerikleri teyit edebilecekleri merkezlerin taşıdığı önem vurgulanmıştır. Ayrıca bireylerin finansal okuryazarlık seviyesinin artırılmasına yönelik çalışmaların yapılması önerisinde de bulunulmuştur.

*‘Foucault’cu Bilgi, İktidar ve Özne İlişkisi Perspektifinden Gülün Adı Romanı Üzerine Bir Eleştirel Söylem Çözümlemesi’* konu başlıklı makalemiz ise Ayten Bengisu Cansever tarafından kaleme alınmıştır. Umberto Eco’nun “Gülün Adı” romanında sunulan bilgi-iktidar-özne ilişkisine odaklanılarak Foucault’cu bağlamda bir çözümleme gerçekleştirilmiştir. Çalışmada en önde gelen çıkarım Eco’nun teosentrik dünya görüşünden antroposentrik dünya görüşüne geçişte öznenin iktidar ve bilgiye olan ilişkisini, anlatısında yeniden kurgulayarak Aydınlanma sürecinin ilk adımlarını alegorik söylemlerle aktarması olarak belirlenmiştir. Çalışmada Foucauldian perspektiften bilgi, iktidar ve özne arasındaki karmaşık ilişki ‘Gülün Adı’ romanı aracılığıyla ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

*‘Sağlık Tüketicisinin İnşasında Söylem, Gerçeklik ve Yeni Medya’* içerikli çalışma da Esma Gültüvin Gür Omay tarafından gerçekleştirilmiştir. Çalışmada sağlık tüketicisinin inşasındaki yansımaları üzerinden yeni medya söylemlerin toplumsal gerçekliği oluşturmadaki etkisinin sondajı amaçlanmıştır. Günümüz ekonomi-politiğinin ne yazık ki tüketim kültürü sayesinde insana ait en önemli unsurlardan biri olan sağlığı pazarlanabilir bir nesneye dönüştürmesi sorgulanmıştır. En önemli saptaması insanın doğal biyolojik evrelerine göre olası değişimlerin hastalık olarak tanıtılması, hatta insan vücudunun bazı doğal işlevlerinin de hastalık olarak algılatılmaya çalışılmasıdır. Bu algının çıkar grupları tarafından korku kültürü çerçevesinde yaygınlaştırılmaya çalışılıyor olmasına da dikkat çekilmiştir. 21. Yüzyılda artık bir sağlık pazarı ile karşı karşıya kaldığımızı, çevre sağlığı ile ilgili sorunların da bu pazar ekonomisi



güdümünde örtülü hale getirildiği, özellikle yeni medyanın da bu söylemsel pratikte sorumluluk payının büyük olduğu tartışmaya açılmıştır.

‘Söylem ve Gerçeklik’ ana temamız üzerine söyleşi ise Onur Çoşkun tarafından Prof. Dr. Süleyman İrvan ile gerçekleştirilmiştir. Söyleşide ülkemizde İletişim Bilimlerinde yer alan gazetecilik, halkla ilişkiler, reklamcılık, kişilerarası iletişim, kültürlerarası iletişim, sinema, radyo, televizyon gibi alanların özerkliklerini ilan etmiş olmalarından dolayı aralarındaki etkileşimin oldukça kısıtlanmış olduğu saptaması üzerinden bir gerçekliğe vurgu yapılmış, oysa iletişimin farklı disiplinlerle iş birliği içinde olması, ortak çalışmalar yapması gerektiği savunulmuştur. Özellikle habercilikle ilgili söylem pratikleri üzerinden yürütülen söyleşide hukuksal boyutun önemi üzerinde durulmuş, özellikle internet hukukunun düzenlenmesine de ayrıca vurgu yapılmıştır. Gerçek sorunlara temas eden çözümlere ihtiyaç olduğunun, bugün dünya çapında sekiz yüz iki haber kaynağının yapay zekâya güvenilmez haber içerikleri üretmesinin ne denli büyük bir sorun yarattığının, dolayısıyla gerçek hukuki düzenlemelere ne kadar gereksinim duyulduğunun anlaşılmasının önemi ifade edilmek istenmiştir.

‘Cultural studies as a hidden discipline’ içeriğinde Paul McEwan tarafından yazılan *International Journal of Cultural Studies* dergisinde yayımlanan makale de Elif Kahraman tarafından Türkçe’ye kazandırılmıştır. Makalede kültürel çalışmalarda disiplinlerlik konusu eğitim alanı çerçevesinde ele alınarak incelenmiş, bir eğitim uygulaması olarak kültürel çalışmaların çok az kamusal profile sahip olduğu, dolayısıyla gizli bir disiplin niteliği taşıdığı üzerinden bir sorgulama gerçekleştirilmiştir. Oysa ki, kültürel çalışmalar açıklık, demokrasi ve ilerici siyasete dayandığını iddia eden bir disiplindir. Bunun için, kültürel çalışmaların daha görünür olması gerektiği, bu amaçla kurumsal disiplinlerliğin donanımlarından daha fazlasını üstlenmesinin önemi üzerinde durulmuştur. Makale boyunca bu savları ispat etmeye yönelik bir tartışma yürütülmüştür.

Peter Berger ve Thomas Luckmann’ın ‘*Gerçekliğin Sosyal İnşası Bir Bilgi Sosyolojisi İncelemesi / The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*’ adlı kitap ise Hakan Nişancı tarafından eleştirel okumaya tabi tutulmuştur. İki yazarın da en tanınan bu yapıtında ‘Bilginin Gündelik Hayattaki Temelleri’, ‘Nesnel/Objektif Gerçeklik Olarak Toplum’, ‘Öznel/Sübjektif Gerçeklik Olarak Toplum’ başlıklarını taşıyan bölümlerde fenomenolojik alana, bilgi sosyolojisinin ve sosyal psikolojinin sorunlarına yönelik sorgulamalarda bulunulmuştur. Hakan Nişancı incelemesine can alıcı diye haklı nitelemede bulunduğu Berger ve Luckmann’ın şu sorusu ile son vermiştir: “*İnsan, sosyal dünyanın - nasıl nesnelleşmiş olursa olsun - insanlar tarafından yaratıldığının ve bu yüzden yine onlar tarafından yeniden yaratılabileceğinin henüz farkında mıdır, değil midir?*”

Bu içeriklerle 24. sayımıza değerli katkılarından dolayı tüm yazarlarımıza en içten teşekkürlerimizi iletirken, toplumsal barış odaklı düzen kavramının imgesel yolculuğunda daha iyi yol alabilmek adına kültürel çalışmalardan fazlaca yararlanabilme ümidiyle sizlere de keyifli okumalar diliyoruz..

Saygılarımızla,

Editöryal Kurul

### About Our 24th Issue

We have determined the themes of our journal for 2024 as Discourse and Reality and Social Memory in order to analyze the sociocultural, political economic, and technological order and system that people are experiencing currently. In this context, we are proud to publish the first issue of the year under the theme of Discourse and Reality. While sharing with you the contributions of our valuable researchers to this issue in the field of cultural studies, we would like to reiterate the importance of increasing research in this field in Türkiye.

Our first article in this issue is titled “Ruth Wodak and the Discourse-Historical Approach” and was written by Gülistan Elmacıoğlu. Elmacıoğlu conducted an examination of the foundations of Ruth Wodak’s critical discourse studies, including the discursive strategies and methodology of Wodak’s approach. The Discourse Historical Approach examines the diachronic change of discursive practices and analyzes these changes by associating them within the historical and sociopolitical contexts. The study appears to have undertaken the function of grounding the analytical method in question to ensure that this approach is more preferred in critical discourse analyses in Türkiye. For this purpose, the article emphasizes the importance of using this approach in critical discourse analysis, especially with regard to language in order to establish democratic, equal, fair, and liberating communicative action.

The next article is titled “Technology Culture and Digital Minimalism: Analysis on Generation Z” and was written by Esra Şahin and Oya Morva. The study addressed the issue of digital minimalism based on the presence of alternative forms of use against the siege of technology. They conducted an inquiry into the reasons why Generation Z in Türkiye has turned to digital minimalism and how they benefit from digital technology. In this context, the data obtained through the in-depth interview technique from 20 people who define themselves as digital minimalists were subjected to the qualitative content analysis method. The findings that this generation considers and has adopted digital minimalism as an alternative to the existing widespread use of technology and that usage practices have been developed for this purpose are particularly important in terms of field studies.

Our third article titled “Instrumental Use of Corporate Social Responsibility and Capitalist Activism” was written by E. Sahra Öztürk. The study includes an inquiry into how the phenomenon of social responsibility has been conceptually transformed within today’s capitalist system and focuses on how this has been transformed into the concept of corporate social responsibility as an invention of the instrumental mind, as well as how and in what way organizations implement it within the capitalist system in order to ensure their

sustainability. The article discusses a critical perspective on the concept of corporate social responsibility within a theoretical framework based on the concept of capitalist activism to reveal its dimensions of instrumentalization with the aim of contributing to the critical political economy perspective as well as to public relations and business disciplines.

Our fourth article titled “A Research on Fake Content Shared About the Economy on Twitter” and written by Mehmet Sinan Tam, Serap Bereketoğlu, and Nazlı Şanlı, discusses the disinformation and misinformation content posts about the Turkish economy on X/Twitter, which has millions of users in the country. This platform is an important channel for such research in terms of the number of users. The article has been determined that posts on X that share fake content about the economy frequently reference politicians, academicians, and experts with regard to economic agendas. As a result, the research emphasizes the importance of centers being available where social media users who encounter disinformation can confirm such content. The article also suggests that studies be conducted to increase individuals’ financial literacy levels.

Our fifth article titled “A Critical Discourse Analysis on the Novel *the Name of the Rose* from the Perspective of the Foucauldian Knowledge, Power, and Subject Relationship” was written by Ayten Bengisu Cansever. An analysis was conducted in the Foucauldian context by focusing on the knowledge-power-subject relationship presented in Umberto Eco’s novel *The Name of the Rose*. The study’s most prominent conclusion is that Eco had reconstructed the subject’s relationship with power and knowledge in his narrative in the transition from the theocentric world view to the anthropocentric world view and used allegorical discourses to convey the first steps of the Enlightenment process. The study is an attempt to reveal the complex relationship among knowledge, power, and subject from the Foucauldian perspective through the novel *The Name of the Rose*.

The study titled “Discourse, Reality, and New Media in the Construction of the Health Consumer” was conducted by Esmâ Gültüvin Gür Omay. The study aims to investigate the impact new media discourses have on creating social reality through their reflections on the construction of the health consumer. The article questions the unfortunate political economic transformation of health, one of the most essential elements of human beings, into a marketable object as a result of consumption culture. The study’s most important observation is how possible changes in accordance with humans’ natural biological stages are presented as diseases and how the attempt is even made to perceive some natural functions of the human body as diseases. The study also points out how interest groups are trying to spread this perception within the framework of the culture of fear and presents the arguments that we in the 21st century are now faced with a health market, that environmental health-related

problems have been made covert under the guidance of this market economy, and that new media in particular is largely responsible for this discursive practice.

Onur Çoşkun held the interview on our issue's main theme of Discourse and Reality with Prof. Dr. Süleyman İrvan. The interview emphasized a reality through the determination that the interaction among such fields of communication sciences in Türkiye as journalism, public relations, advertising, interpersonal communication, intercultural communication, cinema, radio, and television is quite restricted due to the fact that they have declared their autonomy. The interview put forth the argument that the field communication should cooperate with different disciplines and conduct common studies. The importance of the legal dimension was emphasized in the interview, which was conducted in particular on journalism-related discourse practices, with special emphasis placed on the Law on the Regulation of the Internet. The interview stated the importance of understanding a need for solutions that touch on real problems, of understanding how big a problem having 802 news sources around the world use artificial intelligence to produce unreliable news content is, and thus of understanding how much legal regulations are needed.

The article titled "Cultural Studies as a Hidden Discipline" and written by Paul McEwan had previously been published in the International Journal of Cultural Studies and has been translated here into Turkish by Elif Kahraman. The article examines the issue of disciplinarity in cultural studies within the framework of the field of education and inquires about the issue on the basis that cultural studies as an educational practice have a truly small public profile and therefore also have the nature of a secret discipline. However, cultural studies are a discipline that claims to be based on openness, democracy, and progressive politics. For this reason, the article emphasizes that cultural studies should be more visible and for this purpose should undertake more than the tools of institutional disciplinarity. The article carries on a discussion throughout to prove these claims.

The book titled *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* by Peter Berger and Thomas Luckmann has been subjected to a critical reading by Hakan Nişancı. In this most well-known work of Berger and Luckmann, the chapters titled "Fundamentals of Knowledge in Daily Life", "Society as Objective Reality", and "Society as Subjective Reality" question the phenomenological field and the problems of the sociology of knowledge and social psychology. Hakan Nişancı ended his review with the following question from Berger and Luckmann, which he aptly described as crucial: "Is man aware or not yet that the social world - no matter how objectified it is - was created by people and therefore can be recreated by them?"

While we express our sincere gratitude to all our writers for their valuable contributions through these contents to our 24th issue, we wish you pleasant reading and hope to benefit from cultural studies to make better progress on the imaginary journey of the concept of social peace-oriented order.

Regards,

The Editorial Board

# Ruth Wodak ve Söylem-Tarihsel Yaklaşım: Uygulama Örnekleri Üzerinden Bir Değerlendirme

## Ruth Wodak and the Discourse-Historical Approach: An Assessment Based on Application Examples

Gülistan Elmacıoğlu<sup>1</sup> 



### ÖZ

Söylem Tarihsel Yaklaşım, söylemsel pratiklerin tarihsel bağlamda ve politik alanda art zamanlı değişimini incelemektedir. Bu inceleme ırkçı, ayrımcı, antisemitist, göçmen-karşıtı, cinsiyetçi ve etnik kimlikleri dışlayıcı söylemlerin tarihsel ve sosyo-politik bağlamda ilişkili olduğu alt başlıklarla birlikte, çoklu metin türleri üzerinden analiz edilmesine dayanmaktadır. Söylemin bileşenleri olarak metinler ideolojik anlamı söylemsel stratejilerle dilbilimsel düzeyde kurmaktadır. Bu stratejilerle inşa edilen söylem dilin anti-demokratik yapısını örgütlemektedir. Bu nedenle dilin demokratik, eşit, adil ve özgürleştirici iletişimsel eylemi kurması için Söylem Tarihsel Yaklaşımı eleştirel söylem analizlerinde kullanmak önem taşımaktadır. Buradan hareketle bu çalışmada amaç, Eleştirel Söylem Analizi içinde yer alan Ruth Wodak'ın "Söylem Tarihsel Yaklaşımı"nın temellerini, metodolojisini ve söylemsel stratejilerini öncelikle kuramsal boyutlarıyla anlatmak, analiz yönteminin nasıl uygulandığını açıklamak ve uygulama örnekleri üzerinden değerlendirmektir. Bu amaç doğrultusunda çalışmada Wodak'ın analiz yönteminin nasıl uygulandığı anlatılmış ve aynı zamanda ulusal literatürde Ruth Wodak'ın Söylem Tarihsel Yaklaşımını ve analiz yöntemini uygulayan araştırma makaleleri ile yaklaşımın ele alındığı derleme makaleler ortaya çıkarılmıştır. Tarama sonucunda 10 araştırma makalesinin Söylem Tarihsel Yaklaşımın analiz yöntemini söylemsel stratejiler üzerinden uyguladığı ve yaklaşımı betimsel tarzda ele alan derleme niteliğinde 4 makalenin olduğu bulgulanmıştır. Böylelikle Ruth Wodak'ın Söylem Tarihsel Yaklaşımının analiz yöntemini hem kuramsal olarak hem de pratik olarak nasıl uygulandığını anlatan bu çalışmanın ulusal literatüre katkı sunması hedeflenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** söylem, söylem analizi, eleştirel söylem analizi, Ruth Wodak, söylem tarihsel yaklaşım

### ABSTRACT

The discourse-historical approach (DHA) looks at how discursive practices have changed throughout time in political and historical contexts. This analysis is based on analyzing racist, discriminatory, antisemitic, anti-immigrant, sexist, and ethnically exclusionary discourses across multiple text types, alongside their subheadings in the historical and sociopolitical context. Texts use discursive tactics to establish ideological meaning at the linguistic level as components of discourse. The discourse constructed using these techniques arranges the language's anti-democratic framework. For this reason, applying DHA in critical discourse analysis is crucial for language to establish democratic, equal, fair, and liberating communicative activity. The purpose of this study is to clarify the theoretical underpinnings, methodology, and discursive strategies of Ruth Wodak's DHA, which is a component of critical discourse analysis. The study also aims to explain how analytical method is applied

<sup>1</sup>Haliç Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İstanbul, Türkiye

ORCID: G.E. 0000-0002-5209-3187

**Sorumlu yazar/Corresponding author:**

Gülistan Elmacıoğlu,  
Haliç Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İstanbul, Türkiye  
E-mail: gulistanelmacioglu@halic.edu.tr

**Başvuru/Submitted:** 29.01.2024

**Revizyon Talebi/Revision Requested:** 05.03.2024

**Son Revizyon/Last Revision Received:** 14.03.2024

**Kabul/Accepted:** 24.03.2024

**Atıf/Citation:** Elmacıoğlu, G. (2024). Ruth Wodak and the discourse-historical approach: an assessment based on application examples. *4. Boyut Journal of Media and Cultural Studies - 4. Boyut Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 24, 1–20.  
<https://doi.org/10.26650/4boyut.2024.1428072>

and to provide examples of this. With this objective in mind, the study elucidates the application of Wodak's analytical method while simultaneously revealing research papers that have utilized her DHA and analytical method in the Turkish national literature, as well as compilation pieces deliberating on the approach. In accordance with the scan results, the study presents 10 research articles that have used discursive strategies to apply the DHA analytical method four compilation pieces that have provided a descriptive treatment of the approach. In order to add to the national literature, this study describes the theoretical and practical applications of Wodak's analytical method.

**Keywords:** discourse, discourse analysis, critical discourse studies, Ruth Wodak, the discourse historical approach

## Extended Abstract

Critical discourse analysis is a set of approaches and methods that focus on the relationships among text, meaning, and social reality. Meanings vary across such units as social classes, minority groups, governments, and interest groups. Messages, dialogues, and discourses systematically woven with speeches that construct social reality negotiate and transform series of texts (e.g., newspaper articles, news, photographs, novels, interviews, poems, field notes, social media posts) in which the ongoing asymmetric struggles between them continue.

The discourse-historical approach (DHA) is included in critical discourse analyses. The first study to use this approach was based on the analysis of antisemitic stereotypical linguistic expressions of former UN Secretary-General Kurt Waldheim during the Austrian Presidential campaign in 1986, where his national-socialist ideas were revealed in public discourse. Ruth Wodak has talked about the four features of DHA, the foundations of which were laid with this research project, and according to her, linguistic analyses are combined through historical, political, sociological, theoretical, and methodological approaches thanks to these features. These features describe DHA as interdisciplinary, focused on social problems, based on research practice, and involving ethnography methodologically. Wodak et al. (2009) analyzed the European Union's (EU) anti-immigrant discourses, the decision-making processes based on identity politics in EU institutions, Austria's post-war discursive construction of the anti-Romanian national identity, and its right-wing political discourses.

By using DHA to analyze the relevance and relationship of texts and discourses with the historical and sociopolitical contexts, Ruth Wodak has shown the anti-democratic nature of language, the ideological pattern of equal and unjust discourse, and how it turns into a racist, discriminatory, and exclusionary oppression device to be used against certain social groups. According to Ruth Wodak (2001), the practice of racism, discrimination, and exclusion reveals itself discursively. Racist ideas and beliefs are constantly reproduced through discursive genres. In this way, discriminatory and exclusionary practices are prepared and published through discourse, and these discourses are legitimized. Political discourses in which the other is negated are established through the strategic use of certain linguistic stigmas. The implications, implicit causalities, assumptions, allusions, and syntactic linguistic distortions revealed in the rhetoric of right-wing populist politicians contain hidden meanings.



The questions DHA aims to answer in written, visual, or speech-based texts as parts and components of discourse involve how social actors; social problems, events, facts, and issues; processes; and stigmatized groups presented as negative others are named, as well as what positive or negative qualities are attributed to these groups; how the claims, assumptions, or propositions established when approaching these groups, subjects, actors, and events are legitimized; and what ways of intensifying or mitigating the implicit or explicit expressions in linguistic or extra-linguistic indicators occur. Considering these questions, DHA has determined five strategies for analyzing the nominative, predicative, argumentative, framing, and intensifying or mitigating expressions of discursive practices in linguistic structure. Language tools (e.g., metaphorical expressions, stereotyped judgments, analogies, clichés) are used in discourse to develop these methods. Language tools are what make up the practice of inclusion and exclusion and how a discourse represents a *positive us* and *negative other*. Both Wodak's anti-immigrant writings and sample studies from the national literature have been used to describe and assess how discursive techniques and linguistic tools are used in historical and political analyses regarding a given problem. This evaluation is significant because it highlights language's anti-democratic nature, the ideological underpinnings of unfair and unequal discourse, and how it evolves into a racist, discriminatory, and exclusionary tool of oppression against particular social groups. DHA and its analytical method should be widely used to arrange the fair and equitable use of language. One of the limitations of this study is its focus on articles from the Turkish national literature that explain the DHA methodology or employ its analytical method. Consequently, examining the use of DHA in these theses will add to the Turkish national literature.

## Giriş

Eleştirel Söylem Analizi’nde dil sosyal bir pratik olarak ele alınır ve dil kullanımının tarihsel ve toplumsal bağlamına odaklanılır. Söylem analizlerinin eleştirel sosyal teoriyle ilişkisi ve disiplinlerarası niteliği Ocak 1991’de Amsterdam Üniversitesi’nde bir sempozyumda bir araya gelen Teun van Dijk, Norman Fairclough, Gunther Kress, Theo van Leeuwen and Ruth Wodak’ın çalışmalarını eleştirel söylem çalışmaları olarak yeni bir okul ya da paradigma olarak adlandırmalarına uzanmaktadır. Sözü edilen araştırmacıların yaklaşımlarının belirgin farklarına rağmen, uzlaştıkları hususlar eleştirel söylem çalışmalarının toplumsal sorunlara odaklı, disiplinlerarası ve eklektik metodolojiyi sentezlemesidir. Eleştirel Söylem Analizi yazılı, sözlü ya da görsel metinlerdeki göstergesel verilerin sistematik analiziyle ideoloji ve gücün açığa kavuşturulmasını amaçlamaktadır (Wodak ve Meyer, 2009, s.13). Toplumsal eylemin bir formu olarak dilin yazılı veya sözlü kullanımı “söylem” olarak tanımlanır ve söylemin sosyal bir eylem olarak tanımlanması, belirli bir söylemsel olayın belirli durumlar, kurumlar ve toplumsal yapılarla arasındaki diyalektik ilişkiselliğini işaret etmektedir (Wodak ve Meyer, 2009, s. 16). Söylemsel olaylar toplumsal yapıları, kurumları ve durumları biçimlendirir ama aynı zamanda onlar tarafından inşa edilir. Söylem sosyal olarak kurucudur ve toplumsal olarak şekillendirilmiştir; böylelikle durumları, bilgiyi, kimlikleri ve insanlar arasındaki ilişkileri yapılandırmaktadır. Statükonun sürdürülmesine hizmet edebildiği gibi dönüştürülmesine de aracılık edebilmektedir. Toplumsal sınıflar, kadınlar ve erkekler, etnik/kültürel çoğunluklar ve azınlıklar arasındaki eşit olmayan güç ilişkilerinin yeniden üretilmesine yardımcı olan söylemsel pratiklerin insanları konumlandıran ve temsillerini yaratan büyük ideolojik etkileri olabilmektedir (Fairclough and Wodak 1997’den akt. Wodak ve Meyer, 2009, s.16.).

Her toplumsal eylem ya da etkinlik, belirli toplumsal koşulları ve ilişkileri devam ettiren bir metin olarak okunabilmektedir. Eleştirel Söylem Analizi bu bağlamda kuramsal ve metodolojik katkılarıyla toplumsal gerçekliğin hiyerarşik ve dille inşa edilen yapısının anlaşılması adına işlevseldir. Eleştirel Söylem Analizi, metin, anlamlar ve toplumsal gerçeklik arasındaki ilişkilere odaklanan bir yaklaşımlar/yöntemler bütünüdür. Anlamlar toplumsal sınıflar, azınlık grupları, hükümetler, çıkar grupları vb. arasında süregiden asimetric mücadelelerin devam ettirdiği bir dizi metin (gazete yazıları, haberleri, fotoğraflar, romanlar, görüşmeler, şiirler, alan notları, sosyal medya paylaşımları vb.) ve belirli metinler, mesajlar, diyaloglar ya da konuşmalarla sistematik örülmüş söylemler aracılığıyla müzakere edilerek, dönüştürülerek toplumsal gerçekliği inşa etmektedir (İnceoğlu vd., 2014, ss.103-115). Belirli bir durumda ve tarihsel anda, sosyal aktörlerin neyi kime söylediği ya da ne yazdığı; söylemin üretimine ve araçlarına kimin erişiminin olduğu ve “sembolik elitlerin” asimetric güç ilişkilerindeki rolleri sorgulanmaktadır (İnceoğlu vd., 2014).

Bu çalışmada Eleştirel Söylem Analizi’nde Ruth Wodak’ın Söylem Tarihsel Yaklaşımı, yaklaşımın kuramsal temelleri, metodolojisi ve analiz yöntemi uygulama örnekleri üzerinden değerlendirilmektedir. Ulusal literatürde Söylem Tarihsel Yaklaşımı analiz yöntemi olarak

kullanan araştırma makaleleri veya yaklaşımı betimsel tarzda inceleyen derleme makaleler, Dergipark sisteminde, “eleştirel söylem analizi”, “Ruth Wodak” ve “söylem tarihsel yaklaşım” terimleri aratılarak ve iletişim çalışmaları ya da iletişim bilimleri dergileri sınırlaması yapılarak taranmıştır. Yapılan tarama sonucunda Ruth Wodak ve yaklaşımını anlatan (4 adet derleme makale) ya da bu yaklaşımı kullanarak analizler yapan (10 adet araştırma makalesi) makale çalışmaları ortaya çıkarılmıştır.<sup>1</sup> Bu çalışmalarda Söylem Tarihsel Yaklaşımın kuramsal boyutta nasıl ele alındığı ve analiz yönteminin nasıl uygulandığı incelenmiştir.

## Söylem Tarihsel Yaklaşım: Ana Hatlar

Söylem tarihsel yaklaşım eleştirel söylem çalışmaları ya da analizi içerisinde yer almaktadır. Bu yaklaşımın kullanıldığı ilk araştırma Ruth Wodak vd. tarafından yapılan BM Eski Genel Sekreteri Kurt Waldheim’in 1986 yılında Avusturya Başkanlık kampanyasında nasyonal-sosyalist düşüncelerinin kamusal söylemde açığa çıktığı Yahudi-karşıtı basmakalıp dilsel ifadelerinin analizine dayanmaktadır. Bu araştırma projesiyle birlikte temelleri atılan söylem tarihsel yaklaşımın dört özelliğinden bahseden Ruth Wodak’a göre, bu özellikler sayesinde dilsel analizler tarihle, politikayla, sosyolojiyle, teorik ve metodolojik yaklaşımlarla birleştirilmiştir. Bu özellikler yaklaşımın, disiplinlerarası, toplumsal sorunlara odaklı, araştırma pratiğine ve uygulamaya dayalı ve metodolojik olarak etnografiyi içermesini betimlemektedir. Wodak vd. AB’nin göçmen karşıtı söylemlerini, AB kuruluşlarındaki kimlik politikalarına dayalı karar alma süreçlerini, Avusturya’nın savaş sonrası Romanya karşıtı ulusal kimliğin söylemsel inşasını ve sağ- kanat siyasal söylemleri, AB’nin hafıza politikaları ve Avrupa kimliği üzerine ulusötesi projelerini söylem tarihsel yaklaşımın ilkelerine dayalı olarak analiz etmişlerdir. Bu çalışmaların neticesinde 1996’da Wittgenstein Ödülü’ne layık görülen Ruth Wodak, araştırmalarına Viyana’da kurduğu “Söylem, Politika, Kimlik” Araştırma Merkezi’yle daha kapsamlı şekilde devam etmiştir. Irkçılık ve ayrımcılık

1 Bu çalışmalar, Turgut ve Çakır (2023)’in “Drop Turkey from NATO now”: Construction of Anti-Türkiye Discourse in the U.S. Public Opinion” adlı çalışması, Saf (2023)’in “Höristik Karar Alma Sürecinin Popülizm 2.0’deki Kullanımı: Donald Trump’ın Tweetleri Üzerine Bir Analiz” makalesi, Çetin (2022)’in “Nazi Sinemasında Nefret Söyleminin İnşası: “Der Ewige Jude” Propaganda Filmi Üzerine Bir İnceleme” makalesi, Şen ve Yenigün Altın (2020)’in “Sosyal Medyada Popülist Söylemler: 31 Mart 2019 Yerel Seçim Sürecinde Adayların Twitter Gönderilerinin Analizi” adlı çalışması, Küçükşakarya (2020)’nin “Habertürk ve Yeni Akit Gazetelerinde Yükleme Stratejileri: Söylem tarihsel Yöntem Temelli Bir İnceleme” makalesi, Aşkın (2017)’in “Korku Kültürü Çerçevesinde Medyada Korku Söylemi: Bir Örnek Olarak 31 Ekim 2016 Cumhuriyet Gazetesi Operasyonu” adlı çalışması, Orçin (2023)’in “Milliyetçi Politik Aktörlerin 2023 Tahayyülü: Türkçün Gazetesinde Milliyetçi Söylem” makalesi, Efe (2018)’nin “Critical Discourse Analysis Of Discourses On And Around Coup D’état In Turkish Newspapers” makalesi, Güngör (2020)’ün “Söylem Yaklaşımı Üzerine Bir Kavram Çalışması ve Eleştirel Söylem Analizi” adlı çalışması, Çakmak ve Bilişli (2019)’nin “İdeoloji, Söylem ve İletişim Çalışmalarında Ruth Wodak”, makalesi, Şah (2020)’in “Eleştirel Söylem Analizi: Temel Yaklaşımlar” adlı derleme çalışması, Danış (2021)’in “Gazete Köşe Yazısı Söylemi Kapsamında Yeni Baro Düzenlemesi: Söylem tarihsel Yaklaşım Çerçevesinde Bir Çözümleme” makalesi, Şenel (2017)’in “Biz Büyük Bir Aileyiz”: Türkiye’de Devlet Söyleminde ‘Makbul’ Kadınlık ve Aile” adlı çalışması, Aydın ve Ercan (2022)’in “Gazete Köşe Yazısı Söyleminde Yükleme Stratejileri: Söylem Tarihsel Yaklaşım Çerçevesinde Bir Çözümleme” makalesi ve Danış ve Ercan (2019)’in “Söylem, Söylem Çözümlemesi ve Eleştirel Söylem Çözümlemesi: Tanımları ve Kapsamları” adlı makale çalışması Ruth Wodak, söylem tarihsel yaklaşım ve yaklaşımın analiz metodunun uygulandığı çalışmalar veya derleme çalışmaları olarak ulusal literatüre kazandırılmıştır.

söylemlerinin biçimlerinin benzerliğine vurgu yapan Wodak'a göre, damgalanmış gruplara yapılan ayrımcı söylemlerin içerikleri belirli ortamlara ve dönemlere göre değişebilmektedir (Wodak vd., 2009; Wodak, 2015, s.1).

Söylem tarihsel yaklaşımının Avusturya'nın savaş sonrası Yahudi karşıtlığı üzerine söylemlerinin analiziyle başlayan ilk çalışmadan sonra, yaklaşımı geliştirdiklerini dile getiren Wodak, on temel ilkenin bu yaklaşımı özetlediğini aktarmaktadır:

1. Söylem tarihsel yaklaşım teorii, yöntemi, metodolojii, araştırma pratiği ve uygulamayı sentezleyen disiplinlerarası bir yaklaşımdır.
2. Bu yaklaşım toplumsal sorunlara odaklanmaktadır.
3. Araştırma yürütülen konunun daha açıklayıcı ve anlaşılır olması için çeşitli kuramlar ve yöntemlerin entegrasyonu söz konusu olabilmektedir.
4. Araştırma konusunun bütünsel bir analizi için çalışma içeriden bakışı zorunlu kılan saha çalışmaları ve etnografiyle desteklenmektedir.
5. Araştırma teori ve ampirik veriler arasında dönüşümlü hareket edilmesini gerektirmektedir.
6. Metin ve söylemlerin yorumlanmasında tarihsel bağlam dikkate alınır. Tarihsel bağlam ve yönelim, metin ve söylemlerin zaman içinde metinlerarası ve söylemlerarası bağlantısının kurulmasında yeniden bağlamsallaştırmanın işlevselliğini olanaklı kılmaktadır.
7. Metinlerarası ve söylemlerarası ilişkiler kadar, çeşitli türler ve kamusal alanlar da analiz edilebilmektedir.
8. Analizdeki spesifik araştırma sorunsalına uygun araçlar ve kategoriler seçilerek ve sürekli olarak genişletilerek, araştırma problemi ayrıntılı olarak incelenmelidir.
9. Büyük teoriler araştırmanın temelini kursa da spesifik araştırma konularının analizi için daha orta ölçekli kuramlar daha uygun kuramsal dayanak sunmaktadır.
10. Araştırma sonuçlarının uygulamaya geçirilmesi önemli bir hedeftir. Araştırma sonuçları uzmanlara sunulmalı, uygulamaları sağlanmalı ve kamuoyuna anlatılmalıdır (Wodak, 2015, s.2).

Söylem tarihsel yaklaşım, söylemsel olayları incelerken, toplumsal ve siyasal alanların ard yöresini ve tarihsel kaynaklardan elde edilen bilgileri birleştirmektedir. Söylemsel eylem ve pratiğin artzamanlı değişimini tarihsel boyutuyla ele almaktadır. Söylemin bağlamsal durumunu açıklamak için sosyal teorilerden faydalanılmaktadır. Söylem tarihsel yaklaşım

Frankfurt Okulu eleştirel teorisinin<sup>2</sup> sosyofelsefi temellerinden, Habermas'ın müzakereci demokrasi<sup>3</sup> ve dil felsefesi kavramlarından beslenerek söylemsel olay ve türlere sosyal bir eleştiri geliştirmektedir (Wodak ve Weiss, 2005, s. 124; Reisigl ve Wodak, 2009; Wodak, 2011, s.65). Metin ve söyleme getirilen bu sosyal eleştiri vasıtasıyla metin ve söyleme içkin çelişkilerin, tutarsızlıkların ve ikilemlerin keşfi amaçlanmaktadır. Söylemsel eylem, pratik ya da olayın açık ya da örtük manipölatif/ikna edici karakterinin ortaya çıkarılması için bağlamsal bir keşfe çıkılarak disiplinlerarası bir yorumlama yapılmaktadır. Söylemsel olanın deşifre edilmesi neticesinde geleceğin iletişimsel eylemlerinin cinsiyetçi, ırkçı ve ayrımcı dilden arındırılması ve okullarda, hastanelerde ve benzeri kurumlarda buna yönelik dilsel engellerin aşılmasına yardımcı klavuzların hazırlanması amaçlanmaktadır (Wodak, 2015, s.3). Söylemin dilsel engellerden arındırılarak ifşası iletişimsel eylemi ötekileştirilen azınlıklar ya da göçmenler adına daha adil, eşit ve özgür kılmaktadır.

Söylem tarihsel yaklaşımda ideoloji belirli bir grubun tek taraflı inançlarını, zihinsel temsillerini, bakış açılarını, görüşlerini, tutumlarını ve değerlendirmelerini söylem aracılığıyla kurmakta ve eşit olmayan güç ilişkilerinin sürdürülmesinin aracı olarak hizmet etmektedir. Hegemonik kimlik inşalarıyla kamusal alanı kontrol etmektedir. Söylem tarihsel yaklaşım buradan hareketle söylemdeki ideolojik örüntüleri deşifre ederek, hegemonik kimliğin söylemsel yapılanmasını yapı söküme uğratmaktadır. Hegemonik dil ve kimlik sosyal aktörler arasında güç dengesizliğini yaratmaktadır. Bu asimetrik güç kullanımı fiziksel şiddet ve tehditlerle toplumun disipline edilmesi, otoriteye itaatın-boyun eğmenin sağlanması veya üretim araçları-ilişkilerinin sahipliğiyle sürdürölmektedir. Söylemdeki gücün meşrulaştırılması ise dilsel yapılarla kurulan hegemonik anlatılarla kurulmaktadır. Metin ve söylem ideolojik mücadele alanlarına dönüşmektedir. Söylem tarihsel yaklaşım metinlerdeki ideolojik söylemle toplumsal olanın/kamusal alanın kontrol altına alınma karakteristiğini çözümleyerek, dildeki asimetrik güç inşasını ortaya çıkarmaktadır (Wodak, 2015, s.4; Jorgensen ve Philips, 2002, s.64).

Söylem tarihsel yaklaşım toplumsal sorunları, sözlü, yazılı, görsel metinleri, teorik-ampirik bilgiyi sağlayan bağlam bilgisiyle analiz ederek açıklama çabası içindedir. Bu amaçla, bağlamın dört boyutuna eğilen Reisigl ve Wodak (2009), söylemi, toplumsal eylemin belirli alanlarında konumlanan bağlam temelli göstergesel pratikler dizisi, toplumsalı kuran ve aynı zamanda onun tarafından inşa edilen yapı, makroyapıyla ilişkili bir kavram ve farklı bakış

- 2 Frankfurt Okulu eleştirel teorisi Max Horkheimer'in 1937 tarihli "geleneksel ve eleştirel kuram" makalesine dayanmaktadır. Makale eleştirel teorisin geleneksel teorisin toplumu anlamak ya da açıklamak amacının aksine toplum kritiği ve toplumsal değişimi öncelemektedir. Eleştirel teori tarihsel özgülüğü içerisinde toplumsalın bütününe yönelmelidir. Eleştirel teori, ekonomi, sosyoloji, tarih, siyaset bilimi, antropoloji ve psikoloji dahil olmak üzere başlıca sosyal bilimleri bütöleştirerek toplumsal olanı anlama çabası içinde olmalıdır (Wodak ve Meyer, 2009, s.16).
- 3 Habermas'ın müzakereci demokrasi kavramı toplumu oluşturan bütün farklılıklarının hukukun üstünlüğü ile garanti altına alınan kamusal alanda tartışmaya, eleştiriye ve karar alma süreçlerine özgür ve eşit bir şekilde katılabildikleri güçlü bir sivil toplumu işaret etmektedir. Böyle bir toplumda dil demokratik bir şekilde örgötlenebilecek ve farklı bakış açıları, istekler, çıkarlar, fikirler ve argümanlar kamusal alanda özgürce paylaşılarak çoğulcu toplumlar oluşacaktır (Habermas 1996'dan akt. Reisigl ve Wodak, 2001, s.34).

açılarına sahip çeşitli toplumsal aktörlerin gerçeklik ve normatif geçerlilik iddialarıyla ilgili tartışmalarla bağlantılı sosyal bir durum/olay olarak tanımlamaktadır (s.87). Bu tartışmalar ve farklı gerçeklik ve geçerlilik iddiaları, söylemin sınırlarının sabit olmayıp, çoğul mücadele alanlarını içeren dinamik bir yapı olarak yorumlanması gerekliliğini göstermektedir. Yazılı, sözlü ya da görsel bütün metinler söylemin parçaları olarak işlevselleşmekte ve dilsel eylemin üretimini ve alımlanmasını somutlaştırmaktadır. Dilin toplumsal olarak kullanımının somut nesnelere olarak metinler, türlere ayrılmaktadır. Bu türler, hükümetlerin politika konuşmaları olabileceği gibi uzmanların televizyon tartışmaları veya dil dışı sosyal olaylar veya durumlar olarak çeşitlenebilmektedir. Söylem tarihsel yaklaşım bütün bu dilsel ve dil dışı yapıların değişimini ve metinlerarası ve söylemlerarası ilişkileri sosyopolitik değişkenlerle açıklamaya çalışmaktadır (s.89). Söylemlerarasılık, bir söylemin ya da metnin alt başlıklarla ilişkilendirilerek anlaşılabilirliğini ve yeniden bağlamsallaştırma yoluyla diğer metinler ve türlerle bağlantı noktalarının keşfedilmesiyle açıklanabilecektir (Weiss ve Wodak, 2003, s.15-16).

### Söylem Tarihsel Yaklaşımında Söylemsel Stratejiler

Ruth Wodak (2001)'e göre ırkçılık, ayrımcılık ve dışlama pratiği söylemsel olarak kendisini açığa vurmaktadır. Söylemsel türler aracılığıyla ırkçı fikir ve inançlar sürekli olarak yeniden üretilmektedir. Böylelikle ayrımcı-dışlayıcı pratikler söylemle hazırlanır, yayınlanır ve bu söylemlere meşruiyet kazandırılır. Ötekinin olumsuzlandığı politik söylemler belirli dilsel damgalamaların stratejik kullanımıyla kurulmaktadır. “Sağ-kanat popülist siyasetçilerin retoriğinde açığa çıkan imaları, örtülü nedensellikleri, varsayımları, kinayeleri ve sözdizimsel dilsel çarpıtmaları gizli anlamları barındırmaktadır. İlgili dilbilimsel yapılardaki açık ya da örtük anlamların anlaşılır olması için söylem tarihsel yaklaşım, sistematik nitel analizi dörtlü bağlamsal aşamayla yapmaktadır: Bunlar;

1. Sözcüler, türler, metinler ve söylemler arasındaki metinlerarası ve söylemlerarası ilişkiler,
2. Dil dışı toplumsal değişkenler,
3. Metinlerin ve kurumların tarihi ve arkeolojisi,
4. Belirli bir durumun kendi özgül bağlamının kurumsal/yapılandırılmış çerçeveleridir (Wodak, 2009, s.7; Wodak, 2012; s.529).

Bağlamın bu dörtlü katmanları vasıtasıyla söylemlerin, türlerin ve metinlerin sosyo-politik değişiminin/dönüşümünün keşfedilmesi amaçlanmaktadır. Böylece söylemlerin makro-başlıklarla ilintisi, çoğul yapısı ve tartışmalı/eleştirel içeriği betimlenmiş olmaktadır.

Ruth Wodak “biz” ve “ötekiler” ayrımının kurulmasında olumlu biz temsilleri ve olumsuz ötekiler temsilleri üzerinden söylemsel stratejiler inşa edildiğini belirtir ve söylemsel olarak kurulan beş ayrı söylemsel stratejiden bahseder: adlandırma, yüklemleme, kanıtlama/

uslamlama, çerçeveleme ve yoğunlaştırma/hafifletme stratejileridir.

*Adlandırma/Referans/Aday Gösterme (Referential/Nomination) Stratejileri:* Bu stratejide toplumsal aktörler, olaylar, konular, eylemler ve süreçler grup içi ve grup dışı ayrımların yaratılmasıyla söylemsel ve temsili olarak inşa edilmektedir. Bu inşa çeşitli metafor, metonimi ve mecaz-ı mürsel gibi dilsel kategoriler aracılığıyla kurulmaktadır (Wodak, 2009, s. 8; Wodak, 2015, s.9).

*Anlam Yükleme/Yüklemleme (Predication) Stratejileri:* Bireylerin, grup üyelerinin ya da bir bütün olarak grubun yüklem yoluyla dilbilimsel olarak karakterize edilmesidir. Yüklemleme stratejileri, örtük ya da açık dilbilimsel biçimlerde bulunan olumlu/olumsuz niteliklerin atfedilmesiyle gerçekleşmektedir. Bu stratejiler toplumsal aktörleri pozitif ya da negatif yönde etiketlenmesini amaçlamaktadır. Olumlu/olumsuz özelliklerin değerlendirici nitelikleri yaratılmaktadır. Adlandırma stratejisinden keskin ayrımları yoktur. Adlandırma stratejisinde sosyal aktörlerin söylemsel inşası, yüklemleme stratejilerinde toplumsal aktörlerin söylemsel niteliği kastedilmektedir. Sıfatlar, edatlar, bağlaçlar, stereotipik cümleler kullanılmaktadır. Hatalı inanış/inançlar, yanlış fikirler ve geleneksel/kurumsallaşmış dilsel yapılar meşrulaştırılmaktadır.

*Kanıtlama/Uslamlama (Argumentation) Stratejileri:* Olumlu ve olumsuz atıfların gerekçelendirildiği toposlar kullanılmaktadır. Normatif hakikatlerin/doğruluğun ya da gerçeklik iddialarının sorgulanması veya gerekçelendirilmesi yapılmaktadır. Kişilerin ya da politikaların toplumsal ya da politik olarak dışlanması ya da dahil edilmesinin meşru kılınmasının gerekçeleri sunulmaktadır.

*Bakış Açısı Edindirme/Çerçeveleme (Framing) Stratejileri:* Konuşmacıların söyleme katılımlarını ifade etmelerini sağlayan perspektif, çerçeveleme veya söylem temsiline odaklanılmakta ve ilgili olay veya ifadelerin raporlanması, tanımlanması, anlatımı veya alıntılanması sırasında bakış açılarına bakılmaktadır. Konuşmacının ya da yazarın bakış açısı ve olaylara/durumlara mesafesi ya da konumlanması kastedilmektedir (Wodak, 2009, s.9).

*Yoğunlaştırma/Hafifletme (Intensification/mitigation) Stratejileri:* Her iki strateji de ifadelerin edimsel gücünü yoğunlaştırarak veya azaltarak bir önermenin epistemik statüsünü nitelendirmeyi, olguların olduğundan daha önemli veya önemsiz gösterilmesini sağlamaktadır. Bu stratejiler temsilin önemli bir yönü olabilir çünkü temsiliyeti keskinleştirerek veya yumuşatarak işlemektedir (Wodak, 2009, s.9).

## **Söylem Tarihsel Yaklaşımda Metodoloji**

Söylem tarihsel yaklaşım ilk kez 1986 Avusturya Başkanlık seçimlerinde Kurt Waldheim'ın Yahudi karşıtı stereotiplerle örülü söylemlerini analiz etmek için kullanılmıştır. “Disiplinlerarası bu çalışmada söylem tarihsel yaklaşım Yahudi karşıtı önyargıların dilsel tezahürlerini sosyo-politik ve tarihsel bağlamda analiz etmek için, çeşitli dilsel yaklaşımlar

tarihsel ve sosyolojik araştırmalarla birleştirilmiştir. Analiz edilen veriler hem sözlü hem de yazılı metinlerden oluşmuştur: Waldheim’ın geçmişine ilişkin tarihi uzman raporları, üç Avusturya gazetesi ve New York Times, politikacıların açıklamaları, günlük haber yayınları ve TV haberleri, röportajlar, TV tartışmaları, duruşmalar, belgesel haber dizileri, Almanya’daki tartışmalar, çeşitli kurumsal ortamlar ve Viyana’nın merkezinde Avusturya direnişini anma töreni analize dahil edilmiştir.” (Wodak, 2009, s. 11). Bu şekilde disiplinlerarası ve bağlamsal olarak yapılan bir analiz yaklaşımı olan söylem tarihsel yaklaşım, 1990’larda Romanya göçmenlerine karşı yapılan ırkçı ayrımcılık ve Avusturya’daki ulusal kimlik hakkında geliştirilen söylemleri analiz ederken geliştirilmiş ve detaylandırılmıştır. Bir diğer çalışma, damgalanmış grupların politik ve toplumsal olarak dışlanmalarına sebep olan ulusal benzerlik ve farklılıkların söylemsel inşası üzerinde yapılmıştır. Ulusal kimliğe dahil etme ve ulusal kimlikten dışlama politikaları Avrupa Birliği parlamentolarında sığınmacılık ve göçle ilgili siyasi tartışmalarda ve Avrupa kimliğinin söylemsel inşası Alman, İngiliz ve Fransız politikacılarının konuşmalarında araştırılmıştır. Daha yakın zamanda söylem tarihsel yaklaşım sekiz Avrupa Birliği ülkesinde kurumsal ve yapısal ayrımcılığın araştırıldığı beşinci XENOPHOB Projesi’nde kullanılmıştır. Her bir ülkede sosyo-politik tarihsel geleneklerin dışlama pratikleri üzerinde etkisinin büyük olduğu bulgulanmıştır. Bu araştırmalar sonucunda dışlayıcı uygulamaların belli bir güç asimetrisinde ortaya çıktığı, ayrımcılığın ya da dışlamanın herhangi bir niyetle ya da amaçla yapıldığının inkârı, egemenlerin kendi uygulamalarını haklı ve meşru kabul etmeleri, dışlayıcı eylemlerin genelde dilde kodlandığını ve bunların açık değil, örtük anlamları olduğu açığa çıkarılmıştır. Sığınmacıların, göçmenlerin ya da mültecilerin ulusal ve bölgesel İngiliz gazetelerinde 10 yıllık haberlerde nasıl yer aldığı söylem tarihsel analizle ele alınmış ve sistematik söylem analizinin yeni metodolojileri geliştirilmiştir. Yabancı grupların tarihlerine, amaçlarına veya kötü durumlarına bakılmaksızın bir grup “ötekiler” olarak olumsuz çağrışımlarla temsil edildiği sonucuna varılmıştır (Wodak, 2009, s.11-12). Yaklaşımın metodolojisini kuran bu araştırmalarda tarihin, sosyo-politikanın ve dilbilimin kuram ve yöntemlerinin disiplinlerarası bir nitelikte sentezlendiği anlaşılmaktadır.

Söylem tarihsel yaklaşım üç boyutta işlevseldir ya da üç adımda yürütülmektedir: Belirli bir söyleme özgü belli başlıkların ve içeriklerin saptanması; söylemsel stratejilerin araştırılması ve bu bağlam temelli söylemsel içerik ve stratejilerin dilbilimsel ifadelerinin incelenmesidir (Leeuwen ve Wodak, 1999, s.91). Buradan hareketle, söylem tarihsel yaklaşımda özgül bir söylemin ve ona bağlı metinlerin analizi’nde araştırmada cevabı aranan sorular aşağıdaki gibidir;

1. Kişiler, nesnelere, olgular/olaylar, süreçler ve eylemler nasıl adlandırılmaktadır ve bunların dilbilimsel ifadeleri nelerdir?
2. Toplumsal aktörlere, nesnelere, olgulara, olaylara, süreçlere ve konulara hangi özellikler, nitelikler ve kategoriler atfedilmektedir?
3. Analiz edilen söylemde hangi argümanlar /iddialar /önergeler kullanılmaktadır?



4. Bu adlandırmalar, atıflar ve argümanlar hangi perspektiften/bakış açısından ifade edilmektedir?
5. İlgili ifadeler açıkça ifade edilmiş midir; ifadelerde yoğunlaştırma mı yoksa hafifletme mi söz konusudur, sorularına, söylemler/metinler/türler ve her türlü dil dışı değişkenler vasıtasıyla yanıt aranmaktadır (Reisigl ve Wodak, 2009, ss.93-94).

Bu beş araştırma sorusu söylemsel stratejileri oluşturmaktadır. Söylemsel stratejilerle belirli bir sosyal, psikolojik, politik ve dilbilimsel hedefe ulaşmak için söylemde geliştirilen stereotipik ifadeler, nitelermeler, adlandırmalar, önermeler, bakış açıları, önemli/önemsiz gösterilen olgular araştırılmaktadır. Bir diğer deyişle, Söylem Tarihsel Analizle bu söylemsel stratejiler dilbilimsel yapıların çeşitli düzeylerinde deşifre edilmektedir (Wodak ve Meyer, 2009, s.110).

Bu sorularla genel planlaması yapılan araştırma, sekiz adımla ilerletilmektedir:

1. Daha önce yapılmış olan araştırmaların bulgularının okunarak teorik bilgilerin yeniden gözden geçirilmesi,
2. Araştırma sorusuna bağlı olarak çeşitli söylemlerin, söylemsel olayların, toplumsal alanlar olarak sosyal aktörlerin, göstergebilimsel medyanın ve her türlü metnin odağında verilerin toplanması ve bağlamsal bilginin elde edilmesi,
3. Toplanan veri setlerinin araştırma analizine uygun olarak seçilmesi ve hazırlanması,
4. Literatür taraması ve verilerin ilk olarak gözden geçirilmesinden sonra araştırma sorusunun ve varsayımların özgül hale getirilmesi,
5. Araştırmanın kendine özgü varsayımlarını belirleyebilmek için, ilk varsayımların niteliksel pilot çalışmayla sınanması,
6. Nitel ve nicel veri setlerine dayalı detaylı vaka çalışmaları/analizlerin yapılması,
7. Tarihsel, sosyolojik ve dilbilimsel bağlam bilgisi ve daha önceki bulguların/sonuçların yorumlanmasıyla eleştirinin formüle edilmesi,
8. Araştırma sonuçlarının uygulamaya dönük yapılandırılmasıdır (Wodak ve Meyer, 2009, s.112).

Söylem tarihsel yaklaşım, disiplinlerarası bir yönelimle tarihin, siyasetin, sosyolojinin ve dilbilimin yöntemlerinden ve bağlamsal bilgisinden yararlanır. Tarihsel analizle statik yapının üzerine giderek, söylemsel değişimin artzamanlı yeniden inşası ve açıklanması sağlanır ve ayrıca araştırma sonuçlarının toplumsal yaşamda özgürleştirici ve demokratik amaçlar için uygulanması olanaklı hale getirilir.

## Söylem Tarihsel Yaklaşım ve Analiz Yönteminin Uygulanması

Söylem Tarihsel Yaklaşım söylemleri analiz ederken dilin tarihsel bağlamı içinde politik alanda kullanımının çözümlenmesine odaklanmaktadır. Irkçılık, göçmen karşıtlığı, yabancı düşmanlığı, antisemitizm, cinsiyetçilik vb. konuların söylemde nasıl kurulduğunu/ inşâ edildiğini çoklu söylemler/metinler/türler ve bunların alt başlıklarıyla/temalarıyla metinlerarası ve söylemlerarası ilişkilendirilmesiyle analiz edilmektedir. Örneğin işsizlik konusunda kurulan bir söylem, ekonomik kriz, güvenlik, göçmen-karşıtlığı, yabancı düşmanlığı gibi konularda kurulan diğer söylemlerle söylemlerarası bir ilişki içindedir. Aynı zamanda bu konularda geliştirilen söylemlerin sözü edilen söylemlerarası ilişkisi, medyada uzman konuşmaları, politikacıların söylevleri, haber metinleri, parlamento görüşmeleri vb. farklı metinler/türler üzerinden metinlerarası ya da çoklu metin analiziyle birlikte tarihsel, sosyo-politik bağlam içinde çözümlenebilmektedir. Yaklaşım analiz edilmek istenen bir konuda kurulan söylemlerin, ilgili olduğu diğer konulardaki söylemlerle birlikte düşünülmesi ve bunların farklı metin türlerindeki inşasını tarihsel bağlamda kurgulanışının politik alandaki yansımalarını irdelemektedir (Weiss ve Wodak, 2003, s.15-16).

Analizin uygulanma yöntemi 3 aşamadan oluşmaktadır: 1. Irkçı, antisemitik, milliyetçi veya etnik ayrımcılığa dayalı bir söylemde/metinde içeriğin/başlıkların saptanması, 2.İlgili söylem ve metindeki söylemsel stratejilerin (adlandırma, yükleme, kanıtlanma, bakış açısı edindirme, yoğunlaştırma/hafifsetme stratejileri) araştırılması, 3.Ayrımcı söylemi kuran stereotipik ifadelerin, basmakalıp yarguların, metaforik dilsel/dilbilimsel araçların ve böylelikle “içerme” “dışlama” stratejisinin söylemdeki dilsel söz öbeklerinin bulgulanmasıdır. Kısacası Söylem Tarihsel Yaklaşım, belirli bir konuda kurulan söylemde söylemsel stratejilerin araştırılması ve bu stratejileri oluşturan dilsel araçların ortaya çıkarılmasını tarihsel bağlam ışığında analiz etmektedir. Söylemsel stratejiler, toplumsal aktörlerin “olumlu biz”, “olumsuz öteki” olarak nasıl adlandırıldıklarını, (Adlandırma Stratejisi); örtük ya da açık nitelendirilme/damgalanma biçimlerini (Yükleme Stratejisi); “dışlama pratiğinin, olumlu/olumsuz atf ve nitelermelerin meşruluğunun gerekçelendirilmesini (Kanıtlanma Stratejisi); söylemi kuran kişinin söylemi çerçevelemesi ve toplumsal aktörlere/olaylara mesafesi/konumlanmasını (Bakış açısı, çerçeveleme Stratejisi) ve son olarak söylemdeki olguların olduğundan daha önemli/önemsiz gösterilmesini ve dilsel ifadelerin edimsel gücünün niteliğini (Yoğunlaştırma/hafifsetme Stratejisi) anlatmaktadır (Wodak ve Meyer, 2009, ss. 40-41). Ruth Wodak’ın göçmen-karşıtı söylem araştırmalarında ortaya çıkardığı söylemsel stratejilerin hangi toposlar ve dilsel araçlarla kurulduğu aşağıda sunulmaktadır.

Ruth Wodak grup-içi ve grup-dışı sınırlarının, “olumlu biz” ve “olumsuz ötekiler” temsiliyetinin ve “ikna retorığı”nin söylemdeki haklılaştırma ve meşrulaştırma argümanlarıyla kurulduğunu anlatmaktadır. Wodak’ın söylemsel stratejileri “içerme ve dışlama” pratiğinin bu argümanlarıyla oluşturulmaktadır. Wodak, açık veya çıkarım yapılabilir öncüller olarak “toposları” söylemdeki temel argümanı besleyen/güçlendiren/meşrulaştıran gerekçeler dizisi olarak tanımlamaktadır. Böylelikle söylemdeki merkezi argüman toposlarla

ilişkilendirilmekte ve söylemdeki savlar/önermeler ve sonuçlar doğal ya da haklı bir savunuya dönüştürülmektedir. Ayrımcılık söylemlerinde inandırıcı görünen aldatıcı/yanıltıcı argümanların meşrulaştırılması toposlarla mümkün olmaktadır (Reisigl ve Wodak, 2009, ss.109-110).

Wodak “ötekiler”, özellikle de göçmenler hakkında konuşulurken ya da yazılırken kullanılan toposları pek çok araştırmasından elde ettiği verilerle listelemiştir. Bu araştırmalar seçim kampanyaları, parlamento tartışmaları, göçmenlere yönelik politika raporları/yasalar/yönetmelik gibi resmî belgeler, medya haberleri/raporları vb. dökümanların analiziyle ortaya çıkarılmıştır. Bu toposların “göçmenleri dışlama argümanı”nı haklı çıkarmaya/meşru göstermeye çalışan önermeler olarak kullanıldığı bulgulanmıştır: “Göçmenler topluma yük oluyorlar”, “Tehlikeliler ve tehdit oluşturuyorlar”, “Kültürleri çok farklı (olumsuz niteleme)” şeklindedir. “Bu şekilde göçmenler günah keçisi olarak kurgulanmış; işsizliğe veya genel hoşnutsuzluğa neden olmakla suçlanmış veya Avrupa Kültürünü tehdit eden bir güvenlik sorunu gibi algı yönetimi yapılmıştır.” Benzer şekilde “dışlayıcı söylemde” belirli metaforik ifadeler/benzetmeler kullanılmaktadır: “Göçün doğal bir afete benzetilmesi”, “Göçmenlerin sel veya çığ gibi nitelenmesi” veya “Yasadışı göçün sürüklenme/sürüklenen yığınlar” olarak betimlenmesidir (Wodak, 2009, ss.8-9).

## **Söylem Tarihsel Yaklaşım ve Analiz Yönteminin Uygulanması: Ulusal Literatür Taraması ve Uygulamalar Üzerinden Bir Değerlendirme**

Söylem Tarihsel Yaklaşımın ve bu yaklaşımın analiz yönteminin, kavramsal ve kuramsal açıklamalarının ve uygulanma örneklerinin anlatıldığı bu araştırmada, ulusal literatürde bu yöntemin kullanıldığı makale çalışmaları DergiPark Sistemi üzerinde taranmıştır. Tarama sonucunda analiz yönteminin söylemsel ve işlevsel stratejiler üzerinden uygulandığı 10 araştırma makalesi<sup>4</sup> ve derleme niteliğinde 4 adet çalışma<sup>5</sup> ortaya çıkarılmıştır. Araştırma makalelerinde, Söylem Tarihsel Yaklaşım ve yaklaşımın analiz yöntemi, söylemsel stratejiler veya stratejileri kuran “içerme-dışlama” pratiği ve dolayısıyla “olumlu biz” “olumsuz öteki” temsiline kategoriler/temalar üzerinden çözümlenmesiyle çalışılmıştır. Derleme niteliğindeki çalışmaların sadece biri (Çakmak ve Bilişli, 2019) Ruth Wodak ve Söylem Tarihsel Yaklaşımı konu edinmiş; diğerleri Eleştirel Söylem Analizi içerisinde yaklaşıma yer vermiştir. Bu çalışmalar aşağıda sunulmakta olup; içerikleri, konuları ve analiz yöntemini nasıl uyguladıkları açıklanmaktadır.

Danış (2021) “*Gazete Köşe Yazısı Söylemi Kapsamında Yeni Baro Düzenlemesi: Söylem Tarihsel Yaklaşım Çerçevesinde Bir Çözümleme*” makalesinde, yeni baro düzenlemesi konusunda ideolojik tutumları farklı olarak nitelediği Cumhuriyet ve Sabah Gazeteleri’nde Mustafa Balbay ve Hilal Kaplan’ın köşe yazılarını Söylem Tarihsel Yaklaşımın yüklemleme/

4 Danış (2021), Şen ve Yeniğün Altın (2020), Efe (2018), Çetin (2022), Orçin (2023), Turgut ve Çakır (2023), Şenel (2017), Küçükşakarya (2020), Saf (2023), Aşkın (2017)’dir.

5 Çakmak ve Bilişli (2019), Şah (2023), Güngör (2020), Danış ve Ercan (2019)’dur.

yükleme stratejisini kullanarak analiz etmiştir. Yüklem stratejisi Wodak'ın söylemi analiz ettiği beş stratejiden biridir. Bu strateji “olumlu biz”, “olumsuz ötekiler” ayrımını toplumsal aktörlerin olumlu/olumsuz niteliklerinin etiketlenmesiyle ve stereotipik/kalıpyargısal sıfatların, edatların, yanlış inançların ve meşrulaştırılmış/kurumsallaşmış dilsel ifadelerin söylemi inşasıyla yaratılmaktadır. Çalışma sözü edilen etiketler ve dilsel ifadelerin iki ayrı ideolojiye sahip gazetenin köşe yazılarında toplumsal aktörlere ve toplumsal olgulara nasıl yüklendiğini araştırmıştır (Danış, 2021, ss.1010-1020).

Şen ve Yenigün Altın (2020) “*Sosyal Medyada Popülist Söylemler: 31 Mart 2019 Yerel Seçim Sürecinde Adayların Twitter Gönderilerinin Analizi*” adlı çalışmalarında, Wodak'ın siyasetçilerin sağ popülist söylemlerini analiz etmek için kullandığı kategorileri kullanarak adayların Twitter gönderilerini çözümlenmiştir. Bu kategoriler, yazarların dile getirdiği şekilde aktarılacak olursa; halka hitap etme/seslenme/homojenleştirme, geleneksel ve muhafazakâr değerler, “biz” ve “onlar” inşasıdır. Yazarlar bu kategorilerden yararlanarak seçim sürecindeki popüler söylemlerin söylemsel stratejilerini çözümlenmişlerdir (Şen ve Yenigün Altın, 2020, ss.287-288).

Çakmak ve Bilişli (2019)'nin “*İdeoloji, Söylem ve İletişim Çalışmalarında Ruth Wodak*” adlı çalışma Ruth Wodak'ın eleştirel söylem çalışmaları içinde geliştirdiği Söylem Tarihsel Yaklaşımı ele almış ve Wodak'ın bu yaklaşımla analiz ettiği çalışmalarını aktarmıştır. Yazarlar, “Ruth Wodak'ın, göçler, ırkçılık, antisemitizm ve yabancı düşmanlığı odaklı çalışmalarında söylemleri makro başlıklar ve bunlara bağlı mikro başlıklar altında çoklu metin türlerinden aldığı büyük verilerle ve tarihsel artalanla ilişkilendirerek analiz ettiğini belirtmişlerdir. Wodak'ın popülist siyasetçilerin söylemlerini, ulusal kimliğin yaratılmasını/korunmasını ve Avusturya'nın göçmen karşıtı politikalarını çoklu medya metinleri üzerinden çözümlendiği aktarılmıştır (Çakmak ve Bilişli, 2019, ss. 114-120).

Efe (2018) “*Critical Discourse Analysis Of Discourses On And Around Coup D'état In Turkish Newspapers*” adlı çalışmasında 28 Şubat 1997 MGK Toplantısı ve Adalet ve Kalkınma Partisi'ne 2008'de açılan kapatma davası olmak üzere iki toplumsal olayın dört ulusal gazetede ele alınış biçimlerini Söylem Tarihsel Yaklaşımla analiz etmiştir. Çalışmada söylemsel olayların tarihsel kaynaklarına odaklanılmıştır. Analiz üçlü aşamada gerçekleştirilmiştir: Darbe söylemlerinin başlıkları veya içerikleri, toplumsal olayların temsilinde ve toplumsal aktörlerin tartışmalara katılımında kullanılan söylemsel stratejilerin keşfi ve bu stratejilerin dilbilimsel araçlarının incelenmesidir (Efe, 2018, s.254).

Çetin (2022)'in “*Nazi Sinemasında Nefret Söyleminin İnşası: “Der Ewige Jude” Propaganda Filmi Üzerine Bir İnceleme*” makalesinde “Der Ewige Jude” filmi Söylem Tarihsel Analiz yöntemiyle çözümlenmiştir. Makalede tarihsel artalan ya da tarihsel bağlam Nazi Dönemi antisemitist bakış açısı ve yabancı düşmanlığı olarak belirtilmiştir. Film söylemi Wodak'ın beş söylemsel stratejisi kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırmacı Wodak'ın söylemlerarası ve metinlerarası ilişkileri tarihsel bağlamla birlikte ele aldığı metinler, türler,

söylemler ve eylemleri birbirleriyle ilişkilendirerek analizini yapmıştır. Bu çalışma Wodak'ın eylemler-metinler-söylemler-türler-başlıklar olarak yürüttüğü analiz metodunu uygulamıştır ve eylem alanlarını (kamuyu oluşturma, propaganda, siyasi kontrol-siyasi yönetim, tarihsel-ırksal yaklaşım, dönüşüm ve toplumsal nüfuz, değerler ve yargılar) saptadıktan sonra, her bir eylem alanına ait türleri (antisemitik ifadeler, nefret söylemleri, metaforlar, maskeleye ifadeleri, dini yargılar, nasyonel sosyalist yaklaşım, ırkçı retorik vb.) belirlemiştir; ve son olarak bu türleri belirli söylem başlıkları (Almanya ve antisemitizm, Yahudi tarihi, düşman halk ilanı-ötekileştirme, askeri hareket ve savaşlar, Yahudilere yönelik kararlar gibi) altında ilişkilendirerek analiz etmiştir. Söylem Tarihsel Yaklaşım ve analiz metodu belirli bir bağlamda belli bir konunun konuşulmasını/ön plana çıkarılmasını (toposlar), söylemsel stratejileri ve bu konu ve stratejilerin yaratıldığı dilsel araçları birlikte kullanmaktadır. Metinleri, türleri, söylemleri ve bunlarla ilişkili olan makro/mikro başlıkları tarihsel bağlam bilgisiyle bütüncül olarak ele alarak analiz etmektedir. Bu çalışmada analiz anlatılan analiz metodunun uygulanmasıyla yürütülmüştür (Çetin, 2022, ss.1080-1090).

Şah (2020)'ın "*Eleştirel Söylem Analizi: Temel Yaklaşımlar*" adlı derleme çalışması, Eleştirel Söylem Analizinin temel yaklaşımlarından Norman Fairclough, Teun A. Van Dijk, Ruth Wodak, Ron Scollon ve Siegfried Jager'in yaklaşımlarını açıklamayı hedeflemiştir. Araştırmacı, Ruth Wodak ve Söylem Tarihsel yaklaşımın kamusal kurumlar ve pratikleri ile cinsiyetçilik, ırkçılık, antisemitizm, nefret söylemi ve ayrımcılık söylemlerini toplumsal sorunlar ışığında analiz ettiğini dile getirmiştir. Yazar ayrıca Söylem Tarihsel Yaklaşımda eylem alanları, metinler, türler, söylemler ve makro/mikro başlıkların birbirleriyle ilişkili olarak analiz edilmesini Wodak'ın analiz metodunun söylemlerarası ve metinlerarası niteliğinden kaynaklı olduğunu altını çizmektedir (Şah, 2020, ss.220-222).

Orçin (2023) "*Milliyetçi Politik Aktörlerin 2023 Tahayyülü: Türkgün Gazetesinde Milliyetçi Söylem*" adlı makalesinde Milliyetçi Hareket Partisi'nin politik aktörlerinin "2023 söylemlerindeki" yönelimler ve unsurları söylemsel stratejilerle nasıl kurulduğunu analiz etmiştir. Araştırmacı milliyetçi söylemleri dilsel homojenleştirme ve dışlama pratiğini yaratan içerikler, stratejiler, dilsel araçlar ve kavrayış formları olmak üzere 3 temel başlık ve bu başlıklarla ilişkilendirdiği kategoriler ("ulusal ruh, tarihsel bellek, gelecek yönelimi, ulusal beden") etrafında analiz etmiştir (Orçin, 2023, ss.139-141).

Turgut ve Çakır (2023)'ın "*Drop Turkey from NATO now: Construction of Anti-Türkiye Discourse in the U.S. Public Opinion*" adlı çalışması The New York Times, The Washington Post ve Wall Street Journal gazetelerinde İsveç ve Finlandiya'nın NATO'ya üyeliklerine Türkiye'nin veto kararına karşı Türk karşıtı söylemlerin okuyucu yorumlarının konular, stratejiler ve dilsel pratikler kategorileri çerçevesinde analiz edilmesine dayanmaktadır. Araştırmacılar Wodak'ın beş söylemsel stratejisinden üçünü (Adlandırma, yüklemleme ve kanıtlama) kullanarak gazetenin okuyucu yorumlarında Türkiye karşıtı söylemleri analiz etmişlerdir. Türkiye'nin toplumsal aktör olarak nasıl adlandırıldığı incelenmiş ve 3 kategori açığa çıkmıştır; politik bir ülke olarak Türkiye, Erdoğan'ın imajıyla temsil edilen

Türkiye kimliği ve etnik, dini ve kültürel Türkiye kimliğidir. Söylemsel stratejilerde bu kimlik kategorilerinin nasıl kurgulandığı, olumlu/olumsuz referanslar, sıfatlarla adlandırma ve yükleme stratejilerine; farklılık ve ihanet teması, jeopolitik konum teması ve AK Parti/Erdoğan'ın Türkiye'si temasıyla kanıtlanma stratejisine gösterge oluşturmuştur (Turgut ve Çakır, 2023, ss.24-26).

Şenel (2017) *“Biz Büyük Bir Aileyiz”*: Türkiye’de Devlet Söyleminde ‘Makbul’ Kadınlık ve Aile” adlı çalışmasında Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı ve AK Parti söylemlerinde “kadınlık” ve “aile” temalarını, Wodak’ın tarihsel artalan/bağlam izleğinden hareket ederek analiz etmiştir. Araştırmacı Analizi’nde “Wodak’ın kurucu stratejiler (constructive strategies), muhafaza etme/meşrulaştırma stratejileri (preservative/ justificatory strategies), dönüştürücü stratejiler (transformative strategies) ve yıkıcı stratejiler (destructive strategies) olarak tanımladığı stratejilerle tarihsel bağlam içerisinde cinsiyetçiliği sorgulamıştır. Cinsiyetçi söylemle “kadınlık”ın ve “ailenin” nasıl kurulduğunu, adlandırıldığını ne tür özelliklerle meşrulaştırıldığını ne tür iddialar/önergelerle devam ettirildiğini ve hangi etiketlerle ifade edildiğini çözümlenmiştir. Araştırmacı aynı zamanda dönüştürücü ve yıkıcı stratejilerle söylemin bir mücadele pratiği olduğunu ve Wodak’ın analiz metodunun amacı olan eylem-söylem-pratik birlikteliğini hatırlatmaktadır (Şenel, 2017, ss.37-39).

Küçüksakarya (2020)’nın *“Habertürk ve Yeni Akit Gazetelerinde Yükleme Stratejileri: Söylem Tarihsel Yöntem Temelli Bir İnceleme”* makalesi, “31 Mart 2019 tarihinde gerçekleşen Türkiye yerel seçimlerine ilişkin haberlerin yer aldığı Habertürk ve Yeni Akit gazetelerinde yayınlanan haber metinleri ve köşe yazılarının yükleme stratejisi kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırmacı haber metinlerinde ve köşe yazılarında yüklemelemeleri olumlu-açık ve olumlu-örtük; olumsuz-açık, olumsuz-örtük nitelermeleri çerçevesinde çözümlenmiştir (Küçüksakarya, 2020, ss.49-51).

Güngör (2020)’ün *“Söylem Yaklaşımı Üzerine Bir Kavram Çalışması ve Eleştirel Söylem Analizi”* adlı çalışması, Eleştirel Söylem Analizi’nde Van Dijk, Fairclough, Wodak ve Foucault’nun yaklaşımlarını açıklamakta ve söylem analizi yönteminin ana hatları üzerinde durmaktadır. Çalışma derleme makalesi niteliğinde olup, Wodak’ın analiz metodunu uygulamamıştır. Araştırma Söylem Tarihsel Yaklaşım’da söylemlerin 4 ayrı işlevini anlatan kurucu, meşrulaştırıcı/idame ettirici, dönüştürücü ve yıkıcı stratejilerini açıklamıştır (Güngör, 2020, s.8).

Danış ve Ercan (2019)’ın *“Söylem, Söylem Çözümlemesi ve Eleştirel Söylem Çözümlemesi: Tanımları ve Kapsamları”* adlı makale çalışması, söylem, söylem analizi ve eleştirel söylem analizini açıklama amacı taşıyan derleme niteliğinde bir araştırmadır. Eleştirel Söylem Çözümlemesi yaklaşımlarını ve teorisyenlerini (Halliday’ın Dizgeci-İşlevsel Dilbilgisi, Fairclough’un Eytışimsel İlişkisel Yaklaşımı, Wodak’ın Söylem Tarihsel Yaklaşımı ve Van Dijk’in Söylem Bilişsel Yaklaşımı) ele alan çalışmada, Wodak’ın söylem Analizi’nde kullandığı konular, söylemsel stratejiler ve dilsel araçlar açıklanmıştır (Danış ve Ercan, 2019, ss.545-546).

Saf (2023)'ın “*Höristik Karar Alma Sürecinin Popülizm 2.0'daki Kullanımı: Donald Trump'ın Tweetleri Üzerine Bir Analiz*” makalesi, Wodak'ın söylem analiz metodunun “dışlama” ve “içerme” stratejisi baz alınarak oluşturulan belirli kategoriler/temalar/alt başlıklar altında çözümlenmiştir: “*Kurgulara odaklanma, dış güçler tarafından tehdit edilme, vatanın korunması, geleneksel değerlerin ve ahlâkın muhafaza edilmesi, basit çözümler üreten ve kurtarıcı rolü oynayan lider.*” Bu çözümlenme yapıldıktan sonra söylemsel stratejiler analiz edilerek, “olumlu biz”; “olumsuz öteki” inşasının nasıl kurgulandığı “*suçun başkasına atılması, tarihsel ve lider odaklı söylem, ötekilerin düşmanlaştırılması ve provokasyon*” alt başlıklarıyla ortaya çıkarılmıştır (Saf, 2023, s.77).

Aşkın (2017) “*Korku Kültürü Çerçevesinde Medyada Korku Söylemi: Bir Örnek Olarak 31 Ekim 2016 Cumhuriyet Gazetesi Operasyonu*” adlı çalışmasında korku söyleminin inşasını Sabah, Takvim, Yeni Şafak, Star, Türkiye, Yeni Akit, Akşam, Güneş, Milliyet, Vatan, Habertürk, Yeni Asya, Yeni Birlik (iktidar yanlısı olarak seçildiği belirtilmiştir); ve yarı muhalif olarak araştırmada nitelendirilen Hürriyet gazetelerinin ilk sayfasında 1 Kasım 2016'da çıkan haberlerin analizi ile çözümlenmiştir. Araştırmacı Söylem Tarihsel Yaklaşımı söylem analizi yöntemi olarak tercih etme nedenini, yaklaşımın söylemi çözümlerken dilbilimsel boyutu aşması ve “tarihsel, siyasal, toplumsal ve psikolojik boyutları analize dâhil etmesi” olarak belirtmiştir. Çünkü araştırmacı “*Cumhuriyet Gazetesi Operasyonu*”nu korku kültürünün politik alanın bir yansıması olarak nitelendirmiştir. Araştırma siyasal söylem stratejilerinin nasıl kurulduğunu sorgulamış ve Wodak'ın söylemsel stratejileriyle gazetelerin birinci sayfaları analiz edilmiştir. Böylelikle korku söyleminin medya dolayımıyla inşası, söylemsel stratejilerin nasıl kurulduğu ve stratejileri kuran dilsel araçlar bulgulanmıştır (Aşkın, 2017, ss.121-123).

## Değerlendirme ve Sonuç

Söylem analizinin eleştirel söylem çalışmaları içerisinde yer almasını sağlayan ve analize “eleştirel” niteliğini kazandıran Teun Van Dijk, Norman Fairclough, Ruth Wodak, Theo Van Leeuwen, Gunther Kress, Siegfried Jager ve Florentine Maier kendi yaklaşımlarını geliştirmişler fakat sözü edilen isimlerin analizlerinde ortaklaşan kavramlar ideoloji, güç, bağlam, metin, sosyal gerçeklik ve toplumsal sorunlar/eylemler olmuştur. Ayrımcılığa, ırkçılığa ve her türden dışlama pratiğine karşı özgürlüğün ve demokratik dilin yaratılması amacıyla eleştirel bakış açısıyla metinleri/söylemleri bütünsel okumak ve değerlendirmek sözü edilen kuramcıların ortaklaştıkları ana hedefdir. Bu nedenle söylem analizlerini, Eleştirel Söylem Analizi içerisinde konumlandırmışlardır.

Eleştirel Söylem Analizi'nde Ruth Wodak, dili ve dil-dışı değişkenleri analiz etmek için tarihsel ve sosyo-politik bağlamı dilbilimsel yöntemle sentezlediği ‘Söylem Tarihsel Yaklaşımı’ geliştirmiştir. Bu yaklaşım söylemsel pratiklerin farklı metinlerde değişimini art zamanlı olarak incelemektedir. Wodak, her bir metnin ve söylemin metinlerarası ve söylemlerarası niteliğiyle her dönemde yenidenbağlamsallaştırmayla tekrar tekrar inşa

edildiğini anlatmaktadır. Metinler ve söylemler makro ve mikro başlıklarla/türlerle birbirine bağlı şekilde tarihsel ve sosyo-politik bağlam hesaba katılarak analiz edilmektedir.

Söylemin parçaları/bileşenleri olarak yazılı, görsel ya da konuşmaya dayalı metinlerde Söylem Tarihsel Yaklaşımın yanıtlamayı hedeflediği sorular, söylemsel stratejileri işaret etmektedir. Sosyal aktörlerin, toplumsal sorun/olay/olgu/konuların, süreçlerin ve “olumsuz öteki” olarak sunulan damgalanmış grupların nasıl adlandırıldıkları (adlandırma stratejisi); hangi olumlu/olumsuz niteliklerin bu gruplara atfedildiği (yükleme stratejisi); bu gruplara, konulara, aktörlere ve olaylara yaklaşırken kurulan iddia, varsayım ya da önermelerin ne şekilde meşru kılındığı (kanıtlama/uslamlama stratejisi); söylemi kuran aktörün bakış açısı ve söylemde dışlanan gruplara mesafesi/konumlanması (bakış açısı edindirme/çerçeveleme stratejisi) ve dilsel ya da dil-dışı göstergelerdeki örtük ya da açık ifadelerin yoğunlaştırılma/hafifletme biçimlerinin neler olduğu (yoğunlaştırma/hafifletme stratejisi) söylemde çözümlenen söylemsel stratejilerdir. Bu stratejiler söylemde dilsel araçlarla (metaforik ifadeler, stereotipik yargılar, benzetmeler, basmakalıp sözler vb.) kurulmaktadır. Dilsel araçlar söylemin “içerme ve dışlama pratiğini” ve “olumlu biz” “olumsuz öteki” temsiliyetini oluşturmaktadır. Söylemsel stratejilerin ve dilsel araçların belirli bir konuda tarihsel/politik analizinin nasıl uyguladığı hem Wodak’ın göçmen-karşıtı çalışmaları hem de ulusal literatürden örnek çalışmalarla açıklanarak değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme dilin anti-demokratik niteliğini, eşit ve adil olmayan söylemin ideolojik örüntüsünü ve belirli toplumsal gruplara karşı nasıl ırkçı, ayrımcı ve dışlayıcı bir baskı aygıtına dönüştüğünü göstermek açısından önem arz etmekte olup; dilin eşit ve adil kullanımının örgütlenmesi için Söylem Tarihsel Yaklaşımın ve analiz yönteminin kullanımı yaygınlaştırılmalıdır. Bu çalışmanın, ulusal literatürde yaklaşımı anlatan ya da yaklaşımın analiz yöntemini uygulayan makale çalışmalarına odaklanması sınırlılığını göstermektedir. Bu nedenle ulusal tezlerde yaklaşımın nasıl uygulandığının araştırılması ulusal literatüre katkı sunacaktır.

---

**Hakem Değerlendirmesi:** Dış bağımsız.

**Çıkar Çatışması:** Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.

**Finansal Destek:** Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

**Peer-review:** Externally peer-reviewed.

**Conflict of Interest:** The author has no conflict of interest to declare.

**Grant Support:** The author declared that this study has received no grant support.

---

## Kaynakça/References

- Aşkın, A. C. (2017). Korku Kültürü Çerçevesinde Medyada Korku Söylemi: Bir Örnek Olarak 31 Ekim 2016 Cumhuriyet Gazetesi Operasyonu. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi* (27), 109-134. <https://doi.org/10.16878/gsuilet.373244>
- Aydın, D., & Ercan, G. S. (2022). Gazete Köşe Yazısı Söyleminde Yükleme Stratejileri: Söylem Tarihsel Yaklaşım Çerçevesinde Bir Çözümleme. *Dilbilim Araştırmaları Dergisi*, 33(2), 305-330. <https://doi.org/10.16878/gsuilet.373244>



- org/10.18492/dad.1165818
- Çakmak, F., & Bilişli, Y. (2019). İdeoloji, Söylem ve İletişim Çalışmalarında Ruth Wodak. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(2), 99-124. <https://doi.org/10.18037/ausbd.566784>
- Çetin, N. S. (2022). Nazi Sinemasında Nefret Söyleminin İnşası: “Der Ewige Jude” Propaganda Filmi Üzerine Bir İnceleme. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 10(2), 1068-1096. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.1103947>
- Çetin, N. S. (2022). Nazi Sinemasında Nefret Söyleminin İnşası: “Der Ewige Jude” Propaganda Filmi Üzerine Bir İnceleme. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 10(2), 1068-1096. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.1103947>
- Danış, P. (2021). Gazete Köşe Yazısı Söylemi Kapsamında Yeni Baro Düzenlemesi: Söylem tarihsel Yaklaşım Çerçevesinde Bir Çözümleme. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(3), 1001-1023. <https://doi.org/10.16953/deusosbil.770572>
- Ercan, G. S., & Danış, P. (2019). Söylem, Söylem Çözümlemesi ve Eleştirel Söylem Çözümlemesi: Tanımları ve Kapsamları. *Dokuz Eylül Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 6(2), 527-552.
- Güngör, B. (2020). Söylem Yaklaşımı Üzerine Bir Kavram Çalışması ve Eleştirel Söylem Analizi. *Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi*, 2(2), 1-11.
- İnceoğlu, Y., Özçetin, B., Gökmen Tol, M., Alkurt, S. V. (2014). Health and Its Discontents: Health Opinion Leaders' Social Media Discourses and Medicalization of Health. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi* (21), 103-127. <https://doi.org/10.16878/gsuilet.96677>.
- Jorgensen, M. & Phillips, L. (2002). *Discourse analysis as theory and method*. London: Sage.
- Kılınc, Ö., & Arıcı, A. (2020). Yıllık Raporlarda Kurumsal Anlatı: Kurum Yöneticilerinin Mektuplarına Yönelik Bir Söylem Analizi. *Ankara Üniversitesi İlef Dergisi*, 7(1), 167-194. <https://doi.org/10.24955/ilef.736324>
- Küçükşakarya, E. (2020). Habertürk ve Yeni Akit Gazetelerinde Yükleme Stratejileri: Söylem tarihsel Yöntem Temelli Bir İnceleme. *Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi*, 2(2), 45-54.
- Orçin, G. (2023). Milliyetçi Politik Aktörlerin 2023 Tahayyülü: Türkçün Gazetesinde Milliyetçi Söylem. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* (65), 135-154. <https://doi.org/10.47998/ikad.1324218>
- Reisigl, M., & Wodak, R. (2001). *Discourse and discrimination: Rhetorics of racism and antisemitism*. London: Routledge.
- Reisigl, M., & Wodak, R. (2009). The discourse-historical approach, in R. Wodak & M. Meyer (Eds.), *Methods of critical discourse analysis* (2nd ed., pp. 87-121). London: Sage.
- Saf, H. H. (2023). Hüristik Karar Alma Sürecinin Popülizm 2.0'daki Kullanımı: Donald Trump'ın Tweetleri Üzerine Bir Analiz. *Aksaray İletişim Dergisi*, 5(2), 66-84. <https://doi.org/10.47771/aid.1263707>.
- Şah, U. (2020). Eleştirel Söylem Analizi: Temel Yaklaşımlar. *Kültür Araştırmaları Dergisi* (7), 210-231. <https://doi.org/10.46250/kulturder.819362>
- Şen, A. F., & Yenigün Altın, Ş. (2020). Sosyal Medyada Popülist Söylemler: 31 Mart 2019 Yerel Seçim Sürecinde Adayların Twitter Gönderilerinin Analizi. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi* (35), 281-310. <https://doi.org/10.17829/turcom.749210>
- Şenel, B. (2017). “Biz Büyük Bir Aileyiz”: Türkiye’de Devlet Söyleminde ‘Makbul’ Kadınlık ve Aile. *Mülkiye Dergisi*, 41(2), 31-70.
- Turgut, H., & Çakır, A. (2023). “Drop Turkey from NATO now”: Construction of Anti-Türkiye Discourse in the U.S. Public Opinion. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi* (10), 20-48. <https://doi.org/10.56676/kiad.1252485>

- Van Leeuwen, T., & Wodak, R. (1999). Legitimizing immigration control: A discourse-historical analysis. *Discourse studies*, 1(1), 83-118.
- Weiss, G. & Wodak, R. (2003). *Critical Discourse Analysis-Theory and Interdisciplinarity*. Hampshire: Palgrave.
- Wodak R. & Weiss G. (2005). Analyzing European Union discourses: Theories and applications in Wodak, R., & Chilton, P. (Eds.). *A new agenda in (critical) discourse analysis: theory, methodology and interdisciplinarity*. (pp.121-137). Amsterdam:John Benjamins Publishing.
- Wodak, R. (2009). The semiotics of racism: A critical discourse-historical analysis. *Discourse, of course: An overview of research in discourse studies*, 311-326.
- Wodak, R. (2011). *The discourse of politics in action: Politics as usual (2nd ed.)*. Basingstoke, UK: Palgrave.
- Wodak, R. (2012). Politics as usual: investigating political discourse in action, in Handford, M., & Gee, J. P. (Eds.). *The Routledge handbook of discourse analysis*. (pp. 525-540), London: Routledge.
- Wodak, R. (2015). Critical discourse analysis, discourse-historical approach. *The international encyclopedia of language and social interaction*, 1-14. DOI: 10.1002/9781118611463/wbielsi116.
- Wodak, R., & Meyer, M. (Eds.). (2009). *Methods of critical discourse analysis*., London: Sage.
- Wodak, R., de Cillia, R., Reisigl, M., & Liebhart, K. (2009). *The discursive construction of national identity* (2nd ed.). Edinburgh, UK: Edinburgh University Press.

# Teknoloji Kültürü ve Dijital Minimalizm: Z Kuşağı Üzerine Analiz

## Technology Culture and Digital Minimalism: An Analysis of Generation Z

Esra Şahin<sup>1</sup>, Oya Morva<sup>2</sup>



"Bu makale "TEKNOLOJİ KÜLTÜRÜ VE DİJİTAL MİNİMALİZM: Z KUŞAĞI ÜZERİNE ANALİZ" isimli yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

<sup>1</sup>İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, Türkiye

<sup>2</sup>İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İstanbul, Türkiye

ORCID: E.Ş. 0009-0004-7250-9487;  
O.M. 0000-0003-3788-9053

**Sorumlu yazar/Corresponding author:**

Esra Şahin,  
İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,  
İstanbul, Türkiye  
E-mail: esrasaahn98@gmail.com

**Başvuru/Submitted:** 09.03.2024

**Revizyon Talebi/Revision Requested:** 15.03.2024

**Son Revizyon/Last Revision Received:** 29.03.2024

**Kabul/Accepted:** 15.04.2024

**Atıf/Citation:** Şahin, E., Morva, O. (2024).

Technology culture and digital minimalism: an analysis of generation Z. *4. Boyut Journal of Media and Cultural Studies - 4. Boyut Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 24, 21–42.  
<https://doi.org/10.26650/4boyut.2024.1449758>

### ÖZ

Kültürü belirli bir yaşam biçimi olarak tanımladığımızda, kullanılan teknoloji, ait olduğu dönemin kültürü üzerinde her zaman doğrudan bir etkiye sahip olmuştur. Ancak tarihin hiçbir döneminde teknoloji, kültüre, günümüzde olduğu kadar entegre olmamıştır. Bugün dijital teknoloji, kapsamı ve yaygınlığı ile sıradan bir insanın gündelik hayat rutinindeki tüm pratiklerde asli unsurdur. Öyle ki, toplumsal hayatta var olabilmenin yolu çeşitli dijital teknolojileri kullanma becerilerine hakimiyetten geçer. Aktüel teknolojinin kullanımını her düzeyde talep ve teşvik eden böylesi bir toplumsal yapı, onu kullanmayı neredeyse kaçınılmaz kılmaktadır. Öte yandan, teknolojinin bu kuşatıcılığı karşısında alternatif kullanım biçimlerinin varlığından da söz etmek gerekir. Bu çalışma, sözü edilen alternatif kullanımlardan "dijital minimalizme" odaklanarak, Türkiye'de Z Kuşağına mensup bireylerin hangi nedenlerle dijital minimalizme yöneldikleri ve dijital teknolojiyi nasıl kullandıkları sorularına yanıt aramaktadır. Bu doğrultuda, kendini dijital minimalist olarak tanımlayan 20 kişi (10 kadın ve 10 erkek) ile derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiş, elde edilen veriler niteliksel içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda dijital minimalizmin, teknolojinin var olan yaygın kullanım biçimine alternatif olarak değerlendirilip benimsendiği gözlemlenmiştir. Kullanıcıların otokontrol mekanizmalarını da devreye sokarak, teknoloji kullanımlarını farklılaştırdıkları ve sınırladıkları bulgulanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Dijital minimalizm, Dijital kültür, Teknoloji kültürü, Dijital çağ, Z kuşağı

### ABSTRACT

When defining culture as a particular way of life, the technology used has always directly impacted the way of life of the period to which it belongs. Technology has never been as integrated into culture as it is today. Digital technology, with its scope and pervasiveness, is an essential element in all practices in the daily life routine of an ordinary person. The way to exist in social life today depends on mastering the skills for using various digital technologies. The existence of such a social structure that demands and encourages the use of current technology at all levels creates a consciousness that suggests its use to be inevitable. On the other hand, the existence of alternative forms of use in the face of this encompassing nature of technology also needs to be mentioned. This study discusses the concept of digital minimalism, which is considered an alternative form of technology use, and addresses the questions of the reasons why individuals belonging to Generation Z in Türkiye turn to digital minimalism and how they use digital technology within this framework. In line with this, the study conducts in-depth interviews with 20 people (10 males, 10 females)

who identify themselves as digital minimalists and analyzes the obtained data using the qualitative content analysis method. As a result, the research observes digital minimalism to have been evaluated and adopted as an alternative to the existing widespread use of technology and found it to include such practices as operating a self-control mechanism regarding the duration and intensity of technology usage, using purpose-oriented platforms, and developing different usage forms regarding the relevant technology or applications' characteristics.

**Keywords:** digital minimalism, digital culture, technology culture, digital age, Generation Z

## Extended Abstract

Throughout human history, technology has always been at the center of life, with the ability to make tools as one of the defining characteristics of being human. These tools give direction to the technology of each period. The techniques used and the technologies created also shape the culture of the current era. All these areas, such as the economy, social life, and politics, have been transformed by digital technology. At this point, how much digital technologies surround human life has become clear. Using digital technologies means being involved in life. With the inclusion of information-communication technologies (ICTs) and the Internet in social life, to call the current period the digital age would not be wrong. As digital technologies have developed, the importance of these technologies in human life has progressed to the same extent. The technical developments in the current age, in which people and objects continue their lives in a networked manner, have led to radical changes in lifestyles. The concepts of the digital age and network society refer to a structure in which individuals are constantly interacting through digital technologies and networks. In addition to those who approach this besieged technological society from a positive perspective, critical perspectives also manifest themselves in daily life practices.

Integrating digital technologies without questioning their impact has becoming increasingly common. The prevalent perception among society can be asserted to be that individuals who limit the usage of smartphones and social media operate outside conventional norms. The majority of society has rapidly adapted to the digital world and incorporated these technologies and social media into every aspect of their lives. This overuse brings with it various physical and psychological disorders. In contemporary times where digital technology has become ubiquitous and all-pervasive, certain individuals voluntarily opt to limit their exposure to it in a bid to exercise greater discretion regarding the use of technology. The concept of digital minimalism is used precisely for this situation. Digital minimalism is a philosophy of technology use that guides individuals to make their use of digital technologies and social media more conscious in their own way (Newport, 2022) and is aimed at people who are in a state of constant stimulation from notifications to reduce the stimuli by adopting this lifestyle and to optimize their attention and time by limiting the viewing of unnecessary content on social media.

Based on what has been said, this study focuses on digital minimalism as an alternative way of using digital technology. The study aims to explain why and how individuals

voluntarily limit their use of digital technology. In line with this, the qualitative research has been designed based on the two following research questions:

1. How do digital minimalists belonging to Generation Z use digital technologies?
2. Why have these people turned to digital minimalism?

The research uses the in-depth interview method as its data collection method. Within the scope of the research, the study has conducted semi-structured interviews with participants consisting of 10 women and 10 men between the ages of 18-28, with the study's sample comprised of individuals belonging to Generation Z. Exploring the inclination toward digital minimalism among individuals in Türkiye who were born into the Internet era and have grown up solely in the digital age is considered significant as part of the study. The study seeks answers to these questions through the interviews and, in line with the research questions, has created various codes and categories from the given answers for the qualitative content analysis, which is used to evaluate the data obtained as a result of the in-depth interviews. As a result of the research, the study has learned that some participants do not use social media at all, while others limit their use in their own ways. The results also reveal the reasons that have pushed Generation Z individuals to become digital minimalists to be the artificiality of social media, uninteresting content, and the desire to improve their time management, privacy, and confidentiality.

## Giriş

Teknoloji, insanın fiziksel kapasitesini artırmaya yönelik araçlar olarak tanımlandığında (Tiles ve Oberdiek, 1995), onun insana tarihi boyunca eşlik ettiğini söylemek yanlış olmaz. Alet yapabilme becerisi insan olmanın belirleyici özelliklerindedir. Nitekim insanoğlu Homo sapiens (bilge insan) olmaktan çok Homo faber (alet yapan insan) olarak tasarlanmıştır ve Arendt (2006) de ünlü çalışmasında Homo faber olarak sahip olduğu bu üretme kabiliyetinin insana ilksel kimliğini verdiğini söyler. Denebilir ki insanlık tarihinde teknoloji hep belirleyici olmuştur, hatta her çağı kendine özgü teknolojisi ile sınıflamak olanaklıdır. Zaten tarihsel dönemlerin – Taş Çağı, Demir Çağı, Bronz Çağı vs.-, kullanılan teknolojiye atıfla adlandırılıp etiketlendiği bilinir. İçinde yaşadığımız dönemi de aynı deterministik bakış açısıyla ve baskın teknolojisine atıfla, Dijital Çağ olarak nitelemek oldukça yaygın bir tutumdur.

Teknoloji, insanlık tarihinin başlangıcından itibaren, insanla birlikte var olmuş olsa da uygarlığın hâkim özelliği konumuna erişmesi günümüzde gerçekleşmiştir. Feenberg (1999), teknolojinin, gündelik yaşamın ortamı (medium) haline geldiğini ve modern toplum yapısının merkezine yerleştiğini söyler: “Teknoloji, modernitenin maddi çerçevesidir” (Feenberg, 1999). Gerçekten de modern teknoloji –özellikle dijital teknoloji- menzili yani kullanım alanı ve yaygınlığı, üretilme ve benimsenme hızı, kişilerin gündelik pratiklerine dahil olma ve onları yönlendirmedeki kapsayıcılığı ile tarihin hiçbir döneminde olmadığı kadar önemli bir konumdadır. Hatta Latour (2021), sosyalin sosyolojisini eleştirdiği çalışmasında, günümüz toplumsallığını açıklamada sadece insanı merkez almanın yetersizliğinden söz eder, canlı olmayan varlıkları da dahil ettiği sosyo-teknik bir analizin gerekliliğinin altını çizer (Latour, 2021). Van der Laan’ın ifadesiyle (2016:14) “biz artık başka hiçbir şeyin teknoloji kadar önemli olmadığı teknosentrik bir toplum ve kültürüz”. Öyle ki bugün teknoloji, Borgman’ın (1984) erken bir tarihte dile getirdiği gibi, sadece insani pratiklerin niteliğini belirleyen şey değildir; organizasyonları, kurumları, gündelik uygulamaları/performansları, uygarlığın yapısını ve hatta kültür ile doğanın nasıl düzenlenip erişilebilir olacağını yollarını da şekillendirir. Bu kapsayıcılık düşünüldüğünde, “içinde yaşanan çevrenin kendisi artık teknolojidir” (Van der Laan, 2016).

Modern toplum, bilim ve teknolojiye –ki teknolojinin bilim ile ilişkilendirilmesi de modern döneme özgü bir özelliktir- olan borcunu, uzun bir süre boyunca bu alanı ilerleme ile ilişkilendirip, bunu onayan bakış açısı, söylem ve pratiklerle destekleyerek ödedi. Teknolojinin modern bir “mesele” olarak, çeşitli yönleri ve etkileri ile eleştirel bir perspektiften ele alınması ise ancak 20.Yüzyıl’ın ikinci yarısında, iki büyük savaş sonrasında olanaklı oldu. (Bu dönemdeki önemli çalışmalar için bkz. Heidegger, 1998; Mumford, 1934; Ellul, 2013; Adorno&Horkheimer, 2010; Marcuse, 1968 vb.). Bugün bu iki tutum, yani teknolojiyi ilerlemeci paradigma ile ilişkilendirip onayan yaklaşımla, teknolojinin özellikle günümüzdeki kuşatıcılığına ilişkin eleştirel tavır gerek akademik söylemde gerekse kamusal alan ve gündelik pratiklerde varlığını sürdürüyor.

Dijital teknoloji özelinde ele alırsak; günümüzde mekân sınırlarının aşılacak iletişimin hızlanması, enformasyona erişimin kolaylaşması, yeni türden iş örgütlenmelerinin ortaya çıkışı, etkileşim olanağının iletişim ortamını demokratikleştirmesi gibi argümanlara, gözetim ve denetimin yaygınlaşması, dijital emek ve onunla ilişkili prekarite, enformasyon kirliliği ve algı manipülasyonu, medya tüketim alışkanlıklarının biçim değiştirmesi ve serbest zamanın yeni iletişim teknolojilerince istila edilmesi gibi karşı argümanlar eşlik etmekte. Bu argümanların, dijital teknoloji kullanım pratiklerini de etkilediğini, özellikle karşı argümanlar temelli alternatif kullanım biçimleri üretilmesine aracılık ettiğini söylemek olanaklıdır. Söylenenlerden hareketle elinizdeki bu çalışma, dijital teknolojinin alternatif kullanıma biçimlerinden biri olan *dijital minimize* odaklanmaktadır. Bireylerin dijital teknoloji kullanımlarını kendi iradeleriyle hangi gerekçelerle sınırlandırdıklarını ve bunu yapma biçimlerini açıklamayı hedeflemektedir.

## 1. Teknolojiye İlişkin Kavramsal ve Analitik Çerçeve

Etimolojik olarak “techne” ve “logos” sözcüklerinin birleşiminden oluşan teknoloji kavramının kökeni, Antik Yunan’a dayanır. “Logos” sözcüğü anlamlandırma, mantığa büründürme anlamlarına gelmektedir (Ural, 2015:137). “Techne” ya da teknik ise özünde iki anlamlıdır: İlk olarak, bir nesnenin üretilmesi veya bir amaca ulaşılması için gerekli olan ilkelerin bilgisi anlamını taşır. İkinci olarak ise elde edilen bu bilgiler ışığında üretilecek nesne veya ulaşılabilecek amaç için başvurulan yöntem, beceri ve el yatkınlıklarının tümü olarak tanımlanır (Özlem, 2002:2). Anlaşılabilecek üzere sözcüğün her iki anlamı da insanın homo faber (alet yapan insan) olma özelliğine atıfta bulunmaktadır. Dolayısıyla teknoloji, geleneksel ve dar anlamı ile insanın doğada var olan nesnelere kullanarak bir amaca yönelik yeni bir ürün ortaya çıkarması olarak ele alınabilir.

Oysa bugün teknoloji kavramını açıklamak, onu daha kapsamlı bir biçimde ele almayı gerektirir. İkinci Dünya Savaşı sonrası (1954 yılında) teknoloji üzerine yazılmış önemli metinlerden birini ortaya koyan tartışmalı isim Heidegger (1998), “Teknoloji nedir?” sorusunu “Teknolojinin özü nedir?” olarak değiştirerek sormaktan yanadır. Çünkü ilk soruya verilecek olan cevap tekniğin bir araç ve insan etkinliği olduğuna ilişkin bir vurgu yapacaktır, bu tanım modern teknik için doğru olsa da ona içkin hakikati ortaya koymaz, Heidegger’in (1998) ifadesi ile “gizini açmaz”. O’na göre insan teknik bilgiyi, logos (dikkatlice düşünüp taşınmak) ve pösis (üretme) olmadan hakikate ulaşmak için kullanamaz. Buradan anlaşılacağı üzere Antik Yunan’da bahsedilen teknik kavramı, modern anlamdaki teknolojiyi tanımlamakta eksik kalmaktadır. Modern bilim ve teknoloji, Greklerdeki tekniğin aksine, doğa ile bir ilişki kurmaz. Modern teknik, doğaya sökülmeyecek ve depolanabilecek enerji talebini dayatan, makul olmayan bir meydan okumadır. Bu meydan okuyuş hem doğayı hem de insanı bir hammadde olarak görür ve Heidegger’e göre teknolojinin özü tam da bu çerçevedir (gestell) (Heidegger, 1998:54). Heidegger’in söyledikleri teknoloji kavramının kapsamını ve konatasyonunu genişletme çabası olarak önemlidir.

Yine Heidegger’le aynı dönemdeki çalışması –ki Ellul’ün Teknoloji Toplumu, Heidegger’in yukarıda alıntılanan “Tekniğe İlişkin Soruşturma” metni ile aynı yıl, 1954’te

yayımlanır- üzerinden teknoloji kuramına yaptığı önemli katkı ile bilinen Ellul (2013:13), teknolojiyi toplumu harekete geçiren güç olarak tanımlar. O'na göre (2013) teknik, makineyle birlikte başlamıştır fakat kavramı sadece makine üzerinden kurmak indirgemeci bir yaklaşım olacaktır. Ellul (2013), tekniğin/teknolojinin makine boyutu dahil olmak üzere organizasyon (devlet ve ekonomi örneklerinde görüldüğü üzere), kültür ve toplum alanlarını da kapsayan daha geniş bir anlamı olduğunu altını çizer. Yani modern dönemde teknoloji diye adlandırdığımız şey artık makinenin kendisinden öte, içinde yaşadığımız sosyo-politik ve kültürel çevreyi tanımlamaktadır.

Adorno ve Horkheimer'in (2010) yukarıda sözü edilen her iki metinden de önce (1947 yılında) yayımladıkları "Aydınlanmanın Diyalektiği"ndeki kültür endüstrisi eleştirisi de teknoloji kavramının makinenin kendisine işaret etmekten fazlası olduğunu altını çizer. Aynı ekolün düşünürlerinden ve Heidegger'in de öğrencisi olmuş olan Marcuse, "Tek Boyutlu İnsan" (1968) kitabında egemenliğin ya da iktidarın örgütsel prensibi haline gelmiş olan modern bilimsel rasyonalite ya da teknolojik akıl eleştirisi yapar. Marcuse'ye göre (1968), insandaki eleştirel boyut artık ortadan kalkmıştır. Aslında özgür olmayan bir toplumun sunduğu sonsuz özgürlük hissi sonucunda bilincin yok olması, bu toplumun kötülüklerini kabul etmeyi kolaylaştıran bir 'mutlu bilinç' yaratır. Mutlu bilincin sonucu olarak toplum, mevcut iktidarın devamlı iyiyi ürettiğine inanır ve birey ne kadar mutluysa sistemin de o kadar parçası olmuş demektir. Mutlu bilincin yaratılmasında teknolojinin rolü ise yadsınamaz: "Tahakküm ve koordinasyon sistemini kapsayan teknik gelişim yeni yaşam (ve iktidar) biçimleri yaratır. Bu yeni yaşam (ve iktidar), sisteme karşı olan güçleri uzlaştırır ve bütün karşı çıkışları, eziyet ve tahakkümden kurtulmanın tarihsel olasılıkları adına ezip çürütür" (Marcuse, 1968:16-17).

Ellul'den (2003:109) alıntılanarak söylenecek "teknik negatif, yıkıcı ve yoksullaştırıcı şekilde yönlendirilmesi" anlamına gelen böylesi kullanımı ile insanlık, yaşamının önemli ya da önemsiz tüm işlerinde hiçbir zaman kendi kontrolü altında olamayacak bir güce umutsuz bir şekilde teslim edilmektedir. Çünkü içinde yaşadığı dünyada kullandığı teknolojiyi hükümetini kontrol edebildiği kadar bile kontrol edemez. Genelleyerek söylenecek, özcü düşünürlere göre (Ellul, 2003; Marcuse, 1968; Adorno&Horkheimer, 2010 vb), teknik gelişmelerin daima bir sorunu çözebileceği fikri insanlığın kontrolünü aşan bir güce teslim olmasına neden olmaktadır. Özetle özcüler; teknolojiyi makineden öte bir şey olarak kavramsallaştırıp, değişmez bir öze ve doğaya sahip, kullanıcı yani insan /toplum üzerinde tek yönlü etki eden bir olgu olarak ele alıp sorunsallaştırmaktadır.

Bu tutumdan farklı olarak, teknolojiyi sosyal inşa olarak yani kullanıcıyla karşılıklı ilişki içinde ele alan görüşün varlığından söz etmek, dijital minimalizm meselesini anlayabilmek adına da önemlidir. 1980'lerin başında Trevor Pinch ve Wiebe Bijker tarafından temellendirilen teknolojinin sosyal inşası kuramı, teknolojinin toplumu tek taraflı değiştirip dönüştürmesi fikrini eleştirerek teknoloji ve toplumun etkileşim halinde oldukları görüşüne dayanmaktadır. Bijker (1995:274), "Of Bicycles, Bakelites, and Bulbs: Toward a Theory of Sociotechnical Change" adlı eserinde; toplumun teknoloji tarafından belirlenmediği gibi



teknolojinin de tek başına toplum tarafından belirlenmediğini belirleterek her ikisinin de sosyal grupların ve olguların karşılıklı inşa sürecinde “bir madalyonun iki yüzü” olarak ortaya çıktığını öne sürer. Bijker’e göre (2010:72), içinde yaşanılan toplumda teknoloji kültürü hakimdir ve bu toplum bilim ve teknolojinin rolü dikkate alınmadan tam olarak anlayamaz. Modern toplumların, mevcut teknoloji hesaba katılmadan anlayamayacağına altını çizen bu yaklaşım, teknoloji ve toplum araştırmalarının daha sağlam bir zeminde tartışılmasını olanaklı kılmıştır. Anlaşılacağı üzere teknolojinin sosyal inşası kuramı, teknolojik determinizmin teknolojinin otonomluğu konusundaki vurgusunu, onun “kendiliğinden gelişen, doğal olan” olarak kabul etmesini eleştirir. Bu yaklaşıma göre toplumun kendisinin de bilim ve teknolojiyi ortaya çıkaran bir aktör olarak ele alınması esastır.

## 2. Dijital Çağ ve Kültür

Kullanılan teknolojilerin tarihsel çağları nitelirmede kullanıldığını söylemiştik. Hatta insanlık tarihinin önemli dönemeçlerinin de (Tarım Devrimi ve Endüstri Devrimi gibi) kullanılan teknoloji ile tanımlandığına şahit oluruz. Ortaya çıkan her yeni teknoloji bulunduğu çağda devrim niteliğinde değişimlere sebep olmaz. Kranzberg’e göre (1985:36), bir teknolojinin devrim yaratabilmesi için teknolojiyle ilgili diğer teknik gelişmelerin yanı sıra politik, ekonomik, sosyal ve kültürel bağlamda da büyük değişimler olması gerekir. Dijital Çağ açısından ele aldığımızda, olağanüstü bir dönemde –İkinci Dünya Savaşı ve devamında Soğuk Savaş Dönemi- özellikle hesaplama yapabilmesi, veri depolaması ve iletişimin hızlanması için icat edilen bilgisayar ve internet teknolojileri bu amaçlarının dışında modern kapitalist dünyanın şekillenmesinde de öncü rol oynamıştır. Askeri amaçlarla üretilen ilk bilgisayarların, hesaplama işlemleri yapmalarının dışında iletişim alanında da kullanılmaya başlanması önemli küresel düzeyde topyekûn bir değişime kapı aralamıştır (Briggs ve Burke, 2011; Gere, 2022). Bu açıdan bakıldığında, internet ve yeni iletişim teknolojileri (ya da genel olarak dijital teknoloji), tıpkı Endüstri Devrimi’nin sembolü buhar makinesi gibi, kendinden önceki teknolojilerin üzerine eklenerek geliştirilmiş olsa da ortaya çıktığı dönem açısından devrimsel niteliğe sahip olmuştur.

T.S Eliot (1987:23), kültürü “bütün bir yaşama şekli” olarak tanımlar. Gündelik yaşamlarımızda dijital teknolojinin kapladığı yeri düşündüğümüzde, günümüz modern bireyinin bütün bir yaşam şeklini belirleyen dijitalleşme olduğunu ileri sürmek yanlış olmayacaktır. TDK sözlüğü tarafından “sayısal, sanal” olarak tanımlanmış olan dijital kavramı, bugün gelinen noktada bilgisayar teknolojisi ile eş anlamlı kullanılıyor olsa da bundan çok daha fazlasına işaret eder. Bugün dijitalleşme söz ettiğimizde kastettiğimiz şey “metonimik olarak sanal simülakranın tüm derinliklerine, anlık iletişime, her yerde bulunan medyaya ve çağdaş deneyimlerimizin çoğunu oluşturan küresel bağlantıya çağrı yapmaktır. Dijital demek artık dijital teknolojinin oluşmasını ve gelişmesini sağladığı her şeyi zikretmektir”<sup>1</sup> (Gere, 2022: 20). Dijitalleşme ile ilgili olarak kesin olan, onun sosyo-kültürel,

1 İkinci Dünya Savaşı’nın katalizörü olduğu, Soğuk Savaş sürecinin de bağlamını oluşturduğu dijital kültür, aslında tek başına teknolojinin güdümü altında şekillenmemiştir. Dönemin tekno-bilimsel tartışmaları,

ekonomik, politik her alana hızla dahil edildiği gerçeğidir. Yeni teknoloji, sosyal ve kültürel paradigmaya yerleşiktir. Bireylerin gündelik pratiklerinin birçoğunu belirlediği gibi, kurumsal ve organizasyonel yapıya da gömülmüştür.

Bu durumda ağa dahil olmanın hayata dahil olmak olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Dünyanın her yerinde insan yaşamını şekillendiren ve kontrol eden temel faaliyetler küresel ağlarda düzenlenmiştir: Finansal piyasalar; ulusötesi üretim, yönetim ve mal ve hizmetlerin dağıtımı; emek, bilim ve teknoloji; kitle iletişim araçları, kültür, sanat, eğlence; küresel ekonomiyi ve hükümetler arası ilişkileri yöneten uluslararası kurumlar (Castells, 2008:25). Buradan anlaşılacağı üzere tüm bireyler ağlara tam anlamıyla dahil olmasa bile ağlar üzerinden gerçekleşen süreçlerden etkilenirler. Tekrar vurgulamak gerekir ki tüm bunlar dijital teknolojilerle olanaklı olmuştur.

Günümüz teknolojisinin her alana bu hızlı ve yaygın entegrasyonu olarak tanımlayabileceğimiz dijitalleşme, Uzelac ve Cvjetičanin (2008:10)'in dile getirdiği gibi bazı uygulamaları geçersiz kılabilir ya da önceden yapması zor olan şeyleri yapmayı daha kolay hale getirir. Yeni teknolojinin, kolaylıkla ilerleme ve iyileştirme ile ilişkilendirilen bu yanı, söz konusu teknolojilerin kullanım pratiklerinden kaynaklanan olumsuz durumların kolaylıkla göz ardı edilmesine de sebep olur. Oysa, dijital teknolojilerin kullanıcılar üzerindeki olumsuz fizyolojik, psikolojik ve sosyal etkilerini çeşitli yönleri ile ortaya koyan, üstelik çok çeşitli disiplinlerden yükselmiş oldukça geniş bir alan yazın halihazırda mevcuttur (örnekler için bkz. Allcott vd, 2022; Durkee vd., 2016; Kaplan vd. 2022; Flayelle vd., 2019 vb.)

Tüm bunları dikkate alarak, bir önceki başlıkta ele aldığımız özcü kuramcılarının mesele edindiği teknolojinin otonomluğu konusunu çeşitli biçimlerde tartışmak anlamlıdır. Günümüzde kullanıcının, teknolojiyi kullanıp kullanmama ya da ne kadar kullanacağı konusunda bir seçim şansı var mıdır? Ya da cep telefonu/bilgisayar kullanmama konusunda kişi gerçekten bir seçeneğe sahip midir? Teknolojiyi geniş anlamı ile ele alarak tüm sosyal ve organizasyonel teknikler olarak tanımladığımızda, modern kent yaşantısı içerisinde teknolojiden kaçabilmek olanaklı mıdır? Bu sorulara yanıt verirken teknoloji ile olan ilişkisinde insanın da taraflardan biri olduğunu hatırlamak önemlidir. Söylenenler doğrultusunda metnin ilerleyen bölümlerinde, teknolojinin otonomluk iddiası karşısında bireysel bir direniş tavrı olarak ele alınabilecek olan dijital minimalizm kavramı ve uygulamaları sorunsallaştırılmıştır.

### 3. Dijital Minimalizm: Kavram ve Uygulamalar

Minimalizm, ABD menşeli kökenleri 1960'lara dayanan, görsel sanatlar ve müzik alanlarında etkili olmuş, biçimde aşırı sadelik ve nesnellığı öne çıkaran bir sanat akımıdır (<https://www.britannica.com/>). Japonya'da da 80'lerde mimari bir akım olarak Japonya'nın kentlerinin telaşlı yaşamına bir çözüm arayışı olarak ortaya çıktı. Esasında her iki sanat

---

avantgarde sanat hareketleri, karşı kültür ve punk gibi alt kültürel oluşumların karşılıklı olarak etkileşimlerinden ortaya çıkan bir türüdür (Gere, 2022:20). Yani ortaya çıkışı, bu teknoloji tarafından tetiklenmiş olsa da, tüm bu teknolojileri olanaklı kılan düşünce ve eylem biçimlerini de kapsamaktadır.

akımına esin kaynağı olmuş minimalizmin kökenleri, basit olana değer atfeden Budist Zen felsefesine dayanır. Günümüzde minimalizm bir sanat akımından öte, bir yaşam tarzı ve felsefesi olarak da benimsenmektedir. Millburn ve Nicodemus (2011:15-16-17) minimalizmi, özgürlük ile ilişkilendirir ve onu bulmaya yardımcı bir araç olarak tanımlar. Minimalistler, asıl önemli olana odaklanabilmek adına gereksiz olandan vazgeçer. Minimalizmin, İkinci Dünya Savaşı sonrası refah devletlerinde yükselen materyalizm ve tüketim kültürüne alternatif bir yanıt, modern insanın yabancılaşma duygusuna kür olarak ele alınması olanaklıdır. Nitelim Williams ve White’a göre (2020:15) minimalizm, endişeden, korkudan, bunalmışlık hissinden, depresyondan ve tüketim kültürünün kendisinden kurtulmak için bir araçtır.

Kavram, Cal Newport (2022) tarafından dijital teknoloji ve kültür ile ilişkilendirilir. Newport (2022), dijital tüketimi bağımlılık üzerinden sorunsallaştırır ve isim babası olduğu “dijital minimalizm” kavramını şu şekilde tanımlar:

“Çevrimiçi vaktinizi, değer verdiğiniz şeylere faydası dokunan, titizlikle belirleyip optimize ettiğiniz, az sayıda faaliyetle odaklı halde geçirmenizi ve geri kalan her şeyi gönül rahatlığıyla sırt çevirmenizi öngören bir teknoloji kullanımı felsefesidir. Bu felsefeyi benimseyenler yani dijital minimalistler birtakım zımni maliyet-fayda analizleri yaparlar. Minik bir oyalanma vesilesinden veya çok da önemli olmayan bir kolaylıktan başka bir şey teklif etmeyen yeni teknolojilere bulaşmazlar” (Newport, 2022:42).

Bu tanımdan anlaşılacağı üzere, dijital minimalizm 19. Yüzyıl’da Ludistlerin yaptığı gibi ilgili teknolojinin tamamen imhası ya da reddine ilişkin değildir. Bunun aksine, dijitalleşmenin faydalarından yararlanmak akıllıca olandır. Böylelikle bireyler kendi minimalist kullanım felsefeleri doğrultusunda dijital teknolojilerden minimum hasarı alarak ayrılmaktadırlar. Peki minimalistler bunu nasıl başarmaktadır? Newport (2022) bunu, minimalistlerin benimsediği iki prensibe dayandırır. Öncelikle dijital minimalistler, ilgili teknolojileri kullanmaya ayırdıkları zaman arttıkça dikkatlerinin odağının kayacağına farkındadırlar, buna karşı önlemler alırlar. Alınan önemlerin başında fayda-zarar eğrisine karar vermek gelmektedir. Dijital teknolojilerden elde edecekleri faydaya nasıl ulaşacaklarını bulabilmek için dijital teknolojileri nasıl kullanmaları gerektiğini oldukça detaylı biçimde düşünmektedirler (Newport, 2022:48). Örneğin, Instagram gibi bir sosyal medya platformunda çeşitli görselleri görüp kişilerle iletişim kurmak için geçirilen onca zaman sağladığı fayda ile ne kadar doğru orantılıdır diye düşünülebilir. Instagram’da geçirilen günlük ortalama 5 saat, oradan alınan fayda için gereğinden fazla bir kayıp olarak gözükecektir. Bunun yerine o faydayı çevrimdışı olarak sağlamak da mümkündür. Bunun için de dijital minimalistlerin bir kısmının sosyal medya uygulamalarını telefonlarından sildikleri bilinmektedir.

Dijital minimalistlerin benimsediği diğer prensip, amaca yönelik hareket ediyor olmalarıdır (Newport, 2022:48). Dijital teknolojileri, amaca yönelik kullanarak daha anlamlı bir hayat yaşadıklarını öne sürmektedirler. Amaca yönelik teknoloji kullanımına 18. Yüzyılın ortalarında Amerika’ya yerleşen Amiş toplumu örnek verilebilir. En katı olanlarının elektrik

ya da otomobil kullanmadıkları, sadece el aletleriyle çiftçilik yaptıkları bilinmektedir fakat bu topluma tamamen teknoloji karşıtı demek doğru değildir (Kelly, 2010:217). Amişler ile diğer Amerikalılar arasındaki fark, yeni bir teknolojiyi benimseyip benimsememeye karar vermeden önce Amiş cemaatlerinin bir toplantı yapmasıdır (Brady, 2013). Daha önce de altı çizilen modern teknolojiyi ilerleme nosyonu ile ilişkilendirme, toplumun birçok kesimi tarafından genel kabul gören bir tutumdur. Bunun aksine Amişler yeni teknolojiye temkinli yaklaşarak topluluğun yararına mı yoksa zararına mı olacağı konusunu müzakere ederler. Örneğin bu toplulukta otomobil sahibi olmaya izin verilmez fakat başkalarının otomobillerine binmekte bir sorun yoktur. Bunun sebebi ise insanların otomobil sahibi olduklarında toplumsal olarak benimsenen çeşitli etkinliklere sırt çevirerek topluluktan ayrıldıklarının fark edilmesidir (Kelly, 2010:218). Neticede, Amişlerin teknoloji felsefelerinden anlaşılması gereken, amacı üstün tutarak kazandıkları faydaları kullanmadıkları teknolojilerin getireceği faydaların önüne koymalarıdır (Newport, 2022:62).

Anlaşılabacağı üzere dijital minimalizm bireysel tercihe dayanır dolayısıyla, teknolojinin otonomluğu sorgulamasında bireyin teknoloji karşısındaki iradesinin altını çizer. Dijital minimalizmi, bir değişimi talep eden bir hareket ya da akım ya da tavır olarak ele aldığımızda çeşitli uygulama örnekleri vermek olanaklıdır.

### 3.1 Yavaş Medya (Slow Media)

Yavaş medyanın temelleri aslında Slow Food ve Slow Movement'e dayanmaktadır. Slow Food hareketi 1986 yılında Roma'daki İspanyol Merdivenleri'nde açılması planlanan McDonald's'ı protesto etmek amacıyla yapılan eylemin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır (SlowFood, 2023). Eyleme katılan kişiler sofralarda yerelliği, yavaşlığı ve sağlıklı iletişimi savunmaktaydılar (Güven, 2011:114). 1989 yılında Uluslararası Slow Food Manifestosu imzalanarak harekete resmîyet kazandırılmıştır (Slow Food, 2023).

Manifestoda geçen; “Sanayi çağında makineler icat edilmesiyle bağımlı hale gelindi. Herkes aynı virüse yakalandı: Geleneklerimizi parçalayan ve kendi evlerimizde bile bize saldıran, bizi hızlı yemek yemeye zorlayan hızlı yaşam. Homo sapiens, bilgeliğini yeniden kazanmalı ve kendisini yok olma yoluna sokan hızdan kurtarmalıdır. Uygun bir şekilde, işin mutfağından, Slow Food ile başlayacağız. “Fast-food”un sıklığından kaçmak için yerel mutfakların zengin çeşitlerini ve aromalarını yeniden keşfedelim. Slow Food alternatiftir, avangardın karşı duruşudur. Slow Food bize daha kaliteli bir yaşam tarzını garanti eder.” ifadesi dijital minimalizmin amacı ile de doğrudan ilişkilendir. Anlaşılabacağı üzere bu hareket teknolojiye değil, çağın hızına karşıdır.

2010 senesinde teknoloji ve sosyoloji alanlarıyla ilgilenen üç Alman uzmanın yazdığı Yavaş Medya manifestosuna göre de “Yavaş Yemek gibi, Yavaş Medya da hızlı tüketimle değil, malzemeleri dikkatli bir şekilde seçmek ve konsantre bir şekilde hazırlamakla ilgilidir” (The Slow Food Manifesto, 2023). Buna dayanarak, yavaş medya uygulamalarında medya profesyonellerinin edinilen enformasyonu hızlıca ilk haliyle vermemesi, konu hakkında daha

derin bir araştırmaya gitmeleri beklenir. Tüketici tarafında ise kişiler, kısa ve yüzeysel olan enformasyon yerine daha anlamlı ve bütünlüklü içeriklere ulaşır. Ulusal düzeyde “Aposto” ve “Oksijen Gazetesi” yayın rutinleri üzerinden bu Slow Medya uygulamasına örnek verilebilir.

### 3.2 Şabat Manifestosu ve Ulusal Fişten Çekme Günü (Global Day of Unplugging)

Şabat Manifestosu; Yahudilerin haftanın altı günü çalıştıktan sonra yedinci günü dinlenmeleri emrinden yola çıkarak haftada bir günü tüm işleri bırakarak rahatlamak, düşünmek, açık havaya çıkmak ve sevdikleriyle birlikte olmak için ayırmaları gerektiği hakkındadır (Sabbath Manifesto, 2023). Manifesto, haftanın bir günü teknoloji kullanımından kaçınılmasını salık verir. Teknolojiden tamamen kopmak değil, bunu haftada bir gün yaparak kullanım pratiklerini optimize etmek amaçlanır. Manifestonun yaratıcıları bu doğrultuda 2009 yılında Ulusal Fişten Çekme Günü farkındalık kampanyasını hayata geçirmişlerdir (Unplug Collaborative, 2023). Hareketin katılım çağrısı şu şekildedir: “Saatlerimizi iPhone’larımıza ve BlackBerry’lerimize gömülü olarak geçirirken, Facebook ve Twitter’da her hareketimiz kaydedilirken ve kulaklıklarımızın yarattığı “sessizlik” balonuyla kendimizi dış dünyadan korurken hayatımızın önemli anlarını giderek daha fazla kaçırıyoruz. Kendinizde -ya da arkadaşlarınızda, ailenizde ya da iş arkadaşlarınızda- bunu fark ediyorsanız, Ulusal Fişten Çekme Günü için bize katılın” (Sabbath Manifesto, 2023). Sonuncusu 1 Mart 2024 tarihinde (Unplug Collaborative, 2024) gerçekleştirilen Ulusal Fişten Çekme Günü’nde yapılması istenen sosyal medya hesaplarının o gün için kullanılmaması ve dijital teknolojilerden uzak kalınmasıdır.

### 3.3 The Suicide Machine ve Seppukoo

Ulusal Fişten Çekme gününe benzeyen diğer minimalizm girişimleri ise The Suicide Machine (Suicide Machine, 2023) veya Seppukoo (Seppukoo, 2023) gibi uygulamalardır. Bu uygulamalar yoluyla kişiler sosyal medya hesaplarının giriş bilgilerini intihar makinesine vererek hesaplarını sildirebiliyorlar ya da uygulama, tüm içeriği siliyor ve şifre değişikliği yoluyla hesabı erişilemez hale getiriyor (Baumer vd., 2013:3258). Bu gibi direniş hareketlerine bir diğer örnek ise Facebook’taki çevrimiçi sosyal yaşamlarını ve sanal kimliklerini bırakmış olan ya da bırakmaya niyetli olan kullanıcılara bir platform sağlamak amacıyla kurulan Facebook’u Bırakma Günü’dür (Baumer vd., 2013:3257). Bu uygulamalar sayesinde kişiler sosyal medya hesaplarından uzaklaşırken aynı zamanda dijital teknolojileri de bir fayda için kullanmış olmaktadır.

### 3.4 Akıllı Telefon Uygulamaları

Dijital iletişim teknolojileriyle olan bağlantıyı tamamen koparmadan olumsuz etkileri en aza indirmek için akıllı telefonlara indirilebilen çeşitli uygulamalar geliştirilmiştir. Bu uygulamalar ekran süresini ayarlamak ve sosyal medyada geçirilen zamanı yönetebilmek adına kullanılmaktadırlar. Apple, “düzenli yaşayın, daha iyi uyuyun” sloganı ile uyku

üzerinden bir ekran süresi kontrolü yapan “Yatma Zamanı” uygulamasını hayata geçirmiştir (Pınarbaşı ve Astam, 2020:12). “Freedom” isimli uygulama ise seçilen uygulamaların belirlenen süre boyunca kullanılmamasını sağlamaktadır. “Moment” gibi uygulamalar ise bir gün içinde telefona bakma sayısını kişilere göstererek bir uyarı niteliği taşımaktadır. Uygulamalar dışında ekran süresi ve bağımlılığı kontrol amaçlı geliştirilen teknolojiler de vardır. Bunlardan biri olan “Light Phone” un üreticileri ürünün teknoloji tekeline bir alternatif olarak ortaya çıktığını savunmaktadır (The Light Phone, 2023). Teknolojiyi mümkün olduğunca az kullanma amacıyla üretilen Light Phone ile akıllı telefonlar arasında kurulan bağlantı, dikkat dağıtmayan bir telefon elde edilmesini sağlayarak yine kullanım süresini kısaltmaktadır. (Newport, 2022:211).

Dijital minimalizmi tanımlayıp çeşitli uygulama örneklerinden bu şekilde bahsettikten sonra, çalışmanın devamında Türkiye’de Z kuşağına dahil kadın ve erkeklerin dijital minimalizm pratiklerini açıklamaya odaklanan araştırmanın kapsamı, detayları ve bulgularından söz edilecektir.

#### 4. Araştırmanın Kapsamı ve Yöntemi

Bu araştırmanın örneklemini 18-28 yaş aralığında, Z Kuşağına dahil kadın ve erkeklerden oluşmaktadır. Oxford Sözlüğü (Oxford Learners Dictionaries, 2023) Z Kuşağını “1990’ların sonu ile 2010’ların başı arasında doğan ve internete çok aşina olduğu düşünülen insan grubu” olarak tanımlar, Z Kuşağı, teknoloji dünyasında büyümüştür (Strauss, 2019). Bu kuşağı tanımlamak için “iGen” kavramı da kullanılır ve bu kavramla da işaret edilen, doğdukları günden itibaren yüksek teknoloji, akıllı telefon merkezli bir dünyanın içinde büyüyen ilk kuşaktır (akt. Marcos, 2017). Alternatif bir teknoloji kullanım tutumu olarak dijital minimalizmi odağına alan bu araştırma kapsamında, dijital kültürün içine doğmuş dolayısıyla dijital teknolojiyi yoğun bir biçimde kullanması beklenen bu bireylerin görüşlerinin alınması önemli görülmüştür.

Saha çalışması öncesinde İstanbul Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu’ndan onay alınmıştır. Araştırma kapsamında, 18-28 yaş aralığındaki 20 kişi (10 kadın ve 10 erkek) ile yüz yüze derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiş ve toplanan veriler niteliksel içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Görüşülen kişilerin demografik özellikleri aşağıdaki tabloda verilmektedir.

**Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri**

Katılımcılar	Cinsiyeti	Doğum Yılı	Eğitim Düzeyi
G1	Erkek	1998	Lisans
G2	Kadın	1998	Yüksek Lisans
G3	Erkek	2000	Lisans
G4	Erkek	1996	Lisans
G5	Erkek	1995	Lisans
G6	Erkek	1998	Lisans
G7	Erkek	1995	Yüksek Lisans

G8	Kadın	1997	Lisans
G9	Kadın	1999	Lisans
G10	Kadın	1998	Lisans
G11	Kadın	1998	Lisans
G12	Kadın	2002	Lisans (Öğrenci)
G13	Kadın	1998	Lisans (Öğrenci)
G14	Erkek	1995	Yüksek Lisans
G15	Kadın	1999	Lisans (Öğrenci)
G16	Kadın	2002	Lisans (Öğrenci)
G17	Erkek	1998	Lisans
G18	Kadın	2000	Lisans
G19	Erkek	1996	Yüksek Lisans
G20	Erkek	2001	Lisans (Öğrenci)

Bu çalışma kapsamında da sahadan elde edilen veriler, aşağıdaki iki temel araştırma sorusu çerçevesinde analize konu edilmiştir.

1. Z Kuşağına dahil olan dijital minimalistler dijital teknolojileri nasıl kullanıyorlar?
2. Sözkonusu kişiler neden dijital minimalizme yöneldiler?

## 5. Araştırma Bulgularının Analizi

### 5.1 Dijital Minimalistlerin Teknolojiyi Kullanım Pratikleri

Görüştülen kişilerin tamamı, bir akıllı telefona ve bilgisayara sahiptir. Görüşmelerde dijital teknoloji kullanım pratiklerini bu aletlerin kullanımı üzerinden değil, sosyal medya kullanımı ile özdeşleştirerek bu platformlarda geçirilen süre ve paylaşım yoğunluğu ile ilişkili olarak sorgulayıp değerlendirdikleri gözlemlenmiştir. Bu doğrultuda görüştülen kişileri, dijital platformları ve sosyal medya uygulamalarını kullanım biçimleri açısından ikiye ayırarak tasnif etmek olanaklıdır. İlk grup, sözkonusu uygulamaları kullandıkları halde, kullanımlarını azaltma ya da en azından optimum (makul) seviyede tutma adına kendilerince çeşitli sınırlama pratikleri geliştirmiş kişilerden oluşur. Bu sınırlama pratikleri, kullanım süresi ve yoğunluğuna ilişkin otokontrol mekanizması işletme, amaca yönelik platform kullanımı ve ilgili teknoloji ya da uygulamaların özelliklerine yönelik alternatif kullanım biçimleri geliştirme olarak özetlenebilir. Bunu en iyi biçimde G2 (Kadın, 1998), kendi akıllı telefon ve sosyal medya kullanımına dair aşağıdaki sözleri ile ifade etmektedir:

*“Gün içinde telefona aşırı bakmıyorum. Instagram hesabım var ama çok nadir girerim. Kafamın aşırı dolu olması lazım. Instagram’a girmekten başka yapacak hiçbir şeyim olmaması lazım. Bir-iki story’ye bakıp çıkarım, o da beş dakika kadar sürer; kafamı dağıtırım. Instagram’ın keşfet kısmında hiç gezmem. Whatsapp’ı ancak biri bir şey yazarsa açarım, bildirimlerimi orada kapatmadım. İş için gerekli oluyor. Instagram’da bildirimlerim kapalı, mesaj gelince bildirim almıyorum. Seçim olduğu için biraz Twitter’a baktım bu aralar.”*

Çalışmanın analitik perspektifine dair yukarıdaki başlıklarda da vurgulandığı üzere, teknoloji tarihin hiçbir döneminde olmadığı kadar insan yaşamına entegredir, öyle ki günümüzde yaşadığımız çevrenin kendisi teknoloji olarak nitelenebilir. Hatta teknoloji – hâkim teknoloji olarak dijital teknoloji kastedilmektedir-, bireylerin gündelik ve profesyonel hayatını sürdürebilmesinin bir koşulu olarak dolayısıyla bir *mecburiyet* olarak karşımıza çıkar. Kendini dijital minimalist olarak tanımlayan kişilerin, kullanım pratiklerini düzenlerken bu durumun ayırıcılığı oldukları anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, bu mecburiyetin yönetilmesi ve sınırlandırılması konusunda bir farkındalık geliştirdikleri ve bunu kullanım pratiklerine yansıttıkları görülmektedir. Örneğin görüşülen kişilerden G15 (Kadın, 1999), profesyonel iş yaşantısını, sosyal ilişkilerini sürdürebilmek, enformasyon edinmek yani toplumsal yaşantıda var olabilmek için sosyal medya kullanması gerektiğini ama bunu kendi denetiminde gerçekleştirmek için özel bir çaba sarf ettiğini şu şekilde dile getirmektedir:

*“Gün içindeki bütün işlerim bittikten sonra yapacak artık hiçbir şeyim kalmadığı zaman sosyal medyaya giriyorum. Whatsapp’ı daha sık kullanıyorum. O da mecburiyetten. Instagram hesabım var ama hani böyle herkese açık bir hesabım yok. Onu da pandemide dünyadan uzak kalmamak için açtım. Genel olarak yüzümün gözüktüğü fotoğraf paylaşmayı sevmiyorum. Günlük telefon kullanımımı kontrol etmeyi seviyorum. Mesela geçtiğimiz haftaya baktığım zaman hafta içi ve cumartesi günleri hiç sosyal medya hesaplarıma girmemişim. Pazar günü ise yarım saat girmişim sadece.”*

İkinci grup, hiçbir sosyal medya hesabına sahip olmayanlardan oluşmaktadır. Ancak burada bir parantez açarak belirtmek gerekir ki, görüşülen kişiler Whatsapp’ı bir sosyal medya platformu/uygulaması olarak tanımlamamaktadır. Bu uygulama, kullanmaya mecbur kılındıkları ama tıpkı telefon aramaları ya da SMS mesajlarında olduğu gibi bir haberleşme platformu olarak değerlendirilip kullanılmaktadır. Hatta bu nedenle uygulamanın mesaj bildirimlerinin kapatıldığı, mesaj gelmediği sürece uygulamanın kullanılmadığı belirtilmektedir: *“Daha önce hiçbir sosyal medya hesabı açmadım. Facebook, Instagram, Twitter hiçbirinde hesabım bulunmuyor. Whatsapp var fakat ondan vazgeçemiyorum malum yoksa onu da kullanmayacağım. Mesaj gelmediği sürece açmam uygulamayı zaten.”* (G1, Erkek, 1998). Dolayısıyla, görüşülen kişiler gruplandırılıp veriler analiz edilirken kişilerin bu uygulamayı nasıl tanımladığı esas alınmıştır.

Metnin önceki bölümlerinde tanımlandığı şekliyle minimalist tutumda, kullanıcıların dijital teknoloji kullanımına mesafeli durmakla beraber, bu teknolojileri hayatlarından tamamen çıkarmamış olmaları esastır. Denebilir ki dijital minimalistler, teknoloji ile ilişkilerini işlevsellik ve fayda nosyonları üzerinden kurar. Yani teknoloji (ya da bizim durumumuzda sosyal medya uygulamaları) amaca yönelik olarak en işlevsel ya da faydalı şekilde kullanıldıktan sonra zamanın daha verimli geçirilmesini sağlamak amacıyla ondan uzak durulur. Örneğin G19 (Erkek, 1996), bu durumu şu şekilde ifade etmektedir:



*“Bu anonim hesabı ilk edindiğimde aslında herkese açtı, insanlar beni takip edebiliyordu. Ama hayatımın bir noktasında şeyin farkına vardım. Bu gerçek hayatta da böyle sadece sosyal medyada değil, hiçbir zaman karşı taraf benim anlatmak istediğimi anlamasını istediğim gibi anlamıyor. Ve bunun için enerji ve çaba harcamak beni yoruyor. Bir yük getiriyor. Onu fark ettikten sonra bıraktım. Alacağımı alıp çıkıyorum gibi bir noktaya ulaştım yani çünkü. Facebook'ta mesela işte bu şu an Berlin'de kaldığım yeri Facebook'tan buldum. Genelde böyle daha çok pratik şeyler için kullanıyorum. Prag'da kaldığım yurdun grubu vardı. Orada paylaşım yapılıyordu. İşime yarayanı alıp çıkıyorum.”*

Benzer biçimde G20 (Erkek, 2001) de akıllı telefonu birincil amacı dışında pek fazla kullanmadığını fakat teknolojiyi tamamen terk etmeyerek hayatını kolaylaştıracak yanlarını kullandığını vurgulamaktadır:

*“Telefonun amacı haberleşmek ben ona devamlı sosyal medyaya bakmak için girince o zaman amacından şaşıyor ve benim vaktimi öldürüyor. Tabi ki de telefonumdan internete giriyorum. Google kullanıyorum, konum atma özelliğini ya da navigasyonu kullanıyorum. Temel amacı dışında da bana fayda sağlayacak hayatımı kolaylaştıracak özellikleri için kullanıyorum. Fazlasına kafamı yormuyorum.”*

Kavramı ortaya atan Cal Newport'un (2022), dijital minimalistleri tanımlarken üzerinde durduğu önemli noktalardan biri bu kişilerin kullanıma ilişkin fayda-zarar dengesinin korumalarıdır. Dijital minimalistler, zamanlarının değerinin farkındadırlar ve dijital teknolojilerden elde edecekleri fayda ile orada geçirdikleri zamanın olumsuz olabilecek etkilerini iyi değerlendirirler. Bu değerlendirmeye dayanarak kişiler kullanım alışkanlıklarını şekillendirir. Araştırma kapsamında görüşülen kişilerin kullanım pratiklerinde de bu şekilde bir fayda ve zarar dengesine dikkat ettikleri gözlemlenmiştir.

## 5.2 Dijital Minimalizme Yönelme Nedenleri

Araştırma kapsamında, kişilerin teknoloji kullanımında minimalizme yönelmesinin dört farklı kategoride ele alınabileceği bulgulanmıştır:

### 5.2.1 Yüzeysel İlişkiler ve Yapaylık Vurgusu

Görüşülen kişilerin, dijital minimalizm pratiklerinin büyük oranda sosyal medya uygulamalarının kullanımı ile sınırlandırıldığını söylemiştik. Bu uygulamaların kullanımında minimalizme yönelme sebeplerinden en belirleyici olan, dijital ortamın kendisini yüzeysellik ve yapaylıkla ilişkilendiriyor oluşlarıdır. Yaygın kanaat, kişilerin bu mecralardaki benlik performanslarının sahiçilikten uzak olması nedeniyle, dijital ortamdaki etkileşimin ya da sosyalliğin de tatmin edici olmadığı yönündedir. Bu kanaat, fiziksel ortamda yüz yüze ilişkilendirme ile dijital ortamdaki ilişki kurma halinin kıyaslanmasından türetilir. Dijital

teknolojilerle arasına koyduğu mesafenin sebebini anlatan G1 (Erkek, 1998) bu durumu şu şekilde ifade etmektedir:

*“Bana çok yapmacık geliyor, insanların değişik personalarda takıldığını düşünüyorum. İlkokulda bunu fark ettiğimden beri bu bana samimi gelmiyor ve kullanmıyorum. İnsanların günlük hayatında yaptıkları beni çok ilgilendirmiyor açıkçası. İlkokuldayken Facebook vardı. Onda da gündüz okulda görüştüğüm insanların akşam sosyal medyada yaptığı paylaşımların karakterleriyle hiçbir uyumu olmadan tamamen yapmacık olduğunu fark edince Facebook hesabımı da kapattım ve bir daha kullanmadım.”*

Söz konusu yapaylık, bu mecralardaki paylaşımların genellikle önden kurgulanmış ve seçilmiş içerikler olmaları ile ilişkilidir. Örneğin G15 (Kadın, 1999) bu mecralardaki insanların daima mutlu ve sorunsuz olduklarını dile getirirken, “Sosyal medya bana samimi gelmiyor. Aslında doğru kelime sahte olacak. Orada geçirilen zaman tamamen boş zaman gibi. Böyle herkes çok mutlu. Herkes işte çok şey zengin. Herkes çok iyi. Herkes çok mutlu falan. Kimse mi hasta olmuyor?” ifadesini kullanmaktadır. Kişilerin sosyal medya platformlarında karşılaştıkları mükemmel hayatlar nedeniyle kendilerini zaman zaman yetersiz hissettikleri bilinir. Bu da dijital teknoloji kullanımını sınırlandırmak için bir nedendir (Newport, 2022:11). Katılımcılardan G9 (Kadın,1999), sosyal medyada aktif paylaşım yapanların hep çok mutlu ve kusursuz görünmelerinin ona hissettirdikleri nedeniyle ve kendi sağlığı için sosyal medya kullanımından uzaklaştığını şu şekilde anlatmıştır:

*“İnsanların daima çok kusursuz olması, hep çok mutlu, hep çok zengin olmaları beni psikolojik olarak etkiliyordu. Bir yerden sonra bu durumun önüne geçmem gerekiyordu. Çünkü inanılmaz mutsuzdum ve estetik yaptırmak istiyordum. Onların sahte, yapay olduğuna kendimi ikna edebilmem uzun zaman aldı. Hem kendi ruh sağlığımı koruyabilmek hem de o sahte dünyadan uzaklaşmak için sosyal medya kullanmayı bıraktım. Zaten genel olarak telefonuma çok düşkün biri değilim. Aramam pek.”*

Dolayısıyla görüşülen grubun, sosyal medya etkileşiminden elde edilen tatminin yüz yüze ilişkilerle kıyaslandığında yetersiz kaldığı, samimiyet barındırmadığı yönündeki tutumu dijital minimalizmi benimsemesinin bir nedenidir. Bu samimi olmama ya da sahtelik iddiası, sosyal medyanın kurgulanabilir ve seçilmiş bir içeriği olanaklı kılmasından kaynaklıdır.

## 5.2.2 İçeriklerin İlgi Çekici Bulunmaması

Dijital teknoloji ve sosyal medya kullanımının minimize edilmesi ya da sınırlandırılmasının bir diğer nedeni, üretilen içeriklerin ilgi çekici bulunmamasıdır. Görüşülen kişiler, dijital platformlara tam anlamıyla katılım sağlamak için gerekli motivasyonu bulamadıklarını dile getirmektedir. Bu yanıt dijital minimalistlerin teknoloji kullanımında işlevsellik arayışı ya da fayda-zarar dengesini götmeleri ile doğrudan ilişkili olarak ele alınabilir. G2 (Kadın, 1998),’nin söyledikleri bu konuda açıklayıcı olabilir:

*“Şimdi bu Instagram’ın keşfet sayfasında popüler videolar vesaire görülüyor ya da bir şekilde ünlü insanların ne yaptıkları. Onun dışında kendi akışında da arkadaşlarının ne yaptığı vesaire onlar görülüyor. İki durumda da arkadaşlar belki bir tık daha fazla, ama özellikle keşfette olan şeyler mesela benim dikkatimi çekmiyor. Bunlar da bir eğlence aracı ama benim eğlencemi tatmin eden şeyler değil, başka birisinin eğlencesini tatmin ediyor olabilir. Onu eğlendiriyor olabilir. Ama ben bunlardan çok fazla eğlenmiyorum. Özellikle Instagram akışı benim eğlence anlayışıma hitap etmiyor.”*

Görüşmelerde sosyal medyanın genel olarak eğlence ihtiyacı ile ilişkilendirildiği gözlemlenmiştir ve kişiler sosyal medya içeriklerinin bunu ne kadar karşılıyor olduğunu sorgulamaktadır. Bu içerikler görüşülen kişilerin eğlence anlayışı ile örtüşmediğinden kullanımın sınırlandırılması en azından bu işlevle ilgili olarak- görece- kolay gerçekleşmektedir. İçerik ilgi çekici olmadığı oranda, vazgeçilmesi de kolaydır. G3 (Erkek, 2000), bu durumu sosyal medyanın “sonradan yaratılmış” yani yapay bir ihtiyaç olduğunu vurgulayarak,

*“Instagram’da ya da başka bir sosyal mecra da dolaşmak için bir sebebim yok benim. Sonradan yaratılmış bir ihtiyaç bu. Temelde orada bir ihtiyaç yok eğlence için giriyorlar. Ben de eğlence ihtiyacımı başka yerden alıyorum. Ben kendimi sınırlıyormuşum gibi hissetmiyorum. Benim normalim bu. Böyle bir ihtiyacım yok.”*

Şeklinde dile getirmektedir. O halde, içeriğin ne kadar ilgi çekici olduğu kullanımın sınırlandırılmasında doğrudan etkindir.

### 5.2.3. Zaman Yönetimi

Görüşülen kişilerin önemli bir kısmı, hayatlarının bir döneminde, dijital teknoloji ve uygulamaları yoğun bir şekilde kullandıklarını dile getirmiştir. Bu kişilerin, dijital minimalizmi benimsemekteki birincil motivasyonu zamanı kullanma biçimlerini dönüştürmek yani zaman yönetimidir.

*“Instagram ve Twitter hesaplarımı silmeye karar vermeden önce neredeyse tüm günüm telefonda geçiyordu. Gelen mesajlara hemen cevap verirdim. Instagram’da biri bir şey paylaşınca hemen görür beğenirdim. Reelsları o kadar kaydırırdım ki artık uyusuk hale gelirdim, anlamazdım ne izlediğimi. Telefonum yanımda olmadığı zamanlarda da böyle bir endişe duyardım. Bunu daha aşabilmiş değilim. Çok yeni başladım bir şeyleri değiştirmeye ama sosyal medya hesaplarımı silmek büyük bir adımdı benim için.” (G16, Kadın, 2002).*

Bu görüşmecinin zaman yönetimine ilişkin söyledikleri bir yandan ilgili literatürde nomofobi olarak tanımlanan duygu durumu ile de ilişkilendirilir. Cep telefonundan uzak kalma fobisi diyebileceğimiz bu durum, bir yanıyla bir bağımlılık ilişkisine de işaret eder. Kaldı

ki, minimalist kullanım pratiklerini zaman yönetimi ile ilişkilendiren kullanıcıların hepsi bir bağımlılık hissinin de altını çizer: “*Kişisel bir Twitter hesabım varken çok fazla tweet okurdum. Durmadan timeline’ı yenilerdim. Bağımlılık gibi olduğunu fark edince ‘Ben ne yapıyorum?’ diyerek bir noktada bıraktım.*” (G18, Erkek, 2000) Zaten zaman yönetimi vurgusunu yapmış olan tüm kişilerin ortak özelliğinin daha önce bu teknolojileri ve uygulamaları çok aktif şekilde kullanmış oldukları gözlemlenmiştir. Dolayısıyla kullanımlarını sınırlama kararlarında kontrolü ele alma vurgusunun belirgin olduğunu söylemek önemlidir. Teknoloji ile olan ilişkilerinde, kendilerini esas aktör olarak konumlamaktadırlar.

*“Kendimi biraz gözlemediğim zaman sosyal medya hesaplarımdan gelen geri dönüşleri aşırı kafama taktığımı fark ettim. Story’mi kaç kişi izlemiş, fotoğrafıma kaç beğeni gelmiş gibi. Bu durumları kontrol etmek de beni devamlı uygulamaların içinde tutuyordu. Bu yüzden tamamen kullanmayı bırakmasam da Instagram hesabımı arada kapatıyorum. Bazen de uygulamayı telefonumdan siliyorum.”* (G10, Kadın, 1998)

Yukarıdaki alıntılarda örtük şekilde dillendirildiği gibi, bilinçli bir tercih hali olarak dijital minimalizme yönelme, bir farkındalık artışı ve kişisel gelişimle ilişkili olarak üstesinden gelinmesi gereken bir meydan okuma olarak ele alınır. Bu meydan okuyuş, durmaksızın zaman talep eden bir bağımlılıktan minimalizm pratikleri ile kurtulma olarak ifade edilebilir.

#### 5.2.4. Veri Güvenliği ve Gizliliği

Araştırma bulguları, görüşülen kişilerin dijital ortamlarda varlık göstermenin istenmeyen bir sonucu olarak kişisel verilerin paylaşılması ve izinsiz kullanımı ile ilgili endişeler taşıdıklarını göstermektedir. Bu nedenle veri güvenliği ve gizliliği dijital minimalizme yönelmenin bir diğer nedeni olarak karşımıza çıkar:

*“Bu veri meselesine biraz takıntılıyım ben. İnternette yaptığımız her hareket bir veri ve bu başkaları tarafından anlamlı bir hale getiriliyor. O yüzden olabildiğince dikkatli olmaya çalışıyorum. Kendim hakkında vereceğim bilgileri sınırlandırıyorum. Şimdi Instagram’ın mesela hatta diğer aslında internette olan herhangi bir şeyin reklam alıp senin karşına reklam çıkarması bir yerde ne kadar vakit geçirdiğine bağlı ya!”* (G7, Erkek, 1995).

Üstelik sözkonusu olan sadece güvenlikle ilgili bir endişeden fazlasıdır, kişisel ve mesleki itibar da veri gizliliği/mahremiyete ilişkin olarak sorunsallaştırmaktadır. Örneğin psikolog olan G8 (Kadın,1997), benimsemiş olduğu meslek etiğinden dolayı sosyal medya kullanmadığını ve dijital minimalist olmasındaki en büyük etkenin özel hayatını paylaşmanın mesleğini kötü etkileyeceği olmasını şu ifadelerle açıklamaktadır:

*“Sosyal medyadan olabildiğince uzak kalmamız bizim mesleki kimliğimizle de örtüşecek bir sebep. O sebeple de ben en başından zaten hiç açmamıştım, gerek*

*duymamıştım. Bir de bu mesleği seçtikten sonra da işte hocalarımız sayesinde artık hangi ekolden yürüyorsa benim benimsediğim ekol bunu kabul etmiyor. Çünkü kendini deşifre etmek işte kendini tanıtmak, insanlara senin hakkında bir bilgi vermek terapi ilişkisi sürecimi bozacaktı. Hem de buna gerek duymuyorum açıkçası.”*

Anlaşıyor ki, dijital medya ortamının hale regüle edilmeyi bekleyen veri tabanlı ekonomiye dayanıyor oluşu, verilerin çeşitli taraflarca izinsiz kullanılabilme potansiyeli kişileri minimalizme yönlendirmektedir. Ayrıca, mahremiyet ve ona ilişkin kişisel itibar gibi doğrudan benlik inşa ve sunum alanına ilişkili bir diğer kaygı da dijital minimalizmin nedenleri arasında sıralanabilir.

## Sonuç

İçinde yaşanan dünyayı “teknoloji doygun” (van der Laan, 2016) olarak tanımlamak, aktüel toplumsal ortamda teknolojinin önemini vurgulamanın bir yoludur. Günümüz toplumunu ve ona ait kültürü belirleyen şeyin dijitallik olduğunu söylemek yanlış olmaz. 90’lı yıllardan itibaren yaygınlaşan İnternet ve dijital iletişim teknolojileri, yayılım ve benimsenme hızı ile kendinden önceki hiçbir teknolojinin yapamadığı biçimde gündelik hayat pratiklerimize dahil olmuştur. Öyle ki, genel kullanıcı açısından bu teknolojilerden uzak olmak, toplumsal yaşamın dışında kalmakla eşleşir; sözü edilen teknolojik araçların ve uygulamaların kullanımı birey açısından neredeyse zorunlu hale getirir. Ancak böylesi bir toplumsal kurgu içinde dahi, dijital iletişim teknolojilerinin alternatif kullanım biçimlerinden söz edebiliriz. Dijital minimalizm de bu alternatif kullanım biçimlerine bir örnek olarak ele alınabilir. Bu doğrultuda, çalışma kapsamında dijital minimalizm sorunsallaştırılarak, Türkiye’deki uygulayıcıları açısından ne anlama geldiği, neden tercih edildiği ve hangi kullanıcı pratikleriyle varlık bulduğu araştırılmıştır. Dijital Çağ’ın içine doğduklarından Z Kuşağına mensup bireylerin bu konudaki görüşleri önemsenmiş ve araştırma örneklemini bu gruptan seçilmiştir.

Araştırma grubu özelinde anlaşılmıştır ki kişiler, çeşitli dijital teknolojileri ve uygulamaları kullanmaya ayırdıkları zaman ile bu kullanımdan elde ettikleri fayda arasında bir dengeyi gözetmektedir. Yani yaygın tutum, teknolojinin belirli bir amaç doğrultusunda araçsal kullanımınıdır. Bu doğrultuda herhangi bir dijital teknolojinin/platformun kullanım amacının kişi tarafından baştan belirlendiği, sözkonusu amaca ulaşamayacağı düşünüldüğü anda sözkonusu teknolojinin/platformun kullanımının sınırlandırıldığı anlaşılmaktadır. Örneğin, sosyal medya platformlarını eğlence amacı ile kullanan minimalistler, kendi eğlence anlayışlarına uygun içerik bulamamalarını gerekçe göstererek bu platformlarda geçirdikleri süreyi azaltmaktadır. Yine ön belirlenmiş amaçlar doğrultusunda, kullanıcıların çeşitli uygulamaları, kullanımları doğrultusunda kişiselleştirdikleri ve alternatif kullanım pratikleri geliştirdikleri gözlemlenmiştir. Tüm bu söylenenlerin kişisel zaman yönetimi ile doğrudan ilişkisi vardır. Minimalistler açısından, dijital platformlarda geçirilen zaman, bir amaca

yönelik olmadığına serbest zaman etkinliğinden çok, vakit kaybı olarak görülmektedir. Bundan başka, dijital minimalizme yönelmede, kullanıcıların, dijital ortamdaki etkileşimi fiziksel ortamdaki yüzyüze etkileşime kıyasla “sahte” olarak nitelendirmelerinin de payı olduğu ileri sürülebilir. Görüşülen grup Z kuşağına mensup dolayısıyla dijital yerlilerden olduğundan bu bulgunun yani yüzyüze ilişkilerin öncelenmesinin dikkat çekici olduğu özellikle vurgulanmalıdır. Ayrıca, dijital minimalizmin benimsenmesinde, var olan veri ekonomisi ve veri politikalarının dezavantajlarına yönelik farkındalığın yüksek oluşu ve dolayısıyla mahremiyete ilişkin birtakım kaygılar da etkindir.

Anlaşılabileceği üzere, dijital minimalistler özelinde teknoloji ile olan ilişkide tek yönlü bir bağımlılık ilişkisinin reddi ön plana çıkmaktadır. Yukarıda değinilen araçsal kullanımla da ilişkilendirebileceğimiz bir faillik vurgusu, görüşülen kişilerin tutumunda belirgindir. Dijital teknoloji ve onun olanaklı kıldığı çeşitli uygulamaların kullanımında, kişiler kendilerini, kullanım biçimini ve süresini belirleyen aktörler olarak konumlanmaktadır. Çalışmanın analitik çerçevesi ile dile getirirsek dijital minimalizm için, teknolojinin otonomluğu ve tek yönlü hükmü tespitlerine alternatif olarak, teknoloji ile insan aktör arasındaki karşılıklı ilişkiyi vurgulayan alternatif bir perspektif ve kullanım biçimi demek olanaklıdır.

---

**Hakem Değerlendirmesi:** Dış bağımsız.

**Yazar Katkıları:** Çalışma Konsepti/Tasarım- E.Ş., O.M.; Veri Toplama- E.Ş., O.M.; Veri Analizi/Yorumlama- E.Ş., O.M.; Yazı Taslağı- E.Ş., O.M.; İçeriğin Eleştirel İncelemesi- E.Ş., O.M.; Son Onay ve Sorumluluk- E.Ş., O.M.

**Çıkar Çatışması:** Yazarlar çıkar çatışması bildirmemiştir.

**Finansal Destek:** Yazarlar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

**Peer-review:** Externally peer-reviewed.

**Author Contributions:** Conception/Design of Study- E.Ş., O.M.; Data Acquisition- E.Ş., O.M.; Data Analysis/ Interpretation- E.Ş., O.M.; Drafting Manuscript- E.Ş., O.M.; Critical Revision of Manuscript- E.Ş., O.M. ; Final Approval and Accountability- E.Ş., O.M.

**Conflict of Interest:** The authors have no conflict of interest to declare.

**Grant Support:** The authors declared that this study has received no grant support.

---

## Kaynakça/References

- Allcott, H., Gentzkow, M., Song L. (2022). Digital Addiction. Erişim adresi: <https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/DigitalAddiction.pdf>
- Arendt, H. (2006). İnsanlık Durumu (B.S. Şener, Çev.). İstanbul: İletişim
- Bauman, Z. & Lyon D. (2020). Akışkan Gözetim (E. Yılmaz, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Baumer, E. P. S., Adams, P., Khovanskaya, V. D., Liao, T. C., Smith, M. E., Schwanda Sosik, V., & Williams, K. (2013). Limiting, leaving, and (re) lapsing: an exploration of Facebook non-use practices and experiences. In Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems, 3257-3266. DOI:10.1145/2470654.2466446
- Bijker, W. E. (1995). Of Bicycles, Bakelites, and Bulbs: Toward a Theory of Sociotechnical Change. MA: MIT Press.

- Bijker, W.E. (2010). How is Technology Made? -That is the Question!, Cambridge Journal of Economics. (34), 63–76. <https://doi.org/10.1093/cje/bep068>
- Borgman, A. (1985). Technology and Character of Contemporary Life, Chicago: Chicago University Press.
- Brady, J. (2013). Amish Community Not Anti-Technology, Just More Thoughtful. Erişim adresi: <https://www.npr.org/sections/alltechconsidered/2013/09/02/217287028/amish-community-not-anti-technology-just-more-thoughtful>. Erişim Tarihi: 05.06.2023
- Briggs, A., Burke, P. (2011). Medyanın Toplumsal Tarihi: Gutenberg’den İnternet’e. (Ü.H. Yolsal, E. Uzun, Çev.). İstanbul, Kırmızı Yayınları.
- Britannica, (03.03.2024) tarihinde <https://www.britannica.com> adresinden alındı.
- Castells, M. (2008). Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür. Cilt: I.Ağ Toplumunun Yükselişi. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Ellul, J. (2003). Teknoloji Toplumu (M. Ceylan, Çev.). İstanbul, Bakış Yayınları.
- Eliot, T. (1987). Kültür Üzerine Düşünceler (S. Kantarcıoğlu, Çev.). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Feenberg, A. (1999). Questioning Technology. London: Routledge
- Flayelle, M., Starcevic, V., Billieux, J., (2019). Beyond information overload and stress: a plea to acknowledge the complexity of problematic Internet use and consider individualized intervention strategies (commentary on Kumar et al., 2017). Curr. Psychiatry Rev. (15), 72–73. <https://doi.org/10.2174/266608221501190416120931>.
- Generation Z, (20.06.2023) tarihinde <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/> adresinden alındı.
- Gere, C. (2022). Dijital Kültür. (A. Akın,Çev.). İstanbul: Salon Yayınları.
- Global Day of Unplugging, (15.06.2023) tarihinde <https://www.unplugcollaborative.org/> adresinden alındı.
- Güven, E. (2011). Yavaş Güzeldir: “Yavaş Yemek”ten “Yavaş Medya”ya Hızlı Tüketime Dair Bir Çözüm Önerisi. Selçuk İletişim, 7(1), 113–121.
- Heidegger, M. (1998). Tekniğe İlişkin Soruşturma (D. Özlem, Çev.). İstanbul, Paradigma.
- Horkheimer, M. & Adorno, T. (2010). Aydınlanmanın Diyalektiği. İstanbul: Kabalcı.
- Van der Laan, J.M. (2016) Narratives of Technology. NY: Palgrave.
- Kelly, K. (2010). What technology wants. NY: Viking.
- Kaplan, K., Spielberg, D., Kancherla, B., Glaze, D., Smith, O., Vece, T., Sockrider, M. (2022). Problematic online gaming. Is it real and does it matter to our teenagers? *Journal of Applied Research on Children: Informing Policy for Children at Risk*, 13(1), DOI: <https://doi.org/10.58464/2155-5834.1493>
- Kranzberg, M. (1985). The Information Age: Evolution or Revolution? In Bruce R. (Ed.), Information Technologies and Social Transformation (pp. 35-53). Washington: National Academy Press.
- Latour, B. (2021). Toplumsal Yeniden Toplama. (N. Bingöl, Çev.). İstanbul: Tellekt.
- Marcuse, H. (1968). Tek Boyutlu İnsan. (S. Çağan, Çev.). İstanbul: May Yayınları.
- Millburn, J. F., & Nicodemus, R.(2011). Minimalism: Essential Essays. Asymmetrical Press.
- Move Over, Millennials: How ‘iGen’ Is Different From Any Other Generation, (20.06.2023) tarihinde <https://www.calstate.edu/csu-system/news/Pages/Move-Over-Millennials-How-iGen-Is-Different-Than-Any-Other-Generation-.aspx> adresinden alındı.
- Mumford, L. (1934). Technics and Civilization. London: Routledge & Kegan Paul PLC.

- Newport, C. (2022). *Dijital Minimalizm*. İstanbul: Metropolis.
- Özlem, D. (2022). Teknoloji İnsani Amaçlar İçin Bir Araçtır. *Muğla Üniversitesi SBE Dergisi*, Bahar (8), 1-9.
- Pınarbaşı, T. E., & Astam, F. K. (2020). Vazgeçmek Mümkün Mü?: Kuşakların Dijital Detoks Deneyimleri Üzerine Bir Analiz. *Atatürk İletişim Dergisi*, 20, 5-27.
- Sabbath Manifesto, (16.06.2023) tarihinde [http://www.sabbathmanifesto.org/unplug\\_challenge](http://www.sabbathmanifesto.org/unplug_challenge) adresinden alındı.
- Seppuko, (15.06.2023) tarihinde [www.seppukoo.com](http://www.seppukoo.com) adresinden alındı.
- Strauss, V. (20.06.2023) Today's Kids Might Be Digital Natives- But A New Study Shows They Aren't Close To Being Computer Literate, <https://www.washingtonpost.com/education/> adresinden alındı.
- Suicide Machine, (15.06.2023) tarihinde [www.suicidemachine.org](http://www.suicidemachine.org) adresinden alındı.
- Tekin, H. H. (2012). Nitel Araştırma Yönteminin Bir Veri Toplama Tekniği Olarak Derinlemesine Görüşme. *İstanbul University Journal of Sociology*, 3(13), 101-116.
- The Slow Media Manifesto, (16.06.2023) tarihinde <https://en.slow-media.net/manifesto> adresinden alındı.
- Tiles, M. & Oberdiek, H. (1995) *Living in a Technological Culture*. London ve New York: Routledge.
- Tiles, M. & Oberdiek, H. (2010). *Teknoloji Kültürü İnsan Araçları ve İnsan Değer Yargıları*. (K. Yerci, Çev.). İstanbul: Atlantis.
- Durkee T, Carli V, Floderus B, Wasserman C, Sarchiapone M, Apter A, Balazs JA, ... Wasserman D. (2016). Pathological Internet Use and Risk-Behaviors among European Adolescents. *Int J Environ Res Public Health*. 8;13(3):294. Doi: 10.3390/ijerph13030294.
- Ural, M. N. (2015). Antik Yunan'da "Teknik": Teknoloji Felsefesi Tarihine Genel Bir Bakış. *Mavi Atlas*, 4, 136-144.
- Uzelac, A. & Cvjetičanin, B. (2008). *Digital Culture: The Changing Dynamics*. Zagreb: Institute for International Relations.
- Williams, J., & White, A. (2020). *Digital Minimalism in Everyday Life: Overcome Technology Addiction, Declutter Your Mind, and Reclaim Your Freedom*. Independently Published.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2018). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık



# Instrumental Use of Corporate Social Responsibility and Capitalist Activism

## Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Araçsal Kullanımı ve Kapitalist Aktivizm

E. Sahra Öztürk<sup>1</sup> 



### ABSTRACT

This study highlights how the concept of social responsibility has been transformed into corporate social responsibility (CSR), which has been detached from social responsibility both etymologically and epistemologically. The study also investigates how and in what ways organizations implement CSR, in which the concept of social responsibility has been transformed as an invention of instrumental reason, for their own purposes to ensure their sustainability within the capitalist system. The study has uncovered and identified these objectives and examines them under two headings in correlation with CSR: CSR for brand image and CSR for symbiosis. The study also brings a critical perspective to the concept of CSR within the framework of capitalist activism as a concept proposed for the first time here and constituting the study's grounded theory, arguing society as also being instrumentalized for corporate purposes. In this direction, the study has a two-fold methodology: descriptive and grounded theory. This study uses the instrumental theory of CSR to conduct itself from the perspective of historical materialism. In this context, the study is expected to contribute to the critical political economy approach and the disciplines of public relations and business administration regarding CSR.

**Keywords:** analogy between social responsibility and helping, capitalist activism, CSR, CSR for symbiosis, instrumental use of CSR activities

### ÖZ

Bu çalışma, sosyal sorumluluk kavramının hem etimolojisinden hem de epistemolojisinden kopararak nasıl kurumsal sosyal sorumluluğa(KSS) dönüştürüldüğüne dikkat çekmekte ve sosyal sorumluluk kavramının araçsal aklın bir icadı olarak dönüştürüldüğü kurumsal sosyal sorumluluk kavramının, kuruluşlar tarafından kapitalist sistem içerisinde sürdürülebilirliklerini sağlamak için kendi amaçları doğrultusunda nasıl ve ne şekilde uygulandığını araştırmaktadır. Bu çalışmada ortaya çıkarılan ve tanımlanan amaçlar iki başlık altında incelenmiştir; "marka imajı amaçlı KSS" ve "bu çalışma doğrultusunda KSS ile ilişkilendirilen simbiyoz amaçlı KSS". Ayrıca bu çalışmada ilk kez ortaya atılan ve çalışmanın temellendirilmiş teorisini oluşturan "kapitalist aktivizm" kavramı çerçevesinde kurumsal sosyal sorumluluk kavramına eleştirel bir bakış açısı getirilmekte olup toplumun da kurumsal amaçlar doğrultusunda araçsallaştırıldığını savunmaktadır. Bu doğrultuda, çalışmanın metodolojisi iki yönlüdür; betimsel metodoloji ve temellendirilmiş teoridir. Bu çalışmada, tarihsel materyalizm KSS'nin araçsal teorisi ile birlikte yürütülmüştür. Bu bağlamda çalışmanın, kurumsal sosyal sorumluluk kavramına ilişkin eleştirel ekonomi politik perspektifine, halkla ilişkiler ve işletme disiplinlerine katkı sağlaması beklenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** kapitalist aktivizm, KSS, simbiyoz amaçlı KSS, sosyal sorumluluk ve yardımlaşma arasındaki analogi, KSS faaliyetlerinin araçsal kullanımı

<sup>1</sup>İstanbul-Türkiye

ORCID: E.S.Ö. 0000-0001-5202-7270

Corresponding author/Sorumlu yazar:

E. Sahra Öztürk,

İstanbul-Türkiye

E-mail: elm.sahra@gmail.com

Submitted/Başvuru: 24.01.2024

Revision Requested/Revizyon Talebi: 25.03.2024

Last Revision Received/Son Revizyon: 01.04.2024

Accepted/Kabul: 15.04.2024

Citation/Atf: Öztürk, E.S. (2024). Instrumental use of corporate social responsibility and capitalist activism. *4. Boyut Journal of Media and Cultural Studies - 4. Boyut Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 24, 43–64.

<https://doi.org/10.26650/4boyut.2024.1425231>

## 1. Introduction

Institutions and businesses have conceptually hollowed out and institutionalized social responsibility within the scope of practices that serve their own purposes and have been legitimized on a global scale in line with the phenomenon of economic growth and profit, which lie at the basis of capitalist production. As a result, the concept of corporate social responsibility (CSR), which has been legitimized in place of social responsibility, has gained a position as a set of communication activities businesses implement for their self-interests in line with the capitalist economic system. For this reason, the problematic of this study involves defining what the concept of social responsibility means before the system institutionalized and monopolized it, as well as how and for what purposes it has been transformed into the concept of CSR. The study additionally aims to reveal the purposes for which CSR projects have been instrumentalized to benefit corporations while at the same time revealing how society has been made to participate in corporations through these projects. Furthermore, the study aims to show how the concept of social responsibility has conceptually been legitimized in the historical process in line with the capitalist economic system by detaching it from its etymological, epistemological, and theological contexts and to reveal the purposes for which CSR has been institutionalized, namely to serve corporations' self-interests.

This study's analysis occurs in line with the critical political economy approach and in light of interdisciplinary theories and concepts. The concept of CSR is the subject of the research and covers a number of interactive processes in which the material production powers of society are integrated with society in general in order to ensure sustainable development, as shown by the two-way communication studies that are frequently implemented by today's businesses and institutions. Therefore, these practices facilitate businesses and organizations' ability to enter into such areas as health, education, environment, and culture in line with their economic goals. This study examines social responsibility within the scope of historical materialism theory, examining how social responsibility, a concept contrary in essence to the structure of businesses and institutions, has been institutionalized to shape and transform it into the concept of CSR.

The study's interdisciplinary nature stems from how CSR is addressed by both public relations as well as businesses. Although CSR has gained functionality as an application of public relations studies in practice, its theoretical framework has gained more space in the literature in line with the studies on the business discipline and its fields for the economic-based reasons of production forces. As a result, the study's theoretical framework has been handled by various disciplines that may be related to business and business fields. In this respect, Milton Friedman's (1962, p.133) neo-classical perspective, which is one of the first approaches to the concept of CSR in economic theories and asserts that corporations have only the one social responsibility of producing profit, and CSR's instrumental theory have served as the guiding principle for the study's interdisciplinary analysis. In addition to these, the theory of evolution has guided this study in order to reveal the epistemology of the concept of social responsibility.

Noteworthy, the concept that intersects both disciplines in the context of CSR is sustainability. While the discipline of public relations realizes the concept of sustainability within the scope of communication studies, business and the aforementioned disciplines deal with the concept of sustainability in the context of sustainable development. Therefore, business disciplines and their areas are seen to work in partnership with the discipline of public relations. In this context, the study examines the concepts of brand image in relation to the concept of sustainability in public relations and business disciplines, as well as the concept of symbiosis as used in biology terminology. The study associates this symbiosis with CSR activities for the first time, analyzing it in line with industrial symbiosis.<sup>1</sup>

The study problem and its analysis are presented in relation to the critique of instrumental reason (Horkheimer, 2013, p. 57). In this regard, the study examines the framework of the concept of capitalist activism, which is put forward for the first time here as the study's grounded theory method in order to reveal how and for what purposes the concept of CSR as an invention of instrumental reason is being applied within the capitalist system, as well as how society is also being instrumentalized by making it participate in these purposes.

## 2. The Analogy between Social Responsibility and Helping One Another

The concept of social responsibility is frequently used today as a synonym for such concepts as charity and philanthropy. However, when considering these concepts etymologically, epistemologically, and even theologically, they are seen to differ from one another. Firstly, charity as a virtue means both theologically and etymologically the “highest love of human in Christianity”. According to this definition, charity is connected to Christianity, and therefore is inadequate for explaining the concept of social responsibility properly because of this religious limitation. On the other hand, philanthropy has also been found to be an insufficient term for defining social responsibility due to its etymological and epistemological structure. In Greek, *philos* means love, and *anthropos* means human. In short, philanthropy etymologically refers to “love of humanity”. In sectoral descriptions, the concept of philanthropy is also used as a synonym for social responsibility. However, the two concepts are seen to not be synonymous: the concept of social responsibility encompasses not only the love of humanity but also all living beings including plants and animals. When looking at the etymological structure of social responsibility, *socius* is seen to derive from *socius responder* in Latin, which means companion or partner, with *responder* here meaning respondent (Etymonline, 2018). In this respect, the etymology of social responsibility refers to one responding to another. For this reason, this study has associated the etymology of social responsibility with helping one another for defining social responsibility, because helping one another appears more appropriate compared to either philanthropy, whose root meaning is love of humanity, or charity, whose etymology is the highest manifestation of Christian love.

1 This study has been abstracted from the dissertation “The Analyses of CSR projects Through Critical Discourse Study.” See Öztürk (2023).

As an expression, helping one another (as different from philanthropy and charity) is neither limited by human senses nor by activities. For this reason, helping one another is not unique to human beings but is a characteristic common to all living things. Plants, animals, and all other living things help one another, because all living things survive on two fundamental needs: nutrition and reproduction. While the first need drives them to fight each other, the need to reproduce brings them closer together. In this context, solidarity between living beings is much more important than struggling with one another. For example, when two ants of different or hostile species meet, they may attack each other. However, when two ants from the same colony or species meet randomly, they don't reject coming in contact. Moreover, if one is hungry, the other will feed the hungry ant with its own saliva (Kropotkin, 2018, p. 25). This example does not show the sensitivity or love between two creatures of the same species but rather indicates the importance of cooperation for the continuation of the species.

When looking at mammals as an example, elephants are also seen living together. They feed, move, and fight together and have families and herds. For this reason, living together is no exception for them because it is a law of nature. Each creature also has roles in its own herd for sustaining the species. These roles or tasks are a part of living together, so cooperation is needed to live together (Kropotkin, 2018, p. 30). In this regard, although competition exists between different species, helping one another is understood to be a kind of rule for the same species to live together. This rule is genetically coded as a motive for all living things. Therefore, helping each other is an instinct humans also possess.

For example, when looking at the first traces of humans in history, they are seen to have lived together. All the data shows early humans to have discovered the advantages of hunting, sharing, and eating together, in short, living together to survive. Early humans are understood to have sought cooperation to survive and the cooperative lifestyle to have taught them to help one another (Şenel, 1982, p. 42). According to Lumholtz (as cited in Kropotkin, 2018, pp. 92–93), primitive people have a strong sense of friendship, provide for the weak and poor in their tribes, and take care of the sick and elderly in their tribes. While some are cannibals, they still take care of the old and sick, neither abandoning nor eating them. Among barbarians, helping each other was not a choice but an obligation. Barbarian tribes show no difference in behavior between the poor and the rich. The rich give the jointly cultivated fields to the poor. If a poor person needs help, the rich come and plow the poor person's field. One important difference between primitives and barbarians is that barbarians help not only people from the same village but also strangers. They do not eat strangers as primitives do. For example, while people were seen dying of starvation in Algeria between 1867-1868, the barbarians in Berber territory accepted all the victims struggling with starvation without exception, saving more than 12,000 people from starvation by feeding them (Hanoteau & Letourneux, 1872, p. 58). As clearly seen, each species including humankind responds by helping one another. As a result, all these examples, from insects to mammals show that social responsibility in terms of its etymology is analogous with helping one another. Therefore, this indicates social responsibility is also epistemologically being misused today as a concept.

### 3. The Transformation of Social Responsibility into CSR

The concept of social responsibility began changing over time alongside the changes in social and economic order in ancient times. Cooperation between nobles and the people also underwent a transformation in the form of *noblesse obligé* [nobility obligates] in order to unidirectionally “ensure the sustainability of the nobility” Crouch, 2008, pp. 26–49. During this era, the common good that was known in Ancient Greek through Plato and meant the welfare of society is seen to have been changed into *noblesse oblige*, a French term of aristocracy that refers to nobles having to take on certain responsibilities in order to maintain and promote their privileged position in society (Mintzberg, 1983, p. 15). In the Middle Ages, guilds were also established to keep merchants and artisans united and to ensure their professional continuity and sustainability. This transformed the sustainability of daily life that had been provided by cooperation into a sustainability of commercial life realizable through economic competition. In this context, social responsibility had moved away from helping without self-interest and started to transform into a concept that was made between commercial groups for their self-interests.

Since the beginning of industrialization, government policies and deadly wars have changed societies and lives. Fertile lands have been plundered, art and knowledge have declined, and the monopolistic structures of European governments over all activities and mechanisms have encouraged individual lives. These individual lives have damaged collective life and distanced people from the consciousness of helping without self-interest. While the single most important thing expected of human beings in primitive times was to help one another, individual living has limited human beings to being a good citizen who obeys the rules and pays taxes regularly. For this reason, people have lost such basic human responsibilities as sharing, helping, and protecting one another due to the increase in citizenship responsibilities, individual lifestyles, and material obligations of big cities. While liberalism has encouraged the construction of new institutions and companies, these institutions and companies that were created in the capitalist system have broken the common spirit and solidarity of society and increased the class divide. Collective living, in which the conscious of helping without self-interest had provided the security, livelihood, and needs of the community in previous periods, has come to an end and passed to individual living, in which the right to live (e.g., residence permit, security, health, education) is granted in return for citizenship duties and the distinction among classes has deepened. Accordingly, human beings have been drawn away from helping without self-interest and from the responsibilities that all living beings owe to each other for their collective solidarity and survival.

The individualistic lives of liberalism have focused on the power of capital, so new trade strategies have required new and faster transportation routes. The search for new trade routes resulted in the establishment of railroads in America in the 1820s. This new formation then paved the way for the establishment of companies (Chandler, 1977, p.120). When looking at the background for this, the birth of corporations is seen to have emerged through

the reshaping of ideologies. Economic and sociopolitical issues such as the collapse of feudalism and the weakening of the power of the church influenced the process of reshaping ideologies. The transition from feudalism to capitalism and the new social, economic, and political structures of nation states supported private property. Thus, all these processes have influenced the constitutional states that protect the corporatization of capital and have given capitalists the opportunity to open their own companies. In this context, the era of corporate capitalism, in which “a capitalist market economy dominated by hierarchical and bureaucratic corporations that control the factors of production and the amount of profit they generate” has begun (Misachi, 2017).

The increase in competition in the free-market system has increased CSR projects both quantitatively and qualitatively in line with one another. When looking at the research in the academic literature regarding CSR, although no clear starting date is found for social responsibility, CSR is seen to have originated from the increasing industrial production of companies at the end of the 1800s. This increase alongside new means of transportation such as railroads led to an increase in competition by supporting the free market economy. This situation also supported the establishment of private corporations by encouraging privatization of the market economy, where the prices of goods and services are determined within a free pricing system. For instance, industry-leading family businesses such as John D. Rockefeller, Cornelius Vanderbilt and Andrew Carnegie were founded during this period. In the USA, some of these corporations have resulted in bad reputations and distrust and been accused of unfair competition. Therefore, corporations have developed new ways to avoid blame and to subsist. For example, Rockefeller founded Standard Oil, the world’s largest oil company, in 1839. The company reached its peak in 1868, and after the 1870s, Rockefeller had monopolized all oil refining companies in the states. Standard Oil’s unfair monopolistic growth attracted the attention of authorities, and the U.S. government passed laws against unfair monopolies. During this time, Standard Oil decided to take on a new formation to eliminate the negative perception and reputation. In order to regain the positive perception and reputation it had lost, the corporation created separate managements for each factory in each state of America to counter the monopolization phenomenon. However, Standard Oil’s efforts yielded no results because the public had lost confidence in the company (Standard Oil Co. v. U.S., 1910). This event demonstrates the importance of the public and showed companies that no company can survive without the public. Therefore, this event also set a good example for companies, showing them that they need to create new strategies to make a good impression on the public.

Moreover, not only for-profit commercial organizations and corporations but also non-profit corporations, especially governments, have benefited from new marketing and communication strategies in order to gain public trust in accordance with economic liberalism. For example, the Great Depression of the 1930s caused discord between American businessmen and the public. The business environment had lost public confidence. For this reason, new reforms were introduced under Franklin D. Roosevelt. Although the new

reforms had been introduced due to World War II, this critical process continued until the Truman era. The U.S. government launched a social program involving companies in order to reduce tensions between the business community and the public. Thus, the state legally demonstrated its support for commercial corporations. The concepts of social justice and social responsibility had come to the fore due to the increase in poverty after the Great Depression and World War II, because millions of people had become unemployed during this period, and the impoverished public had lost confidence in the government, institutions, and companies. As a result of these problems, CSR projects within the scope of public relations practices started (Kazancı, 1980, p. 5). Corporations realized they need the public to sustain their existence and sought new practices to restore public trust. Thus, the industrial giants understood the power of duty toward society at this time (especially at the beginning of the 20<sup>th</sup> century). This time is when CSR began being formed with the new mentality known as “Benevolent Feudalism” (Morrell, 1957, p. 376).

During the 1920s, service had become a kind of business motto, not only as a legitimate objective but also an essential means for profiting from mass production (Morrell, 1957, pp. 380–382). In this context, CSR in the 1930s, 1940s, and 1950s was handled with specific issues focused on labor, pensions, security, and disease. In addition, women’s rights and environmental movements of non-governmental organizations (NGOs) in the 1960s were effective in the formation of CSR projects (Carroll & Shabana, 2010, p. 87). In other words, the works of civil society organizations had become a model for the business environment.

Morrell (1957, p. 380) emphasized how, despite businessmen in this period claiming the old system to be a thing of the past and themselves to have adopted an understanding based on service and trust rather than profit, the theorists of the period clarified the issue with CSR having been introduced for the first time in Howard Bowen’s (1953) book *Social Responsibilities of the Businessman*. According to Bowen (p. 6), “social responsibility cannot be seen as a panacea for all the social problems which businesses face, but nevertheless businesses should be guided by such responsibility and determine whether they really have social responsibilities and whether they will fulfill them or not.” Wood (1991, p. 698), defined CSR as an equilibrant element between making profit and the expense of making profit. According to Drucker (1984, p. 26), who was one of the first theorists to explicitly address CSR in his 1954 book *The Practice of Management*, “The social responsibility of business transforms a social problem into an economic opportunity and economic benefit, productive capacity, human competence, well-paid jobs, and wealth.” Friedman (1962, p. 133) accentuated how corporations have the sole responsibility of increasing their profits, and according to Friedman’s explanation, CSR is one possibility for increasing their profits.

As Carroll (2015, pp. 88–89) explained, globalization and the expanse of capitalism in the 1990s increased companies’ activities, and the search for new markets resulted in global competition. Global visibility, international reputation, and shareholder networks have become important concepts for multinational companies, with many multinational companies

having recognized that being socially responsible is a competitive advantage that balances the challenges and opportunities of globalization. In addition, these global changes have also had an impact on the institutionalization of CSR, and as a result, the Business for Social Responsibility (BSR),<sup>2</sup> an organization that provides business networking and consultancy to corporations, was established in 1992. Thus, the global framework and ethical rules of CSR projects were formed.

For private corporations, CSR has become a global phenomenon with the landmark speech of the United Nations (UN) Secretary-General Kofi Annan at the 1999 “World Economic Forum”, where he said, “I propose that you, the business leaders gathered in Davos, and we, the United Nations, initiate a global compact of shared values and principles, which will give a human face to the global market” (UN, 1999). As Annan explained one year later at the “2000 World Economic Forum”, the concept of social responsibility had been institutionalized “as CSR” and legitimized on a global scale, transforming social responsibility into a different concept by creating a human face for global companies to show society. For this reason, CSR projects have become an advantage where organizations mask the social and environmental destruction they cause while simultaneously highlighting their human characteristics.

#### 4. The Relationship between CSR and Sustainability

Sustainability basically refers to the capacity to continue processes and activities for an indefinite period of time and is associated with three subdimensions: economic, social, and environmental. Due to sustainability being addressed differently within these three dimensions, many definitions also occur within the various theoretical approaches of various disciplines (Kristić, 2018, p. 197), resulting in uncertainties on how to define the concept. For instance, economists state sustainability as the necessity to maintain a certain level of living standards in an economic context, sociologists state it as the need to preserve sociological ties and relationships within communities, and ecologists state it within the context of biodiversity and ecological resilience (Cole, 2006, p. 242). Because of this ambiguity in definition, this study examines sustainability in line with the economic perspective in order to associate it with CSR.

Economic and institutional sustainability is a management theory that influences the development process as an alternative to profit optimization and the conventional growth model (Wilson, 2003, p. 16). In this context, sustainability refers to a kind of management practice in which long-term approaches are adopted over short-term gains. In the 1920s after World War I, companies moved to profit-oriented organizational structuring, with giant enterprises such as General Motors and Ford, the increase in industrial pollution caused by these competitive enterprises, their employees’ long work hours, and the overwhelming power of competition between these giant enterprises having left their mark on history (Tedlow, 1988, p. 53; History.com Editors, 2009). Lawsuits filed against businesses due to all these

---

2 bsr.org



unfavorable conditions damaged their reputations. These situations started to reduce the profits of these enterprises. For this reason, a number of social reforms such as improved work hours and work environment, as well as ensuring gender equality in the workplace, were introduced to balance these unfavorable conditions against the profitability of business. In addition to their economic concerns, businesses have accordingly also added social concerns to their list of business items that provide profitability. Emphasizing here that the enterprises themselves create all the negative conditions that disrupt the social balance is important. Businesses disrupt employees' social life and cause health problems by increasing work hours in order to make more profit, and business waste destroys nature and those in nature. In addition, irresponsible communication practices such as promoting and advertising for these enterprises cause many problems by disrupting the mental and spiritual development of not only adults but also new generations. In this regard, businesses can be understood to be afraid that the negativity they create can destroy them, because businesses need raw materials and consumers in order to continue their productions and earnings. For this reason, businesses pursue sustainability policies under the guise of social and environmental reforms to avoid self-destruction due to the environmental and social damage they cause.

Sustainable development was presented as a term for the first time in the "Brundtland Report" by the World Commission on Environment and Development (WCED, 1987, p. 45) chaired by Gro Harlem Brundtland and used to mean meeting the needs of present and future generations without endangering themselves. This definition is generally accepted worldwide. Sustainable development refers to the need to balance economic growth with the need for environmental protection and social equity and is a broad concept associated with such things as business, politics, environmental science and management, and law. The concept is defined as "a process of change in which resources, consumption, the direction of investment, technological development, and institutional change take place in harmony... increasing the potential for meeting human needs and aspirations now and in the future" (p. 9).

The idea of sustainable development and the search for solutions had started being produced in the 20<sup>th</sup> century due to the problems that arose as a result of the economic system implemented by Western countries, especially regarding environmental problems. Due to capitalist economies, environmental values such as nature, climate, water, and wildlife, etc. are being destroyed due to production and consumption. The main resource that determines how much production will occur is the environment, so businesses have sought sustainability in order to maintain the resource they profit from and to ensure more production from the resource. Sustainable development is defined as economic growth in which the negative environmental and social effects of development are alleviated (Roper, 2012, p. 72). Hamilton (2006, p. 307) evaluated sustainability within the scope of the economic dimension and based his definition on Hicks' (1946, p. 172) definition of income. Accordingly, the highest sustainable element is consumption. In order to sustain consumption, the capital stock that provides the flow of the goods and services subjected to consumption and the producer potential must be preserved. In this context, economic sustainability studies the effect of

limited resources on economic growth and the types of capital that benefit this effect. Nordhaus and Tobin (1972, p. 15) expressed sustainable development as the substitution of capital and labor for natural resources, and emphasized it as being vital for future growth. At the same time, “sustainable development” does not mean the change in purely economic or purely social policies; it is a process based on economic interests and affects the social structure and policies. According to Kılıç (2012, p. 207), sustainability “stems from a necessary change and transformation on the understanding that the hegemonic policies established by economic policies on the environment are unsustainable.” For this reason, the basic elements of and studies on how to ensure sustainability are based on the creation of the continuity of natural resources in a non-renewable environment.

As is well known, the production of capitalist economies is indexed to consumption. In this system, where environmental values are considered free goods, balancing production and consumption has created environmental and social problems. Because the system now focuses on mass consumption, production is becoming more and more destructive. This situation is summarized by the fact that the dominant ideological structures and related institutions in society constantly support consumption. In this case, the definition of sustainable development needs to be updated as the continuation of the economic prosperity of developed countries at the same time as the exploitation of underground and above-ground resources of developing countries and the ideological exploitation of developed countries over developing countries. Companies have added CSR practices to their corporate vision and missions in order to gain greater efficiency from the world that is the source of production, as well as to repair their reputation, which is very important for companies in a wildly competitive environment whose reputations have been shaken due to the damage they’ve caused while producing. In the eyes of global business organizations, CSR projects have been legitimized on a global scale by being included in every business’ items of order.

Some well-known organizations and their global agreements for sustainability (e.g., the Global Compact of United Nations Organization, the International Labour Organization, The Guidelines for Multinational Enterprises) have been transformed into a logic of serving the interests of imperialist countries rather than meeting needs. If this had not been so, world hunger could have been completely eradicated with the world’s annual gross national product. The Sustainable Development Goals (SDGs), which are still in effect after the Millennium Development Goals implemented by the United Nations over 15 years to emphasize this situation. This is why the SDGs have not yet been able to completely end humanitarian and environmental problems as described to society and proves that the principles and targets are designed for giant global businesses. In this respect, these goals and principles are understood to have been prepared for these businesses so they can plan how cover up their violations and destruction against society and the environment and what kind of perception they should create by covering it up in order to ensure their sustainability.

In this respect, sustainable development has played an active role in the development of CSR and its economic and social impacts. Sustainable development has determined

which areas (e.g., environmental, social) should be concentrated on in line with a common goal, not only for companies but also for governments and NGOs. In line with this, businesses and organizations have started to constitute their own corporate pragmatic and deontological elements by taking over such areas as the environment and society in which sustainable development organizations work and envisaging them as a resource while creating their CSR projects.

While all these global business organizations and associations are understood to have defined the concept of CSR in order to “give a human face to the global market” (UN, 1999), they have prepared principles to protect their own interests and legitimized these globally by creating awareness of corporate sustainability as a mandatory business practice. Thus, CSR has become a kind of tool to mask the social and environmental destruction that corporations want to conceal while at the same time highlighting corporations’ human characteristics, provided that maximum benefit is obtained for minimum responsibility.

## **5. Businesses’ Instrumentalization of CSR Practices**

The use of CSR activities to benefit corporations expresses the instrumental use of reason. The concept of reason has both subjective and objective aspects (Horkheimer, 2013, p. 57). The objective reasons are purposive and meaning-oriented, while subjective reasons are instrumental and pragmatic. Because reason is reduced to a tool in industrialized societies, it becomes powerless and subject to ideological manipulation. In societies dominated by this type of subjective reason, individualism and self-interest prevail. In this context, the instrumentalization of CSR projects by the ruling class in line with its own interests is an indicator of the dominance of subjective reason.

In the capitalist system, reason is instrumentalized to ensure that the goal is achieved in the most profitable and shortest way. According to Weber (as cited in Bauman, 2005, p. 181), instrumental reason is the main factor regulating human behavior in modern industrial society. Instrumental reason expresses the totalitarian form of domination and is based on how to exploit the world. In this context, companies also use the things they produce as tools along with the reason they instrumentalize them in order to maintain their domination over consumer society. In line with this, CSR projects as a strategic communication practice that ensures company sustainability are also used as tools in various fields in order for the ruling class to achieve its goals. CSR projects are understood to be used by public relations specialists serving organizations as a tool to realize the objectives briefly described above. The following section addresses how businesses instrumentalize CSR projects for the purposes of brand image and symbiosis, sub-sections created and determined in this study in light of the instrumental theory of CSR.

### **5.1. CSR for Brand Image**

CSR is used as a tool for corporations’ brand image due to global economic associations and organizations accepting CSR activities as a mandatory strategic communication activity.

The concept of brand needs to be examined before looking at CSR as a tool for the brand image. Many definitions are found in the literature regarding the concept of brand.

According to the basic and short definition of the American Marketing Association (as cited in Wood, 2000, p. 110), “a brand is a name, sign, symbol, or shape or combination of these that identifies a seller’s goods and services and aims to distinguish them from their competitors.” In Article 4 of the Industrial Property Law No. 6769” published in Issue 29944 of the Official Gazette of the Republic of Türkiye on January 10, 2017, the content of the trademark (i.e., brand) is determined as follows:

A trademark may consist of any signs, including words, figures, colors, shades, letters, numbers, or sounds and the form of the goods or their packaging, including personal names, provided that they enable the goods or services of one undertaking to be distinguished from the goods or services of other undertakings and are capable of being displayed in the register in such a manner as to enable the subject matter of the protection afforded to the proprietor of the trademark to be clearly and unambiguously understood.

Aaker (1991, p. 1) explained brand with a quote from the American Author Stephen King: “A product is something made in a factory; a brand is something bought by a consumer. The product may be copied by a competitor; a brand is unique. A product may become obsolete immediately; a successful brand is timeless.” What is clear from this quote is that a brand also has a strong influence on the product and service. The brand phenomenon is important in consumers’ choice of brands and products.

As understood, a brand is far beyond being a name or a symbol; it includes all kinds of elements perceived and felt by the consumer on behalf of the product or service (Pirtini et al., 2006, p. 126). According to Franzen (2002, pp. 103–105), the values positioned in all kinds of consumers, from the symbolic elements of the brand to the manufacturer’s business apart from price and quality, affect the brand perception. Brand equity is the sum of the perception of the brand, including its product and service quality, its financial performance, customer loyalty and satisfaction, sympathy, and respect for the brand (Knapp, 2003, p. 3). Aaker (2009, p. 34) defined the brand equity, which a business creates with a name and symbolic elements offered to customers for a product or service, as a set of assets that increase or decrease the value. Aaker (2010, p.21) also examined brand equity under four headings: brand awareness, brand associations, perceived quality, and brand loyalty. Brand awareness refers to a potential consumer’s understanding or recollection that a brand is a member of a certain product category (Aaker, 1991, p. 83). Businesses use differentiating methods to make their brands more easily remembered, such as brand symbols, slogans, advertising music, sponsorships, and CSR studies. A potential consumer’s awareness is aroused as a result of their sympathy, love, and respect for any of these elements of a business’ brand. For example, a brand’s product that a potential consumer has never tried before can only be

recognized by their sympathy for the brand, the brand's advertising music, or the appreciation gained through its CSR activities. Aaker's (p. 109) second heading of brand associations involves any element related to the brand that occurs in the mind of the consumer. In other words, it is the set of mental facts belonging to the brand. The third heading of perceived quality is the customer's perception that the quality of a product or service is better than other competing brands (Aaker, 2009, p. 106). In other words, it is the customer's good perception of the brand's products and services. According to Knapp (2003, p. 228), quality should be reinforced with the product and service offered in order to create the perception of quality, customer satisfaction should also be ensured, and various communication methods should be used to increase and maintain the perception of quality. The last heading of brand loyalty involves the loyalty of customers who do not change their preferences despite the alluring factors of other competitor brands in terms of such things as price or quality. Brand loyalty may be for the quality of a product produced by a brand, or a loyalty that arises only from sympathy for its color and logo, just the same as the interest and appreciation for the CSR project created by that brand. Accordingly, brand loyalty refers to the fact that a brand can be preferred for years due to any one or more of its elements.

In the global competitive market, the number of brands owned by corporations increase as much as the difference and diversity of products or services increases. In this direction, corporations launch different and diverse brands by deepening product mix depth (e.g., corporations offering many types of chocolate such as almond or pistachio under the chocolate brand) and broadening the product line (e.g., the same chocolate brand also producing such things as coffee, biscuits, or confectioneries in addition to its chocolate products). This is because corporations need to sell their products and services to more consumers in order to ensure their sustainability in the market while at the same time staying ahead of their competitors and because corporations are understood to need good branding for their sustained profitability. In this context, corporations categorize the brands they create according to the demographic characteristics of main and potential consumers, as well as other socioeconomic or psychosocial criteria. Therefore, due to a brand being based on the products and services that consumers purchase, consumers themselves are also classified by corporations in terms of brands. For this reason, corporations need strategic communication activities in order to maintain and improve their image (e.g., to become more popular, to gain more consumers), which is formed in line with consumers' own perceptions of the main or potential consumers with whom they classify their brands, and to raise themselves to the top of the list in the market. Enriching a brand with social issues and universal ethical principles created within the system increases the value of the brand in parallel with its profitability. In line with the instrumental theory of CSR, CSR activities that add value to the brand are understood to be effective public relations practices used to create an image. Good brand positioning in the eyes of society puts the organization ahead of its competitors and makes gaining loyal customers and other stakeholders easier. For this reason, CSR activities that announce to society how the brand is aware of an event or phenomenon related to society and the world

and how they are working towards this have added value, which also increases the value and brand image of the corporation. This indicates that CSR projects are easily used as tools to create, renew, and maintain a brand image.

For example, the analysis of CSR for brand image addressed the CSR of ETİ, a well-established Turkish brand and producer of ready-to-eat food (Öztürk, 2023, pp. 109–126). Scientific studies have proven that various food additives are added to the content of packaged ready-to-eat food products in order to extend shelf life, color, increase aroma and for similar purposes and that these food additives cause different effects on various organs of the body (Çalışır & Çalışkan, 2003, pp. 198–202). In particular, the consumption of such foods from infancy to childhood has been observed to cause health problems in later ages (Küçük et al., 2019, pp. 120–121). This is why ETİ has a brand association that it causes and sustains an unhealthy life, with the reason being the ready-to-eat products it produces. Unlike competing ready-to-eat food brands in Türkiye with the same product inventory, ETİ has therefore developed the ETİ Yellow Bike project (see <https://www.saribisiklet.com>), with a focus on healthy living for the first time in order to recreate an image that attaches importance to healthy living. In other words, CSR has been used as a tool for ETİ's brand image.

## 5.2. CSR for Symbiosis

This study associates the concept of symbiosis with the concept of CSR for the first time (Öztürk, 2023, p. 86). Explaining this concept will be beneficial before indicating this association.

As a biological term, symbiosis refers to the coexistence of two living things by helping each other as a single organism (Chertow, 2000, p. 314). Although it is a biological term, the capital industry has adapted the term symbiosis to its own functioning as a result of the destruction of the environment and the reduction of the natural resources used, especially by the technological and industrial transformations realized in the second half of the 20<sup>th</sup> century. The concepts of industrial ecology and industrial ecosystem, which express how industrial activities are similar to ecological systems, were developed for the first time in 1989 by Frosch and Gallopoulos (as cited in Özkan et al., 2018, p. 85). Industrial ecology has been addressed through different dimensions over time and been interpreted in various ways. In 1995, Garner (as cited in Özkan et al., 2018, p. 86) stated industrial ecology to bring a systematic view to the interactions between industrial and ecological systems and to cover an approach involving more than one discipline; it makes industrial systems resemble more effective and sustainable natural systems. Expressing the same approach as industrial ecology, industrial symbiosis is defined as the exchange of matter and energy between two different and independent industrial enterprises, similar to that in nature (Chertow, 2000, p. 314). In this direction, industrial symbiosis is a kind of industrial management system that brings together two or more industrial enterprises that are physically close to each other but work independently of one another; it is a system making the input of the other's output, which

in turn increases both environmental performance, competition and, as a result, economic power. This industrial system is considered to support regional development and maintains both resource use and economic power.

CSR projects are public relations practices that are used effectively in the communication activities of this whole process and are the perfect fit for this job. As the purpose of a business is to generate profit from its commodities, CSR projects ensure that environmentally sensitive products are purchased by environmentally sensitive consumers. CSR is used to have these kinds of productions reach consumers through green marketing, ecologic marketing, or zero-waste campaigns. Therefore, businesses that produce with industrial symbiosis can be seen to directly engage in CSR.

On the other hand, symbiosis is not only a concept that the industrial industry instrumentalizes in its CSR projects based on recyclable production (i.e., circulation of raw materials and waste) but also for other industrialized sectors. To reduce the symbiotic relationship of CSR projects to the marketing communication of environmentally sensitive products would be to underestimate the power of the capitalist economy. This is because symbiosis can be seen in every field of capitalist industrialization. In this context, the symbiotic relationship of CSR projects can be seen in various industries such as sports, digital, health, and fashion.

In this analysis of CSR for symbiosis, the original study examined CSR alongside the production system of DEHA, a recycling and recovery company in Türkiye (Öztürk, 2023, pp. 147–160). DEHA recycles waste oil into biodiesel and so is known as an environmentalist brand. However, because its earnings, profits, income, and expenses depend on this recycling facility, its projects are seen to aim to increase the profit of the enterprise by collecting and recycling waste (i.e., someone’s output is the raw material of the enterprise). According to the report of the Biodiesel Industry Association (2019, p. 9), “The amount of biodiesel obtained from vegetable waste oils collected from workplaces and homes in [Türkiye] is 34 million liters and the economic value of this amount is 155 million TL;” namely, the economic value of biodiesel converted from waste oils has been presented. When looking at the content of the project in this context, DEHA has realized the need for waste oil and that it constitutes the basis of its business; namely, the raw material is required for its production and trade, as known through the CSR projects it has designed. The CSR projects DEHA uses as a tool are expressed in environmentalist language in the context of collecting waste oil, providing food for stray animals (see <https://www.skb.gov.tr/sakin-dokmeyin-kampanyasi-sokak-hayvanlarina-besin-sagliyor-s25063k/>), or for protecting the seas (see <https://images.app.goo.gl/Hi2g38iMwzrnszQV9>).

## 6. Capitalist Activism and CSR

This study introduces the concept of capitalist activism for the first time in line with its aim. Capitalist activism refers to how today’s corporations manipulate their target

audiences in the post-industrial and post-modern activist movements that they support or produce themselves for their own benefit, turning activists into supporters of the corporations. This section clarifies and explains how capitalist activism is also practiced in the activist movements that businesses support or produce themselves within the scope of CSR activities.

Because the starting point of capitalist activism is activism, the study will first examine this concept and explain how it has been transformed into capitalist activism. Activism is not limited to a certain ideology but refers to all kinds of individual, social, public, and/or informal activities that aim to create change in people's lives (Bayat et al., 2006, p. 69). Activism draws its power from collectivism, and for this reason has been seen in the literature review to also be considered as social movements. From the historical process to the present, social movements have emerged from class struggles (Özburun, 1999, p. 43).

Çoban (2009, p. 23) viewed two forms of activism: mainstream activism, which aims to transform power in a certain way, and micro-activism, which aims to dismantle power. While micro-activism supports social movements against global capitalism and the global companies it creates, mainstream activism supports social movements aimed at keeping the status quo. In this regard, positioning post-industrial and post-modernist social movements within mainstream activism would be correct. Therefore, today's new social movements within the scope of mainstream activism can be understood to also be produced, supported, managed, and/or directed, covertly or overtly, by global businesses.

Public relations professionals play a role in the production, management. or direction of an existing activist movement. The ways in which public relations professionals can direct an activist movement against the system for the benefit of business can be seen throughout history. In 1913, 9,000 mine workers from the Rockefeller-owned Colorado Oil and Iron Company went on strike because of the poor working conditions and deaths they had suffered. As a result, mine workers were evicted from the houses allocated for themselves, so they were obliged to build tent cities for themselves. A year later, 20 workers were burned to death in a fire in one of these tent cities, with the cause being unclear. This incident is called The Ludlow Massacre historically and damaged the Rockefellers' corporate reputation. It is also why the Rockefeller hired Ivy Ledbetter Lee, one of the pioneers in the history of public relations, to fix their damaged corporate reputation (Smith, 2005, pp. 6–9). Lee directed worker activism in favor of the business, influencing newspaper editors and then public opinion leaders in order to turn negative public opinions into positive ones. As can be understood from this historical case, public relations professionals clearly directly serve the purpose of their stakeholders.

On the other hand, looking at capitalist activism in depth reveals that activism has shifted to the axis of capitalists and accordingly been taken over by the ruling class. As such, this study has determined the main criteria for the formation of capitalist activism to be as follows:

- 1) Being carried out within post-industrial and post-modern movements



2) Businesses and institutions uniting in line with macro-activist movements as activists or formulating a new macro-movement in line with their own views

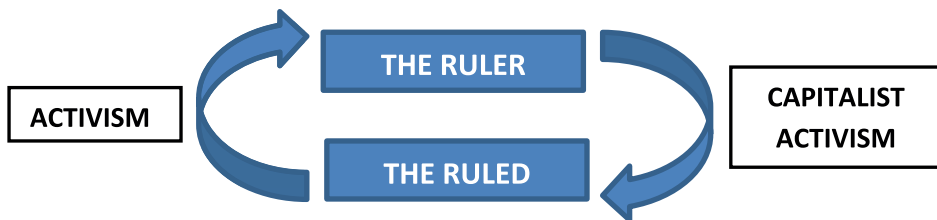
3) Creating the perception that businesses and institutions are united with society and agree with society's views through the post-industrial and post-modern macro-activist movements that businesses and institutions instrumentalize for own benefit

4) Businesses and institutions being able to make revisions or adjustments (or create the perception of doing so) to their products and services, corporate identities, communication channels, and designs for a certain period of time or permanently according to the macro-movements they are involved in or have created (e.g., Mercedes-Benz's redesign of its logo in rainbow colors for LGBTQ pride month, Nike's sneaker production with Kaepernick's embroidered portrait for the Colin Kaepernick anti-racism movement)

5) Businesses and organizations attracting the attention of their target audience and stakeholders by creating awareness through these movements

6) Businesses and institutions being in a position of router and guider in these movements in order to realize their own objectives

7) Businesses and institutions instrumentalizing their target audiences by making them stakeholders and mobilizing them over these movements in line with the goals they plan to achieve.



**Figure 1:** The difference between activism and capitalist activism

*Note:* As seen in Figure 1 formed in this study, while activism expresses oppression from the bottom up (i.e., from the ruled to the rulers), capitalist activism expresses a top-down oppression (i.e., from the rulers to the ruled)

CSR practices obviously bring added value to businesses in areas such as brand building, corporate reputation, and marketing. Businesses exhibit defenses against any situation that confronts them and that will harm their business. The proactive aspects of businesses have enabled them to put their planned CSR activities on the agenda before a problem arises, and without being exposed to activist pressures even when a problem does arise. Businesses can measure how long any problem they have caused will take to spread to the public and how much economic damage the negative situation will cause them. For example, they can launch a CSR activity within the framework of an issue, such as whether the goods or services they

produce are related to the environment or not, before activist pressure on the environment harms the business. These efforts see the enterprise itself assume a kind of activist role. In this direction, the businesses give the message that “as a business, we are also sensitive, we are sensitive to the demands from the grassroots like an activist.” In fact, calling this work capitalist activism is more accurate than just activism. Instead of confronting activists with their CSR activities for capitalist activism, businesses somehow involve them in their own planned CSR activities. Through CSR, the reputation of the organization is not damaged, new customers and other new stakeholders are gained, and economic gains are made, all while preventing activist pressure. In this direction, a business’ professionally implemented CSR serves as a tool for capitalist activism.

## 7. Conclusion

The literature review conducted within the scope of this study has observed the studies conducted on the critical political economy approach to CSR studies to generally include the normative stance, utilitarian role, and political dimension of the concept and to focus on CSR’s structural and functional limits. Unlike other studies, however, this study’s critical political economy perspective is not based on only one subject related to concept. The study has used interdisciplinary approaches to scrutinize the concept both notionally and pragmatically and has also put forward new concepts within the research. Therefore, this study has also examined the concept in line with the projects being implemented today. In this respect, the study first examined the analogy between social responsibility and helping one another before clarifying how the concept of social responsibility has been transformed into the concept of CSR in line with the capitalist economic system by detaching it from social responsibility’s etymological, epistemological, and theological aspects. This study has also addressed CSR projects as an instrument for the purposes of corporations in light of the instrumental use of reason and the instrumental theory of CSR. The study has also examined the purposes of CSR activities that are instrumentalized for the benefit of corporations in line with the two headings of capitalist activism, which clarifies that society and other stakeholders are instrumentalized by making them participate in corporations through these CSR projects and which this study has put forward for the first time.

As mentioned above, this study has focused on the concept of social responsibility as having been eviscerated, institutionalized, and legitimized historically and also examined the current definitions of CSR that have been shaped qualitatively and quantitatively according to the interests of corporations in both practical and theoretical terms. In this context, the study has proven that, simultaneously with the transformation and legitimization of CSR’s definition within the capitalist economic system, CSR projects are also being used as a kind of tool to serve the goals of corporations, with society also being manipulated and transformed into participating in these corporations through their projects. In this regard, the study has selected and examine a sample of current CSR projects being implemented in Türkiye to see how they are being instrumentalized in line with the two objectives (brand image and symbiosis) identified in this research.

While this study brings a critical approach to CSR projects as an application of public relations studies, it also shows how today's corporations have realized capitalist activism in line with CSR practices. Accordingly, the concept of capitalist activism has indicated how corporations make society and other stakeholders participate in the corporation by making them dependent on the conditions and preferences they have, with or without their consent (e.g., voluntarily or involuntarily, consciously or unconsciously, actively or passively, arbitrarily or compulsorily). In other words, corporations have made society a kind of tool for their own self-interests. In line with the objectives and practices of the analyzed CSR projects, the study has also associated capitalist activism with the context of CSR projects, thereby determining institutions to have realized capitalist activism by making themselves supporters, affiliates, or suppliers while being founded on manipulating society to act in their interests.

Accordingly, the study has observed capitalist activism to be practiced in each CSR project analyzed herein. In addition, just as various categories and groupings have been made for the concept of activism in line with studies various academicians have conducted, the current study has also shown that the concept of capitalist activism can be categorized and grouped within itself. For example, while ETİ has carried out capitalist activism in the activities and actions of its CSR projects, which are open to the public, DEHA has been seen to directly engage in capitalist activism through industrial symbiosis based on its ecological output. This is because every individual or institution that provides recycling for its production becomes a collaborator for the company through its CRS project and in parallel with it. These examples indicate that the concept of capitalist activism can be classified and categorized on its own. As a result, this research has proposed within its scope that the term of capitalist activism is associated with CSR. As mentioned above, however, because the concept can be grouped within itself and in line with various fields, capitalist activism will be a beneficial concept to study in future studies by using a multidisciplinary approach, namely by considering jointly in such fields as sociology, psychology, ecological production, and industrial production, as well as the sub-branches of advertising and marketing within the disciplines of public relations and business administration similar to as has been done in this study regarding research that may be subject to each post-modern social movement in which individuals are made to participate in line with the businesses' interests.

---

**Peer-review:** Externally peer-reviewed.

**Conflict of Interest:** The author has no conflict of interest to declare.

**Grant Support:** The author declared that this study has received no grant support.

**Hakem Değerlendirmesi:** Dış bağımsız.

**Çıkar Çatışması:** Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.

**Finansal Destek:** Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

---

## References/Kaynakça

Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. New York: The Free Press.

- Aaker, D. A. (2009). *Marka yönetimi yaklaşımı*. (E. Demir, Trans.). İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Aaker, D. A. (2010). *Güçlü markalar yaratmak*. (E. Demir, Trans.). İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Aksoy, Y. (2009). İzmir iktisat kongreleri ışığında küreselleşme ve dünya krizi. *EGİAD Yarım*, 23, 17-25.
- Alakavuklar, O. N., Kılıçaslan, S., Öztürk, E.B. (2009). Türkiye’de hayırseverlikten kurumsal sosyal sorumluluğa geçiş: bir kurumsal değişim öyküsü, *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 9 (2), 103-143.
- Bauman, Z. (2005). *Bireyselleşmiş toplum*. (Y. Alogan, Trans.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bayat, A., Gökmen, Ö., Deren, S. (Eds.). (2006). *Ortadoğlu’da medeniyet, toplumsal hareketler ve siyaset*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bowen, Howard R. (1953). *Social responsibility of the businessman*. New York: Harper&Brother.
- Budd, J. F. (1994). How to manage corporate reputations. *Public Relations Quarterly*, 39 (4), 11-15.
- Carroll, A.B. (2015). Corporate social responsibility: The enterpiece of competing and complementary frameworks. *Organizational Dynamics*, 44, 87-96.
- Carroll, A.B., Shabana, K.M. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. *International Journal of Management Reviews*, 12, 85-105.
- Chandler, Jr, A. D. (1977). *The visible hand*. Cambridge, MA: The Belknap Press of Harvard University Press.
- Chertow, M.R. (2000). Industrial symbiosis: Literature and taxonomy, *Annual Review of Energy and Environment*, 25, 313-337.
- Cole, M. A. (2006). Economic growth and the environment. In G. Atkinson, S. Dietz, & E. Neumayer (Eds.), *Handbook of Sustainable Development*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Crouch, C. (2008). CSR and changing modes of goveranve: Towards corporate noblesse obligé?. *UNRISD Flagship Report on Poverty*. doi: 10.1057/9780230246966\_2.
- Çalışır, Z. E., Çalışkan, D.(2003). Gıda katkı maddeleri ve insan sağlığı üzerine etkileri. *Ankara Eczacılık Fakültesi Dergisi*, 32(3),193-206.
- Devine, I., Halpern, P. (2001). Implicit claims: The role of corporate reputationin value creation. *Corporate Reputation Review*, 4(1),42-49.
- Drucker, P.F. (1984). The new meaning of corporate social responsibility. In W. Cragg (Ed.), *Corporate Social Responsibility*. U.K.: Roudledge.
- Etymonline. (2018, April 18). Retrieved from <https://www.etymonline.com>
- Franzen, G. (2002). *Reklamın marka değerine etkisi*. (F. Yalım, Trans.). İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Friedman, M. (1962). *Capitalism and freedom*. Chicago: University of Chicago Press.
- Gökşen, F. (2006). Türkiye’deki vakıfların niteliksel değerlendirmesi. In R. Zincir & F. Bikmen (Eds.), *Türkiye’de hayırseverlik: vatandaşlar, vakıflar, sosyal adalet* (pp. 59-81). İstanbul: TÜSEV.
- Hamilton, C. (2006). Measuring Sustainable Economic Welfare. In G. Atkinson, S. Dietz and E. Neumayer (Eds.), *Handbook of Sustainable Development*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Hanoteau, G. A., Letourneux, A. (1872-1873). *La Kabylie et les coutumes kabyles*. Paris, 3,41-58.
- Hicks, J. (1946). *Value and capital: An inquiry into some fundamental principles of economic theory*. Oxford: University Press.
- History.com Editors. (2009, November 13). Ford factory workers get 40-hour week [Website article]. Retrieved from <https://www.history.com/this-day-in-history/ford-factory-workers-get-40-hour-week>
- Horkheimer, M. (2013). *Akal tutulması*. (O. Koçak, Trans.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Kazancı, M. (1980). *Halkla ilişkiler*. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları: S.B.F. Basın

ve Yayın Yüksek Okulu Basımevi.

- Kılıç, S. (2012). Sürdürülebilir kalkınma anlayışının ekonomik boyutuna ekolojik bir yaklaşım. *İ.Ü.Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 47,201-226.
- Kılıçbay, A. (1997). *Türkiye 'nin ekonomi politikaları; 1930-1996 ve sonrası*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Knapp, D. E. (2003). *Marka akli*. (A.T. Akartuna, Trans.). İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Kristić, I. I., Ilić, A., Avramović, D. (2018). The three dimensions of sustainable development: environment, economy and society. *Proceedings of the 18th Conference of the series Man and Working Environment* (pp.197-201). <https://www.researchgate.net/publication/329611140>.
- Kropotkin, P.(2018). *Karşılıklı yardımlaşma*. (I. Erguden & D. Güneri, Trans.). İstanbul: Kaos Yayınları.
- Küçük, S., Uludaşdemir, D. and Küçük, M. (2019). Packaged ready-to-eat food consumption status of parents for their children and the factors that affect the consumption:Turkish case. *Progress in Nutrition*, 21(1),120-126.doi: 10.23751/pn.v21i1.7453
- Marx, K. (2011). *Kapital I*. (M. Selik & N. Satlıgan, Trans.). İstanbul:Yordam.
- Mintzberg, H. (1983). The Case for corporate social responsibility. *Journal of Business Strategy*, 4(2):3-15.
- Misachi, J. (2017, September 17). *What is corporate capitalism?* Retrieved from <http://worldatlas.com/articles/what-is-corporate-capitalism.html>.
- Morrell, H. (1957). Management's responsibility to society: The growth of an idea. *The proceedings of the meeting of the Humanistic-Social Division for Engineering Education at Cornell University* (pp.376-384).
- Nordhaus, W. D., Tobin, J. (1972). Is Growth Obsolete? In W. D. Nordhaus, J. Tobin (Eds.), *Economic Research: Retrospect and Prospect Vol. 5: Economic Growth*. Cambridge:NBER.
- Olegario, R., McKenna C. (2013). Introduction: Corporate reputation in historical perspective. *Business History Review*, 87,643-654.
- Özburun, S. (Ed.). (1999). *Yeni sosyal hareketler: Teorik açılımlar*. İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Özden, H.Ö. (2004). Türk vakıf kurumunun duygusal ve felsefî temelleri. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(2),339-349.
- Özkan, A., Günkaya, Z., Özdemir, A., Banar, M. (2018). Sanayide temiz üretim ve döngüsel ekonomiye geçişte endüstriyel simbiyoz yaklaşımı: Bir değerlendirme. *Anadolu Üniversitesi Bilim ve Teknoloji Dergisi B-Teorik Bilimler*, 6 (1), 84-97. doi: 10.20290/aubtdb.332377
- Öztürk, E. S. (2023). *Instrumental transformation of social responsibility activities: A Critical political economy analysis of corporate social responsibility projects in Turkey* (Unpublished doctoral thesis). Yeditepe University, Institute of Social Sciences, İstanbul.
- Pirtini S., Atalık, Ö. and Aygün, G. (2006). Markaya yönelik iletişim ve marka değeri açısından tüketici tercihlerini etkileyen faktörlerin havayolu müşterileri üzerinde incelenmesi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 27, 125-136.
- Republic of Türkiye. (2017, January 10). Industrial Property Law No. 6769. In Official Gazette Issue 29944. Retrieved from:<https://www.mevzuat.gov.tr/Metin1.aspx?MevzuatKod=1.5.6769&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=&Tur=1&Tertip=5&No=6769>
- Roper, J. (2012). Environmental risk, sustainability discourses, and public relations. *Public Relations Inquiry*, 1, 69-87.
- Smith, M.F. (2005). Activism. In R. L. Heath (Ed.) , *Encyclopedia of Public Relations*. California: Sage Publications.

- Şenel, A. (1982). *İlkel topluluktan uygar topluma geçiş aşamasında ekonomik toplumsal düşünsel yapıların etkileşimi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Turkish Language Association. (2018, October 19). Retrieved from [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&kelime=HAYIR](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=HAYIR).
- United Nations. (1999, February 1). Secretary-General proposes global compact on human rights, labour, environment, in address to World Economic Forum in Davos. *Press Release SG/SM/6881*. Retrieved from <https://press.un.org/en/1999/19990201.sgsm6881.html> Accessed May15, 2018.
- Ülgener, S.F. (2006). *İktisadi çözümlenin ahlak ve zihniyet dünyası: Fikir ve sanat tarihi boyu akisleri ile bir portre denemesi*. İstanbul: Derin Yayınları. Wallerstein, I. (1983). *Historical capitalism*. London:Verso.
- WCED (World Commission on Environment and Development).(1987). *Our Common Future*. Oxford University Press.
- Wilson, M. (2003). Corporate Sustainability: What is it and where does it come from? *Ivy Business Journal*, 67(6), 16.
- Wood, D.J. (1991) Corporate social performance revisited. *Academy of Management Review*, 16(4), 691-718.
- Wood, L. (2000). Brands and brand equity: Definition and management. *Management Decision*, 38(9), 108-118.

# Twitter'da Ekonomi Hakkında Paylaşılan Sahte İçerikler Üzerine Bir Araştırma\*

## Research on Fake Content Shared on Twitter About the Economy

Mehmet Sinan Tam<sup>1</sup> , Serap Bereketoğlu<sup>2</sup> , Nazan Şanlı<sup>2</sup> 



\*Bu çalışma TÜBİTAK projesi çerçevesinde desteklenerek yürütülmüştür.

<sup>1</sup>Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Balıkesir, Türkiye

<sup>2</sup>Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi, Ömer Seyfettin Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Balıkesir, Türkiye

ORCID: M.S.T. 0000-0001-9897-0803;  
S.B. 0000-0003-2011-039X;  
N.Ş. 0000-0002-9421-4477

**Sorumlu yazar/Corresponding author:**

Mehmet Sinan Tam,  
Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Balıkesir, Türkiye  
E-mail: mtam@bandirma.edu.tr

**Başvuru/Submitted:** 12.01.2024

**Revizyon Talebi/Revision Requested:** 22.01.2024

**Son Revizyon/Last Revision Received:** 02.04.2024

**Kabul/Accepted:** 15.04.2024

**Atf/Citation:** Tam, M.S., Bereketoğlu, S., Şanlı, N. (2024). Research on fake content shared on Twitter about the economy. *4. Boyut Journal of Media and Cultural Studies - 4. Boyut Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 24, 65–91.  
<https://doi.org/10.26650/4boyut.2024.1417862>

### ÖZ

Son yıllarda hemen her konuda olduğu gibi ekonomi alanında sahte içerikler üretilmektedir. Bu üretimin ana odağında milyonlarca kullanıcısı bulunan X/ Twitter da aracılık edebilmektedir. Bu çalışmada, Türkiye özelinde ekonomi hakkında X'de dezenformasyon ve misinformasyon içerikli paylaşımların ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu bağlamda 1-31 Ocak 2023 tarihleri arasında ekonomi gündemindeki anahtar kelimelerden hareketle (dolar, borsa, altın vb) MAXQDA programı üzerinden X'den veri toplanmıştır. 197.106 tweetin paylaşıldığı bu konuda söz konusu paylaşımlar içerik analizi yöntemiyle aynı programda kodlanmış ve analizleri gerçekleştirilmiştir. Yapılan analizler sonucunda; kullanıcıların yanlış bilginin yayılımında kullanılan bir yöntem olan parodi içeriklerle daha çok dezenformasyona yönelik paylaşımlar yapıldığı tespit edilmiştir. Burada kullanıcıların mizah ve alaya alma amacıyla ekonomi hakkında paylaşımlar yaptıkları fakat bu içeriklerin kullanıcıları yönlendirici bir role sahip olacak şekilde sahte paylaşımlarla desteklendiği saptanmıştır. Ekonomi ile ilgili sahte içeriklerin paylaşıldığı X'de; ekonomi ile ilgili terimler (dolar, borsa altın vb.), ülke ekonomisinde öne çıkan gündemler (EYT), politikacılar (Cumhurbaşkanı, Ekonomi ve Maliye Bakanı), akademisyenler ve uzmanların (Prof. Dr. Özgür Demirtaş, İslam Memiş) sıklıkla referans alındığı belirlenmiştir. Çalışmanın sonucunda; dezenformatik içeriklerle karşılaşan sosyal medya kullanıcılarının bu içerikleri teyit edebilecekleri merkezlerin ön plana çıkartılması ve konu hakkında bu tarz içerikleri paylaşanların yasal yollarla engellenmesi noktasında önlemler alınması gerektiği ileri sürülmüştür. Öte yandan sadece mecra bağlamında denetimlerin yapılması konunun nihai çözüme kavuşmayacağı, burada bireylerin finansal okuryazarlık seviyesinin de artırılması yönelik çalışmaların yapılması, önerisinde de bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Dezenformasyon, Ekonomi, X/Twitter, Sahte Haber, Türkiye

### ABSTRACT

In recent years, fake content has been produced in the field of economics, as in almost every subject. As the main focus of this production, X, previously known as Twitter, has millions of users and can also mediate the problem. This research specifically aims to reveal posts containing disinformation and misinformation about the economy in Türkiye. In this context, the study has collected relevant data involving 197,106 share tweets before coding these shares and analyzing them in the MAXQDA program, using the content analysis method. As a result of the analysis, the study has determined that users mostly share disinformation using parody content, which is one method used to spread false information. Users were also discovered to share postings on the economy for the aim of amusement and scorn, but these contents were supported by bogus posts in such a way that they served as a guide for users. X is where fake content about the economy is shared and has been determined

to frequently reference terms related to the economy (e.g., dollar, stock market, gold), prominent agendas in the Türkiye's economy (e.g., retirement age victims), politicians (e.g., President, Minister of Economy and Finance), academicians, and experts (e.g., Prof. Dr. Özgür Demirtaş, İslam Memiş). As a result, the study suggests that measures should be taken to highlight the centers where social media users who encounter content containing disinformation can verify these contents and to legally block users who share such content on the subject. Meanwhile, the study also suggests that issue will not be resolved simply by conducting audits in the context of the media and that studies should be carried out to increase individuals' financial literacy levels.

**Keywords:** disinformation, economy, X, Twitter, fake news, Türkiye

## Extended Abstract

The Turkish Language Association (TDK, 2023) has defined misinformation as “the distortion of information.” Disinformation posts are purposely spread to deceive other users and generate a desired perception. Users distribute misinformation without questioning it, believing it to be true (Bahar, 2020).

The loss of truth is experienced in the economy as well as in every area of society. İşleyen (2021, p. 71) clarified the issue at what rate the companies traded on the Istanbul Stock Exchange, which he examined within the scope of his research, are found more and more on the media agenda. Açıklalın and Canbey's (2022, p. 8) research discussed the concepts of network society and post-truth and obtained the following findings: (1) The proliferation of social media platforms that accelerate the post-truth process has also enabled this concept to gain meaning, and (2) the biggest reason for this situation is that, thanks to social media platforms, content owners with unknown origins are able to deliver unproven information to large communities over a short time.

When looking at the 21<sup>st</sup> century, fake content has mostly been experienced under the headings of natural events, disasters, tensions between states, states of war, election periods, civil unrest, statements made (or not made) by official and non-governmental organizations, public opinion polls, cyber-attacks, diplomacy, immigrants, and the economy (Posetti & Matthews, 2018). Fake content can be said to be increasing, especially when tensions between states turn into conflicts or end in war. Immediately following the start of the Russia-Ukraine war that broke out at the beginning of 2022, hundreds of videos, images, and articles with fake content were observed being shared on social media and traditional media channels in Türkiye alone (Babacan & Tam, 2022, p. 82).

According to the Reuters Institute digital news report (Newman, 2022), news consumption has also increased with the increase in social media use in Türkiye. Topics shared on social media often include women's rights and socioeconomic issues. The same report also determined the news disinformation rate in Türkiye to be 62%, of which 53% related to politics and 46% to the pandemic.



The fictional transformation of information into disinformation directly affects reality, and this disinformation content can be conveyed to people in different areas. Presenting lies directly to the public, shaping the truth with other fake content, revealing a new reality by destroying part of the truth, and producing more striking content than necessary directly contribute to the formation of disinformation (Ertem, 2019).

Many reasons exist for producing fake news. While these may be ideological and political, commercial reasons also play a role here. In addition to producing propaganda, users also resort to disinformation to gain followers and commercial profit, and in general terms, this factor stands out (Öztürk, 2022). Apart from all these, deficiencies and gaps in control and legal legislation also encourage fake news content producers, causing this situation to have become increasingly widespread.

Disinformation in economics and in the absence of shared market knowledge alters reality and provides false information to the masses. This condition leads readers of economic journalism to believe in an economic model created by perceptions rather than the true economic reality (AydınbaŐ, 2022). In contrast to traditional media, censorship is easier to avoid on social media with regard to economic news. In this context, experts and employees have remarked that social media supports the dissemination of reliable information and that journalists and economists have a space to share their knowledge and facilitate acquiring information. On the other hand, the disinformation problem circulating on social media has also negatively affected economic journalism and caused problems in this field (Uzunođlu & Karaca, 2022, p. 11). Within the scope of research conducted in 2022, Kűçükvardar (2023, p. 158–160) found 158 of the 485 pieces of economic news shared within 10 days to have been “click-oriented news” and the remaining 327 pieces to be “non-click-oriented news”.

This study seeks to uncover what bogus economic information occurs on X and under what misleading labels it emerges. In this context, data have been collected from X using the program MAXQDA between January 1-31, 2023. During January 2023, 197,106 tweets were found to be in line with this. Tweets not connected to the economy were eliminated from the coding, with content analysis being performed on the remaining data.

The day of the week on which the most tweets are shared about the economy on X was found to be Monday, followed by weekends. When evaluating all 197,106 of the tweets in question, the tags and economy-related words were seen to be frequently shared, especially between 3-6 p.m. Two prominent issues were found regarding the tags used in the economy-related tweets. The first of these is the use of concepts and terms directly related to the economy, such as the stock market, the dollar, and gold. The second involved economy-related events or situations on the agenda.

When looking at the misleading aspects of the economy-related content that was shared, seven headings came to the fore. Here, the analysis determined users to have shared fake content in the context of parody (174), fabrication (44), manipulation (44), incorrect attribution

(14), distortion (12), incomplete presentation of the truth (9), and decontextualization (8). Regarding parody content, the study observed that users prepare the topic of the economy for entertainment and purposes of mockery.

The research has focused on misleading (misinformative, dis-informative) posts about the economy on X. Conducting academic studies on other social media channels apart from X, especially YouTube and TikTok are believed will bring a more comprehensive perspective to the subject.

## Giriş

Enformasyon; genel anlamda bilgi, aydınlatma ve tanıtma anlamına gelirken ilerleyen teknolojiyle birlikte günümüz dünyasında; haber, ileti ve duyuru anlamlarıyla da kullanılmaktadır. Dezenformasyon ise enformasyonun bozulması ve değişime uğraması anlamına gelmektedir. Dezenformasyona en sık rastlanılan yer, iletişim alanları ve medyadır. Özellikle medya aracılığıyla enformasyon değiştirilerek birtakım ekonomik veya politik sebeplerle topluma sunulmaktadır (akmak, 2019). Türk Dil Kurumuna göre ise dezenformasyon “bilgi çarpıtma” anlamına gelmektedir (TDK, 2023). Dezenformasyon paylaşımları diğer kullanıcıları manipüle etmek ve onlarda istedikleri algıyı oluşturmak için bilinçli olarak yayılmaktadır. Misenformasyon olarak adlandırılan içerikler ise kullanıcılar tarafından sorgulanmadan, gerçek kabul edilerek diğer kullanıcılarla paylaŐılmasıdır. Sahte içerikleri paylaşan kullanıcılar, direkt olarak suçlu olmalarının yanında etkiledikleri kitleyi de suça itebilmektedir. Toplumsal düzeni bozmak açısından bir tehdit olan bu paylaşımlara inanan kullanıcılar da dezenformasyon ve misenformasyon mağduru olmaktadır (Bahar, 2020). Gerçek bilgi, kitlelerdeki hakikatin kavrayıŐı ile alakalı bir durumdur. Bilim tarihi, yıllar boyunca gerçek olarak algılanmıŐ ve hakikatin yerine geirilmıŐ bazı tezlerin yok edilmesine Őahitlik etmiştir. Gerçekliği değişik araçlarla, yöntemlerle sunmak mümkündür. YarıŐı dolu olan bir ŐiŐeyi betimlemek için, dolu ya da boş olma durumu kullanılarak hakikat tarif edilebilir. Dezenformasyona yönelik yapılan bütün tanımlamalarda ortak payda, gerçek dışı içeriğin kasti olarak hedef kitlenin algılama Şeklini yönetmesidir (Turan, 2015).

Toplumların bilgiye erişmek için kullandıklarını radyo, televizyon gibi konvansiyonel medya araçlarının yanında, evrimii habercilik alanların oluŐmasıyla yeni alternatif haber alma tercihleri ortaya çıkmıştır. Son yıllarda yeni medya platformlarında (X, Youtube, Facebook vb.) anlık haber üretimi ve tüketimi gerçekleştirilmektedir. Yeni medya platformlarını kendilerine uyarlayan tüketiciler, zamanla birtakım manipülasyonlara ve dezenformasyonlara da yön vermiştir (Cengiz ve Patan, 2021 , s. 236). Bugün iletişim ve teknolojinin etkisiyle toplumlar dezenformasyon alanının içinde kendini bulmaktadır. Kitle iletişim araçlarının ve mecralarının çeşitlenmesi dolayısıyla erişimin hız kazanması, bireyleri bilginin çeşitli olanaklarıyla karşı karşıya bırakmaktadır (Brgoanu ve Radu, 2018, s. 26). Yeni medyanın geleneksel medyadan daha fazla ilgi görüyor olması da bilgi karmaŐıklıđının yaŐanmasına neden olmuştur. Bu yoğun ilgi aynı zamanda kontrolsüz bir enformasyon patlamasının yaŐanmasına ve dezenformasyon içeriklerinin de yayılmasına zemin hazırlamıŐtır. Sahte haber; geleneksel haberciliğin içerik medyasının Şeklini dönüştüren, amacına uygun hazırlanmayan ve asılsız bilgiler olarak tanımlanabilir. Yalan haber, içeriğin gerçekliğini ve güvenilirliğini insanlara aŐılayan editoryal süreçten de uzaktır. Yalan haberler, yanlış yönlendirme ve dezenformasyon gibi içerik saptırmalarla bütüncül hareket etmektedir (Lazer ve ark., 2018).

Sosyal medya kullanıcıları yanı sıra medya kuruluşları da kullanıcılar gibi hangi konunun, hangi biçimde gündemde kalabileceğine karar vererek maniplatif yönlendirmeler

yapabilir. Gündem belirleme kuramına göre medya bir konuya ne kadar yer ve zaman ayırıyorsa, o konu kamunun gözünde o kadar önemlidir. Medyada çoğunlukla görülen içerikler kamuoyu tarafından önemli olarak kabul edilir. Kurama göre, medya ideolojik fikirleri kamuoyuna direkt olarak değil, dolaylı yoldan aktarır ve okuyucuların düşüncüyü kendi kendine benimsemesini bekler. Okuyucu düşüncüyü kendi çabasıyla benimsediğinden dolayı beklenen etki uzun sürmektedir. Kuramın diğer tarafından bakıldığında; medya bazı konuları okuyucu ile buluşmasını istememektedir. Bu sayede okuyucularda bir düşünce ve davranış değişikliği gerçekleşmez. Gündem belirleme kuramıyla okuyucu; konunun değerini, medyanın o konuya verdiği değer ile ölçmektedir (Onayemi, 2010). Kurma göre medyanın insanlara sunduğu gerçekler aslında sadece görülmesini istediği yapay gerçeklerden ibarettir. Medya izleyicisine direkt olarak etkilemeyi değil, zamanla diğer kullanıcılar ve içerik üreticilerinin katkılarıyla, bir gündem içerisinde kalarak dayatılmak istenen ideolojiyi benimsetmeyi amaçlar. Saklanmak istenen bir gerçek olduğunda, sahte içeriklerle gündemi doldurarak gerçeklerin görünmesini engeller. Paylaşılan sahte içerikler yeni medyanın oluşturduğu etkileşim ortamıyla hızla yayılmakta ve gündemi doldurabilmektedir. Yayılan bu bilgi çoğu kullanıcı tarafından doğru kabul edilmekte ve beraberinde birçok medya organının aynı durumdan, aynı şekilde bahsediyor olması da inandırıcılığını arttırmaktadır. Haberin gerçekliğinin her defasında yeniden desteklenmesiyle sahte fakat yeni bir gerçek doğmaktadır. Bu durum hakikatin yavaş yavaş yok olmasına ve gerçek ötesi (post-truth) kavramının ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

Post-truth kelimesi bir sıfat olmakla beraber Türkçeye çevrildiğinde “post” tam olarak karşılığı olmasa da “truth” kelimesi “hakikat” ve “gerçeklik” gibi anlamlara gelmektedir (Arkan, 2022). Post-truth, gerçek ötesi, hakikat ötesi gibi anlamları taşımaktadır (Keskinkaya, 2021). Kavram, 2016 yılında Oxford Dictionary tarafından yılın kelimesi olarak seçilmiştir. Bu olaydan sonra sözcük oldukça popülerleşmiş, üzerinde çalışmalar yapılmaya başlanmış ve içinde bulunduğumuz çağı niteler hale gelmiştir (Güven, 2020). Kavram çok yeni olmasına karşın, kavramın karşıladığı gerçekliğin yitimi veya kurgusunun günümüz sosyal medya mecralarında oldukça yoğun bir biçimde işlendiğini söylemek mümkündür.

Açıkalın ve Canbey yaptıkları bir araştırmada ağ toplumu ve post-truth kavramlarını ele alarak şu bulguları elde etmiştir; Post-truth sürecini hızlandıran sosyal medya platformlarının çoğalması, bu kavramın anlam kazanmasını da sağlamıştır. Bu durumun en büyük sebebi ise sosyal medya platformları sayesinde kaynağı belli olmayan içerik sahiplerinin, doğruluğu kanıtlanmayan bilgileri kısa sürede geniş topluluklara ulaştırmasıdır. Bu konuyla ilgili yapılan tartışmalar, yeni teknolojilerin post-truth kavramına uygun bir taban hazırladığını ortaya koymuştur. Bu açıdan sosyal medya ve post-truth kavramı arasında ilişki kurmak yanlış olmayacaktır. Diğer açıdan baktığımızda ise sosyal medya yanlış haber yayılımını etkilediği için pos-truth kavramını beslemektedir. İkincil bulgu ise; sosyal medya platformları post-truth çağının getirilerine karşı önlemler alınmasını sağlamıştır (Açıkalın ve Canbey, 2022, p. 8). Sosyal medya platformları, kullanıcıların yaydığı yalan haberler ve post-truth çağının sağladığı diğer sorunlar için içeriksel ve teknik yöntemler geliştirmiştir. Bu iki bulgunun bize

verdiği sonuç ise sosyal medya ve post-truth kavramının simbiyotik bir ilişkisinin olduğunu ortaya koymasıdır (Kesinkaya, 2021).

Sosyal medya platformlarında yapılan paylaşımların dezenformasyona dönüşmesinde ana medyanın da etkisi bulunmaktadır. Burada özellikle medya kuruluşu veya muhabirin bilerek, yaşanmamış ya da gerçekleşmemiş bir olayı ve görüntüyü paylaşması ile yurttaşların içeriği teyit etmeden bu olayı gerek kendi aralarında konuşması gerekse de bunu sosyal ağları üzerinden paylaşmasıyla dezenformasyon ve misenformasyon süreci başlamaktadır. Örneğin; bir gösteride iktidar karşıtı bir muhabirin hiçbir görüntü olmadan polis göstericilere şiddet uyguladı gibi bir başlık ile eski veya kurguya dayanan bir görüntü veya yazıyı paylaşması, anında milyonlarca kişiye ulaşabilir ve bu olayla birlikte insanların bunu doğru kabul edip inanma refleksine girmesine neden olabilir. Söz konusu durum yurttaş gazeteciliğini yaptığını düşünen bir muhabirin toplumsal bir infiale sebep olmasına yol açabilir. Yurttaşlar habere ilişkin teknik konulara vakıf olmamasından dolayı olayı ve durumu 5N1K kurallarına uymadan yayınlamaktadır. Bu durum sosyal medyadaki dezenformasyon sayısını artırmakta ve doğru haber sayısını da aynı oranda azaltmaktadır (Arslan, 2022,). Dolayısıyla bu da gerçeğin bir anda yalan, yalanın da bir anda hakikatmiş gibi algılanmasına yol açmaktadır.

Hakikatin yitimi toplumun her alanında olduğu gibi ekonomide de yaşanmaktadır. İşleyen (2021), araştırması kapsamında incelediği borsa İstanbul'da işlem gören şirketlerin, hangi oranlarda medya gündeminde daha fazla yer aldığı konusunu açıklığa kavuşturmuştur. Borsadaki 479 şirket içerisinde yalnızca 11 şirketin öne çıkartıldığını belirlemiştir. Diğer taraftan bakıldığında %2,29 oranıyla var olan şirketler, haber gündeminde sadece %39,3 yer kaplamıştır. Bu oranlara bakıldığında medya, bazı şirketleri gündemde tutup öne çıkarırken bazı şirketlere ise tam tersini uygulamaktadır. Ekonomi alanında yayın yapan medya kuruluşlarının borsada bulunan ilk 100 şirketi ele alabileceği ve diğerlerine yer vermeyecekleri varsayımı ile yapılan bu çalışmada şu sonuca varılmıştır; medya kuruluşları 100 şirketten yalnızca 10 tanesinden %40,9 oranında bahsederek, geride kalan diğer şirketlerin sadece 52 tanesine %59,1 oranında yer ayırmıştır. 32 şirket ise medya kuruluşları tarafından görmezden gelinmiştir. Bu oranların gösterdiği sonuç ise medyanın bazı şirketleri öne çıkardığı bazı şirketleri ise göz ardı ettiğiidir. Bu sonuçlar ışığında, medyanın gündemi belirleme durumunun salt ve politik anlamda düşünülmemesi gerektiğini ortaya koyduğu gibi ekonomi hakkındaki haberlerin de gündem belirleme kuramı çerçevesinde öne veya arka plana itildiği görülmektedir.

Her bireyin dijital ortamlara ulaşabilmesi ve aynı zamanda içerik paylaşımı, diğer kullanıcılarla bir iletişim kurması dezenformasyonun yayılımı açısından tehlike doğurmaktadır. Sosyal medya öncesinde gazetecilik profesyonel bir meslek olarak tanımlanırken, günümüzde yeterli teknik donanıma (Akıllı telefon gibi) sahip herkes gazeteci olduğunu iddia etmektedir. Sosyal medya alanında, terimsel ve yöntemsel araştırmalara günümüzde bilinçli kitleler oluşturmak için ihtiyaç duyulmaktadır. Bireylerin dijital medya okuryazarlık oranını artırmak ve geliştirmek için çeşitli projelere ve yasalara destek verilmelidir. Böylelikle günümüzde

medya kullanımındaki sahte içerikler en aza indirilerek kullanıcılara olması gereken fayda sağlanabilir (Vanwysberghe, Boudry ve Verdegem, 2012, s. 3). Bu bakış açısından hareketle bu çalışmada; Türkiye'de milyonlarca kullanıcı olan X'den hareketle finansla ilgili tweetler incelenmiştir. Çalışmada ekonomi alanında suni gerçekliğin nasıl inşa edildiği probleminde hareket edilmiştir. Araştırmada amaçlanan ekonomi hakkındaki dezenformatik paylaşımların yanıltıcı yönünü ve bunların ne olduğunu ortaya koymak olmuştur. Araştırma konusu hakkında başta finans olmak üzere diğer manipülatif ve dezenformatik içerikler hakkında kamuoyunun dikkatinin çekilmesi hedeflenmiştir.

## Sosyal Medya ve Dezenformasyon İlişkisi

Dezenformasyon çoğunlukla bir amaca yöneliktir. Gerçek olanı manipüle ederek bir çıkar gözeten insanlar tarafından yayılmaktadır. Bu çıkar siyasi veya ekonomik olabilir. Hem geleneksel hem de yeni medya kaynakları bu yöntemle başvurabilir çünkü her ikisi de izleyici ve katılımcı sayesinde para kazanmaktadır. Bundan dolayı karşısındaki insanları şok etmek, şaşırtmak ve ilgisini çekmek onlar için önemli bir konudur. Bilginin diğer insanlara ulaşabileceği kanalların sayısı arttıkça dezenformasyon da artmaktadır. Bu durum yazılı medyanın ortaya çıktığı dönemde, okuma yazma bilmeyen insanların çoğunlukta olmasıyla benzerdir. O dönemden farklı olarak şu an medyaya ulaşmak daha kolay olsa bile dijital okuryazarlık seviyesi oldukça düşüktür (Yıldırım ve Balkaroğlu, 2023, s. 13-14). Sosyal medya platformlarının küresel alanda popülerleşmesi ve genellikle dinamik kitlenin yaşamında yer etmesi, ekinsel davranışların oluşmasında belirleyici bir rol üstlenmiştir. Kullanıcıları kanalize etme gereçlerinin yanında sosyal medya, benzer kitlelerin kültürel faaliyetlerini de içermektedir. Günümüz genç kuşağı olaylara ilişkin gelişmeleri ve anlık bilgileri sosyal medya üzerinden takip etmektedir. Yaşanılan olaylarla ilgili yerel medyaların sunduğu haberlerden ziyade sosyal medyayı sürekli kullanan kişiler kendi haber alanlarını da oluşturmaktadır (Sayımer, 2014). Sosyal medya ile kitleler, oluşturdukları içerikler ile sürekli etkileşim halindedirler. Burada göndericiden alıcıya doğru akan bir iletişim kanalı yerine çok kanallı bir iletişim gerçekleşmektedir. Bu da medya kullanıcılarına daha özgürlükçü, katılımın yoğun olduğu bir iletişimin gerçekleşmesine olanak tanımaktadır (Nuran, 2015). Sosyal medya platformları yapısı gereği hem tüketenleri bir üretici hem de üreticileri birer tüketici konumuna getirmektedir. Konvansiyonel medyadan farklı olarak sosyal ağlar, bireylere daha interaktif bir iletişim sağlamaktadır. Bu durum sosyal platformları kullanan kesimin içerik üretimini cesaretlendirdiği gibi sahte içeriklerin paylaşılmasına da aracılık edebilmektedir. Dolayısıyla sosyal medya kullanıcılarının içerik üretme özgürlüğü ve bunun denetlenmemesi dezenformasyona yönelik içeriklerle sonuçlanabilmektedir.

Geleneksel medyadaki eşik bekçileri, içeriği oluşturan unsurlar arasından bazılarını ön plana çıkartırken bazılarının ise üstünü örtmektedir. İçerik/haber kurgulanırken politik, ekonomik, ideolojik ya da kültürel bakış açılarıyla uygun olması, eşik bekçilerinin temel görevleri arasındadır. Bir içeriğin gereksiz detaylara yer vermesi ya da bazı içeriklerin hiç yayınlanmaması gibi işlemler de bu faaliyetler kapsamında değerlendirilebilir (Narmanlıoğlu,

2016). Sosyal medyanın denetim mekanizması yok denecek kadar azdır. Geleneksel medyayı sosyal medyadan daha güvenilir yapan, içerisinde ast st ilişkisi barındıran bir kontrol mekanizması barındırmasıdır. Diğer taraftan geleneksel medyada yayınlanacak haberler her zaman belirli filtrelerden geçirilerek hazır hale getirilir. Sosyal medyada böyle bir durum söz konusu değildir olsa bile sınırlıdır. Bu nedenle bir haberin veya içeriğin filtrelenmeden ve kontrol edilmeden sosyal medya hesaplarında direkt olarak paylaşılması, dezenformasyonun artmasına yol açmaktadır (Arslan, 2022). Kullanıcılarına kendi gerçekliğini sunma Şansı tanıyan sosyal medya uygulamaları ve beraberinde getirdiği algoritmalar, programlar ve sınırlamalar, kullanıcıların farklı fikirlerle karŐılaŐmasının da önüne geçen modern eşik bekçileri olarak görülebilir. Bu durum sahte içeriklerin paylaşılmasına aracılık ettiği gibi kullanıcıların ve içerik üreticilerin paylaştıkları yazı, fotoğraf ve videoların herhangi bir süzgeçten geçmemesi de dezenformasyonların üretilmesi ve bir sonraki aşamada misenformasyonun yayılmasına neden olabilmektedir.

Son yüzyıla bakıldığında sahte içeriklerin daha çok doğa olayları, afetler, devletler arası gerginlikler, savaş halleri, seçim dönemleri, iç karıŐıklıklar, resmi ve sivil toplum kuruluşların yapmadığı açıklamalar, kamuoyu araştırmaları, siber saldırılar, diplomasi, göçmenler ve ekonomi baŐlıklarında yaŐandıđı tespit edilmiştir (Posetti ve Matthews, 2018). Özellikle devletler arası gerginliklerin çatışmalara dönüŐmesi veya savaŐla sonuçlanması halinde sahte içeriklerin giderek daha da çoğaldığını söylemek mümkündür. Nitekim 2022'nin hemen başında patlak veren Rusya-Ukrayna savaŐının hemen akabinde sadece Türkiye'de yüzlerce sahte içerikli video, görüntü ve yazıların sosyal medya ve geleneksel medya mecralarında paylaşıldığı görülmüştür (Babacan ve Tam, 2022 , s. 82). Aynı durum KOVİD-19 pandemisinde de gerçekleŐtiđi gibi (Tunçer ve Tam , 2022) Ekim 2023'n başında Filistin ve İsrail arasında yaşanan çatıŐmalarda da benzer paylaşımlar sosyal medya platformlarında görülmüştür (TekeŐ, 2023). Tüm bunların yanı sıra küreselleŐmeyle birlikte dünyada ekonomi, politika, inovasyon ve kültürel kısımda yönetim ve yönlendirme noktalarında da deđiŐikler meydana gelmiştir. Burada baŐat rolü oynayan ise teknolojik gelişmelerdir. Teknolojik gelişmeler beraberinde toplumu yönlendiren bir sürece sokmuŐtur (Bağcı ve Kaymakçı, 2021, s. 2336).

Günümüz dünyasında Facebook, X, Instagram gibi sosyal medya araçları birçok kullanıcı için önemli bir iletişim aracı konumundadır. Sosyal medya uygulamalarının yaygınlaŐmasıyla birlikte, bu uygulamalar birer haber kaynağı haline gelmiştir. Başta politika, ekonomi, spor, magazin gibi konular olmak üzere pek çok konuda sosyal ağlar son dakika haberlerini paylaŐmada önemli bir işlev görmektedir. Sosyal medya uygulamaları arasında oldukça popüler olan X, yeni haber mecrası olarak da anılmaktadır. Uygulama kısa sürede tanınan veya tanınmayan kişilerin, kurumların içerik oluşturduğu dinamik bir paylaşım ortamına sahiptir. Tüm haber kuruluşları X'e link vermekte, okurları ile burada buluŐmakta, Őahsi ve resmi hesaplardan paylaşım yapmaktadır. Haber ajansları yalnızca kendi resmi sitelerini kullanmakla kalmayıp aynı zamanda X hesaplarını da aktif olarak kullanmaktadır (Kürkçü, 2017). Bu uygulama, sunduğu dinamik iletişimle birlikte kitlelerin yanı sıra bireylerin de

düşüncelerini hızla değiştirmekte ve yayılmasını sağlamaktadır. X, sağladığı takip ve takipçi sayıları özelliğiyle sıradan bir bireyin kitleleri olan güçlü bir birey haline dönüştürmektedir. Öte yandan X, gerçek zamanlı iletişim sağlaması nedeniyle dünyanın farklı yerlerindeki insanlara da karşılıklı iletişim imkânı tanımaktadır (Eren, 2015). Son yıllarda konvansiyonel medyada ünlü gazetecilerin Youtube ve Tik Tok gibi uygulamalarda içerik üretmeleri, canlı yayın bağlantılarıyla konuklar almaları da giderek sosyal medya uygulamalarının birer haber alma merkezine dönüşmesine yol açmıştır. Ayrıca sıradan veya kendi konularında uzman olan kişilerin de bu kanallarda içerikler paylaşması da sosyal medyanın haber alma ülküsünün yanı sıra bilgi edinme misyonunu da desteklemektedir. Konu bağlamında değerlendirildiğinde; son yıllarda ülkemizde Prof. Dr. Özgür Demirtaş veya İslam Memiş'in kendi Youtube kanalında ürettiği ekonomiye yönelik içerikler burada örnek olarak verilebilir.

X, bilginin çabuk ve hızlı yayılması açısından bilhassa haberi açıklayan ilk kanal olma özelliği ile önemli bir kaynak olarak görülmektedir. Muhabirlerin haber üretme yöntemlerini ve içeriği etkilediği gibi, hedef kitleye sunulan içeriğe karşı da güven tutumunu etkilemektedir. Medya da paylaşılan içerikler ana akım içerikçilerine nazaran alternatif yankılar oluşturabilmekte ve haberin oluşum ve yayılım akışını etkileyebilmektedir. Bu sebeple gündem belirlemede X'in katkısı yadsınamaz bir gerçektir. Sosyal ağların çokluğu ile X, muhabirler ve hedef kitle tarafından içerik oluşturmada faydalanabildiği gibi bilgilendirme aracı olarak da kullanılabilir (Çaycı, Çaycı ve Eken, 2021, s. 128). X, konvansiyonel medya kaynaklarının uzantısı olarak faaliyet göstermesinin yanı sıra habercilerin çalıştıkları ajanslardan farklı, özgürlükçü ve bireysel bir ortamına da dönüşmüştür. X, habercilere mesleki anlamda yeni imkanlar oluştururken, gazeteciliğin ve haberciliğin ilkelerinden de uzaklaştırmıştır. X, içeriğin çeşitlenmesi, haberin kaynağına hızlıca erişebilmesi, bilgiye ulaşma ve aktarma gibi içeriğe yönelik geri bildirimleri takip etmesi açısından medyaya ciddi anlamda değişiklikler getirmiştir (Şahin ve Görgülü, 2020, s. 12).

## Sosyal Medyada Yayılan Sahte İçeriklerin Özellikleri

Reuters Enstitüsü dijital haber raporuna göre Türkiye'de sosyal medya kullanımının artmasıyla birlikte haber tüketimi de artış göstermiştir. Sosyal medyada paylaşılan konular sıklıkla kadın hakları, sosyal ve ekonomik konuları içermektedir. Aynı raporda Türkiye'de haber dezenformasyon oranının %62 olduğu ve bunun %53'ünün politika, %46'sının ise pandemiyle ilgili olduğu tespit edilmiştir (Newman, 2022).

Sahte haberlerle kullanıcılara sunulan içerikler, onların belirli bir konu hakkındaki fikirlerini ve hedeflerini değiştirmek veya etkilemek için paylaşılmaktadır. Sahte haberlerin yayılmasında en büyük etken, ilgiyi ve dikkati üzerine çekmedir. Bu dikkat çekicilik önceleri gazetelerin çok satan olma sebebi iken, son yıllarda "clickbait" yani tık tuzağı felsefesine uymaktadır (Kiraz, 2020). Yalan haberlerin kurgusunda en çok kullanılan tekniklerden biri olan tık tuzağı habercilikte sıklıkla kullanılan stratejilerden biri, sosyal medya hesaplarında paylaşılan haberlerin abartılı, ilgi çekici başlık veya görüntülerle kullanılmasıdır. İçeriklerde



“flaş haber”, “son dakika”, “flaş açıklama” gibi cümleler kullanılarak kullanıcıda merak uyandırmak ve haberi önemli kılma amacı vardır. Bu başlıklara kanarak içeriklere tıklayıp haber sitesine yönlendirilen kullanıcılar, süreç içerisinde haber sitelerine olan güvenini kaybedebilmektedir (Çavuş ve Ede, 2021 , s. 37). Doğru haber kaynağına erişmek adına zamanla bu durumu deneyimleyen kullanıcılar, haber sitelerinden çok sosyal medyada ünlü hesapların haber paylaşımlarına inanma eğilimine de geçebilir. Bu yönelim politik konularda olduğu gibi ekonomi konusunda da yaşanabilmektedir.

Dezenformasyon oluşturmada bilginin kurgusal dönüşümü gerçeği doğrudan etkilemektedir. Bu dezenformasyon içeriğini değişik alanlarda insanlara aktarmak mümkündür. Yalancı direkt kamuoyuna sunmak, diğer sahte içerikler ile doğruyu şekillendirmek, doğrunun bir kısmını yok ederek yeni bir gerçeklik ortaya çıkarmak, gereğinden fazla vurucu içerikler üretmek, dezenformasyonun oluşumuna doğrudan katkı sağlamaktadır (Ertem, 2019). Dezenformasyon, manipülasyon ve kamuoyunu yanıltma veya gerçekleri çarpıtmak amacıyla sahte içerikler hazırlanabilir. Bu içerikler, belirli bir plan ve kurgu tekniğiyle paylaşılmamış hissi uyandıracak şekilde bir formata dönüştürülerek, anonim hesaplar tarafından yayılmış gibi gösterilerek ve fenomen hesaplar yoluyla da paylaşılarak görünür kılınabilmektedir. Buradaki temel amaç; içeriğin inandırıcılığını yükseltmektir.

Teknolojideki ilerlemeler dezenformasyon tekniklerinin gelişmesine neden olmuştur. Bu teknikler zamanla medya trolleri olarak belirli bir bedel karşılığında blog, sözlü veya görsel olan içerikleri hazırlayan kişilere iş imkânı da sağlamıştır. Trol ve dezenformasyona yönelik içeriklerde sahte haber, içerik oluşturmada bilinen bazı yöntemlerdir. Bunlar; içeriklerde doğru olanın arka planda kalması için gönderiye yorum katmak, doğruluğun yanındaymış gibi görünerek sonrasında onu yeren düşünceleri paylaşmak, konunun eleştirel boyutunun da yönetilerek daha önce yazılmış, çizilmiş içeriklerle yalancı yeni bir boyut kazandırmak ve doğrunun yanlış ile ilişkisini ortaya koymaktır (Agbedo ve Krisagbedo, 2014, s. 16-27).

Yukarıda sıralanan yöntemlerin dışında özellikle iddialı ve merak uyandıracak şekilde paylaşılan, haber görünümü olan ancak pek de bilgi içermeyen haberler, yönlendirdiği link içeriğinde çoğunlukla ilk başta paylaşılan fotoğrafta gösterilen veya iddia edilen bilgiyi sunmayan teknikler de kullanılmaktadır. Adeta kullanıcılara haber değil fotoğraf satılmaktadır. Burada fotoğraf üzerinde yazılan yazılarla içerik ilgi çekici hale getirilmeye çalışılmaktadır (İnce, 2018,). Kullanılan bir diğer taktik ise haberin başlığında uygunsuz ve müstehcen sözcüklere yer vererek kullanıcının ilgisi çekilmeye çalışılmaktadır. Paylaşımın içeriğinin cinsellikle ilgisi olmamasına rağmen başlık, kullanılan görüntü cinselliği çağrıştıran ve merak uyandıran bir kurguyla verilmektedir (Çavuş ve Ede, 2021, s. 39). Son olarak sahte habercilik anlayışında sıklıkla kullanılan bir diğer teknik ise başlık biçiminin haber içeriğini tamamen örtük, en küçük bilgiyi bile gizleyerek kullanıcıları linke tıklamaya mecbur bırakmasıdır. Örneğin; “Gördüklerinize İnanamayacaksınız” başlıklı bir içeriği merak edip linke tıklayan kullanıcı, fare kovalayan bir kedi ile ya da savaş yaralarını sarmaya çalışan bir aile görebilir. Başlıkla birlikte kullanılan bir fotoğraf varsa kullanıcı haber ile ilgili az da olsa bilgi sahibi

olabilirken, fotoğraf kullanılmazsa bu başlık tamamıyla tık odaklı habercilik çerçevesinde sahte bir görünüme dönüşmektedir (Özyal, 2016).

İnsan doğası gereği doğruyu ve yanlış ayırt etmekte pek iyi değildir fakat yine de doğru haberi alma ve bilgi edinme ihtiyacı bulunmaktadır. Sahte haberlerin insanların bu açığından yola çıkarak hareket ettiğİ söylenebilir. Bireylerin bu haberlere inanma eğilimi göstermesinde ise saf gerçeklik ile önyargı hususları öne çıkmaktadır. Saf gerçeklik faktöründe, kullanıcılar kendi doğrularının tek olduğuna inanmakta ve karşıt görüş olan tüm fikirlerin yanlış olduğunu düşünerek kendi ideolojisine yönelik haber kanallarını veya mecralarını takip etmektedir. Önyargı da ise kullanıcılar doğrulanmış olduğU söylenen bilgilere inanma eğilimi göstermektedir. Bu doğrultuda sahte haberler çoğU zaman doğru olarak algılanır. Yanlış algı oluştuktan sonra da doğruya olan inanç zorlaşabilmektedir (Shu, Sliwa, Wang, Tang ve Liu, 2017, s. 3).

Yalan haber üretmenin birçok sebebi vardır. Bunlar ideolojik ve siyasi olabilirken, ticari sebepler de burada rol oynamaktadır. Propaganda üretmenin yanı sıra kullanıcılar takipçi kazanmak ve ticari kâr elde etmek amacıyla da dezenformasyona başvurmakta ve genel anlamda bakıldığında da bu etkenin öne çıktığı görülmektedir. Diğer kullanıcıların ilgisini çekecek biçimde sunulan dezenformasyon içerikli paylaşımlar, tık tuzağı sisteminin yaygınlaşması, tamamı yanlış olmasa da dezavantajlı grupta yer alan kesime yanıltıcı bilginin sunulması ve manipüle etmeyi kolaylaştıracak görsellerin kullanılması ile bunların sosyal medya ve internet ortamında yapılma maliyetinin oldukça düşük olması nedeniyle de dezenformasyona olan yönelim ve bunun yaygınlaşması her geçen gün artmaktadır. Dahası kurumsal olmayan hesapların da sosyal medyada paylaşım yapması, çok sayıda sosyal medya kullanıcısının yanlış bilgiyi kasıtlı veya kasıtsız olarak yaymasına da neden olmaktadır (Öztürk, 2022). Tüm bunların dışında denetim ve yasal mevzuattaki eksiklik ve boşluklar da yine sahte haber içerik üreticilerini cesaretlendirerek bu durumun giderek yaygınlaşmasına sebep olmaktadır.

Yapılan bir araştırmada katılımcıların haber almak için en sık kullandığı mecranın sosyal medya olduğU tespit edilmiştir. Katılımcılar, haber ihtiyacının %39,6'sını geleneksel medyadan karşılarken çoğunluk (%50,9) sosyal medyayı tercih ederek bu ihtiyacı karşılamaktadır. Katılımcıların çoğunluğunun Instagram'ı (%54,3) ve YouTube'u (%42,6) kullandığı tespit edilmiştir. Facebook (%42,2) ve X'in (%38,7) daha az tercih edildiğİ sonucuna ulaşılırken, kullanıcıların yalan habere rastlama oranları ise; %27'si nadiren, %37'si bazen, %21,7'sinin de çoğU zaman şeklinde cevap verilmiştir. Katılımcıların %10'u hiçbir zaman yalan habere rastlamadığını, bununla birlikte birçoğU, yazı, fotoğraf ve video gibi haber öğelerinin haberde sahtelik uyandırdığının altını çizmiştir. Haber öğelerine dayalı paylaşımlarda görsel içerikli paylaşımların yazıya oranla daha az sahte haber izlenimi verdiğİ dikkat çekilmiştir. Fotoğraflı içerikler %40,9 videolu içerikler ise %44,3 oranında şüphe uyandırmamaktadır. Katılımcıların en çok karşılaştıkları yalan haber türleri; magazin (%47,8), siyaset (%41,3) ve ekonomi (%30,9) ile ilgili haberler olmuştur. Sağlık, bilim, teknoloji ve eğitimle ilgili

konularında daha az yalan haberlerle karşılaşmaktadır. Aynı araştırmada katılımcıların rastladıkları yalan haberlerin özelliklerini şu şekilde sıralanmıştır; birçoğunun rastladığı yalan haberler propaganda içerikli ve yönlendirici olmasıdır, hemen ardından reklam amaçlı olan haberler ve sonrasında kasıtlı amaç güden, kışkırtıcı ve alaycı yalan haberler takip etmektedir. Katılımcılar tarafından en az rastlanan yalan haber türü eğlence ve mizah içerikli olanlardır. Araştırmaya göre mizah içerikli olan haberlerin doğru kabul edilmesi, bilgi ve ideolojik yönlendirmelerin kullanıcılar tarafından direkt kabullenme riskini ortaya çıkarmaktadır. Katılımcıların %20 oranında haberlerin doğruluğunu hiç teyit etmediği görülürken, çoğu zaman doğruluk kontrolü yapanların %21,3 olduğu görülmüştür (Onursoy, Turan, Yeşilyurt & Astam, 2020, s. 496-500).

Sahte haberlerde görsel kullanımının, inandırıcılığı ve haberin yayılımını arttırdığı görülmüştür. Yapılan araştırmalar da bunu destekler niteliktedir. Tonga, araştırmasında ele alınan 20 içerikten yalnızca 4 tanesinde fotoğraf olmadığını 9 içerikte fotoğraf geri kalan 7'sinde ise video kullanıldığını gözlemlemiştir. Görsel içerik barındıran haberler toplamın yüzde 90'ı iken kullanılmayan haberler sadece yüzde 10'luk kısmı oluşturmaktadır. Ayrıca Tonga, incelediği haberlerin kaynağının yüzde 66 oranla Twitter olduğunu ve geriye kalan yüzde 33'lük dilimi ise ajans, gazete, haber sitesi ve sosyal medya uygulamalarının oluşturduğunu belirtmektedir (Tonga, 2021, s. 206-210). Haberin sahte olup olmadığı söz konusuysa ilk akla gelen görselini araştırmaktır. Fotoğraflardan kolaj oluşturmak veya fotoğrafın üzerinde oynama yapmak ve bazı alanların silinmesi gibi unsurlar en çok karşılaşılan yöntemler arasında yer almaktadır (Taş ve Taş, 2018, s. 196). Söz konusu durumla karşılaşan bireylerin bu noktada dikkatli davranmalı finansal okuryazarlığın yanında medya okuryazarlık seviyesini de artıracaktır.

Son yıllarda sahte haber üretiminde kullanılan bir diğer bir diğer yöntem ise “deepfake”tir. Deepfake, çağımızda sıkça rastladığımız internet kullanıcılarının karşılaştığı yeni bir oluşumdur. Etkili öğrenme ve yapay olanın birleşiminden meydana gelen görüntüler ve yapay zekâ teknolojisini içinde barındıran gerçekliğin farklı boyutlarıyla deepfake yapılmaktadır. Algoritmalar aracılığıyla kişilerin görseli değiştirilerek başka bir kimlik ve ses oluşturula bilinmektedir. Burada özellikle büyük veriler ile bir görsele deepfake uygulamanın kolaylaştığı ifade edilmektedir (Evren Berk ve Hasdemir, 2023, s. 38). Yapay zekâ araçları sadece ekonomi alanındaki dezenformasyon ve misenformasyonu değil aynı zamanda toplumun hassas olduğu pek çok konuda sahte içerikler üretmede son dönemlerde öne çıkmaktadır. Söz konusu durum sadece görsellerle değil aynı zamanda sesle de desteklenmesi kullanıcıları gelecek yıllarda bu şekilde oluşturulan sahte içeriklere inandırabilme de önemli ölçüde rol oynayabilir.

Yalan haberler birçok şekilde kullanıcının karşısına çıkabilmektedir. Son yıllarda kirliliğin bu denli hızlı yayılması “infodemi” olarak isimlendirilmiştir. İnfodemi (bilgi) ve epidemi (salgın) sözcüklerinden türeyen bu kelime tıpkı bir pandemi gibi hızlı bir şekilde yayılan bilgi düzensizliğini temsil etmektedir. Bu düzensizlik özellikle doğal afet, salgın, toplumsal

kriz anlarında ortaya çıkmaktadır. Fotoğraf ve videoların manipüle edilmesi, uydurulması, bağlamdan koparılması, hatalı ilişkilendirilmesi ve çarpıtılması yoluyla infodemik içerikler sosyal medyada paylaşılabilmektedir (Saygın, 2024, s. 468). Sağlıkla ilgili konularda resmi ve kesin bir bilginin kaynağın eleme sürecinden geçmeyerek gerçek ve sahte bilgiler sosyal mecralarda üretilmektedir. Sağlık ile ilgili içeriklerde ekonomik çıkarlar doğrultusunda misenformasyonu ve dezenformasyon ortaya çıkmaktadır (Şirzad, 2022, s. 69) Küresel bir kriz olan COVİD-19 salgınında kamuoyunu bilinçlendirmek ve haberdar etmek amacıyla sosyal medya kullanımı büyük bir ilgi görmüştür. Medya kullanıcılarının COVİD-19 salgınının ilgili başlıklarını takip etmekte ve konunun muhatabı kişilerin paylaşımlarına inanmaktadırlar. Krizi fırsata çeviren sahte içerik üreticileri bu alanda medyada sıkça manipülasyonu ve dezenformasyonu artırmıştır (Çerçi, 2020, s. 1). Tüm bunların yanı sıra dezenformasyon eğlence sektöründe de yer almaktadır. Dizi ve filmlerde propaganda amaçlı içerikler doğmaktadır. Günümüzde İsrail'in Gazze olayında yaptığı manipülasyon ve propaganda kodları bunları destekler niteliktedir. İsrail, Filistin ve Orta Doğu çatışmalarında global çaptaki konvansiyonel medya ağı ile ilerlettiği aşamaların dışında hem film hem de sosyal ağlar ile sahte bir algı oluşturmaktadır. Günümüzde global alanda hedef kitleler, İsrail kökenli karma etkilerin ve düzenli dezenformasyon tehdidinin konumunda yer almaktadır (Sarıtaş ve Koçak, 2024, s. 311).

## Ekonomide Sahte İçeriklerin Paylaşımı

Ekonomi alanındaki dezenformasyon; yaygın olan piyasa bilgisinden yoksun, gerçekliği değiştirerek yerine yapay bilgileri kitleyle buluşturmaktır. Böyle bir durum da ekonomi haberciliğini okuyan kişiyi reel ekonomi yerine algılarla şekillenen ekonomiye inandırmaktadır (Aydınbaş, 2022).

Modern çağda bilgi kaynağı olarak internet ve internet tabanlı sosyal ağların kullanımı hızla artmaktadır. Gençlerin bilgi kaynaklarını yaygın olarak sosyal medyadan almaktadır. Facebook ve X burada en çok tercih edilen sosyal ağlardır. Bu ağlarda bilgi kaynağı olarak finansal alanda uzman hesaplar/sayfalar ile aynı zamanda gönüllü olarak takipçilerine bilgi ve haber sağlayan hesaplar da takip edilmektedir. Sosyal medya, kullanıcılarına ekonomik anlamda yalnızca pasif bilgi öğrenmeyi değil beraberinde iki yönlü iletişim kurmayı ve paylaşım yapmayı da sağlamaktadır. Öte yandan sosyal medyadaki ünlü ekonomistlerin takip edilmesi finansal okuryazarlığı geliştirmede de katkıda bulunabilir. (Kara ve Kuğu, 2015, s. 1883).

Ekonomi haberleri konu olunca geleneksel medyanın aksine sosyal medyada sansürü aşmak daha kolaydır. Bu kapsamda uzman ve çalışan kişiler de bunu desteklemekte ve sosyal medyanın doğru bilgi paylaşımını kolaylaştırdığını, aynı zamanda gazeteci ve ekonomist kişilerin bilgilerini paylaşmak adına bir alanları olduğunu ve enformasyona ulaşmayı kolaylaştırdığını ifade etmişlerdir. Diğer yandan bakıldığında ise sosyal medya üzerinde dolaşan dezenformasyon sorunu, ekonomi haberciliğini de olumsuz etkilemekte ve bu alanda sorunlara da yol açmaktadır (Uzunoğlu ve Karaca, 2022, s. 11).

Ekonomi alanında paylaşılan sahte içerikler de tıpkı diğer konularda olduğu gibi halkı yanıltmak, kışkırtmak veya tamamen eğlence için kullanılabilenmektedir. Ekonomi alanında yapılan dezenformasyon içerikleri; ticari faktörleri, siyasi oluşumları, sivil toplum örgütlerinin yapılanmalarını hedef alabilir. İletişim Başkanlığı tarafından ekonomi alanında tespit edilen sahte paylaşımlarda özellikle varlık fonuna ilişkin içeriklerin ön planda yer aldığı, bunun yanı sıra ev kiralari gibi gündemde yer alan problemler hakkında spekülasyonların arttığı Başkanlık tarafından yapılan araştırmalarla ortaya konulmuştur (T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2020, s. 10). Dezenformasyon içerikleri çeşitli sebeplerle siyasi aktörler tarafından eleştirilmektedir. Özellikle ekonomik içerikli manipülatif haberlerin arttığı burada sıklıkla ifade edilmektedir. İletişim Başkanı Altun'un aşağıda verilen açıklaması örnek teşkil etmektedir (Erpehlivan, 2022);

*"Türkiye ne zaman ayağa kalksa, kalkınma hamlelerinde bulunsa, ekonomisini güçlendirse, milletin refahını ve huzurunu artırsa, bu ülkenin büyümesine ve gelişmesine tahammül edemeyenler yahut da çıkarları zarar görenler hemen devreye giriyor. Bu süreçte en fazla manipülasyona uğrayan, yalana maruz kalan alanların başında da ekonomi geliyor. Ekonomik verilerin algı operasyonları için çarpıtılmasına, dezenformasyona dayalı içeriklerin kamuoyuna haber diye sunulmasına, böylece ekonomik ve toplumsal hayatımızda tahribat oluşturulmasına ne yazık ki ülkemizde sıklıkla şahit oluyoruz".*

İnternet haber siteleri de tıpkı sosyal medya platformları gibi tık sayısını ve etkileşimi arttırmak için dezenformasyon içeriklerini kullanmaktadır. Son yıllarda ekonomi, yatırım, borsa gibi konuların popülerleşmesi, sıkça ziyaret edilen internet haber siteleri ve sosyal medya uygulamalarında yanıltıcı içeriklerin artmasına yol açmıştır. Küçükvardar (2023, s. 158-160), 2022'de yaptığı bir araştırma kapsamında, 10 gün içinde paylaşılan 485 ekonomi haberinin içerisinde 158 tanesinin "tık odaklı haber" olduğunu ve geriye kalan 327 haberin ise "tık odaklı olmayan haber" olduğunu bulgulamıştır. Yayınlanan her üç haberden birinin tık odaklı haber olduğunu ortaya koyan bu sonuç, haber sitelerine olan güveni azaltmaktadır. İncelenen iki haber sitesi içerisinde "tık odaklı haber" olarak bilinen haberlere yapılan yorum sayısı da oldukça yüksek bir oranda olmuştur. Tık odaklı haber içeriklerinin okuyucunun ilgisini çekmesi, beraberinde haber sitelerinin buna yönelik içerikler üretmesine de neden olmaktadır.

Milyonlarca insanın paylaşım yapabildiği bir sanal ortamda düşüncelerin ve paylaşılanların var olan seyri değiştirmesi olasıdır. Bu kapsamda Gazel (2021, s. 219-220), X ortamında dolaşan belirsizlik kavramının kripto paraların volatilitesi üzerindeki etkisini incelemiştir. Kripto paralar X'de birçok kez "trend topic" olmayı başarmıştır. Bu durum X ve kripto para arasında bir ilişki olabileceği varsayımını ortaya koymuştur. Bundan yola çıkarak belirsizlik içeren tweetler ile kripto paranın bağı araştırılmış ve değeri en yüksek olan altı kripto parası araştırmada örneklem olarak alınmıştır. Sonuç olarak, X'in belirsizlik ve ekonomi içeriklerinin kripto paraların volatilitelerini etkilediği ve Kripto paraların bireyler tarafından tercih edilmesinde X'in etkisinin azımsanamayacak derecede olduğu sonucuna varılmıştır.

## Yöntem

Kamuoyu, toplumu ilgilendiren durumlardan haberdar olmak için kullandığı bir araçta medyadır. Yeni medya teknolojilerinin gelişmesi haber alma kaynaklarını çeşitlendirdiği gibi enformasyon kirliliğine de neden olmuştur. Burada dezenformasyona maruz kalan kamuoyu, haberlerin gerçekliğini tartışabilir dahası tartışmanın konusu olan bu haberler ekonomik, politik veya toplumu ilgilendiren diğer konuları da tetikleyebilir ve bundan dolayı kamuoyunun algıları ile oynanabilir. Nitekim ekonomi alanında yaydırılan sahte haberlerle birlikte aslında kötü veya iyi olan ülke ekonomisinin iyi ya da kötü gibi gösterildiği ve insanları yanlışla sürüklediği tespit edilmiştir (Çalışır ve Aksoy, 2018, s. 291-297). Bu bakış açısından hareketle araştırmada, Türkiye'de X platformunda oluşturulan suni gerçekliğin nasıl inşa edildiği probleminde hareket edilmiştir.

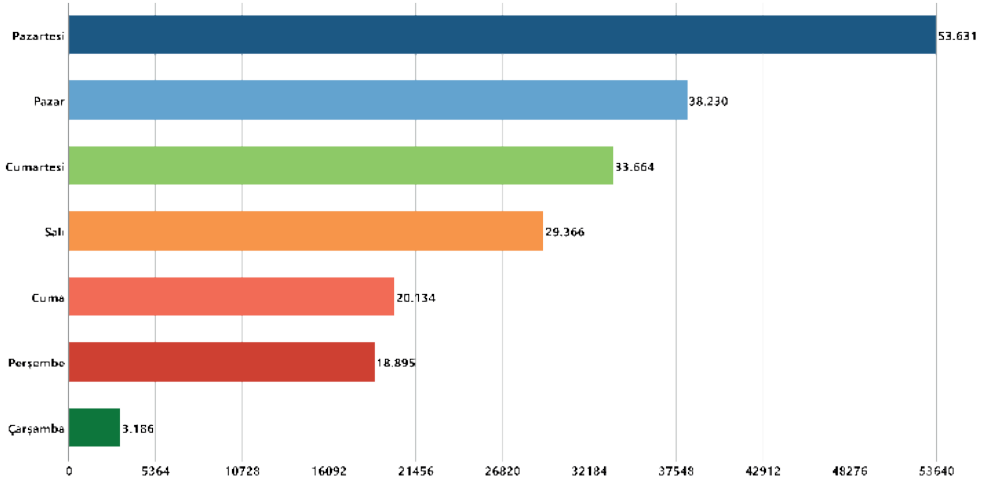
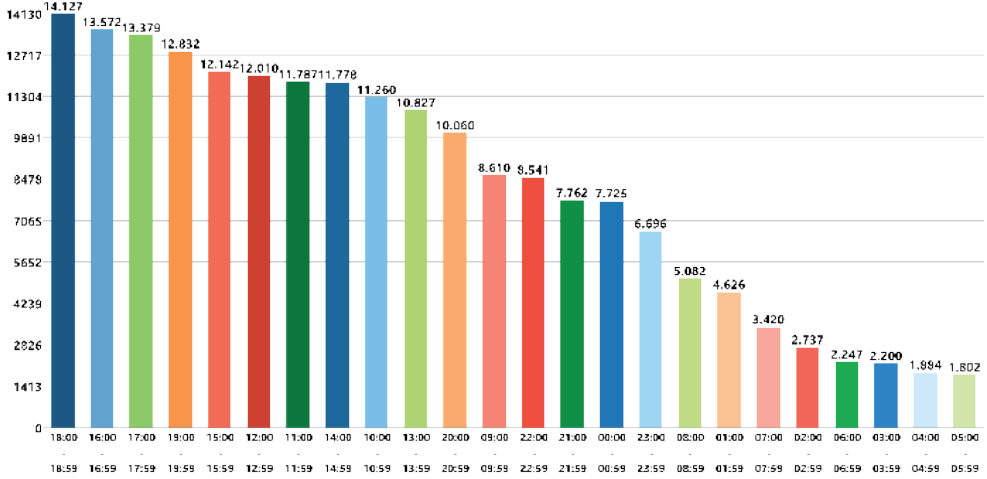
Araştırmanın amacı; X'de ortaya çıkan sahte içeriklerin ne olduğu ve bunların hangi dezenformatik başlıklarda gerçekleştiğini ortaya koymak olmuştur. Bu bağlamda 1-31 Ocak 2023 tarihleri arasında X'den MAXQDA programı ile veri alınmıştır. Söz konusu içerikler ekonomi ile ilgili terimler (dolar, borsa, altın, bist100, merkez bankası vb.), o dönemde ekonomi perspektifiyle gündeme gelen konular (EYT, asgari ücret, memur zammı vb.) kelimeler ve ekonomi hakkında öne çıkan politikacı (Nurettin Nebati) ve kişilerden (Özgür Demirtaş, İslam Memiş vb.) yola çıkılarak çekilmiştir. Ocak ayı boyunca bu doğrultuda 197.106 tweetin paylaşıldığı belirlenmiştir. Söz konusu tweetlerden ekonomiyle ilgili olmayanlar kodlamanın dışında tutularak kalan veri üzerinden içerik analizi gerçekleştirilmiştir. Dezenformasyona yönelik tweetlerin teyidinde Türkiye'de faaliyet gösteren IFCN üyesi teyit siteleri ile Teyit Hattı üzerinden söz konusu içeriklerin doğrulanması yapılmıştır. IFCN ve Teyit Hattı platformlarında yer almayan içeriklerde kullanıcılar sıklıkla mizah ve alaya almaya yönelik paylaşımları bilinçli bir şekilde kurguladığı gözlemlenmiştir.

Veri setinin kodlama sürecinin tamamı üç farklı kodlayıcı tarafından gerçekleştirilmiştir. Ayı ayrı kodlayıcılarla kodlanmış olan veriler MAXQDA kodlayıcılararası uyum menüsüyle karşılaştırılmıştır. Söz konusu menüyle ilgili kodlayıcıların kodladığı verilerin güvenilirlik oranı %93,74 oranında olduğu belirlenmiştir. İlgili kodlama cetveli literatürde ortaya konulan çalışmalar ve araştırma süresince gözlenen değişkenlerle oluşturulmuştur (Akyüz, 2020; Babacan & Tam, 2022; Büyükaşar, 2022). Araştırmada cevap aranan sorular aşağıda sıralanmıştır.

1. Ekonomi ile ilgili sahte haberler sıklıkla hangi gün ve saatlerde paylaşılmaktadır?
2. Sahte haber içeriklerinin paylaşımında hangi etiket ve kelimeler ön plana çıkmaktadır?
3. Ekonomi hakkında paylaşılan sahte tweetlerin yanıltıcı yönü nasıldır ve bu tweetlerin sıklıkla ilişkili olduğu değişkenler hangileridir?

## Analiz/bulguların tartışılması

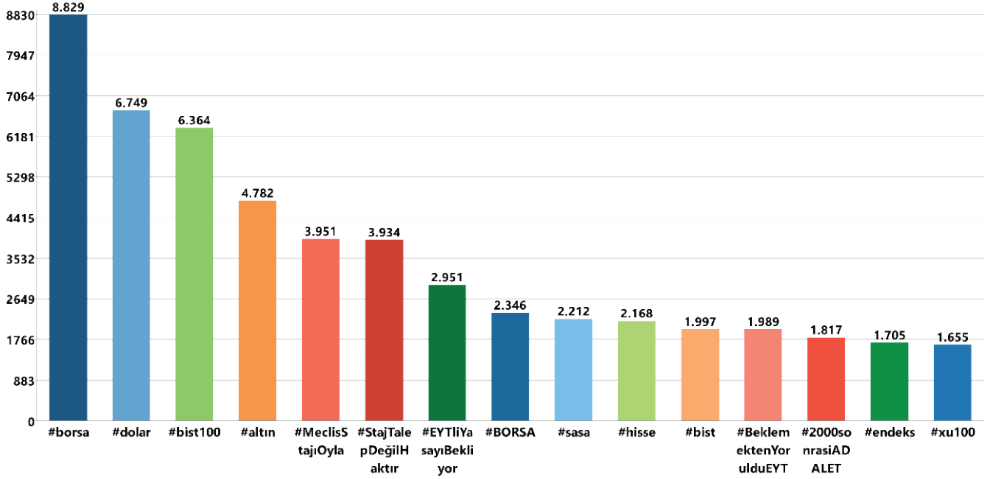
X'de ekonomi hakkında paylaşılan tweetlerde en çok paylaşım yapılan günün pazartesi olduğu bu günü, hafta sonlarının takip ettiği tespit edilmiştir. Söz konusu 197.106 tweetin tamamı değerlendirildiğinde özellikle saat 15.00-18.00 arasında ekonomi hakkında etiketlemeler ve kelimelerin sıklıkla paylaşıldığı görülmüştür (Şekil 1). Analize tabi tutulan veri setinde de sahte ekonomi içerikli paylaşımların bugün ve saatlerde yoğunluk kazandığı tespit edilmiştir.



Şekil 1: Sahte içeriklerin sıklıkla paylaşıldığı gün ve saatler

Ekonomi ile ilgili paylaşılan tweetlerde kullanılan etiketlemelerde öne çıkan iki husus olmuştur. Bunlardan birincisi direkt ekonomi ile ilgili kavram ve terimlerin kullanılması,

borsa, dolar, altın vb. gibi. İkincisi ise gündemde yer alan ekonomi kaynaklı olay veya durumlar olmuştur. Örneğin emeklilikte yaşa takılanlar (EYT) konusu ekonomi noktasında en çok öne çıkan başlık olmuştur. Borsanın ekonomi ile içeriklerde en çok öne çıkan kavram olmasının arka planında, borsada yer alan şirketlerin sayıca fazla olması ve gerçek veya trol hesaplarca bu şirketler hakkında analizler yapılması etkili olduğu söylenebilir. Dahası sadece borsanın kendisi değil, borsada işlem yapan belirli şirketler özelinde de dezenformasyona yönelik paylaşımların yapıldığı veri toplama ve kodlama sürecinde gözlemlenmiştir.



Şekil 2: Tweetlerde yoğun olarak kullanılan etiketler

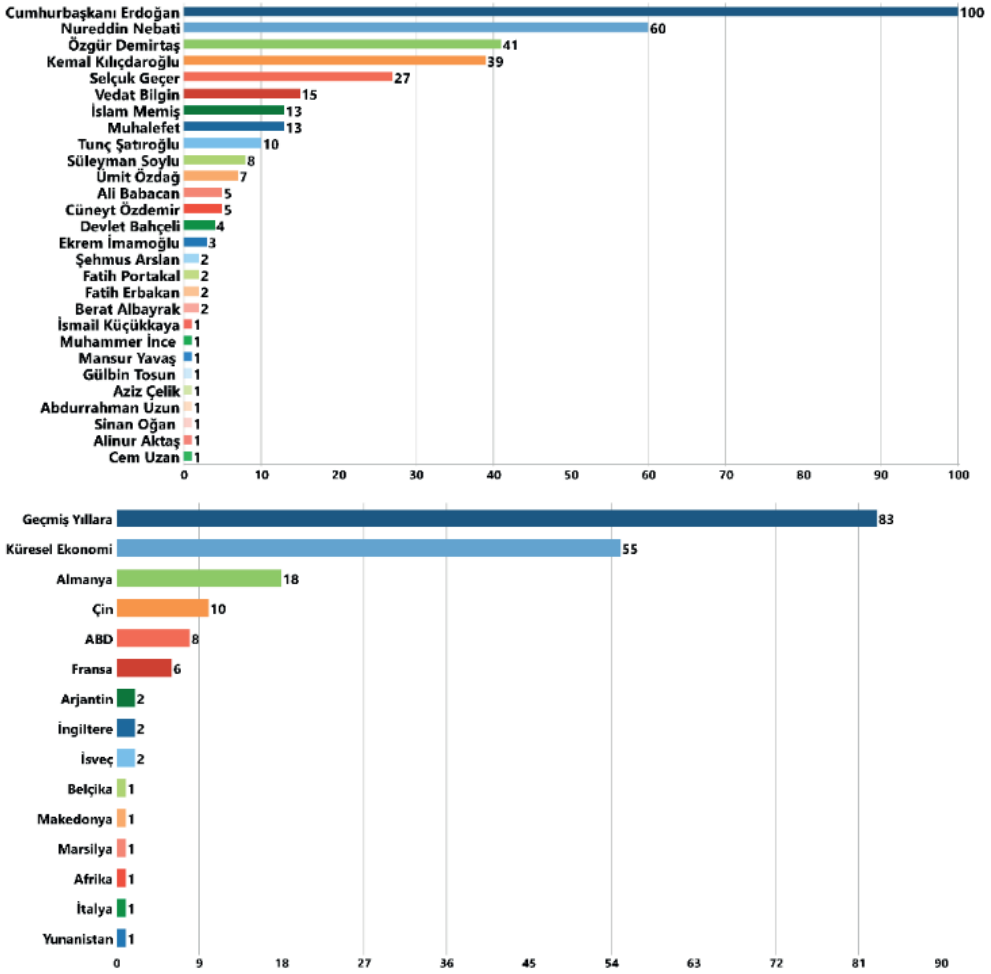
X kullanıcılarının ekonomi konusunda yazdıkları içeriklerde bazı kavramlar daha fazla ön planda kalmıştır. Bunlardan birincisi 55409 kere ile geçen borsa kavramıdır. Borsa kelimesini; dolar (52529), altın (45812), Türkiye (41340), faiz (26716), eyt (23178) ve zam (22838) kelimeleri sırasıyla takip etmiştir. Kullanılan kelimelerde özellikle yatırım araçlarının öne çıktığı bunun yanında ülke ekonomisinde önemli bir karar olan faiz konusu ve sosyal hayatın yaşadığı ekonomik sorunlar ve beklentiler ön planda yer almıştır. Bu bağlamda kullanıcıların tweetlerinde yatırım, ülkenin yaşadığı ekonomik sorunlar ve iktidardan beklentiler konularının X'de manipüle edildiğini söylemek mümkündür.





Şekil 3: Yapılan paylaşımlarda en çok kullanılan kelimeler

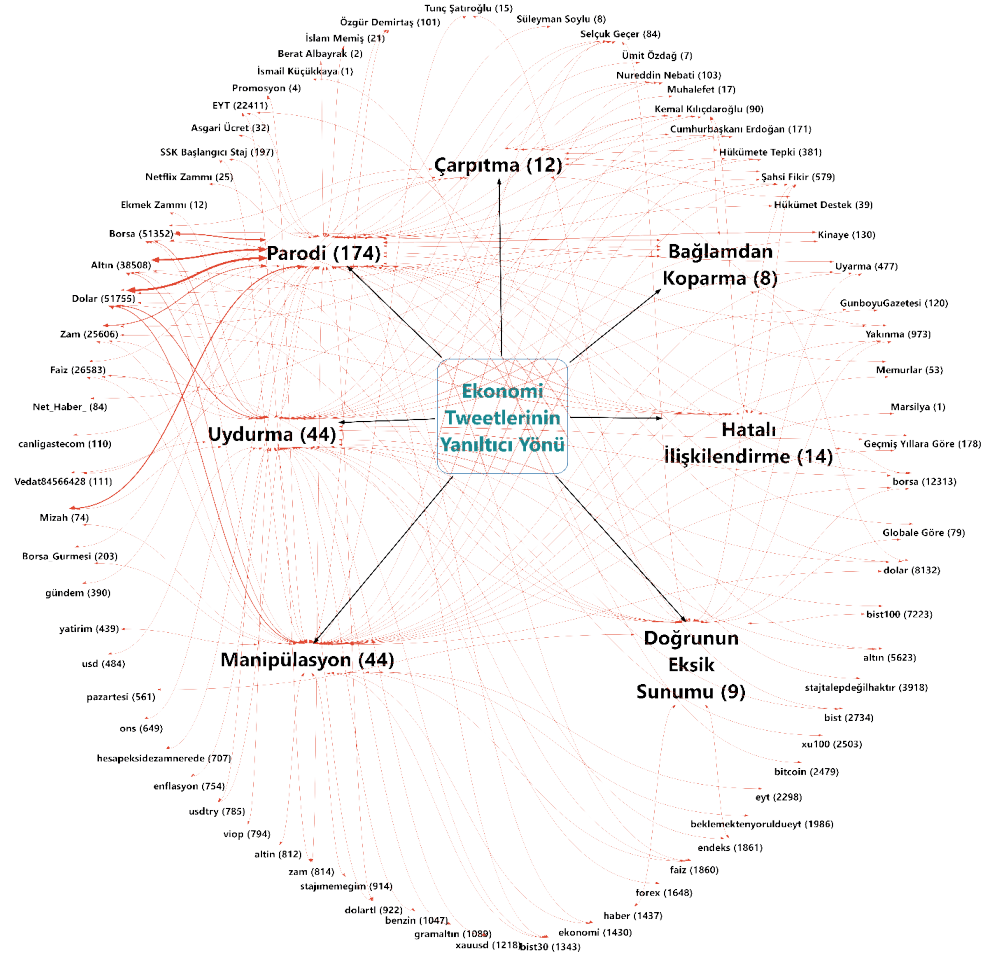
X’de gerçekleşen ekonomi hakkındaki paylaşımlarda en çok öne çıkan kişi Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan olmuştur. Erdoğan’ı dönemin Ekonomi ve Maliye Bakanı Nurettin Nebati izlemiştir. Muhalif yönleriyle öne çıkan Prof. Dr. Özgür Demirtaş, Kemal Kılıçdaroğlu ve Selçuk Gezer’de yine en çok konuşulan kişiler arasında yer almıştır. Kullanıcıların içeriklerinde özellikle politikacı, gazeteci ve ekonomi uzmanlarından oluşan kitleye dönük tweetlerin ağırlıkta olduğu söylenebilir. Ekonomi hakkında yapılan eleştirilerde ülkenin geçmiş yıllarındaki ekonomi politikaları, küresel ekonomide Türkiye’nin finansal durum ve Almanya başta olmak üzere diğer yurtdışı ülkeleri ve geçmiş yıllarla Türkiye’nin mevcut ekonomik durumunun karşılaştırıldığı tespit edilmiştir.



Şekil 4: Tweetlerde sıklıkla öne çıkan kişi ve ülkeler

Ekonomi hakkında paylaşılan içeriklerin yanılıcı taraflarına bakıldığında yedi başlık öne çıkmıştır. Burada kullanıcıların sırasıyla parodi (174), uydurma (44), manipülasyon (44), hatalı ilişkilendirme (14), çarpıtma (12), doğrunun eksik sunumu (9) ve bağlamdan koparma (8) bağlamında sahte içerikler paylaştıkları tespit edilmiştir. Parodi içeriklerde, kullanıcıların yaptıkları paylaşımlarda ekonomi konusunu bir eğlence ve alaya alma amacıyla hareket ettiği görülmüştür. Fakat bu içeriklerin de diğer kullanıcıları yanıltma potansiyeli oldukları tespit edilmiştir. Dolayısıyla kullanıcıların tiye almak veya kendi aralarında eğlenmek adına yazdıkları tweetler veya analizlerin bilinçli bir şekilde diğer kullanıcıları yanıltmak amacıyla hazırladıkları ve hazırlanan içeriklerin de kullanıcılar tarafından paylaşılarak misenformasyona dönüştüğü görülmüştür.

Ekonomi içerikli tweetlerde yapılan yanıltıcı yönlü paylaşımların ilişkili olduğu değişkenlerde yoğunluğun dolar, borsa ve altınla ilişkili olduğu görülmüştür. Burada parodi, uydurma, manipülasyon, çarpıtmaya yönelik içeriklerin; dolar, bağlamdan koparma; borsa ve zam haberleri, hatalı ilişkilendirme; borsa ve doğrunun eksik sunumu, altın özelinde yoğunlaştığı tespit edilmiştir. Genel anlamda ilişkili olan konulara odaklanıldığında kullanıcıların dezenformasyona yönelik paylaşımlar; ekonomi ile ilgili terimler, politikacılar, iç gündeme dair konular, akademisyen ve uzmanlarla ilişkilendirerek vermiştir (Şekil 5).



Şekil 5. Yanıltıcı yönlü tweetlerin ilişkili olduğu değişkenler

## Sonuç

Yalan yanlış haber üretmede kullanılan yöntemlerin başında; fotoğraf yoluyla oluşturulan yanlış algı, tahrik edici başlıkların sunumu, tık odaklı habercilik ve manipülatif başlıklarla

konunun gizlenmesi veya örtbas edilmesi noktasında birtakım yöntemlere başvurulmaktadır. Özellikle son dönemlerde bu tarz teknikler sosyal medya aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Bu araştırmada; X'de ekonomi bağlamında sahte içeriklerin nasıl üretildiği ve yayıldığı konu edinmektedir. Araştırmaya ait veriler 1-31 Ocak 2023 tarihleri arasında alınmış ve söz konusu veriler içerik analizi yoluyla MAXQDA programınca hem kodlanmış hem de analizleri gerçekleştirilmiştir.

Yapılan analizlerde sadece bir ayda ekonomi hakkında 197.106 içeriğin paylaşıldığı belirlenmiştir. Bu içeriklerde dezenformasyon niteliğine sahip tweetlerin pazartesi ve hafta sonlarında yoğunlaştığı tespit edilmiştir. Daha çok saat 15.00'dan sonra paylaşılan ekonomi içerikli tweetlerde, kullanıcılar pek çok konu ve gündemle ilgili içerikler paylaşmıştır. Burada özellikle son yıllarda öne çıkan döviz kurlarından dolayı dolar başta olmak üzere, altın, borsa ve çeşitli ekonomik ve sosyal haklar konuları ön planda yer almıştır.

Ekonomi hakkında yapılan sahte paylaşımlarda özellikle parodi hesaplar ön plana çıkmıştır. Bu hesapların ana odağında ise sırasıyla borsa, döviz ve altın piyasaları olmuştur. Hesaplarda aynı zamanda çeşitli şirketler hakkında pozitif veya negatif spekülasyonlarda da bulunulmuştur. Ekonomik dezenformasyonla ilgili kategorilerde öne çıkan en bariz deşikense dolar olmuştur. Dolar kuruna ilişkin parodi içeriklerin dışında, manipülasyon ve uydurma tweet içeriklerinin de oldukça yoğun olduğu belirlenmiştir. Bir dönem oldukça popüler olan coin piyasasına ilişkin de içerikler paylaşılmıştır. Fakat bu içerikler diğer ekonomi konularıyla kıyaslandığında oldukça düşük düzeyde kalmıştır.

Ekonomi hakkında yapılan dezenformasyonlarda ekonomi ile ilgili terimlerin dışında ekonomi konusunda öne çıkan politikacı, akademisyen ve uzmanlar da yine manipülatif içerikler oluşturulanlar tarafından öne çıkartılmıştır. Burada dönemin Ekonomi ve Maliye Bakanı olan Nurettin Nebati, akademisyen Prof. Dr. Özgür Demirtaş, Finans uzmanı İslam Memiş, gazeteci İsmail Küçükkaya gibi pek çok kişi ekonomi ile ilgili paylaşımlara konu olmuştur.

Ekonomi hakkındaki sahte içerik paylaşımlarının özellikle zam haberleri veya asgari, emekli ve memur ücretlerine yapılacak artış dönemlerinde de yoğunluk kazanmıştır. Ocak ayınca bu üç ücrette çalışanlar hakkında yapılan veya yapılacak zamlara ilişkin konuların da dezenformasyona uğradığı görülmüştür. Bunun yanında ekmek, benzin, doğalgaz ve elektrik gibi tüketim gruplarına yönelik yapılan veya yapılması iddia edilen ücret artışları da ön plana çıkmıştır. Burada zam yapılmadan dahi zam yapılacak iddiasının sürekli canlı tutulduğu özellikle burada parodi hesaplar tarafından ekonomi analizleri yapılarak bunun paylaşıldığı görülmüştür.

Yapılan çalışma sonucunda bazı öneriler ortaya konulmuştur. Sosyal medyada bu denli teyide ve kurguya ihtiyaç duyulmasının sebebi kullanıcı katkılı bir sistem içerisinde yer almasıdır. Her bir bireyin içerik üretip paylaşabileceği bu ortamda günün her anında anlık haberler yoluyla kamuoyuna bilgilendirmeler yapılmaktadır. Tüm bu olaylar sosyal medyayı

dinamik bir mecraya dđnüŐtürmüŐtür (Uzunyol, 2020, s. 105). Sosyal medyanın birçok kullanıcısı gençlerdir, dolayısıyla enformasyon akışı oldukça hızlıdır. İnternet ortamında birçok bilgi gerçek veya yalan diye düşünülmeden paylaşılmaktadır. Bundan dolayı sunulan fotoğraflar ve yorumlar paylaşılmadan önce düşünölmelidir. Fotoğrafların etik bağlamda değerdendirilip daha sonra paylaşılmasının yanında, söz konusu içeriklere yapılan yorumlarda da aynı mantaliteyle hareket edilmesi gerekmektedir (Toraman, 2019). Bu bakış açısından hareketle kullanıcıların ekonomi ile ilgili paylaşımlarda özellikle Őüphle uyandıracak içerikleri IFCN üyesi teyit siteleriyle ve resmî kanallardan doğrulamadan inanmaması önerilmektedir. Dahası resmî veya Őahsi anlamda faaliyet yürüten teyit sitelerinin bilinirliği ve bu konuda tutum oluşumuna yönelik çalışmaların yapılması da gerekmektedir.

Ölkemizde dezenformasyonun önüne geçebilmek için resmî anlamda düzenleme ve uygulamalar yapılmaktadır. Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'nın liderlik ettiği Dezenformasyonla Mücadele Merkezi sahte haberleri ve karışıklıkları engellemek için haftalık olarak güncel içerikler yayınlamaktadır. Haberlerin gerçekliğini kontrol ederek, kamuoyunda oluŐabilecek kargaŐaya karşı paylaşılan sahte içerikler üzerinden değerdendirmeler yapılmaktadır (Çelikel, 2023). Türkiye'de kamuya 2022 yılında sunulan ve "Dezenformasyon Yasası" ismiyle bilinen "7148 Sayılı Basın Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun" internette enformasyon kirliliğini azaltacak ve sıradan kullanıcılar sebebiyle yayılan dezenformasyonların da önüne geçecek bir adım olarak görölmektedir. Bu yasayla birlikte kullanıcıların bilgi denetimi yapılarak internet ortamının daha güvenilir kılınması ve ölkemizde internet kullanıcısı olan her türlü bireyin dezenformasyona karşı korunacağı savunulmaktadır (Avşar, 2022). Düzenlemenin amacı, sosyal medyada dezenformasyonun seçimler, savaşlar ve kriz anları aynı zamanda toplumsal barıŐtan kaos yönetimine kadar birçok alanda düzenlemeyi içermektedir. Düzenlemeyle birlikte, paylaşılan dezenformasyon sonucunda olumsuz etki gören kişi ve kurumların haklarının korumak mümkün olacağı ifade edilmektedir (Oymak, 2022). Yapılan düzenlemeler ve söz konusu Dezenformasyonla Mücadele Merkezi'nin sahte veya Őüphelendirici içeriklerle karşılaşan bireylerin Şikâyet edebilecekleri bir merkez konumuna getirilmesi önerilmektedir. Öte yandan dezenformatik içerik paylaşan hesaplara yönelik daha caydırıcı yasal önlemlerin alınması da gerekmektedir. Tüm bunların yanı sıra ekonomi alanında uzmanlaŐmış bireyler ve akademisyenlerle de ortaklaşa bir çalıŐtay yapılması ve bu noktada belirli kararların işbirliğiyle alınmasının gerek finansal okuryazarlık seviyesini artırmada gerekse ekonomi hakkında sahte içeriklerle baş etme de önem arz etmektedir.

Araştırmada X özelinde gerçekteŐen sahte ekonomi hakkındaki paylaşımlara odaklanılmıştır. X dışında başta Youtube ve Tiktok olmak üzere diğer sosyal medya mecraları özelinde de akademik çalışmaların yapılması, konuya dair daha kapsamlı bir bakış açısı getireceği düşünölmektedir.

**Hakem Değerlendirmesi:** Dış bağımsız.

**Yazar Katkıları:** Çalışma Konsepti/Tasarım- M.S.T.; Veri Toplama- S.B.,N.Ş.; Veri Analizi/Yorumlama- M.S.T., S.B., N.Ş.; Yazı Taslağı- M.S.T., S.B., N.Ş.; İçeriğin Eleştirel İncelemesi- M.S.T., S.B., N.Ş.; Son Onay ve Sorumluluk- M.S.T., S.B., N.Ş.

**Çıkar Çatışması:** Yazarlar çıkar çatışması bildirmemiştir.

**Finansal Destek:** Yazarlar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

**Peer-review:** Externally peer-reviewed.

**Author Contributions:** Conception/Design of Study- M.S.T.; Data Acquisition- S.B., N.Ş.; Data Analysis/ Interpretation- M.S.T., S.B., N.Ş.; Drafting Manuscript- M.S.T., S.B., N.Ş.; Critical Revision of Manuscript- M.S.T., S.B., N.Ş.; Final Approval and Accountability- M.S.T., S.B., N.Ş.

**Conflict of Interest:** The authors have no conflict of interest to declare.

**Grant Support:** The authors declared that this study has received no grant support.

## Kaynakça/References

- Açıklalın, Ş. N., & Canbey, M. (2022). Post-Truth bağlamında sosyal medya. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, (52), 1-11.
- Agbedo, C. U., & Krisagbedo, E. C. (2014). Lying honestly for government: Linguistic manipulation as disinformation strategy in Nigeria. *Innovare Journal of Social Sciences*, 2(4), 16-27.
- Akyüz, S. S. (2020). Yanlış bilgi salgını: COVID-19 salgını döneminde Türkiye’de dolaşıma giren sahte haberler. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (34), 422-444.
- Arkan, Z. N. (2022). “Post-Truth” kavramı üzerine Türkçe karşılık denemesi. *İstanbul Kent Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 3(2), 2717-9737.
- Arslan, Ş. (2022). Sosyal medya ve dezenformasyon tehdidinde gazetecilik. *Aksaray İletişim Dergisi*, 2(4), 107-134. <https://doi.org/10.47771/aid.1102392>
- Avşar, Z. (2022). İnternete erişim hakkı ve devletlerin yükümlülükleri. *İletişim ve Diplomasi*, (9), 147-161. <https://doi.org/10.54722/iletisimvediplomasi.1197706>
- Aydınbaş, Y. E. (2022). Ekonomik dezenformasyon ve demokratik ekonomi. Mayıs 5, 2023 tarihinde <https://islamiktisadi.net/2022/09/30/demokratik-iktisat/> adresinden edinilmiştir.
- Babacan, K., & Tam M. S. (2022). The information warfare role of social media: Fake news in the Russia - Ukraine war. *Erciyes İletişim Dergisi*, (3), 75-92. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1137903>
- Bağcı, E., & Kaymakçı, T. (2021). Stratejik yönetim uygulamalarının çalışan memnuniyeti üzerinden örgüt performansına etkileri: İstanbul’da lise ve ortaokul eğitimi veren özel kurumlar üzerine bir araştırma. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 56(4), 2335-2354.
- Bahar, A. (2020). Polislik perspektifinden dijital misenformasyon ve dezenformasyon: Covid-19 örnek olayı bağlamında bir analiz. *OPUS–Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16(30), 2760-2794. <https://doi.org/10.26466/opus.783266>
- Basın Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun. (2022, 18 Ekim). Resmî Gazete (Sayı: 31987). Retrieved Mayıs 31, 2023 tarihinde <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2022/10/20221018-1.htm> adresinden edinilmiştir.
- Bărgăoanu, A., & Radu L. (2018). Fake news or disinformation 2.0? Some insights into Romanians’ digital behaviour. *Romanian Journal of European Affairs*, 18(24), 24- 38.

- Büyükafşar, M. (2022). Sağlık mezenformasyonu: Çevrimiçi kanallardan yayılan yanlış bilgi salgını. *Öneri Dergisi*, 17(57), 73-101.
- Çengiz, M. F., & Patan, İ. (2021). Haberde gerçeklik: Sosyal medyada gerçeklik algısı üzerine bir analiz. *Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 235-259.
- Çakmak, F. (2019). Medyada dezenformasyon sorunsalı ve manipülasyonun gücü: İdeoloji ve söylem açısından seçim haberlerinin iletişimdeki rolü. *Selçuk İletişim Dergisi*, 12(2), 1127-1154. <https://doi.org/10.18094/josc.596861>
- Çalışır, G., & Aksoy, F., (2018). Sahte haberler hakkında izleyici perspektifi: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma, Çukurova I. Uluslararası Multidisipliner Çalışmalar Kongresi, 13-16 Aralık, İKSAD Yayınevi, Adana, 290-301.
- Çavuş, S., & Ede, N. (2021). Tık odaklı habercilik: Türk internet haber medyası üzerine bir içerik analizi. *Selçuk İletişim Dergisi*, 14(1), 23-54. <https://doi.org/10.18094/JOSC.811590>
- Çaycı, A. E., Çaycı, B., & Eken, G. (2021). Gündemi twitlemek: Twitter'da enformasyon güvenilirliği üzerine bir araştırma. *İNİF E- Dergi*, 6(2), 124-140.
- Çelikel, E. (2023). Sosyal medya ve yönlendirici iletişim: Manipülasyon ve dezenformasyon bağlamında Instagram'da mülteciler ve göçmenlerle ilgili paylaşımların analizi [Yüksek lisans tezi]. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çerçi, Ü. Ö., Canöz, N., & Canöz, K. (2020). Covid-19 krizi döneminde bilgilenme aracı olarak sosyal medya kullanımı. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (44), 184-198.
- Dezenformasyonla Mücadele Merkezi (2020, 27-28 Mart). Ev kiralarına il il limit getiriliyor İddiası. T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. Mart 15, 2023 tarihinde <https://www.iletisim.gov.tr/images/uploads/dosyalar/27-28-mart-bulten.pdf> adresinden edinilmiştir.
- Dezenformasyonla Mücadele Merkezi (2020, 6-7 Nisan). "Türkiye Varlık Fonu'nun yüzde 40'ı Katar'a satıldı" iddiası. T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı. Nisan 24, 2023 tarihinde <https://www.iletisim.gov.tr/images/uploads/dosyalar/6-7-Nisan-Bulten.pdf> adresinden edinilmiştir.
- Eren, B. (2015). Twitter ve siyasal iletişim. S. Ersöz Karakulakoğlu ve Ö. Uğurlu (Ed.), İletişim çalışmalarında dijital yaklaşımlar: TWİTTER (s. 17-32) içinde. Ankara: Heretik Basın Yayın.
- Ertem, Y. E. (2019). Sosyal medyada dezenformasyon. [Yüksek lisans tezi]. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erpehlivan, A. H. (2022). Cumhurbaşkanı İletişim Başkanı Altun dün nasıl ki medya vesayeti bertaraf edilmişse bugün de bertaraf edilecektir. Şubat 25, 2023 tarihinde <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/cumhurbaşkanligi-iletisim-baskani-altun-dun-nasil-ki-medya-vesayeti-bertaraf-edilmisse-bugun-de-bertaraf-edilecektir/2496635> adresinden edinilmiştir.
- Evren Berk, M., Hasdemir, A. (2023). Dezenformasyon'un dönüşümü: Sahte içerikler. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi* (UKSAD), 9(2), 33- 48.
- Gazel, S. (2021). Twitter bazlı belirsizlik endeksi Kripto Paraların volatilitisini etkiler mi?. *Ekonomi, Politika & Finans Araştırmaları Dergisi*, (6), 207-224.
- Güven, A. (2020). Hakikatin yitimi olarak Post-Truth: Bir kavramsallaştırma denemesi. *İnsan & İnsan Dergisi*, 7(23), 20-36.
- Vanwynsberghe, H., Boudry, E., & Verdegem, P. (2012). The development of a conceptual framework of social media literacy. Etmaal van de Communicatiewetenschappen, Proceedings. Etmaa van de communicatiewetenschappen 2012.
- İnce, M. (2018). İnternet haberciliğinde çok tıklanma beklentisi ve tuzak başlıklar. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(2), 298-313.

- İşleyen, A. (2021). Türkiye'de ekonomi temalı yayın yapan televizyon kanallarının Borsa İstanbul'da işlem gören şirket hisselerinin gündemini belirlemesine yönelik bir inceleme. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, (6), 57-80.
- Kara, İ. E., & Kuğu, T. D. (2015). Determining advanced and basic financial literacy relations and overconfidence, and informative social media association of university students in Turkey. *Educational Sciences; Theory & Practice*, 16(6), 1865-1891.
- Keskinkaya, E. (2021). Gerçekliğin yeniden inşasında sosyal medya ve hakikat ötesi düşüncenin simbiyotik ilişkisi. *Yeni Medya Dergisi*, (11), 1-17.
- Kiraz, E. (2020). Sosyal medyada sahte haberin yayılmasında kullanıcı faktörü. *İNİF E- Dergi*, 5(1), 9-24.
- Küçükvardar, M. (2023). Tık odaklı habercilik çerçevesinde ekonomi haberlerinin incelenmesi. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, 42, 145-168. <https://doi.org/10.17829/turcom.1194831>
- Kürkçü, D. (2017). Haber tweetleri üzerinden kullanıcı etkileşiminin analizi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(1), 314-324.
- Lazer, D. M. J., Baum, M., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., & Menczer, F. (2018). The Science of Fake News. *Science*, 359(6380), 1094-1096.
- Narmanlıoğlu, H. (2016). İnternet haber sitelerinde eşik bekliliği. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(1), 153-168.
- Newman, N. (2022). Devalüasyonun enflasyonu 20 yılın en yüksek seviyesine getirmesiyle, Türk medyası önemli ticari baskılarla karşı karşıya. Halihazırda zor siyasi koşullar altında çalışan bağımsız gazeteciler de mali güvenlikleri konusunda giderek daha fazla endişe duyuyor. Reuters Institute. (Haziran 10, 2023). <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/turkey> adresinden edinilmiştir.
- Nuran, M. B. (2015). Geleneksel medya ve yeni medya Gezi Parkı gösterileri bağlamında incelenmesi [Yüksek lisans tezi]. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Onayemi, A. (2010). Medyanın gündem belirleme gücü ve Mart 2009 yerel seçimleri; Trabzon Merkez örnekleme [Yüksek lisans tezi]. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Onursoy, S., Turan, E.M., Yeşilyurt, S., & Astam, S.K., (2020). Yalan habere karşı tutum ve davranışlar: Üç üniversite örneğinde durum araştırması. *Türk Kütüphaneciliği*, 34(3), 485-508. <https://doi.org/10.24146/tk.75901>
- Oymak, H. (2022). Kamuoyunda Dezenformasyon Yasası olarak bilinen, 7418 Sayılı "Basın Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun"un getirdikleri. *Yeni Medya Dergisi*, (13), 504-515.
- Öztürk, E. (2022). "Dezenformasyon Yasası" ekseninde internet paylaşımlarının etki ve sınırları. *Yeni Medya Dergisi*, (13), 501-503.
- Özyal, B. (2016). Tık odaklı habercilik: Tık odaklı haberciliğin Türk dijital gazetelerindeki kullanım biçimleri. *Global Media Journal TR Edition*, 6(12), 273-301.
- Posetti, J., & Matthews, A. (2018). A short guide to the history of 'fake news' and disinformation. *International Center For Journalists*, 7(2018), 1-19.
- Sarıtaş, İ. ve Koçak, U. (2024). Sinemanın ideolojik yüzü: Hollywood filmi Wag the Dog üzerinden medya manipülasyonu ve dezenformasyon gerçeği. *TRT Akademi*, 9(20), 298-315.
- Saymer, İ. (2014). Yeni medya ortamlarında ağlar oluşturan toplumsal hareket deneyimleri. *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırma Dergisi*, (2), 97-112.
- Saygın, A. U. (2024). Gazetecilik etik ilkeleri çerçevesinde deprem dönemlerinde uygulanması gereken doğru gazetecilik pratikleri. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 15(1), 455-484.



- Shu, K., Sliva, A., Wang, S., Tang, J., & Liu, H. (2017). Fake news detection on social media: A data mining perspective. *ACM SIGKDD Explorations Newsletter*, 19(1), 22-36.
- Şahin, M., & G6rg6l6 Aydoğdu, A. (2020). Twitter gazeteciliği ile ilgili yapılan lisans6st6 tezlerin incelenmesi. *Etkileşim Dergisi*, (6), 10-35.
- Şirzad, N. (2022). Kovid-19 s6recinde aŐı kararsızlığı: AŐı karşıtı tweetlere ilişkin bir analiz. *TRT Akademi*, 7(14), 58-81.
- Taş, O. ve Taş, T. (2018). Post-hakikat 6ağında sosyal medyada yalan haber ve Suriyeleri m6lteciler sorunu. *Galatasaray 6niversitesi İletişim Dergisi*, (29), 183-207.
- TDK. (2023). Dezenformasyon. Mart 25, 2023 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/> adresinden edinilmiştir.
- TekeŐ, A. F. (2023). Videonun Gazze sınırını ge6en paraŐ6t6leri g6sterdiği iddiası. Ekim 9, 2023 tarihinde <https://www.aa.com.tr/tr/teyithatti/aktuel/videonun-gazze-sinirini-gecen-parasutculeri-gosterdigi-iddiasi-/1816666> adresinden edinilmiştir.
- Tonga, H. (2023). Post-truth 6ağda yalan haberler: 2021 yılı orman yangınları haberleri 6zerine inceleme. *Yeni Y6zyıl'da İletişim 6alıŐmaları Dergisi*, (6), 200-216.
- Toraman, E. (2019). Bir kamusal alan olarak sosyal medyanın haber etiği bağlamında incelenmesi. *Yeni Medya Elektronik Dergi*, 3(3), 192-199.
- Tun6er, S., & Tam, M. S. (2022). The COVID-19 İnfodemic: Misinformation about health on social media in İstanbul. *T6rkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, (40), 340-358.
- Turan, C. (2015). A6ıklığın yanılısaması: Dezenformasyon 6ağımızın kitle imha silahı mı?, 17. Akademik Bilişim Konferansı, 4-6 Şubat, Eskişehir, 109-115.
- Uzunoğlu, S., & Karaca, H.S. (2022). T6rkiye'de ekonomi gazeteciliği: Mevcut manzara ve problemlere genel bakış. Temmuz 1, 2023 tarihinde <https://www.newslabturkey.org/wp-content/uploads/2022/09/RH-16.pdf> adresinden edinilmiştir.
- Uzunyol, Z. İ. (2020). Gazetecilik mesleğinde sosyal medya kullanım kurallarının analizi: Anadolu Ajansı 6rneği. *Atat6rk 6niversitesi İletişim Dergisi*, (20), 103-119.
- Yıldırım, A., & Balkaroğlu, D. (2023). T6rkiye'de dijital okuryazarlık: Ekonomik, g6venlik ve dezenformatif hususlara ilişkin perspektifler. *Ekonomi ve Dış Politika Araştırmalar Merkezi*, Temmuz 27, 2023 tarihinde <https://edam.org.tr/wp-content/uploads/2023/03/Dijital-Okur-Yazarlik.-TR.pdf> adresinden edinilmiştir.



# Foucault'cu Bilgi, İktidar ve Özne İlişkisi Perspektifinden *Gülün Adı* Romanı Üzerine Bir Eleştirel Söylem Çözümlemesi

## A Critical Discourse Analysis on the Novel *The Name of the Rose* from the Perspective of Foucauldian Relationship between Knowledge, Power, and Subjectivity

Ayten Bengisu Cansever<sup>1</sup> 



<sup>1</sup>İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,  
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Doktora Programı,  
İstanbul, Türkiye

ORCID: A.B.C. 0000-0002-1165-7273

### Sorumlu yazar/Corresponding author:

Ayten Bengisu Cansever,  
İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,  
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Doktora Programı,  
İstanbul, Türkiye  
E-mail: bengisu-cansever@windowslive.com

Başvuru/Submitted: 04.04.2024

Revizyon Talebi/Revision Requested: 15.04.2024

Son Revizyon/Last Revision Received: 16.04.2024

Kabul/Accepted: 17.04.2024

**Atf/Citation:** Cansever, A.B. (2024). A Critical discourse analysis on the novel *The Name of the Rose* from the perspective of Foucauldian relationship between knowledge, power, and subjectivity. *4. Boyut Journal of Media and Cultural Studies - 4. Boyut Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 24, 93–121.  
<https://doi.org/10.26650/4boyut.2024.1465160>

### ÖZ

*Gülün Adı*, ilk bakışta 14. Yüzyıl Orta Çağ İtalya'sında gerçekleşen bir cinayeti konu alan roman gibi görünse de kilisenin elinde bulundurduğu gücü, tarikat savaşlarını, felsefeyi, dönemin sahip olduğu hâkim dünya görüşünü, bilgi üretimini ve dağıtımını, kütüphaneciliği ve karanlık Orta Çağ Avrupası'nı satır aralarında okuyucularına fışkırtmaktadır. Akademik literatürde *Gülün Adı* romanı, kullandığı edebiyat teknikleri, içerdiği semboller, sahip olduğu olay kurgusu bağlamında akademik literatürde çok fazla çalışmaya konu olmuştur. Yapılan literatür taramasında roman bağlamında; semiyotik analiz yapılması, postmodern edebiyat tekniklerinin ve sembollerinin tartışılması, bilimsel bilginin ve gerçekliğin sorgulanması, dedektiflik ve cinayet kurgusunun analizi, kütüphane ve kütüphanecilik mesleğinin incelenmesi, kitle iletişim araçlarının ve din sosyolojisinin ele alınması, bilim tarihi ve bilgi felsefesiyle edebi bir yaklaşımın birleştirilmesi gibi çeşitli konular üzerinde çalışmaların yoğunlaştığı görülmüştür. Literatürden farklı olarak bu çalışmada, Umberto Eco'nun *Gülün Adı* romanında sunulan karakter ilişkileri, olay örgüsü ve diğer belirleyici unsurları Foucault'cu bilgi-iktidar-özne ilişkisi ekseninde eleştirel söylem çözümlemesi metodu kullanılarak incelenmektedir. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre romanın kurgusunda yer alan kilise iktidarı meşruiyetini korumak amacıyla bilginin üretimini ve dağıtımını kontrol altında tutmaktadır. Bu noktada bilginin muhafaza edildiği ve dağıtıldığı bir mekân olarak kütüphaneler ise, bugünkü anlayıştan farklı olarak kitapları saklayan ve koruyan yapılar olarak tasvir edilmektedir. Bu bilgi ve iktidar ilişkisinden hareketle özellikler de üretilmektedir. Ayrıca Eco, teosentrik dünya görüşünden antroposentrik dünya görüşüne geçişte öznenin iktidar ve bilgiye olan ilişkisini anlattığında yeniden kurgulayarak Aydınlanma sürecinin ilk adımlarını alegorik söylemlerle okuyucusuna aktarmaktadır. Sonuç olarak, *Gülün Adı* romanı aracılığıyla Foucauldian perspektiften bilgi, iktidar ve özne arasındaki ilişkiyi karmışık ilişkiyi ortaya çıkararak bu çalışmanın gelecek çalışmalara ilham kaynağı olabileceği düşünülmektedir. Çalışmanın sınırları içerisinde *Gülün Adı* romanı incelenirken, gelecekteki çalışmalarda farklı edebi eserlerin veya sanatsal ifadelerin bu ilişkiyi nasıl ele aldığını karşılaştırmalı bir şekilde incelemek daha fazla anlayış sağlayabilir.

**Anahtar Kelimeler:** Gülün Adı, İktidar, Bilgi, Özne, Teosentrizm, Antroposentrizm

### ABSTRACT

At first glance, although Umberto Eco's novel *The Name of the Rose* seemingly depicts

a murder in 14<sup>th</sup>-century medieval Italy, it whispers to its readers about the power held by the church, the conflicts between religious orders, philosophy, the dominant worldview of the era, knowledge production and dissemination, librarianship, and the dark Europe of the Middle Ages. In academic literature, *The Name of the Rose* has been extensively studied in terms of its literary techniques, symbols, and narrative structure. A review of the literature reveals studies to have focused on various aspects, including semiotic analyses, discussions on postmodern literary techniques and symbols, interrogations of scientific knowledge and reality, analyses of detective and murder plots, examinations of library science and librarianship, explorations of mass media and sociology of religion, and the integration of literary works with the history of science and philosophy. In contrast to the existing literature, this study employs a critical discourse analysis using the Foucauldian paradigm of knowledge-power-subject relations to scrutinize the character relationships, narrative structure, and other defining elements presented in Umberto Eco's *The Name of the Rose*. This study's findings suggest the novel's narrative construction of church authority to be aimed at maintaining its legitimacy by controlling the production and distribution of knowledge. As places where knowledge is preserved and disseminated, libraries in this context are portrayed differently from their contemporary understanding and are depicted as structures that store and protect books. Furthermore, Eco reconfigures the relationship among knowledge, power, and subject in the transition from a theocentric to an anthropocentric worldview, allegorically portraying the first steps of the Enlightenment era in his narrative. In conclusion, this study is envisioned to inspire future research endeavors by unveiling the intricate relationship among knowledge, power, and subject from a Foucauldian perspective through the lens of *The Name of the Rose*. While this study is confined to the analysis of *The Name of the Rose*, future investigations comparing how different literary works or artistic expressions address this relationship could offer deeper insights.

**Keywords:** The Name of the Rose, power, knowledge, subjectivity, theocentrism, anthropocentrism

## Extended Abstract

Comprehending the intricate interplay of knowledge, power, and subjectivity holds paramount importance in understanding societal dynamics and intellectual development. This nuanced relationship has found diverse expressions across various historical and cultural contexts and been extensively explored in literary works, cinema, and other forms of artistic expression. This study seeks to delve into the knowledge-power-subject relationship by examining it from a Foucauldian perspective with a specific focus on Umberto Eco's seminal work *The Name of the Rose*. Michel Foucault's extensive body of work is dedicated to a profound analysis of the complex dynamics among knowledge, power, and subjectivity. He has underscored subject as being a product of constructed, unnatural conditions within power relations shaped by specific historical epochs, knowledge domains, and discourses. Foucault has investigated the formation of subjectivity through subjective experiences mediated by various techniques and technologies emerging within power relationships in distinct historical periods and specific knowledge domains. *The Name of the Rose* intricately weaves a narrative around a murder case set in 14<sup>th</sup>-century medieval Europe yet subtly conveys profound themes related to church power, sectarian conflicts, the Church as the custodian of knowledge, access to knowledge, the role of libraries, and the influence of a theocentric worldview on knowledge. In alignment with the novel's narrative, this study seeks to conduct an in-depth analysis of these pivotal themes. Within the novel's plot, three key elements are earmarked for analysis: (1) the power dynamics and relationships among characters, dissecting how power operates through specific societal institutions or figures, (2) the production and dissemination of knowledge within the context of the novel, unraveling how knowledge is utilized and exploring its impact on power and authority, and (3) a discussion on how characters in the novel shape their subjectivities through subjective experiences. Employing critical discourse

analysis as the chosen methodology, this study aims to reveal the profound intellectual layers and meanings embedded in symbols within an ecological framework of thought. The study is divided into three main sections apart from the introduction and conclusion. The first section forms the conceptual framework and employs theoretical insights from Michel Foucault's works to interpret the knowledge-power-subject relationships underlying Umberto Eco's novel *The Name of the Rose*, which is centered around a murder mystery in the context of a crime story. The second section provides systematic and detailed information about the methodology employed in the study. The third section critically analyzes *The Name of the Rose* using the method of critical discourse analysis. The findings are then discussed within the framework of the Foucauldian power-knowledge-subject relationship. According to the study's findings, the church's authority strategically seeks to control the generation and circulation of knowledge to maintain its legitimacy. Contrary to the contemporary understanding of libraries, the novel portrays them as institutions preserving and safeguarding books. In narrating the shift from a theocentric worldview to an anthropocentric one, Eco allegorically reconfigures the relationship among knowledge, power, and subject, marking the initial stages of the Enlightenment period. In conclusion, this study examines *The Name of the Rose* from a Foucauldian perspective to unveil the intricate relationship among knowledge, power, and subject. By revealing the complexity of this relationship, this study is anticipated to be able to inspire future research. While this study has focused on *The Name of the Rose*, future studies could offer a comparative exploration of how different literary works or artistic expressions address this intricate relationship.

## Giriş

*“Madde yok, yaprak yok, gül yok, parfüm yok, hiçbir şey yok. Sadece mucizevi kurguların birleşimi var. Birine gül denir, diğerleri farklı isimler alır”* (Carballido, 1971).<sup>1</sup>

Bilgi, iktidar ve özne arasındaki karmaşık ilişkinin anlaşılması, toplumsal dinamiklerin ve düşünsel evrimin önemli bir parçasını oluşturur. Bu ilişki, tarihsel ve kültürel bağlamlarda farklı şekillerde tezahür etmiştir ve bu tezahürler, edebiyat metinlerinde, sinemada ve diğer sanatsal ifadelerde derinlemesine incelenmiştir. Bu bağlamda, edebiyat kuramları ile iletişim bilimleri arasındaki ilişki özellikle dikkate değerdir. Edebiyat metinleri, iletişim süreçlerini ve toplumsal yapıyı anlamak için zengin bir kaynak olarak kabul edilirken, iletişim bilimleri ise kültürel ürünlerin dil, sembolizm ve anlam üzerindeki etkilerini anlamak için önemlidir. Bu noktada bir kültürel ürün ve aynı zamanda medya aracı olarak edebiyat metinlerinin neler fısıldadıklarını anlamak toplumsal ve iktidar ilişkilerini anlamak için önem taşımaktadır. Türkiye’de iletişim bilimlerinin kurucusu sayılan Ünsal Oskay (1990; 2014) Marksist bir konjonktürden medyanın insanların düşünce yapısını olduğu kadar kültürel değerleri ve toplumsal normları nasıl şekillendirdiğini eserlerinde incelemiştir. Ancak bu çalışmanın Oskay’ın yaptığı çalışmalardan farkı geleneksel bir kitle iletişim aracı olarak romanın (bu çalışmanın örnekleme olan *Gülün Adı*), altyapı-üstyapı belirleyiciliğinin ötesinde; Foucault’cu manasıyla bir dispozitif<sup>2</sup> olarak ele alınarak incelemeye tabi tutulmasıdır.

Nitekim akademik literatürde *Gülün Adı* üzerine de çokça yazılıp çizilmiştir. Özellikle, Eco’nun bu eseri içerdiği semboller nedeniyle semiyotik açıdan birçok metnin tartışma konusu haline gelmiştir (Schiavoni, 1984; Sallis, 1986; Braswell, 1987; Baxter, 1989; Goh, 1990; Nash, 1993; Prang, 2014; Trifonas, 2015). Bu kadar semiyotik çözümlemeyle ilgili ana neden ise *Gülün Adı*’nın postmodern edebiyat tekniklerini kullanarak sürekli değişen anlamlar dünyasının istikrarsızlığını ve kırılganlığını semiyotik labirent formatında gözler önüne serme düşüncesidir (Yoo, 2010). Bunun yanı sıra *Gülün Adı*, bilimsel bilginin “neliği”, üretimi ve dolaşımı gibi konular açısından da tartışmalara da zemin hazırlayan bir eser olmuştur (Desogus, 2009). Rubino (1985), *Gülün Adı* romanı bağlamında bilgi, bilim ve gerçeklik kavramlarını sistematik bir biçimde tartışmıştır. Bu tartışmayı gerçekleştirirken ilk olarak, Newton’un idealize edilmiş bilimsel düşüncesinden, Hume’un deneyci bakış açısına kadar detaylı bir irdeleme yapar. Bu irdeleme ile birlikte, bilimsel düşüncenin karmaşıklığını ve insanın gerçekliği algılama biçimini sorgular. İkinci olarak Rubino çalışmasında (1985), bilginin doğası, bilginin sınırları ve insanın kavrama kapasitesine odaklanarak bilgiyi inşa etme sürecini ortaya koymaya çalışır. Son olarak çalışmasında, bilimin doğası ve bilimsel paradigmanın evrimi konusunu ele alır. Newton’un bilimsel idealizasyonunun sınırlılıklarını

1 Yazar tarafından Türkçe’ye çevrilmiştir.

2 Dispozitif, iktidar ilişkilerini, bilgi üretimini ve toplumsal kontrol mekanizmalarını içeren geniş bir perspektifi ifade eder. Foucault’ya göre, dispozitifler, insanların davranışlarını düzenlemek, yönlendirmek ve kontrol etmek için kullanılan farklı teknikler, kurumlar, metinler ve pratiklerin bir araya gelmesinden oluşur.

ve modern bilim anlayışının gelişimini sorgular. Genel olarak, Rubino (1985), *Gülün Adı* romanının bağlamında, bilgi, bilim ve gerçeklik kavramlarını sorgulayarak, modern düşüncenin ve bilimin temellerini tartışır. Hüllen ise çalışmasında (1987) *Gülün Adı*'nın dedektif ve cinayet kurgusu, tarihsel atmosferi, semiyotik anlamları ve edebi türler arasındaki etkileşimiyle dikkat çektiğine atıfta bulunarak romanın dilin, anlamın ve toplumsal yapıların karmaşıklığını keşfeden zengin bir anlatı olduğu ortaya koyar. Garret (1991) tarafından yapılan çalışmada, *Gülün Adı* romanının kütüphane ve kütüphanecilik mesleği üzerindeki etkileri derinlemesine incelenmiştir. Bu bağlamda, Eco'nun eserinin kütüphane ortamlarının ve kütüphanecilerin toplumsal etkilerini ve ahlaki boyutlarını analiz etmek için önemli bir kaynak olduğu belirtilmektedir. Eco'nun kurgusunda, kütüphanecilerin geleneksel olarak "ahlaki bekçiler" olarak görülen rolünün sorgulandığı ve kütüphanecilerin, toplumun genel çıkarlarına hizmet etmek yerine kendi çıkarlarını korumak için bilgilerini kötüye kullanabilecekleri öne sürülmektedir. Stouth ve Buddenbaum (1996) *Gülün Adı* romanından yola çıkarak kitle iletişim araçları ve din sosyolojisi bağlamında iktidar ve medya etkisine yönelik ortaya çıkan çatışma durumuna karşılık sentezi öneren bir tartışma gerçekleştirmiştir. Guerra ve Braga (2014) tarafından yapılan çalışmada, *Gülün Adı* romanının bilim tarihi ve bilgi felsefesiyle edebi bir yaklaşımı birleştirdiği belirtilerek modern bilimin doğuşunun incelendiği ifade edilmektedir. Bu çalışmada, roman aracılığıyla bilim ve bilimsel yöntemlerin tek ve mutlak bir gerçek olmadığı, zamanla değişebildiği konusunda derinlemesine bir anlayışın sağlanmaya çalışıldığı vurgulanmıştır.

*Gülün Adı* romanını ele alış şekilleri ve odaklandıkları konuları ortaya koyarak literatürün genel bir değerlendirmesinin yapılmasının ardından bu çalışmanın düşünce ekolojisinin biricikliğini belirtmekte fayda vardır. Bu çalışma, bu ilişkinin çözümlenmesinde önemli bir yere sahip olan Umberto Eco'nun klasik eseri *Gülün Adı* romanını ele alarak, bilgi-iktidar-özne ilişkisini anlamayı ve bu ilişkiyi Foucault'cu perspektiften tartışmaya açmayı amaçlamaktadır. Umberto Eco'nun *Gülün Adı* romanı, Orta Çağ Avrupa'sının 14. yüzyılında geçen bir cinayet olayını arka plan olarak kullanırken, kilisenin sahip olduğu güç, tarikat çatışmaları, dönemin bilgiyi kontrol eden kurumu olan Kilise'nin bilgiyi nasıl kontrol ettiği, bilgiye erişimi, kütüphanelerin işlevini ve teosentrik dünya görüşünün bilgiye olan etkisi gibi konuları okuyucuya sunmaktadır. Bu çalışma, romanın içerisindeki olay örgüsüne bağlı kalarak, bu önemli temaları derinlemesine analiz etmeyi gaye edinmektedir. Bu özgül gayeyle hareket eden çalışmada, *Gülün Adı* romanı çözümlenirken olay örgüsü dahilinde üç unsur analiz etmek hedeflenmiştir: (1) romanın içerisindeki iktidar ilişkileri ve karakterlerin iktidar ilişkilerini, toplumun belirli kurumlarının veya figürlerinin üzerinden iktidarın nasıl işlediğini analiz etmek, (2) romanın içindeki bağlamda bilginin üretimini ve dağıtımını, bilginin nasıl kullanıldığını, bilginin gücü ve iktidarı hangi biçimlerde etkilediğini ortaya koymak, (3) romanın karakterlerinin öznelliklerini (öznel deneyimlerini) nasıl şekillendirdiğini tartışmak. Çalışmanın sahip olduğu bu amaç ve hedefler doğrultusunda, *Gülün Adı* romanı eleştirel söylem çözümlemesi yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Bu düşünce ekolojisi ışığında şekillenen çalışmada, eleştirel söylem çözümlemesi yönteminin romanın içerdiği

derin düşünsel katmanları ve sembollerin ardındaki anlamları açığa çıkarmak, bu ilişkinin karmaşıklığını anlamamıza yardımcı olacaktır.

Çalışma giriş ve sonuç bölümleri hariç olmak üzere üç bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın birinci bölümünü oluşturan kavramsal çerçevede Umberto Eco'nun *Gülün Adı* romanının cinayet olay öyküsü ardında yatan 14. Yüzyıl Orta Çağ Avrupası'nda kilisenin sahip olduğu güç, tarikat çatışmaları, dönemin bilgiyi kontrol eden kurumu olan Kilise'nin bilgiyi nasıl kontrol ettiği, bilgiye erişimi, kütüphanelerin işlevini ve teosentrik dünya görüşünün bilgiye olan etkisini anlamlandırmak için Foucault'nun bilgi-iktidar-özne mefhumları hakkındaki düşüncelerine yer verilmiştir. İkinci bölümde çalışmanın metodolojisine ilişkin sistematik ve detaylı bilgilere yer verilmiştir. Üçüncü bölümde ise *Gülün Adı* romanı eleştirel söylem çözümlemesi yöntemiyle analiz edilmiş ve elde edilen bulgular Foucault'cu iktidar-bilgi-özne ilişkisi özelinde tartışılmıştır.

Sonuç olarak, *Gülün Adı* romanı aracılığıyla Foucault'cu perspektiften bilgi, iktidar ve özne arasındaki bu karmaşık ilişkiyi ortaya çıkaran bu çalışmanın gelecek çalışmalara ilham kaynağı olabileceği düşünülmektedir. Çalışmanın sınırları içerisinde *Gülün Adı* romanı incelenirken, gelecekteki çalışmalarda farklı edebi eserlerin veya sanatsal ifadelerin bu ilişkiyi nasıl ele aldığını karşılaştırmalı bir şekilde incelemek daha fazla anlayış sağlayabilir.

### **Kuramsal Çerçeve: Foucault'cu Özne-İktidar-Bilgi İlişkisi**

Bu bölüm, *Gülün Adı*'nın kurgusunun arkaplanında yer alan unsurları anlamlandırmak adına yola çıkılan çalışmanın kuramsal çerçevesini oluşturmaktadır. Kuramsal zeminde Michel Foucault'nun bilgi-iktidar-özne arasındaki kompleks ilişkisine yaslanıldığı için çalışmada bu üç kavramın Foucault'cu manasıyla sahip olduğu ilişkiselliği tartışmak da mühimdir.

Michel Foucault'nun külliyatı, bilgi, iktidar ve özne arasındaki karmaşık ilişkileri derinlemesine analiz etmeye odaklanmaktadır. Ancak Foucault'nun bu üç unsuru sorunsallaştırmasının temelinde odak noktasının “öznel deneyim” meselesi olduğunu Dreyfus ve Rabinow'un (1983, s. 208-209) “Michel Foucault: Beyond Structuralism and Hermeneutics” adlı eserine yazdığı son sözde görmek mümkündür:

Burada tartışmak istediğim fikirler, ne bir teoriyi ne de bir metodolojiyi temsil eder. İlk olarak, son yirmi yıl boyunca yaptığım çalışmanın amacını belirtmek isterim. Amacım, iktidar (power) olgularını analiz etmek veya böyle bir analizin temellerini oluşturmak olmamıştır. Benim hedefim, kültürümüzde insanların nasıl özne haline getirildiğinin farklı biçimlerinin bir tarihini yaratmaktır. Çalışmam, insanları özne haline dönüştüren üç farklı nesneleştirme biçimiyle ilgilendi. İlk olarak, kendilerine bilim statüsü vermeye çalışan sorgulama modları, örneğin genel gramer (grammaire generale), filoloji ve dilbilimde konuşan öznenin nesneleştirilmesi. Ya da bu ilk biçimde, üreten öznenin, emek veren öznenin



nesneleştirilmesi ekonomi ve iktisat analizlerinde. Ya da daha başka bir örnek, sadece yaşam olgusunun nesneleştirilmesi, doğal tarih veya biyolojide. Çalışmamın ikinci bölümünde, öznenin neyin “ayrılmış uygulamalar” olarak adlandıracağım nesneleştirilmesini inceledim. Özne ya içinde ayrılır ya da diğerlerinden ayrılır. Bu süreç onu nesneleştirir. Örnekler arasında deli ve akıllı, hasta ve sağlıklı, suçlu ve “iyi çocuklar” bulunur. (...) Bu nedenle, araştırma alanımın genel teması, iktidar (power) değil, öznedir.

Bu bağlamda Foucault (2011) öznenin; belirli tarihsel dönemlerde, belirli bilgi alanları ve belirli söylemler aracılığıyla iktidar ilişkileri içinde çeşitli teknik ve teknoloji yoluyla üretilen doğal olmayan bir durum olduğunu vurgulayarak, öznenin öznel deneyim yoluyla inşasını ele almaktadır. Foucault’ya göre (2011), özne ve öznel deneyim, Descartes’tan bu yana modernite geleneğinin genel meseleleri arasında yer alsada, Foucault’nun “öznel deneyimin nasıl kurulduğu ve bu deneyimi mümkün kılan koşulların neler olduğu” sorusuna yaklaşımı bu konuda farklılık arz etmektedir. Bu bağlamda özneyi şu şekilde tanımlamaktadır:<sup>3</sup>

(...) özne (sujet) sözcüğünün iki anlamı vardır: denetim ve bağımlılık yoluyla başkasına tabi olan özne ve vicdan ya da öz bilgi yoluyla kendi kimliğine bağlanmış olan özne. Sözcüğün her iki anlamı da boyun eğdiren ve tabi kılan bir iktidar biçimini telkin etmektedir (Foucault, 2011, s. 63).

Foucault’nun (2018, s. 11-19) çalışmalarındaki temel odak haline getirdiği özne ve öznel deneyim, özellikle “Cinselliği Tarihi” adlı eserinin ikinci cildinin giriş bölümündeki yazılarına dayanarak, öznenin kurulma sürecinin üç ana ekseninde ortaya çıktığı ifade edilebilir:

1. **Bilgi Alanları:** Tarihsel bir an itibarıyla belirli bir davranış biçimi, sorunsal bir konu olarak algılanır ve bu davranışa dair belirli bilgi alanları oluşmaya başlar. İlk aşamada istatistik, biyoloji, tıp, sosyoloji, psikoloji, psikiyatri, kriminoloji, demografi, ekonomi gibi çeşitli bilgi alanları, o davranışla ilgili bilimsel gerçeği ifade eden belirli söylemleri oluşturur. Böylece davranış, doğru-yanlış tespiti yapabilen belirli bir “hakikat oyununa” (jeux de vérité) dahil edilir (Foucault, 2005, s. 86).
2. **İktidar:** Sorunsal olarak görülen veya sunulan davranış biçimini gerçekleştirmenin nasıl olacağına dair veya gerçekleştirilmesini yönetmek üzere iktidar, söylemsel olmayan pratikler olarak ifade edilebilecek normatif sistemlerden faydalanır. Bu normatif sistemler, mimari, hukuki ve idari söylemsel olmayan pratikleri içerir. İktidar, normal-anormal, sağlıklı-hasta, akıllı-deli gibi kategoriler üzerinden

3 Görüldüğü üzere, özne kavramının çift anlamlılığı, özellikle Fransızca dilinde, öznellik ile bireysellik arasındaki ayrımı belirginleştirmeyi zorlaştırmaktadır. Bu bağlamda, bireysellik, iktidar tarafından dayatılan insanın varoluş biçimlerini (bilme, inanma, arzulama, hissetme, davranma, eyleme vb.) tanımlar. Bireysellik, iktidarın bilgi talebine dayalı olarak bireylerden hakikatlerini ifade etmelerini talep edeceği ve itiraflara dayalı olarak iktidarını uygulayacağı bir politik teknoloji olarak konumlanır. Öznellik ise, insanın bilinç ilişkisiyle kurduğu varoluş biçimlerine atıfta bulunduğu için etik bir içeriğe işaret eder. Öznellik, iktidarın etkisi altındaki bireylerin kendi benlikleri ile ilişkilerindeki endişe durumlarına, özgürlük pratiğine ve varoluş estetiğine odaklanmaktadır.

düzenleyici ve özgürlüğü sınırlayıcı kurallar koymak için normatif sistemleri kullanır. Bu noktada iktidar, çeşitli teknik ve teknolojilerden yararlanır.

3. **Öznellik:** İnsanın kendi varlığıyla ilişki kurması, ancak bu ilişkiyi bilgi ve iktidar ekseninde gerçekleştirmesi anlamına gelir. Diğer bir deyişle, öznellik veya öznel deneyim, bireylerin bu bilgi alanları ve iktidar ilişkileri gibi normatif sistemler üzerinden kendi davranışlarına bakmalarını ve bu davranışla bir bilinç ilişkisi kurmalarını içerir. Bu bağlamda, söylemsel ve söylemsel olmayan her türlü pratiğin birleşerek öznel deneyimin kurulmasında dispozitiflerden faydalandığı belirtilebilir.

Foucault, bu üç eksen üzerinden özneliğin ve öznel deneyimin nasıl kurulduğunu anlamaya çalıştığı akademik yolculuğunda bilginin *arkeolojisine*, iktidarın *jeneolojisine* ve özneliğin *etikine* başvurur (Davidson, 2002; Gutting, 2006, s. 2). Dolayısıyla özneleştirme ve öznel deneyimin nasıl kurulduğuna dair süreci anlamak için kullandığı yöntemler ise Foucault'nun çalışmaları özelinde üç farklı faaliyet evresinde ele alınabilir. Ancak bu üç evre birbirinden kopuk, bağımsız olarak görülmemelidir; aksine hepsi birbiri üzerine eklenilerek bir bütünü oluşturur (Keskin, 1999, s. 15-22).

Foucault'nun ilk aşamada gerçekleştirdiği faaliyet, tarihsel bağlam içinde ortaya çıkan ve ihmal edilmiş olan söylemsel pratikleri gün yüzüne çıkarmak ve unutulmuş olanları araştırmak için gerçekleştirdiği “arkeoloji” çalışmasıdır. Başka bir ifadeyle, Foucault, öznenin ve öznel deneyimin nasıl inşa edildiğini, belirli bilgi alanları aracılığıyla üretilen ve dolaşıma sokulan söylemsel oluşumların tarihi üzerinden analiz etmeye çaba göstermiştir. Foucault'nun (1999) arkeoloji kavramını kullanım biçimi, onun tarihe bakış açısını yansıtmaktadır. Foucault, deterministik, çizgisel ve doğrusal bir tarih anlayışına karşı çıkarak, bilginin ve kavramların varoluş koşullarını tarihsel bir bakış açısıyla incelediği süreçte, odak noktasını kökensiz, süreksiz ve tekil olan nesnelerin alanının detaylı bir incelemesine yönlendirir (Keskin, 1999). Düşüncenin ve bilginin tarihini oluşturmak, evrensel ve zorunlu koşulları ve bu koşulların doğurduğu evrensel ve kaçınılmaz sonuçları ortaya koymak anlamına gelmez. Tam aksine, Foucault'ya göre düşüncenin tarihini oluşturmak, süreksizliklere, kopuşlara ve olaylara başvurmayı gerektirir. Foucault'ya göre süreksizlik, bir tarihsel dönemden diğerine geçişte nesnelerin artık aynı şekilde algılanmaması, betimlenmemesi, ifade edilmemesi, sınıflandırılmaması ve bilinmemesi gerektiğini gösterir.

Bu bağlamda, Foucault (1999, s. 41) arkeolojik yöntemle belirli tarihsel dönemlerde ortaya çıkan epistemelere ve farklı tarihsel dönemlerdeki epistemik kaymalara odaklanarak düşünce sistemlerimizin ve kullandığımız kavramların analizini gerçekleştirir. Arkeoloji ile birlikte Foucault, belirli tarihsel dönemlerde oluşturulan ve dolaşıma sokulan hakim söylemlere odaklanarak entelektüel bir kazı gerçekleştirir ve aynı zamanda farklı tarihsel dönemlerde ortaya çıkan egemen söylemleri karşılaştırarak öznel deneyim ve özneleşme süreçlerini açıklar. Foucault, bu yöntemle “farklı tarihsel dönemlerde neden bir ‘epistemenin’ yerini başka bir ‘episteme’ almıştır?” sorusuna yanıt arar (Balcı, 2015, s. 27). Foucault, epistemeyi

“belirli bir dönemde, bir bilgi alanını yaşamın bütünlüğü içinde sınırlayan, bu alanda görünen nesnelere varlık biçimini tanımlayan, insanların günlük kavrayışlarını teorik güçlerle donatan ve doğru olarak bilinen şeyle üzerine kendilerinde insanın bir söylem geliştirdiği koşulları belirleyen tarihsel a priori” olarak tanımlar (Foucault, 1994, s. 66). Bu nedenle, episteme belirli bir tarihsel dönemde her bilginin mümkün oluşunun koşullarını belirleyen, herhangi bir bilimsel çaba tarafından gerçekleştirilmiş söylemi düzene sokan ve bilgilerin birliğini yöneten bir zihinsel çerçevedir. Foucault’nun bu çerçeve içinde Rönesans (16. yüzyıl), Klasik (18. ve 19. yüzyıl) ve Modern (20. yüzyıl) çağlarını üç tarihsel dönem olarak sınıflandırması, her birinin belirleyici olduğu üç episteme üzerinden bir çözümleme yapmaya çalışmasına dayanmaktadır. Foucault’ya göre, bu epistemeler, tarihsel süreçte birbirini yerini almış gibi görünmeyen, aksine başka bilgi koşullarının boşalttıkları alanları aniden ve kendiliğinden dolduran eşzamanlı oluşumlardır. Foucault’nun bilginin arkeolojisini yaptığı çalışmaları, Kant’tan beri egemen anlayışı oluşturan insan tasarımı, merkezi konumundaki yerinden, olması gereken alana taşıma çabasının bir sonucu olarak değerlendirilebilir. Dolayısıyla Foucault, düşüncenin ilerlemeci bir biçimde kesintisiz olduğu ve Descartes’tan (1998, s. 163) itibaren “bilen, bilebilen, akıl edebilen” şeklinde tanımlanan modern özneye yönelik antroposentrik anlayışı reddeder ve tarihsel dönemlerde değişen, evrensel olmayan belirli bilgi alanları aracılığıyla inşa edilen epistemelere ve söylemlere odaklanır.

Foucault’nun *Deliliğin Tarihi, Kliniğin Doğuşu, Kelimeler ve Şeyler ve Bilginin Arkeolojisi* başlıklı arkeolojik çalışmalarının sonuçları, belirli bir düşüncenin ve kavramın tarihsel bir dönemde ortaya çıkmasının belirli koşullara bağlı olduğunu gösterir. Bu koşullar zorunlu olmayabilir ve önemli olan nokta, ortaya çıkan düşünce yapısının ve kavramların söylemsel ve söylemsel olmayan bazı kurallara tabi olduğudur. Bu durumda, doğru-yanlış dinamikleriyle söylem ve hakikatler üretilir. Ancak Foucault’nun öznel deneyim ve öznelleşme konusundaki sorulara cevap bulma çabalarında, arkeoloji yöntemi tek başına yetersiz kalmıştır. Çünkü Foucault’ya göre özne, sadece belirli bir tarihsel anın koşulları tarafından değil, aynı zamanda toplumsal ilişkiler, iktidar dinamikleri ve kurumsal etkileşimler gibi çeşitli faktörler tarafından da şekillendirilen ilişkisel bir yapıya sahiptir. Arkeolojik yöntem, belirli bilgi alanları tarafından üretilen ve dolaşıma sokulan söylemlerin içsel ve dışsal bağlantılarını yeterince açıklayamaz. Bu nedenle Foucault (2004; 2018), ikinci bir faaliyet olarak, söylemsel sistemler arasındaki episteme değişimlerini, toplumu saran iktidar ilişkileri ile ilişkilendirerek ve geçmişteki rastlantısallıkları ve süreksizlikleri göz önünde bulundurarak “şimdi”yi anlamaya çalıştığı jeneoloji yöntemini kullanmıştır.

Foucault’ya göre (2002) iktidar ilişkileri, bir söylemsel alanın ifadeler ağı şeklinde birbirine bağlı olduğu bir söylemin ötesine geçen bir alandır. Ancak her iktidarın, tarihsel süreçte toplumsal kurumlar ve pratikler aracılığıyla üretip dolaşıma soktuğu söylemler arasındaki ilişki, belirli bir dönemde belirli bir iktidar ilişkisi tarafından düzenli, pürüzsüz ve ilerleyen bir söylem imgesi olarak algılamak yanıltıcıdır. Foucault’ya göre (2004, s. 236) tarih, süreksizliklerin, kopuklukların ve rastlantısallıkların tarihidir. Foucault’nun iktidar jeneolojisi, iktidarın stratejik işleyişini, birbirine eklenen tüm bu iktidar alanlarını analiz

ederken ve mümkün nesnel alanını inceleyerek kullanılır. Bu bakış açısıyla Foucault, arkeoloji yönteminin eksik kaldığı soruları tamamlar ve özne ile öznel deneyimin, bilgi alanları ve iktidar ilişkileri tarafından nasıl tarihsel olarak şekillendirildiğini anlamamıza yardımcı olur. Foucault'nun bu yaklaşımı, geleneksel düşünme biçimlerinden farklı bir iktidar anlayışını vurgular, özne ve öznel deneyimin nasıl inşa edildiğini açıklar. Buna göre Foucault (2018, s. 70) iktidar kavramını; "A'nın B'ye yaptırımı" şeklinde özetlenebilecek hiyerarşik tahakküm ilişkisini içeren negatif tanımından çıkartarak, toplumun tüm kurumlarına, yaşamsal alanlarına, bilgi üretim mekanizmalarına, gündelik ilişkiler ağına nüfuz eden her yerde her zaman bulunan eşitlikçi ve hareketli ilişkiler içinde işleyen stratejik bir durum olarak açıklamıştır. Foucault (2018, s. 69) iktidara ilişkin düşüncesini aşağıdaki biçimde ifade etmektedir:

İktidar derken, belli bir devlet içinde vatandaşların bağımlılığını garanti eden kurum ve aygıtlar bütünü olan -büyük i ile yazılan- İktidardan söz etmek istemiyorum. İktidardan anladığım şiddetin tersine kural biçimini taşıyan bir uyruklaştırma kipi de değil. Bir öge ya da bir grup tarafından bir başka grup üzerinde kullanılan bir egemenlik sistemi de değil iktidardan anladığım. (...) Bana göre iktidardan ilk önce uygulandıkları alana ilişkin olan ve kendi örgütlenmelerini kuran güç ilişkileri çokluğunu anlamak gerekir; yani, mücadeleler ve karşı karşıya gelmeler yoluyla bu ilişkileri dönüştüren, güçlendiren tersine çeviren hareketi anlamak; bu güç ilişkilerinin, bir zincir ya da sistem ya da tersine onları birbirlerinden tecrit eden farklılıklar ve karşıtlıklar oluşturacak biçimde birbirlerinde buldukları dayanakları anlamak ve nihayet, genel çizgisi ya da kurumsal saydamlaşması devlet aygıtlarında, yasanın formüle edilmesinde ve toplumsal hegemonyada gelişen stratejileri anlamak gerekir.

Foucault (2018), jeneoloji metodunda iktidar analizine odaklanarak temelde "iktidar ilişkileri"nin çözümlenmesinden yola çıkar. Bu ilişkiler, birinin diğerinin davranışını yönlendirebilme veya belirleme potansiyeline sahiptir. Ona göre, evrensel olarak kabul edilen kavramlar, örneğin cinsellik, akıl hastalığı, suç eğilim, aslında "tarihsel olaylar"dır. Bu nedenle, Foucault'nun iktidar kavramını anlatmaya çalıştığı, salt siyasi yöneten-yönetilen bağlamındaki tahakküm ilişkileriyle sınırlı değildir; çünkü bu durum, kavramın dar bir anlamıyla anlaşılmasına yol açar. Foucault'ya göre (2018, s. 69), iktidar gündelik yaşamın ikili ilişkilerinden tüm toplumsal ilişkilere kadar her yerdedir, ancak her şeyi kapsamından ziyade her yerden her zaman doğan bir şeydir. Bu bağlamda, Foucault'nun odak noktasının öznellik ve öznel deneyim olduğunun tekrar altı çizilebilir. Ona göre, "iktidar özneler üzerinden işlediği için öznenin dışında bir varoluşu yoktur" (Game, 1998, s. 65). Foucault (2015, s. 35), iktidarın özneleştirme sürecinde bilgi üretim teknolojilerini kullanarak, "iktidar ilişkisi bilgidan bağımsız olarak tahayyül edilemez". Aydınlanma Çağı ile başlayan yeni toplumsal-siyasal düzende, dinsel ve sezgisel bilginin yerini rasyonel bilimsel bilgi almış ve bu durum "bilme iktidarını" ortaya çıkarmıştır. Bilme iktidarıyla birlikte, "insanın sadece bilme problemi üstünden ele alınması ve tanımlanması" durumu ortaya çıkmış ve bu da insanı

bir tür nesne haline getirmiştir. Bilimsellik iddiası taşıyan bilgiye sahip olan iktidar, bedene ve nüfusa “müdahale etme hakkını” kendisinde bulmaktadır (Foucault, 2018). Bu müdahale hakkını ve iktidarı meşru kılan sürekliliğini sağlayan belirli bir bilimsellik iddiasıyla ortaya atılan bilgidir. Foucault’ya göre (1980), söylem aracılığıyla inşa edilen bilgi, iktidar ilişkilerinin temelini oluşturur. Çünkü “iktidar ilişkileri söylemin üretimi, birikimi, dolaşımı ve işleyişi olmaksızın kurulamaz, pekiştirilemez veya uygulanamaz” (Foucault, 1980, s. 93). Foucault’ya göre (2018, s. 74-75), söylem bir dil pratiğidir ve “iktidar ve bilgi tam da söylem içinde eklenir (...) söylem iktidarı harekete geçirir ve üretir”. Dil ile birlikte toplumsal yaşamda dolaşıma sokulan söylemler, bilgiyi, düşüncüyü, herhangi bir dünya görüşünü mantıksal bir yapı içerisinde ilişkilendirerek aktarmaktadır. Foucault’nun sözünü ettiği bilme iktidarı bir söylem içerisinde tezahür etmektedir. Söylem muhataplarını bir hakikat oyunu içine dahil ederek, onlara etki etmektedir. Dolayısıyla Foucault’ya göre bilgi ve söylem aracılığıyla kurulan yaşamın her noktasına temas eden bu iktidar oyunu içerisinde bireyler özleştirilmektedir.

Son olarak, Foucault’nun (2011, s. 195) üçüncü faaliyeti, kendilik yönetimi ve teknolojilerine odaklanmış olan etikle ilgili bir konuyu işaret etmektedir. Kendilik bilgisinin, kendilik kaygısının yerini almaya başlaması, saf bilgi bilmesinin, pratik bilgiye, epistemolojinin etiğe önce gelmeye başlamasıdır. Etik bir yaşam, düşüncenin sınırsız macerasında ortaya çıkan yaratıcı bir eylemi içermelidir. Bu eylem aynı zamanda pozitif bir özgürlük pratiğidir. Pozitif olması bakımından, özgürlük yalnızca engellerin, baskıların, yasaların ve yasakların kaldırılmasıyla değil; aynı zamanda düşünsel ve pratik açıdan mümkün eylem alanlarının oluşturulmasıyla kişinin “bağımsızlaşması” olarak değil, sınırların genişletilmesi olarak anlaşılmalıdır. İktidar oyununu içselleştiren özneler, artık yönetimsellik adı verilen bir yönetmeden yönetme sanatıyla dolaylı yoldan yönetilir hale gelir (Foucault, 2011).

## Metodoloji

Bu çalışma, Umberto Eco’nun *Gülün Adı* romanındaki bilgi-iktidar-özne ilişkisini anlamayı ve bu ilişkiyi Foucault’cu perspektiften tartışmaya açmayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda *Gülün Adı* romanı çözümlenirken olay örgüsü dahilinde üç unsur analiz etmek hedeflenmiştir: (1) romanın içerisindeki iktidar ilişkileri ve karakterlerin iktidar ilişkilerini, toplumun belirli kurumlarının veya figürlerinin üzerinden iktidarın nasıl işlediğini analiz etmek, (2) romanın içindeki bağlamda bilginin üretimini ve dağıtımını, bilginin nasıl kullanıldığını, bilginin gücü ve iktidarı hangi biçimlerde etkilediğini ortaya koymak, (3) romanın içindeki bağlamda bu iktidar-bilgi-özne ilişkisinden doğan öznel deneyim meselesi üzerinden roman karakterlerinin öznelliklerini, kimliklerini ve bilinçlerini nasıl şekillendirdiğini tartışmak.

Analizin kurgusu, belirli bir metin veya olay kapsamına dahil edilen unsurların sistematik bir şekilde incelenmesini içermektedir. Bu kurgu, *Gülün Adı* romanının belirli

bölümleri, karakter ilişkileri, olay örgüsü ve diğer belirleyici unsurları üzerinde odaklanmayı içerir. Analizin kapsamını belirlemek için *Gülün Adı* romanının tamamı okunmuş ve yazar tarafından not alınarak özne-iktidar-bilgi ilişkileri açığa çıkarılmaya çalışılmıştır. Bu süreçte, romanın farklı bölümleri ve karakterlerinin davranışları, diyalogları ve etkileşimleri dikkatle incelenmiş ve bu unsurların özne, iktidar ve bilgi kavramlarıyla nasıl ilişkilendirilebileceği üzerine düşünülmüştür. Romanın temel olay örgüsü ve arka planı, bu ilişkilerin anlaşılmasında önemli bir rol oynamıştır. Ayrıca, romanın dil ve anlatımı da iktidar ve bilgi ile nasıl ilişkilendirilebileceği konusunda değerlendirilmiştir. Bu süreçte, analizin kapsamını belirlemek için belirli bir metodoloji (eleştirel söylem çözümlemesi) ve odaklanma alanı (Foucault'cu bakış açısı) belirlenmiştir, böylece özne-iktidar-bilgi ilişkileri daha derinlemesine incelenebilmiştir.

Çalışmanın temel araştırma sorusu, “Umberto Eco'nun *Gülün Adı* romanındaki bilgi-iktidar-özne ilişkisini anlamak için yapılan analizde, romanın içerisindeki iktidar ilişkileri, bilgi üretimi ve dağıtımı ile öznel deneyim arasındaki ilişkilerin nasıl şekillendiği ve bu roman karakterlerinin öznellikleri, kimlikleri ve bilinçleri üzerinde nasıl etkiler yarattığı” şeklinde tasarlanmıştır. Bu soru, Foucault'nun iktidar-bilgi-özne ilişkisi paradigmasından hareketle kurgulanmıştır. Bu paradigma, analizdeki temel teorik çerçeveyi oluşturmakta ve çalışmanın odak noktasını belirlemektedir.

Çalışmanın sahip olduğu temel araştırma sorusu doğrultusunda, *Gülün Adı* romanı eleştirel söylem çözümlemesi yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Eleştirel söylem çözümlemesi, dilin kullanımını ve söylemin işleyişini anlamaya yönelik bir analiz yöntemidir (Fairclough, 1995; Fairclough, 2013). Bu metodoloji, dilin toplumsal, politik ve kültürel bağlamlarını kavramayı, iktidar dinamiklerini açığa çıkarmayı ve belirli bir konuyu eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirmeyi hedefler (van Dijk, 1993; Wodak, 2014). Bu çözümleme sürecinde, metni sınırlayan sözdizimsel ve semantik çerçeveler aşılarak bir yapı sökümlü gerçekleştirilir ve inşa edilen metnin niyeti her boyutuyla detaylı bir şekilde incelenir. Metinde yer alan kelimeler, ifadeler, semboller ve yapılar ayrıntılı bir analize tabi tutularak, metindeki güç ilişkileri, ideolojiler ve toplumsal normlar anlamaya çalışılır (Bloor & Bloor, 2007). Dolayısıyla eleştirel söylem analizi yöntemi ile cevaplanmak istenen “Ne anlatmak istiyor?” sorusudur. Bu soru ile hareket eden çalışmanın analizinde kitap dahil olmak üzere bütün medya metinlerinin deşifre edilmeyi, çözümlenmeyi, yorumlanmayı gerektiren söylemsel inşa ürünü olduğu düşüncesi yatmaktadır (Bilgin, 1999).

Ayrıca, bu çalışmanın temel araştırma sorusu doğrultusunda, tek ögeli örnek olay incelemesi deseni benimsenmiştir. Bu desen, belirli bir olayı veya olguyu derinlemesine incelemek ve bu olayın özelliklerini ayrıntılı bir şekilde anlamak amacıyla kullanılır. *Gülün Adı* romanı, bu çalışmanın odak noktası olan bilgi, iktidar ve özne ilişkilerini anlamak için uygun bir örnek olay olarak seçilmiştir. Örnek olay olarak *Gülün Adı* romanının tercih edilmesinin sebebi, karmaşık görünen bir cinayet kurmacasını anlatırken bir dizi simge, metafor ve sembolü kullanarak bilgi üretimi, iktidar ilişkileri ve öznel deneyim gibi mefhumlarını ele

almasıdır. Bu durum romanın sahip olduğu metin bakımından, eleştirel söylem çözümlemesi için zengin veri setini sağlaması için uygun bir tercih olmuştur. Bu sayede, çalışmanın temel amacına yönelik derinlemesine bir kavrayış elde edilmesi amaçlanmaktadır.

Son olarak, çalışmanın sınırlılıkları arasında, *Gülün Adı* romanının sınırlı bir örneği üzerinden yapılan incelemenin genellenebilir sonuçlar doğurabilecek geniş bir örnekleme dayanmaması bulunmaktadır. Çalışma, yalnızca romanın metniyle sınırlıdır ve yazarın niyetleri veya dönemin tarihsel bağlamı gibi dış faktörleri göz önüne almamaktadır. Ayrıca, romanın çeşitli çevirileri ve farklı baskıları arasındaki olası farklar göz ardı edilmiştir. Bu çalışmada incelenmiş olan Umberto Eco'nun *Gülün Adı* adlı kitabının Türkçe çevirisi Şadan Karadeniz tarafından yapılmıştır ve 2018 yılına ait Can Yayinevi'nin 43. baskısıdır.

## Tartışma ve Bulgular

Çalışmanın uygulama kısmını oluşturan bu bölümde öncelikle *Gülün Adı* romanının olay örgüsü, karakterleri, mekânları, tarihi ve sosyal arka planıyla ilgili detaylı bir inceleme sunulmaktadır. Bu inceleme, romana genel bir bakış sağlayacak şekilde yapılmış olup, kurgunun gerçeklikle nasıl örtüştüğü konusunda da bilgi verilmektedir. Ardından ise roman eleştirel söylem çözümleme metodundan faydalanılarak Foucault'cu bilgi-iktidar-özne anlayışından hareketle tartışmaya açılacaktır. Bu tartışma, yazar tarafından tüm kitap okunarak ilgili referanslar üzerinde Foucault'cu paradigma bağlamında düşünülerek sistematik bir yaklaşımla yapılmış olup, romanın içerdiği temel dinamikleri anlamak için kapsamlı bir çerçeve sunmaktadır. Son olarak elde edilen bulgular bilgi-iktidar-özne olarak birbirinden ayrılmadan üçlü ilişkisellik içerisinde aktarılmıştır. Bunun sebebi söz konusu olan ve kuramsal çerçeve bölümünde detaylıca aktarılan bu üç kavramın birbirleriyle son derece ilişkili olduğu düşüncesidir. Bu nedenle roman çözümlenirken elde edilen her bir verinin aslında her üç kavramla da bir biçimde ilişkili olduğu görüldüğü için böyle bir bütüncül analiz kurgusu benimsenmiştir.

## *Gülün Adı* Romanına Genel Bir Bakış

*Gülün Adı*'nın temel olay örgüsünü, 1327 yılında İtalya'nın kuzeyinde bir kilisede gerçekleşen cinayet unsuru oluşturur. Kütüphanede kitap kopyalamada görevli olan Otranto'lu rahip Adelmo, bir cinayete kurban gitmiştir. Eski bir sorgucu rahip olan Baskerville'li William, bu olayı araştırmakla görevlendirilir ve çırağı Melk'li Adso ile birlikte cinayeti soruşturmaya başlar. Roman, Adso'nun Latince kaleme aldığı anılar aracılığıyla, bu yedi günlük soruşturma sürecini aktarır. Adso, bir baron olan babası tarafından İmparator'un yanında savaşmak üzere Rahip William'a çırak olarak verilmiştir. William ve Adso'nun manastıra ulaşmasının ardından, Başrahip tarafından cinayeti soruşturmaları için yetki verilir. Ancak bu noktada özellikle kütüphaneye girişin yasak olduğu vurgulanır. Kütüphane, "Aedificium" adı verilen eski bir binadır ve sadece kütüphanecinin bildiği özel bir tasarıma sahiptir. Rahipler, kütüphaneye giremez ancak kitapları kopyalama ve düzenleme görevini yerine getirirler. Hatta kütüphanedeki bazı kitaplar ise "sapkın" ve "yanıltıcı" bilgiler içerdiği düşünülerek özel bir

saklama alanında tutulur. Bu “sapkın” ve “yanıltıcı” bilgileri içerdiği düşünülen yasaklı kitaplar arasında pagan, Yahudi ve Arap yazarların binlerce kitabı vardır. Hatta Hristiyanlığa aykırı dini kitaplar bile saklanmıştı. Bu noktada, William'ın kütüphaneye olan merakı ön plana çıkar. William ve Adso, yedi gün boyunca yedi farklı ölüm olayıyla karşılaşarak, nihayet gerçeğe ulaşırlar. Toplumsal yapının kırılmaya uğradığı bu dönemde manastırdaki ölü rahip sayısında bir artış gözlemlenmekte ve bu cesetlerde belirgin ortak özellikler ortaya çıkmaktadır: Dilin koyu renk alması ve derinin koyu renkli parmak uçları. William ve Adso bir gece gizlice kütüphaneye girerler ve kütüphanedeki gizli alanı keşfederler. Kütüphanenin gizli alanında, günümüzde bile bazı bölümleri kayıp olan Aristo'nun Poetika isimli kitabını bulurlar ve cinayetlerin çözümü bu kitapla ilişkilendirirler. Çünkü kitabın sayfalarına zehir sürülmüştür; kitabı okuyanlar, sayfaları çevirmek için parmaklarını ıslattıkça zehri alırlar. Tam bu gizemli ölümler çözülmüşken, kütüphanede çıkan bir yangın tüm manastırı sarar ve yangın sonucunda manastır tamamen yanar. Yangından sağ kurtulanlar ise William ve Adso'dur.

*Gülün Adı* 'nda temel olay örgüsünün ilk bakışta cinayetlerle ilgili olduğu düşünülse de, romanda esasen 14. Yüzyıl Orta Çağ Avrupası'nın siyasi, ekonomik ve sosyal atmosferi içerisinde bilgi-iktidar-özne ilişkisi ekseninde yatan olaylar gizlice okuyucuya fısıldanmaktadır. Öyle ki romanın adı bile bu iktidar-bilgi-özne ilişkisine göndermede bulunmaktadır. Umberto Eco'nun (2018, s. 693) eserine adını seçerken yaşadığı düşünce süreçleri, yapılan isim tercihleri ve eserin adının taşıdığı sembolizm, onun şu ifadesine başvurulurarak açıklanabilir:

Romanımın başka bir başlığı vardı: Suç Manastırı. Bunu bir yana bıraktım, çünkü okuyucunun dikkatini yalnızca polisiye konuya çekiyordu ve baştanbaşa eylemden oluşan öyküler peşindeki bahtsız alıcıları, onları kandıracak bir kitabın üstüne atılmaya sürükleyebilirdi.(...) *Gülün Adı* fikri hemen hemen rastgele geldi aklıma; hoşuma da gitti, çünkü gül öylesine anlam yüklü, simgesel bir nesnedir ki, neredeyse artık hiçbir anlamı yoktur; gizemli gül ve bir gül güllerin yaşantılarını yaşamıştır, iki gülün savaşı, bir gül bir güldür, bir gül bir güldür, bir gül bir güldür, gülhaçlar, olağanüstü güllerin güzellikleri, mis gibi kokan taze gül. (...) Bir kitabın adı fikirleri karıştırmalı, onları bir araya toplayıp düzene sokmamalıdır.

Eco'nun tercih ettiği *Gülün Adı* ismi, farklı kültürlerde ve tarihlerde gülün taşıdığı çeşitli anlamlara vurgu yapar. Özellikle Hristiyanlık'ta, gül İsa ile ilişkilendirilmiş ve kutsal bir sembol olarak kabul edilmiştir. Eski Mısır kültüründe ise gül, gizli işlere atıfta bulunan “sub rosa” ifadesiyle anlam bulmuştur. Antik Yunan mitolojisinde, gül, güzellik tanrıçası Afrodit'in çiçeği olarak bilinmiştir. Afrodit'in Eros'a verdiği gül, sonrasında Eros'un gülü Sessizlik Tanrısına vermesiyle, gülün sadece güzellik değil aynı zamanda sırların ve ahlaksızlıkların gizli kalması ile ilişkilendirilmiştir. Bu bağlamda, tarihsel kökenleriyle birlikte romanın adındaki gül, sembolizmi derin ve çeşitli katmanlarıyla işleyen bir motif olarak ön plana çıkar.

Romanda ilk bakışta manastırda işlenen cinayetlerin ardında yatan sebeplerle katilin aranması olarak açıklanabilecek olay örgüsü, aslında dönemin Orta Çağ Avrupası'na, felsefeye, din olgusuna, kilise-papa ve mezhepler arası çatışmalara, kitap-kütüphane ve



bilimsel bilgiye ait dönemin düşüncelerini ortaya koyan bir araç olarak kullanılmıştır. 7 günü anlatan romanda her gün için “*tan söküümü, sabah, öğle, ikindi, akşamüzeri, günbatımı, akşam ve gece yarısı*” olmak üzere bölümlere ayrılmıştır. Bu 7 günlük dilimlere ayrılmış zamanda rahiplerin günlük yaşantısına, manastır hayatının yanında Orta Çağ Avrupa kültürüne, teosentrik dünya anlayışına ve bu anlayışın insanlar üzerindeki etkilerine ışık tutmaktadır.<sup>4</sup>

Romanın protagonistlerini Baskerville’li William ve Melkli Adso oluşturmaktadır. Adso, Rahip Baskerville’li William’a çıraklık yapmaktadır ve ondan eğitim almaktadır. Baskerville’li William karakteri araştırmacı, gözlemci ve aynı zamanda şüpheli kimliğiyle ön plana çıkmaktadır. William romanda Aristotalyen erdemle hareket etmektedir. Baskerville’li bir anlamda Aristoteles ve Roger Bacon’un öğrencisidir; bilimin sorgulayıcılığına ve felsefenin ‘iyi’liğine karşı zaafı vardır (Demir, 2009). Eco’nun, Baskerville’li William karakterini yaratırken İngiliz rahip Ockham’lı William’dan esinlendiği düşünülebilir. Ockham’lı William Rönesans ve Reform hareketinin en önemli tetikçilerinden biri olarak kabul edilmektedir (Babür Metin, 2015). 14. Yüzyılda yaşamış olan Ockham’lı William<sup>5</sup>, çalışmaları yüzünden sapkın bulunup Papa tarafından aforoz edilmiştir. “Ockham’ın usturası” olarak bilinen öğretisiyle skolastik felsefede doğrulanması imkânsız kavramları kazımayı öne sürmektedir ve buna göre bilimle metafiziği, felsefe ve tanrıbilimi birbirlerinden ayırarak sınırlar çizmiştir. Baskerville’li William’ın Ockhamlı William gibi dogmatik ve sembolik bağlantılarla kurulmuş kilise iktidarının karşısına soruşturma ve mantık gücüyle karşı çıktığı söylenebilir. Gözlemlerindeki başarısı ve sezgisel yönünün kuvvetli olması sebebiyle manastırdaki cinayetleri çözmek üzere yardımcısı Melkli Adso ile manastıra gelirler. Baskerville’li William cinayetleri çözerken amprik bulgulardan, gözlemlerinden, aklından ve saf sezgiden yararlanmaktadır. Yani sadece aklın yalın kullanımı değil aynı zamanda gizemleri yorum gücüyle ve sezgiyle de çözmektedir. William Orta çağın “karanlık” ve asık suratına karşılık aydınlatıcı bir gülümseme gibidir. Demir’e göre (2009), Melkli Adso ise Galilei Galileo’nun meşhur Diyalog’unda ‘Simplicio’ (Yalınlık, saflık) tabiri üzerine cinaslı bir şekilde gerçekleştirdiği deyişle bağlantılıdır. Yani “Adso” ad Simplicio’dan<sup>6</sup> gelmektedir.

Romanın antagonisti ise kitap okumak uğruna kör olmuş bir rahip olan Rahip Jorge olarak ifade edilebilir. Ancak onun körlüğü yalnızca fiziki değildir. Aynı zamanda yeniliklere ve farklı görüşlere kapalı olma ve bilgiyi saklama sebebiyle kör olarak kurgulanmıştır. Eco’nun Rahip Jorge karakterini oluştururken Jorge Luis Borges’ten esinlendiği düşünülmektedir. (Corry & Giovanolli, 1992).<sup>7</sup> Borges ailesinden gelen hastalık sebebiyle görme yetisini tamamen

4 Yayınevi, Eco’ya manastır yaşamını anlatan bu ilk 100 sayfayı çok uzun bulduğunu ve çıkartması gerektiğini söylemiştir. Ancak bunu şu sözleriyle reddetmiştir: “...bir insan manastıra girip orada yedi gün yaşamak istiyorsa, onun ritmini kabul etmek zorundadır. Bunu başaramazsa, kitabın bütününe okumayı da hiçbir zaman başaramayacaktır. Bu nedenle, ilk yüz sayfanın bir kefaret ve başlangıç işlevi vardır; her kim bundan hoşlanmazsa kendi bilir, tepenin eteklerinde kalır...” (Eco, 2015)

5 Ockham’a göre insan, mutlak olarak olan Tanrı’yı algılayamaz; çünkü Tanrı maddi bir nesne değildir. Ama Tanrı dışındaki şeylerden soyutlamalar yaparak bir Tanrı kavramı elde edilebilir. Bu elde edilen kavram Tanrı’nın özünü içermez aksine Tanrı ile ilgili zihinsel temsilleri içermektedir.

6 Galileo’nun İki Temel Dünya Sistemi üzerine Diyaloglarında (1632) Aristotelesçi olduğu söylenir ve fizik yasalarını savunur.

7 Corry ve Giovanolli (1992) yaptıkları çalışmada Umberto Eco’nun eserindeki Borgesvari tatlari keşfederler.

kaybetmiştir. Babil Kütüphanesi, J. L. Borges'in sonsuz sayıda olan ancak yazılmamış kurgusal olarak yaratılmış kitapla dolu olduğunu tahmin ettiği hayal kütüphanesidir.

Evren, (kimileri kitaplık diye anıyorlar) birbirinden engin hava sütunlarıyla ayrılmış, çok alçak parmaklıklarla çevrili, sayısı belirsiz, belki de sonsuz, altıgen dehlizlerden oluşmaktadır. Altıgenlerin hangisinden bakılırsa uçsuz bucaksız üst katlarla alt katlar görülebilir... Döner bir merdiven dipsizliklere inerek... Zira ben Kitaplık'ın sonunun gelmeyeceğini ileri sürüyorum. (Borges, 1941, s. 67-68)

Manastırda yaşayan Rahip Jorge Burgos, kilisenin dogmatik görüşlerini sıkı bir şekilde savunmaktadır. Bilgiyi kontrol altında tutma ve belirli bilgilerin yayılmasını önleme amacı güder. Kitapta, Jorge'nin özellikle Aristoteles'in "Poetika" adlı eserinin ikinci nüshasına karşı olan sert tutumu vurgulanır. Jorge, gülmeyi tehlikeli bir eylem olarak görür ve bu nedenle gülmeye konusunu içeren kitapların saklanması gerektiğini düşünür.

## Bilgi, İktidar ve Özne İlişkisi

*Gülün Adı* romanında, Orta Çağ'ın belirli bir dönemini kapsayan ve ruhban sınıfının egemen olduğu teosentrik düzen içindeki bilgi-iktidar-özne ilişkisi özenle tasvir edilmiştir. Çalışmanın bu bölümünde roman bilgi, iktidar ve özne eksenleri doğrultusunda analiz edilerek tartışmaya açılmıştır.

Romanın geçtiği 14. yüzyıl İtalya'sında teosentrik dünya görüşü hâkimdir. Bu anlayış, teorik olarak değişim düşüncesini reddeden statik bir evren düşüncesinin hâkim olduğu ve Tanrı'nın merkezde yer aldığı bir düşünce biçimini ifade eder. Bu düşünce biçiminde varlıklar, Tanrı'dan en basit olanına kadar sabit bir kozmik hiyerarşi içinde algılanır. Bu durum, varlıklar arasında kutsal bir bağın olduğunu ve sosyal düzenin meşruiyetini sağladığını düşündürmektedir. Orta Çağ'ın temel paradigması, teosentrik düşünce biçimi nedeniyle "her canlı bir imge olduğundan, insanın asıl gerçekliği Tanrı eliyle okumak zorundadır" görüşünün hâkim olduğu söylenebilir. Böylece kilise hem bilgiyi elinde bulundurarak iktidarının devamlılığını sağlamaktadır hem de meşruiyetinin kaynağını dinden ve Tanrı merkezli dünya görüşünden almaktadır. Romanda Orta Çağ İtalya'sı özelinde bu durum şöyle ifade edilmiştir:

Basit insanların yaşantılarının yabani ve denetlenemez sonuçları vardır. 'Ancak, bilimsel yapıtlar belli bir yasayla geçerli kılınır ve etkili bir biçimde zorunlu sonuca yöneltilir.' Yani, pratik sorunlarla uğraşırken bile, ister mekanik, ister tarım, ister bir kentin yönetimi olsun, bir çeşit tanrıbilime gerek vardır. Ona göre yeni doğa bilimi, bilim adamlarının, doğal süreçlerin değişik bilgileri aracılığıyla, basit insanların düzensiz ama kendi tarzında gerçek ve doğru beklentiler yığını yansıtan temel gereksinimlerini eşgüdümlü kılmaya yönelik yeni ve büyük girişimi olmalıydı. Yeni bilim, yeni doğal büyü. Ancak, Bacon'a göre, bu girişim kilise tarafından

---

Eco'nun karakteri Jorge de Burgos ile Jorge Luis Borges arasındaki belirgin benzerliği tartışılır ve Eco'nun karakterini Borges'e bir saygı örneği olarak adlandırmasını belirtirler.

yöneltilmeliydi; ama ben bunu, onun zamanında din adamları topluluğunun bilim adamları topluluğuyla özdeşleştirilmesinden ötürü söylediğine inanıyorum. Bugün durum değişti; manastır ve katedrallerin dışında, hatta üniversitelerin bile dışında bilim adamları yetişiyor. Örneğin bu ülkede, yüzyılımızın en büyük filozofu bir rahip değil, laik biriydi. Şu Floransalıdan söz ediyorum; şiirinden söz edildiğini işitmişsindir; hiç okumadım o şiiri, çünkü halk dilini anlamıyorum; bildiğimce pek de hoşuma gitmezdi; çünkü bizim yaşantılarımıza çok uzak olan şeylerden söz ediyor. Ama kanımca, öğeler, tüm kozmos ve devletlerin yönetimi hakkında bugüne değin bize sunulan en akıllıca şeyleri o yazdı. Bugün ben ve arkadaşlarım, insancıl sorunların yönetimi için, yasa yapmanın kiliseye değil, halk meclisine düştüğüne inanıyoruz; aynı şekilde, gelecekte bu yeni ve insancıl tanrıbilimi önermek de, bilim adamlarına düşecektir; bu tanrıbilim ise doğal felsefe ve pozitif büyüdür (Eco, 2018, s. 293).

Orta Çağ, ilk çağlardan modern döneme geçişte bir köprü işlevi görerek genellikle “karanlık” olarak nitelendirilen bir evreyi temsil eder. Bu değerlendirme, dönemin egemen düşünce geleneği ve bilginin sınırlı bir çevrede korunmasıyla yakından ilişkilidir. Kıta Avrupası, bu dönemde dinsel bir çatı altında birleşmiş ve her şeyin dinle anlam kazandığı, aynı zamanda din tarafından yasaklandığı bir atmosfere sahiptir.

Tanrı da dünyayı böyle bilir, çünkü onu yaratmadan önce dışarıdan bakıyormuşçasına zihninde tasarladı; dünyanın kuralını bilmiyoruz, çünkü onun içinde yaşıyoruz; onu yaratılmış olarak bulduk (Eco, 2018, s. 311).

Germen topluluklarının Roma İmparatorluğu’na saldırarak imparatorluğun zayıflamasına ve kentlerin önemini yitirmesine neden olan olaylar, Orta Çağ’ın başlarında önemli gelişmelerdir. İmparatorluğun çöküşü sonrasında, köleler ve köylüler feodal beyliklere, büyük toprak sahipleri ise feodal beylere dönüşmüştür. Otorite boşluğu, “senyör” olarak adlandırılan küçük hükümdarlar tarafından doldurulmuştur. Senyörler, kendi güvenliklerini sağlamak amacıyla kendilerinden daha güçlü bir otorite olan krala bağlanmışlardır. Binlerce papaz, milyonlarca kilise ve manastır ile çeşitli dinsel örgütler, insanların dini inançlarını sömürerek egemenliklerini toplumsal yaşamın her alanında kabul ettirmişlerdir. Zaman içinde kilisenin gücü, bir tür bağımlılık haline almıştır.

Hristiyan Kilisesi, Avrupa insanını enerjisini dini açıdan faydalı işlerde kullanması için zemin hazırlamış ve yaşamın anlamı üzerine (asketik ahlak anlayışı) yüksek bir bakış açısı getirme yönünde biçimlendirmiştir. Roma İmparatorluğu’nun barbarlığa dayalı yönetim sistemini kilisenin kolayca değiştirdiği ve papalık kurumunun kilise düzenini belirleyen ve yasanın yapıcısı ile uygulayıcısı olduğu ifade edilmiştir.

Kilisenin bir diğer önemli fonksiyonu, dogmalar üretmesidir. Nitekim 14. Yüzyıl Orta Çağ Avrupası’nda düşünmek, sorgulamak, farklı görüşleri dile getirmek gibi davranışlar tehlikeli ve insanları yoldan çıkartıcı bir faaliyet olarak görülmektedir. Düşünen ve sorgulayan yani

bir nevi “yoldan çıkan” insanları yargılama yetkisine sahip olan Engizisyon mahkemesi de bu dönemde önemli bir kurumdur. Yoldan çıkan insanlara işkence uygulayarak veya yakarak doğru yola getirmektedir. Kilise öğretileri ile çelişen görüşlere yer verilmesi mümkün değildir. *Gülün Adı*'nda, cinayetlerin aydınlatılması için manastıra gelen Engizisyon sorgucusu Bernardo Gui'nin mantıksal açıklama bulamadığı ve çözemediği her olayı “şeytanın yaptırmasıyla” açıklaması bu duruma örnek olarak gösterilebilir. Orta Çağ Avrupası'nda kilise, iktidarının gücünü korumak için dini bir baskı aracı olarak kullanmaktadır. Kilise iktidarını korumak için ötekileştirme ve dışlama yöntemini kullanmaktadır. Belirli kesim ve grupları toplumdan uzaklaştırarak mevcut sistem ile ilişkisi tamamen kopararak sistemin devamlılığı önündeki engeller ortadan kaldırılmaktadır (Kılıç, 2019). Bu durum romanda cüzzam metaforu üzerinden işlenmiştir:

Toplum dışına itilmiş cüzzamlılar her şeyi kendileriyle birlikte yıkama sürüklemek isterler. Böylece, onları ne denli toplum dışına itersen, o denli kötü olurlar; onları ne denli senin yıkımını isteyen bir hortlak sürüsü gibi görürsen, o denli toplum dışı olurlar (Eco, 2018, s. 287).

Güner'e göre (2008), dinsel tek bir çatı altında birleşen Avrupa kendisini “Universitas Christianitatis” olarak tanımlamış ve Avrupa'nın gözünde Avrupalı ve Hristiyan olmayanlar “öteki” olarak inşa edilmiştir. *Gülün Adı* bağlamında bu ötekileştirmeyi hangi bilginin doğru hangi bilginin yanlış/sapkın olduğuna karar veren kilise ve kütüphanede saklı tutulan kitaplar üzerinden okumak mümkündür. Bu “sapkın” bilgileri içerdiği düşünülen yasaklı kitaplar arasında Pagan, Yahudi ve Arap yazarların binlerce kitabı vardır ve hatta Hristiyanlık haricindeki diğer dinlerin kitapları da yasaklıdır (Eco, 2018, s. 440). Bu dönemlerde birleştirici bir ideoloji arayışında olan papalığa göre Hristiyanlık harici her türlü dini inanç –başta İslam olmak üzere- “sapkınlık”tı. Hristiyan dünyasında, genel eğilim, Kur'an'ın zayıflığının kanıtlanması ve İslam'ın sahte, sapkın bir din olduğunun ortaya konulması yönündeydi. Bu yaklaşım, 14. yüzyılın ilk yarısında yazılmış olan İtalyan yazar Dante'nin “İlahi Komedi” adlı eserinde de kendini gösterir; zira Dante, Hz. Muhammed'i yeni ve sahte bir dinin kurucusu olarak tasvir etmiştir (Alkan, 2015). Bu bağlamda, İslam'a dair üretilen bilgilerin, dönemin iktidar yapıları ve ideolojileri tarafından belirlendiği, biçimlendirildiği ve kontrol edildiği söylenebilir. *Gülün Adı* kurgusundan hareketle bu dönemde İslam'ın “sapkınlık” olarak değerlendirilmesi, Hristiyan dünyasının kendini doğrulama ve meşruiyetini sürdürme çabalarının bir yansımasıdır. *Gülün Adı*'nda manastırdaki labirent kütüphanenin yasaklı kitaplar bölümünde saklanan Kur'an'la karşılaşan William ve Adso'nun iktidar ve bilgi ekseninde öznel deneyimlerinin şekillenmesi bağlamında “öteki”ne karşı olan önyargılarını gözlemlemek mümkündür:

“Başkaları da var”, dedim, dolapları karıştırarak. “İbni Sina'nın Canone'si, sonra bilmediğim çok güzel bir yazıyla yazılmış olan elyazması... Süslemelerine bakılırsa bir Kuran olmalı, ama ne yazık ki Arapça bilmiyorum. Kur'an mı, inançsızların kutsal kitabı, sapık bir kitap... Bizimkinden değişik bir bilgi içeren bir kitap. Onu

buraya, aslanların, canavarların bulunduğu yere niçin koyduklarını anlıyorsun, değil mi? O kitabı canavarların üstünde görmemizin nedeni bu; aralarında tek boynuzlu da görmüştüm. LEONES denen bu bölge, kitaplığı kuranların yalan saydıkları kitapları barındırıyor (Eco, 2018, s. 440).

Okuyamıyorum. Alfabe değil bunlar. Yunanca da değil; olsaydı anlardım. Kurtçuklara, küçük yılanlara, sinek pisliğine benziyor (Eco, 2018, s. 250).

İlginçtir ki, rahipler, “sapkın bilgilere” ve “yanlış dini öğretilere” sahip olduğunu düşündükleri kitapları, onu kütüphanenin gizli bölümünde saklamaktadır. Bu durum kendi içerisinde bir paradoksu barındırmaktadır. Romandan hareketle söylenebilir ki, “doğru” veya “yanlış” bilgidan ziyade kilisenin iktidarının meşruiyetinin devamlılığı için uygun bilgi ve sapkın bilgi vardır.

Bunun dışında eserde ötekileştirme ve dışlamanın bir başka boyutu olarak kadın-erkek ilişkilerine de yer verilmiştir. Dönemin hâkim ahlak anlayışı olan asetik yaşam biçiminde acı yaşamın merkezinde yer alır ve hazdan kaçınılır. Dolayısıyla Orta Çağ Avrupası’nda kadın imgesi ilk günahı işleyerek tüm insanlığı günah içinde yaşamaya mahkûm eden Havva ile ilişkilendirildiği için denetim altında tutulması gereken kötücül bir varlık olarak ele alınmıştır (Genç, 2011). Nitekim *Gülün Adı*’nda da (Eco, 2018, s. 356) kadın şeytan veya ölüm gibi negatif anlamlarla bağdaştırılarak dönemin kadın algısına uygun şekilde temsil edildiği söylenebilir:

Kadının nasıl bir kıskırtma kaynağı olduğu konusunda, İncil’de yeterince söz söylenmiştir. Eski Ahit, kadınlara ilişkin olarak der ki, kadının konuşması ateş gibidir; atasözleri de kadının, erkeğin değerli ruhuna egemen olduğunu, en güçlülere bile yıkama uğratabileceğini söyler (Eco, 2018, s. 356).

Kadının ölümden daha acı olduğunu anladım; avcıların kırbacı gibidir o; yüreği bir ağ gibidir; elleri bağlıdır. Başkaları da kadının şeytanın barınağı olduğunu söylemişlerdir. Bunu böylece doğruladıktan sonra, sevgili Adso, Tanrı’nın böyle kötü bir varlığı ona bazı erdemler bağışlamaksızın yaratmış olabileceğine kendimi inandıramıyorum (Eco, 2018, s. 356).

Bir öğreti biçimi olarak asetik ahlak anlayışı ortaya çağa damgasını vurmuştur. Kaynağını Antik Yunan’dan alan bu yaşam tarzı, acı çekmeyi ve bu acılar aracılığıyla olgunlaşmayı savunmaktadır. Asetik ahlak, bireyin günahlarından arınması ve tekrar günah işlememesi için bir tür diyet ve egzersiz olarak işlev görmektedir. Bu öğreti, beden ile ruh arasındaki ikiliği vurgulayarak; şeytan olarak algılanan şeylerden kaçınma, korkma ve Tanrı’ya sığınma, Tanrısal güçlerle daha güçlü cemaatler oluşturma, kurban etme yoluyla ilahi gücü memnun etme, günahlardan arınmak için hazırlık yapma gibi konular üzerinde odaklanır. Ruhsal asetik ahlakta, suskunluk (sükut), düşüncelerin hemen söylenmemesi, dinsel okuma, dua, itaat ve kibirden arınma gibi unsurlar bulunmaktadır. Çok yemek, içmek ve cinsellik gibi dünyevi arzular yasaklanmış; hatta bazı yiyecekler tamamen yasak kabul edilmiştir. Aynı zamanda,

insanların konfordan arınmış hücre benzeri yerlerde yaşamaları, ilkel giysiler giymeleri teşvik edilir. Aslında, bu olumsuz koşullara karşı gösterilen çaba, bir tür olumlu bir mücadele olarak algılanır. Aristoteles'in "kendine dikkat et" ilkesinin aksine, vücuda özen gösterme ve hatta banyo yapmak yasaktır. Temel felsefe, bu dünyada acı çekilmesi gerektiğini ve ancak bu şekilde diğer dünyada gerçek mutluluğa ulaşabileceğini savunur.

*Gülün Adı* romanının geçtiği 14. yüzyılda, toplum içindeki statüye bakılmaksızın her Hristiyanın aynı yaşam tarzını benimsemesi bekleniyordu. Serf, köylü, kont veya kral olsun, her bireyin az yemesi, süslü kıyafetlerden kaçınması gerekiyordu. Bu nedenle, toplumun her kesimi için iyi bir Hristiyan olmanın yolu, asetik anlayışın prensiplerine uygun bir yaşam sürmektir. Ancak, Reform Hareketi ile birlikte, Hristiyanlık çeşitli mezheplere ayrıldıkça, asetik anlayış da değişime uğramıştır. Luther, Protestanlıkla birlikte asetik anlayıştaki aşırılıkları azaltmış, ancak Kalvenizm mezhebi, eski Katolik öğretilerini sürdürmüştür. Bu durum, Orta Çağ'ın sanat ve bilim açısından en verimsiz dönemini yaşamasına neden olmuştur. Doğu'da Osmanlılar ve Yakın Doğu'da Sasanilerin bilime önem vermeleri, Antik Yunan ve Roma eserlerini incelemeleri, Rönesans'ın habercisi olmuştur. Tüm bu gelişmeler, durağan ve karanlık olarak nitelendirilen Orta Çağ'a son vermiş ve yerine hayattan zevk almayı ilke edinen bir ahlak anlayışı olan "Hedonizm"i getirmiştir. Hedonizm, fiziksel zevkleri geçici değil, aynı zamanda zor koşullara dayanma gibi özellikleri içeren bir yaşam tarzı olarak sunar. İlk çağlarda, Hedonizm anlık zevki savunmuş; ancak Orta Çağ'da Augustinus ile birlikte ilahiyata dayanan etik anlayışı, Aristoteles'in yeniden keşfiyle birlikte doğalcı bir dinsel etiği benimsemiştir. Ortaçağın etik değerlerini şekillendiren Sokrates'in "sorgulanmamış bir hayat yaşanmaya değmez" sözlerini içeren sorgulayıcı yaklaşımın etkisi önemli olmuştur.

Bu dönemde birçok aziz ortaya çıkmıştır ve bu azizler kendi öğretilerini yaymak için okullar açmıştır. Romanda bunu Benedikten ve Fransisken tarikatlarının çatışmaları üzerinden okumak mümkündür. Fransisken tarikatının kurucusu Assisili Aziz Francis'dir ve kendisini Tanrı'nın hizmetine adanmıştır (Cevizci, 2009). Eserin ana karakteri olan Baskerville'li William ise Fransisken Tarikatına mensup olarak temsil edilmiştir. Benedikten tarikatı Katolik mezhebine ait İtalya kökenli olup Aziz Benedikten'in Kurallarını takip eden bir tarikattır (Polat, 2004). Bu noktada, iktidara sahip olmak isteyen ve güce erişmek isteyen farklı tarikatlar ve bu tarikatlara mensup bireyler arasında bir mücadele olduğu ifade edilebilir. Eserdeki tarikatlar arası güç mücadeleleri romanda şöyle anlatılmaktadır: "*Çobanlar köpeklerle savaşıyor, çünkü ikisinin de birbirinin haklarında gözü vardır*" (Eco, 2018, s. 286).

Bu iki tarikatın bilgiye ve bilginin toplumsallaşmasına karşı bakış açıları farklılık göstermektedir. Günümüzdeki anlamıyla bakıldığında kütüphaneler insanların bilgiye ulaştığı, mevcut olan bilimsel bilgilerin kitlelere yayılması adına oluşturulmuş mekânlardır. Ancak *Gülün Adı* romanının geçtiği 14. Yüzyıl Orta Çağ Avrupası özelinde bakıldığında kütüphanelere yönelik farklı görüşler mevcuttur. Fransisken Tarikatına göre kitapların ve kütüphanenin birinci amacı okunmaktır. Çünkü Fransisken tarikatına göre; "Tanrı'nın kendisi iyidir" ve bu iyiliği paylaşması da yaratıcılığında ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla onlara göre

bilgi paylaşılmalıdır. Bunun yanında *Gülün Adı* romanındaki manastırı yöneten Benedikten tarikatına göre kütüphanenin amacı kitapları korumak ve saklamaktır. Hatta eserde Benedikten Tarikatının bilgiye yönelik yaklaşımı şu şekilde ifade edilmiştir:

Ama işimizin, tarikatımızın işinin, özellikle de bu manastırın işinin bir bölümünü -hatta özünü- öğrenim ve bilginin saklanması oluşturuyor. Saklanması diyorum, araştırılması değil; çünkü tanrısal bir nesne olarak bilimin özelliği, onun tam olması ve başlangıçtan beri kendi kendini açıklayan Söz ‘ün kusursuzluğunda tanımlanmasıdır. Saklanması diyorum, araştırılması değil; çünkü bilimin insanlara özgü bir nesne olarak özelliği, onun peygamberlerin vaazından kilise babalarının yorumlarına değin tanımlanmış ve tamamlanmış olmasıdır. Bilimin tarihinde hiçbir gelişim, çağların hiçbir devrimi yoktur; olsa olsa sürekli ve yüce bir özetleme vardır (Eco, 2018, s. 550-551).

Buna göre kütüphanenin ıssız ve yüksek bir tepeye inşa edilmesi ve aynı zamanda siperlerle çevrili korunaklı bir yapı olarak tasarlanması Benedikten’in “bilgiyi korumak ve saklamak” öğretisine uygun bir temsil olduğu söylenebilir. Bilgi, kilisenin denetimindedir ve geniş kitleler (tebaa) tarafından ulaşılamamaktadır. Hatta manastırın kütüphanesi bu nedenle labirent biçimde ve özel tuzaklarla dizayn edilmiştir. Öyle ki bazı “sapkın” ve “tehlikeli” bilgileri içerdiği düşünülen kitaplar kimsenin ulaşamadığı özel bir alanda muhafaza edilmektedir. Kütüphanenin hem iç hem de dış mimarisinin korunaklı bir yapıda olması da bilgiye erişim hakkında dönemin bakış açısını önemli ölçüde tasvir eder. Dolayısıyla *Gülün Adı* özelinde kitaplara ve bilgiye ulaşmanın oldukça meşakkatli bir iş olduğu söylenebilir. Bu nedenle kütüphaneye girmek kadar çıkmanın zor olduğu eserde şu sözlerle ifade edilmiştir: “*Tinsel bir labirent olduğu kadar, dünyasal bir labirenttir o. İçeri girebilirsiniz, ama dışarı çıkamazsınız*” (Eco, 2018, s. 70).

Kütüphanenin özel bölümünde saklanan ve cinayetlerle ilişkili olan yasak kitap ise Antik Yunan Filozofu Aristoteles tarafından yazılmış olan *Poetika*’nın kayıp ikinci nüshasıdır. Eserde Aristoteles’in *Poetika*’sı yasaklı kitaplar arasında yer almaktadır. Rahip Jorge’un özellikle Aristo’nun *Poetika*’sının ikinci nüshasına karşı olan bu sert tutumunun sebebi Aristoteles’in kitapta yer verdiği “gülme” konusudur. Gülme eylemi, Aristo’nun *Poetika*’sında özel bir öneme sahiptir; çünkü bu eylem, dönemin hâkim olan ascetik ahlak anlayışı sebebiyle sınırlı bir faaliyet olarak kabul edilmiş ve günahkâr bireylere özgü görülmüştür. Gülme, bedenın kırılğanlığı ve zayıflığı ile ilişkilendirilmiş ve romanın anlatıcısı Adso’nun ifadesiyle, basit insanların savunması ve halk arasında kutsal olmayan bir gizem olarak algılanmıştır. Bireyleri ve toplulukları baskı altına almanın ve onları yönetmenin en etkili yollarından biri olarak, gülme eyleminin sınırlandırılması veya ortadan kaldırılması gerektiği düşünülmüştür. Bu bağlamda, gülme eylemini kontrol altına almak, yönlendirmenin ve otoritenin kesin bir biçimde ele geçirilmesi anlamına gelmektedir. Rahip Jorge’a göre “*gülen insan korkmaz, korkmayan insan da tanrıya inanmaz*”. Bu nedenle komedi içeren bu kitabın cildinin herkesten saklanması önem taşımaktadır. Rahip Jorge’un bu kitabı diğerlerinden daha çok

korumak ve saklamak istemesinin nedeni gülün insanın Tanrı'ya inanmayacağını varsayan ascetic ahlak anlayışını savunmasından kaynaklanır. Gülme eyleminin aslında kontrol altına alınmak istenmesinin en önemli temeli halkın hiçbir anında özgür hissetmemesini sağlamaktır. Halkın ensesinin dibinde her zaman kilisenin bekçilik yaptığını bilmek halkı tedirgin ve itaatkâr yapacağı düşünülmektedir.

Peki ama, İncil niçin İsa'nın güldüğünü söylemiyor hiç? (...) Gülme bedenimizin güçsüzlüğüdür; yozlaşması, yavanlığıdır. Köylünün eğlencesi, sarhoşun özgürlüğüdür; kilise bile akıllıca davranarak, şöenlere, şenliklere, panayirlara, insanı neşelendirerek öteki isteklerden ve tutkularından uzak tutan bu günlük yozlaşmaya izin vermiştir. (...) burada gülmenin işlevi tersine dönüyor, sanat düzeyine yükseltiyor; bilginler dünyasının kapıları gülmeye açılıyor, böylece gülme, felsefenin ve hain tanrıbilimin konusu oluyor... Gülmek, bir köylüyü bir an için korkudan kurtarır... Gülün bir köylü için o anda ölmek önemli değildir; ama sonra, gülme özgürlüğü sona erince, dinsel tören yeniden tanrısal tasarıma göre içine ölüm korkusu salacaktır (Eco, 2018, s. 236).

Manastır yöneticileri her ne kadar sahip oldukları kütüphanenin zenginliği ile övünseler de kitaplara ve bilgiye erişim oldukça sınırlı ve yasaktır. Gülme konusuna takıntısı olan rahip Jorge'un dinen ve ruhsal açıdan sakıncalı bulunduğu kitapları sakladığı "Finis Africae" isimli bir bölüm bulunmaktadır. Bu bölümde yer alan kitaplardan biri de "zehirleyen, öldüren Aristo'nun Poetikası"dır. Kütüphane kule-labirent biçiminde tasarlanmış olup şifreler, aynalı tuzaklar gibi pek çok engeli içerisinde barındırmaktadır. Bütün bu engellerin hepsinin amacı bilgiye ulaşılmaması içindir. Toplum tarafından tek bilinmesi gereken dinin öğretileridir. Bilim ilerlememeli ve inanç sarsılmamalıdır. Kilisenin bilimsel bilginin yayılmaması için giriştiği mücadeleleri konu alan eserde, kilise iktidarının meşruiyetini bilimsel bilginin saklanmasıyla sağlamaktadır. Bilimsel bilgiyi elinde tutan kilisenin, kitleleri istediği gibi yönetmeye çalıştığını görmek mümkündür. Romanda, Orta Çağ özelinde kurgulanan kütüphanenin var olan bilgiyi yaymak değil, toplum tarafından bilinmesi tehlikeli görülen bilgileri saklamak amacıyla oluşturulduğu; bu yüzden de birçok esere erişimin yalnızca üst hiyerarşiyle sınırlandırıldığı görülmektedir.

Bu yasak bilgiler yeri, birçok kurnazca buluşla korunuyor. Bilgi, aydınlatmaktan çok gizlemek için kullanılıyor. Hoşuma gitmiyor bu. Kitaplığın kutsal savunmasına sapık bir kafa egemen (Eco, 2018, s. 254).

Orta Çağ İtalya'sında 14. Yüzyılda yeni olan bilgi değil aksine zaten var olan ve yeniden üretilen bilgi önemsendiği görülür. Eco anlatısında insanın yeni bilimsel bilgi üretmemesini ve kısıtlı düşüncelerin döngüsünü şu şekilde aktarmıştır:

Ancak, yalnızca bana başka bir şeyden söz eden bir şeyden bahsedebilirim; o da başka bir şeyden söz eder (Eco, 2018, s. 402).



Eserde üretilebilecek bilgilerin daha önceki yazarlar tarafından üretildiğini dolayısıyla bunları korumak ve saklamanın kutsal bir görev olduğu üzerinde durulur. Eco, aslında *Gülün Adı*'nda toplumsal ve siyasal sistemlerin insanlara dayattığı düşünsel kalıpsal yazınsal ağlara karşı çıkmaktadır (Kılıç, 2019). Kitapları dogmaya dönüştürerek onlar üzerinde düşünmemeye yol açan durum eserde aşağıdaki biçimde ifade edilmiştir:

Kitaplar inanmak için değil araştırmak için yazılır. Bir kitap karşısında onun ne dediğini değil ne demek istediğini sormalıyız kendi kendimize, kutsal kitapların eski yorumcuları bu düşünceye açık seçik sahiptirler (Eco, 2018, s. 551).

Ayrıca romanın sonlarına doğru, Tarihi İskenderiye Kütüphanesi'nin yanmasına göndermede bulunan Eco, herhangi bir bilginin dogmatik hale getirilmesinin doğru olmadığını çünkü kitapların yinelemekten çok yenilik ve yorum getirmek için yazıldığını ortaya koyar.

Bunun yanı sıra her tarihsel dönemin siyasal toplumsal meşruiyetini sağlamak için ihtiyaç duyduğu epistemeyi romanda da görmek mümkündür. Birbiri üzerine eklenen ve düz bir tarihsellikte giden epistemik bir anlayıştan ziyade eski ve yeni şeklinde yaşanan kırılmalarla değişen bilimsel anlayıştan bahsedilebilir. Nitekim tam noktada *Gülün Adı*'nda, Orta Çağ'da Avrupa'da 14. Yüzyılda İtalya'da ortaya çıkan kilise ve manastır dışında "üniversitelerde" yetişen bilim insanlarından da bahsedilmiştir. Eser özelinde bakıldığında kilise ve manastır dışında üniversitelerde yetişen bilim insanlarının ortaya çıkma sebebinin dönemin sorunlarına çözüm üretebilecek nitelikte bilimsel bilgi üretimine ihtiyaç olduğu düşünülebilir. Eserde teosentrik dünya anlayışının değişme süreci, antroposentrik dünya anlayışının ilk adımları ve doğanın yasalarına uygun bilimsel bilgi üretimi süreci romanda şu sözlerle ifade edilmiştir:

Sed opera sapientiae certa lege vallantur et in finem debitum efficaciter dirigitur<sup>8</sup>. Ona göre yeni doğa bilimi, bilim adamlarının, basit insanların düzensiz ama kendi tarzında gerçek ve doğru beklentiler yığınına yansıtılan temel gereksinimlerini eşgüdümlü kılmaya yönelik yeni ve büyük bir girişim olmalıydı. Ancak Bacon'a göre bu girişim Kilise tarafından yönetilmeliydi; ama ben bunu, onun zamanında din adamları topluluğunun bilimadamları topluluğuyla özdeşleştirmesinden ötürü söylediğine inanıyorum. Bu durum değişti; manastır ve katedrallerin dışında, hatta üniversitelerin bile dışında bilimadamları yetişiyor (Eco, 2018, s. 293)

Manastırların biriktirmiş oldukları bilgi, şimdi değiş tokuş malları, onur, övünme ve saygınlık güdüsü olarak kullanılıyordu; tıpkı şövalyelerin zırh ve sancaklarının sergilenmeleri gibi, rahiplerimiz de resimli el yazmalarını sergiliyorlardı artık... Manastırlarımız bilimde önderliği yitirdikten sonra daha çok yapıyorlar bunu: Katedral okulları, kent loncaları, üniversiteler şimdi belki bizden daha çok kitap üretiyorlardı (Eco, 2018, s. 295).

Bugün ben ve arkadaşlarım, insancıl sorunların yönetimi için yasa yapmanın Kiliseye değil, halk meclisine düştüğüne inanıyoruz (Eco, 2018, s. 294)

8 Ancak bilimsel yapıtlar belli bir yasayla geçerli kılınır ve etkili bir biçimde zorunlu sonuca yöneltilir. (Ç.N.)

*Gülün Adı*'nda Descartes'çi bir bakış açısıyla şüphenin retorik bir araç hâline getirildiği görülmektedir. Anlatıya hâkim olan bu yaklaşım Kılıç'tan aktarılanlara göre (2019), Immanuel Kant'ın a priori tezini inkâr eden, deneysel muhakemeyi ön plana çıkaran ampirik bir bakış açısıyla kurgulanmıştır: “*Paris'te her zaman doğru yanıtı buluyorlar mı? Hiçbir zaman, dedi William: Ama yanlışlarından çok eminler*” (Eco, 2018, s. 428). Eserde yer alan bu söylemde, pozitivizmin “doğrulama ilkesine” karşı Karl Popper tarafından öne sürülen yanlışlanabilirlik ilkesine dayandırılmış bir deneycilik vardır. Roman ilerledikçe septizm artmaktadır. Dolayısıyla Orta Çağ karanlığının karakterler üzerinde kurmuş olduğu “karanlık” giderek etkisini kaybetmeye başlamaktadır. Tanrı-merkezli dünya anlayışından insan-merkezli dünya anlayışına geçiş sürecinde insanlardaki hakikate ulaşma, sorgulama arzusu, yeni bilgiye ulaşma isteği ile kilisenin tartışılmaz kuralları bir çatışma içine girmeye başlamıştır. Hakikate ulaşmaktaki açıklık ve bitmeyen bir sorgulama ihtiyacıyla birlikte kilise otoritesine karşı itaatsizlik açığa çıkmaya başlamaktadır. Bu sürecin sonunda Rönesans, Reform ve Aydınlanma ile başlayacak olan yeni süreç ise meşruiyetin kaynağının bilen, bilebilen, sorgulayan özne olan insana geçmesi ile sonuçlanacaktır. Romanda bu evrimsel bakış açısı şu sözlerle işlenmiştir:

İçinde bulunduğum manastır belki de bilgi üretme ve bilimi yeniden kurmaktaki üstünlüğüyle övünecek en son manastırdı. (...) Rahipler kutsal bir iş olan kopya işinden hoşnut değildiler artık; yenilik tutkusunun dürtüsü ile doğanın yeni tamamlayıcılarını da üretmek istiyorlardı (Eco, 2018, s. 265).

Bir kilise bölgesinden ötekine uzanan açgözlülük ağının tam yüreğine indirmek istiyorduk darbeyi (Eco, 2018, s. 531).

Eserde Orta Çağ'ın “karanlığıyla” birlikte insanın varoluş öyküsü tartışılmaktadır ve sonuçta yazar anlatısında Tanrı-merkezli dünya anlayışı eleştirmektedir. Bu çerçevede insanın düşünsel anlamda mutlak özgürlüğüne ulaşmasının bir koşulu olarak Tanrı temelli bilginin ve Tanrı merkezli dünya anlayışının reddedilmesi gerektiğine dair bir düşünceye yer verilmiştir:

Benim aklım nerede kaldı peki? Bir düzen benzerini izleyerek inatçı davrandım; oysa evrende hiçbir düzen olmadığını iyi bilmem gerekiyordu (Eco, 2018, s. 673). Tanrının özgürlüğü bizim hüküm giymemiz ya da en azından gururumuzun hüküm giymesidir (Eco, 2018, s. 674).

Ancak tüm bu alıntılar Eco'nun pozitivist bir anlayışa sahip olduğu anlamına gelmemektedir. Pozitivist gelenekte bahsedilen evrensel doğruları ve bilgiyi elinde bulunduran kurum bilimdir ve hakikatin sözcüleri de bilim insanlarıdır. Orta Çağ'da Avrupa'da bilgiyi tekelinde bulunduran kurum kilise ve bilgiye sahip sözcüler de ruhban sınıfıdır. Bu bağlamda incelendiğinde gelenek tamamen reddedilerek geleneğin bulunmadığı bir ortama geçilmemektedir. Değişen şey bilgiyi elinde bulunduran otoritenin yerine bir başka otoritenin geçmesidir. (Kilisenin yerine başka bir kurumun geçmesi ve Tanrı'dan kaynağını alan dini bilginin yerine bilimsel bilginin geçmesi şeklinde düşünülmelidir.) Ayrıca

romanda, pozitivizmin insanları ve doğayı genelleyerek evrensel mutlak doğrulara ulaşmayı hedeflemesi de eleştirilmiştir.

Oxford'daki hocaların sana, yüreğinin geleceği kestirme yetilerini kurutarak mantığı putlaştırmayı öğrettiler (Eco, 2018, s. 105).

Manastırda yaşanan cinayetlerin izini süren Baskerville'li William, ölümlerle kitaplar arasında bir ilişki olduğunu düşünmektedir. Özellikle de kayıp eser Poetika'ya ulaşırsa cinayetleri aydınlatılabileceğini düşünmektedir. Poetika eserinin tek ve kayıp kopyası aslında ölümlerin merkezinde yer almaktadır. Eserde William ve Melkli Adso cinayetlerin çözülmesi için araştırmalarına devam ederken kütüphaneye giren gizli bir geçit bulmaktadırlar. Aristoteles'in Poetika isimli kitabı kütüphanenin "*Finis Africae*" adı verilen gizli bir bölümünde saklanmaktadır. Ayrıca Aristo'nun kayıp cildi olan Poetika'sının sayfalarına bir çeşit zehir sürülmüştür. Böylece kitabı okuyan kişi sayfaları çevirebilmek için parmaklarını yaladığında zehir bulaşmaktadır. Kilisenin rahipleri merak duygusuna yenik düşerek bilgiye ulaşarak zehirlenmişlerdir. *Gülün Adı*'nda bir kitabı saklamak uğruna verilen çaba ve bilginin yayılmaması için yok etme hırsı ortaya koyulmuştur. Rahip Jorge bilgiye erişilmemesi ve kilisenin iktidarının sarsılmaması adına zehirli kitabın yapraklarını yemiştir. Tam bu esnada kütüphanede bir lambanın devrilmesiyle yangın çıkar ve bütün kütüphane yanarak yok olur. Manastırdaki yangından kurtulanlar Rahip William ve Melkli Adso'dur. Bu kurtuluş aynı zamanda Avrupa'da yakında başlayacak Rönesans'ın, reformun ve aydınlanma hareketine uzanan sürecin başlangıcına dair bir temsildir. Bununla birlikte kilisenin skolastik öğretisine bir başkaldırının işaretidir. Romanda aydınlanma sürecinin başlangıcına dair ilk adımlar ve insanın bilgi ile kurduğu ilişki alegorik söylemlerle temsil edilmiştir. Yangın sonrasında Melkli Adso ve Rahip William kendi aralarındaki konuşma bu değişim sürecinin habercisidir:

Ömrümdede ilk ve son kez, tanrıbilimsel bir sonuç çıkarma gözüpkeğini gösterdim. (...) Ama gerekli olan bir varlık, tümüyle olası olana karışmış olarak nasıl var olabilir? Öyleyse, Tanrı'yla evrendeki ilk kargaşa arasında ne fark var? Tanrı'nın kendi seçimlerinde mutlak bir her şeye-gücü-yeterliği ve mutlak bir özgürlüğü olduğunu doğrulamak, Tanrı'nın var olmadığını kanıtlamak anlamına gelmez mi?" William, yüz çizgileri hiçbir duyguyu açığa vurmaksızın bana baktı; "Bilgili bir adam, sorduğun soruyu evet diye yanıtlamışsa, bilgisini başkalarına iletmeyi nasıl sürdürebilir?" dedi (Eco, 2018, s. 674).

Bu alıntıda Melkli Adso'nun sorgulayıcı yaklaşımı ve Rahip William'ın cevabı, bu ilişkinin farklı yönlerini temsil etmektedir. Adso'nun sorgulamaları, bilginin ve gerçeğin doğasını anlamaya yöneliktir. Özellikle, "Bilgili bir adam, sorduğun soruyu evet diye yanıtlamışsa, bilgisini başkalarına iletmeyi nasıl sürdürebilir?" cümlesi, bilginin nasıl kullanıldığı ve iletilmesinin önemini vurgular. Burada, bilginin nasıl bir iktidar aracı olarak kullanılabileceği ve bu iktidarın nasıl özneyi etkileyebileceği sorgulanmaktadır. Rahip William'ın cevabı ise bilginin paylaşılması gerekliliğini ve bilgelik aktarımının önemini

vurgular. William'ın ifadesinde, bilginin paylaşılmasının, bir kişinin bilgelik seviyesini sürdürmesi ve toplumla etkileşimde bulunması açısından hayati bir öneme sahip olduğu anlaşılmaktadır. Bu da, bilginin iktidarın yanı sıra, öznenin de bir parçası olduğu ve bu ilişkinin toplumsal yapıyı nasıl etkilediğini göstermektedir.

## Sonuç

Umberto Eco, *Gülün Adı* isimli post-modern eserinde polisiye anlatı türüyle 14. yüzyıl Orta Çağ İtalya'sındaki kilise iktidarının bilgi ile ilişkisini bir arada kurgulayarak hem metinlerarasılığı hem de üstkurmacayı eserinde kullanır. Bu kapsamda ilk bakışta 14. Yüzyıl Orta Çağ İtalya'sında gerçekleşen bir cinayeti konu alan roman gibi görünse de kilisenin elinde bulundurduğu gücü, tarikat savaşlarını, felsefeyi, dönemin sahip olduğu hâkim dünya görüşünü, bilgi üretimini ve dağıtımını, kütüphaneciliği ve “karanlık” Orta Çağ Avrupası'nı satır aralarında okuyucularına fısıldamaktadır.

Bu bağlamda çalışma, *Gülün Adı* eserini Foucault'nun bilgi, iktidar ve özne kavramları çerçevesinde analiz ederek, 14. yüzyıl Orta Çağ İtalya'sındaki kilise iktidarının bilgi ile ilişkisini ve bu bağlamda ortaya çıkan öznenin evrimini incelemeyi amaçladı. Ayrıca, romandaki bilgi üretimi, dağıtımı, ve kontrolü üzerinden dönemin entelektüel ve kültürel dinamiklerini ortaya koymak hedeflendi.

Çalışmada, Foucault'nun bilgi-iktidar-özne ilişkisi perspektifinden esere yaklaşılarak, kilisenin bilgiye olan hâkimiyetini ve bu hakimiyetin nasıl iktidarın bir dispozitifine dönüştüğünü gösterdi. Kilise, bilgi üzerindeki kontrolü sayesinde toplum üzerinde güç sağlamış, öznellik üretiminde etkili olmuştur. Öyle ki *Gülün Adı*'nda insanın (bilen-bilebilen-akıl eden bir özne olan) bilgiye karşı olan tutumunun merak duygusunun etkisiyle değişimi de ele alınmaktadır. İnsanın, bilgiye karşı olan merak ve yenilik ihtiyacı ile Orta Çağ'ın teosanrik dünya görüşünün tartışılmaz kurallarının çatışması romanda okuyucuya sunulmaktadır. Roman ilerledikçe artan septizm ve merak duygusunun etkisiyle var olan bilginin kopyalanması ve korunmasının insanı tatmin etmediğinin altı çizilmektedir. Romandaki cinayetlerin de bilgiye karşı olan merak duygusunun etkisiyle gerçekleşmesi bu görüşü destekler niteliktedir. Eco, teosentrik dünya görüşü içerisindeki insanın düşüncesindeki değişimler evrimsel bir bakış açısıyla ele alınarak antroposentrik dünya anlayışının ilk adımlarını eserinde kurgulamıştır.

Alandaki boşluğu doldurarak, Foucault'nun teorilerini edebi bir eserle birleştirme çabasıyla, bu makale Orta Çağ dönemindeki bilgi iktidarının nasıl şekillendiğini ve buna bağlı olarak öznenin nasıl evrim geçirdiğini anlamak üzere bir çerçeve sunan bu makalenin, benzer türde yapılacak gelecek çalışmalara bir dayanak noktası oluşturması istenmiştir. Ayrıca gelecek çalışmalarda, bu analizden türetilen bulgularla birlikte, farklı post-modern eserlerin benzer bir perspektifle incelenmesi, dönemin diğer kültürel yönleriyle entegrasyonu ve bu teorik çerçevenin genişletilmesi için potansiyel bir alan bulunduğu düşünülmektedir. Foucault'nun teorileri ve post-modern edebiyat arasındaki ilişkiyi daha derinlemesine anlamak, farklı dönemlerdeki eserlerin bu perspektifle nasıl ele alındığını keşfetmek gelecek araştırmalara ilham verebilir.

**Hakem Değerlendirmesi:** Dış bağımsız.

**Çıkar Çatışması:** Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.

**Finansal Destek:** Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

**Peer-review:** Externally peer-reviewed.

**Conflict of Interest:** The author has no conflict of interest to declare.

**Grant Support:** The author declared that this study has received no grant support.

## Kaynakça/References

- Alkan, C. (2015). Oryantalizm: Coğrafi Ayrımdan Söylemsel Ayrışmaya Türk Düşünce Hayatı Örneği. *Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji ABD Yüksek Lisans Tezi.*
- Babür Metin, P. (2015). Spinoza ve Özgürlük. *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ABD Yüksek Lisans Tezi.*
- Balcı, A. (2015). Michel Foucault'da Metod: Arkeoloji, Soybilim ve Etik. *International Journal of Political Studies, 1(1)*, 26-34.
- Baxter, D. G. (1989). Murder and Mayhem in a Medieval Abbey: The Philosophy of The Name of the Rose. *The Journal of Speculative Philosophy, 3(3)*, 170-189.
- Bilgin, N. (1999). *Sosyal Psikolojide Yöntem ve Pratik Çalışmalar*. İzmir: Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları.
- Bloor, M., & Bloor, T. (2007). *The Practice of Critical of Discourse Analysis*. Great Britain: Hodder Arnold.
- Borges, J. L. (1941). Babil Kitaplığı. *Ölüm ve Pusula*. içinde İstanbul: İletişim Yayınları.
- Braswell, L. (1987). Meta-Psychomachia in Eco's 'The Name of the Rose'. *Mosaic: A Journal for the Interdisciplinary Study of Literature, 20(2)*, 1-11.
- Carballido, E. (1971). I Too Speak of the Rose. G. E. Woodward (Dü.) içinde, *The Modern Stage in Latin America: Six Plays*. Newyork: Dutton.
- Cevizci, A. (2009). *Felsefe Ansiklopedisi*. Ankara: Ebabil Yayıncılık.
- Corry, L., & Giovanolli, R. (1992). Jorge Borges, Author of the Name of the Rose. *Poetics Today, 13(3)*, 425-445. doi:10.2307/1772870
- Davidson, A. I. (2002). Arkeoloji, Geneoloji, Etik. *Foucault ve Bilginin Arkeolojisi* (V. Urhan, Çev.). içinde İstanbul: Paradigma.
- Demir, S. (2009). *Göstergebilim, Umberto Eco ve Yapıları Bağlamında Göstergebilime Katkıları*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Descartes, R. (1998). *İlk Felsefe Üzerine Metafizik Düşünceler*. (M. Karasan, Çev.) İstanbul: M.E.B. Yayınları.
- Desogus, P. (2009). The Episteme of The Name of The Rose: Umberto Eco's Encyclopedia and Michel Foucault's Episteme. *Semiotics, 253-261*. doi:10.5840/cpsem200916
- Dreyfus, H. L., & Rabinow, P. (1983). *Michel Foucault: Beyond Structuralism and Hermeneutics* (2nd Edition b.). University of Chicago Press.
- Eco, U. (2018). *Gülün Adı*. İstanbul: Can yayınları.

- Fairclough, N. (1995). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. London and Newyork: Longman.
- Fairclough, N. (2013). Critical Discourse Analysis and Critical Policy Studies. *Critical Policy Studies*, 7(2), 177-197.
- Foucault, M. (1980). *Power/Knowledge: Selected Interviews & Other Writings – 1972 – 1977*. New York: Pantheon Books.
- Foucault, M. (1999). *Bilginin Arkeolojisi*. (V. Urhan, Çev.) İstanbul: Birey Yayıncılık.
- Foucault, M. (2004). Nietzsche, Soybilim, Tarih. *Seçme Yazılar 5: Felsefe Sahnesi* (I. Ergüden, Çev., s. 230-253). içinde İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Foucault, M. (2011). *Özne ve İktidar, Seçme Yazılar II* (2. Baskı b.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Foucault, M. (2015). *İktidarın Gözü*. (I. Ergüden, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Foucault, M. (2018). *Cinselliğin Tarihi* (9. b.). (H. U. Tanrıöver, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Game, A. (1998). *Toplumsalın Sökümü*. (M. Küçük, Çev.) Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Garrett, J. (1991). Missing Eco: On Reading *The Name of the Rose* as Library Criticism. *Library Quarterly*, 61(4), 373-388. doi:10.1086/602394
- Genç, Ö. (2011). Ortaçağ Avrupası'nda Kadın Algısı. A. Çetin (Dü.) içinde, *Ortaçağ'da Kadın* (s. 241-296). Ankara: Lotus Yayınevi.
- Goh, R. B. (1990). In Pursuit of the Thing: Umberto Eco's Semiotics, Narrative and the Detective Story in *The Name of the Rose*. *Journal of the Australasian Universities Modern Language Association*(73).
- Guerra, A., & Braga, M. (2014). The Name of the Rose: A Path to Discuss the Birth of Modern Science. *Science & Education*(23), 643–654. doi:10.1007/s11191-012-9543-8
- Gutting, G. (2006). Introduction, Michel Foucault: A User's Manual. *The Cambridge Companion to Foucault* (s. 1-28). içinde Cambridge: Cambridge University Press.
- Güner, S. (2008). Oryantalizmin Orta Çağ Avrupa'sındaki Düşünsel Kökenleri: Batı'nın Ötekileştirdiği Müslüman Doğu. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 25(1).
- Hüllen, W. (1987). Semiotics narrated: Umberto Eco's. The Name of the Rose. *Semiotica*, 64(1-2), 41-58. doi:10.1515/semi.1987.64.1-2.41
- Keskin, F. (1999). Söylem, Arkeoloji ve İktidar. *Doğu Batı*, 3(9), 15–22.
- Kılıç, E. (2019). Gülün Adı Adlı Romanın Toplumsal Dil Bilimi Bağlamında İncelenmesi. *Söylem Filoloji Dergisi*, 4(1), 105-124.
- Nash, T. (1993). The Name of the Rose: Murder and Meaning. *CEA Critic*, 55(3), 88-96.
- Oskay, Ü. (1990). Anlatı Semantiği Açısından Roman ve Etik. *Kurgu Dergisi*(8), 69-112.
- Oskay, Ü. (2014). *Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri*. İstanbul: İnkilap Yayınevi.
- Polat, S. (2004). Hristiyanlık'ta Manastır Hayatı. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri (Dinler Tarihi) ABD Yüksek Lisans Tezi*.
- Prang, C. (2014). The Creative Power of Semiotics: Umberto Eco's The Name of the Rose. *Comparative Literature*, 66(4), 420-437. doi:10.1215/00104124-2823864
- Rubino, C. A. (1985). The Invisible Worm: Ancients and Moderns in *The Name of the Rose*. *Substance*, 14(2), 54-63. doi:10.2307/3685051
- Sallis, S. (1986). Naming the Rose: Readers and Codes in Umberto Eco's Novel. *The Journal of the Midwest Modern Language Association*, 19(2), 3-12. doi:10.2307/1315229
- Schiavoni, F. (1984). Faith, Reason and Desire: Umberto Eco's "The Name of the Rose. *Meanjin*, 43(4),

573-581.

- Stout, D. A., & Buddenbaum, J. M. (1996). Toward a Synthesis of Mass Communication Research and the Sociology of Religion. D. A. Stout, & J. M. Buddenbaum (Dü) içinde, *Religion and Mass Media: Audiences and Adaptations* (s. 3-11). California: SAGE Publications.
- Trifonas, P. P. (2015). Crafting the Literature of Semiotic Possibility: From the Metaphysical to the Detective Story in *The Name of the Rose*. P. Trifonas (Dü.) içinde, *International Handbook of Semiotics*. Dordrecht: Springer. doi:10.1007/978-94-017-9404-6\_9
- van Dijk, T. A. (1993). Principles of Critical Discourse Analysis. *Discourse and Society*, 4(2), 249-283.
- Wodak, R. (2014). Critical Discourse Analysis. C. Leung, & B. V. Street içinde, *The Routledge Companion to English Studies* (s. 302-316). New York: Routledge.
- Yoo, H. (2010). The Neo-Baroque of Our Time: A Reading of Umberto Eco's *The Name of the Rose*. *International Journal of Arts and Sciences*, 3(10), 266-273.





# Sağlık Tüketicisinin İnşasında Söylem, Gerçeklik ve Yeni Medya\*

## The Construction of the Health Consumer: Discourse, Reality and the New Media

Esmâ Gültüvin Gür Omay<sup>1</sup> 



\*Bu makale yazarın 2009 tarihli "Tüketim Kültürü Bağlamında Sağlık Haberleri" adlı yayınlanmamış doktora tezinden türetilmiş olup, yazarın güncel çalışmaları ve alanda son dönemdeki tartışmalar çerçevesinde ele alınmıştır.

<sup>1</sup>İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi İşletme Bölümü, Üretim Yönetimi ve Pazarlama ABD, İstanbul, Türkiye

ORCID: E.G.G.O. 0000-0001-8790-646X

### Sorumlu yazar/Corresponding author:

Esmâ Gültüvin Gür Omay (Öğr. Gör. Dr.),  
İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi  
İşletme Bölümü, Üretim Yönetimi ve Pazarlama  
ABD, İstanbul, Türkiye  
E-mail: gultuvin@istanbul.edu.tr

Başvuru/Submitted: 18.02.2024

Revizyon Talebi/Revision Requested: 25.03.2024

Son Revizyon/Last Revision Received: 19.04.2024

Kabul/Accepted: 19.04.2024

Atıf/Citation: Gür Omay, E.G. (2024). The construction of the health consumer: discourse, reality and the new media. *4. Boyut Journal of Media and Cultural Studies - 4. Boyut Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 24, 123-138.  
<https://doi.org/10.26650/4boyut.2024.1439026>

### ÖZ

Bu çalışmanın amacı sağlık tüketicisinin inşasında yeni medya aracılığıyla iletilen söylemlerin toplumsal gerçekliği oluşturmaya etkisini irdelemektir. Tüketim kültürü sayesinde insana ait en önemli unsurlardan biri olan sağlık pazarlanabilir bir nesneye dönüştürülmüştür. Kapitalizmin tüketime olan ilgisi üretimin ekonomik sistemin devamlılığını sadece üretimle sağlamayacağını anlaşılmaya başlamıştır. Tüketim alanının kapitalizm tarafından denetlenip, düzenlenmesi sonucu sağlık olgusu nesneleşmiş ve pazarlanmaya başlanmıştır. İnsan yaşamının doğal biyolojik evrelere özgü bazı değişimlerin hastalık olarak algılanması ya da insan vücudunun doğal bazı fonksiyonlarının çıkar grupları tarafından hastalık olarak topluma tanıtılması ve bunun korku kültürü çerçevesinde yapılması bu sorunu daha da şiddetlendirmektedir. Bu sorunun ötesinde, kalabalıklaşan, şehirleşen ve sanayileşen dünyanın beraberinde getirdiği sorunlar, doğal gıda ve temiz hava gibi imkânlardan geniş kitlelerin yoksun bırakılmalarından kaynaklanan hastalıkların, kapitalizm tarafından içselleştirildiği ve kendi çıkarlarına hizmet edecek biçimde yeni pazarlanabilir nesnelere dönüştürüldüğü görülmektedir. Bu açıdan sağlık tüketicisinin inşası 20. yüzyılda önemli hale gelmiş, 21. yüzyılda ise bu süreç sağlık pazarının genişlemesiyle devam etmiştir. Sağlık pazarının genişlemesi büyük ölçüde yeni medya sayesinde olmuştur. Sağlık olgusu yeni medyada ilgi çekmek sansasyon yaratmak, ürün satmak, gündemi doldurmak, ticari kazanç sağlamak, tüketimi ve tüketim kültürünü beslemek ve benimsetmek adına kullanılmaktadır. Bu açıdan sağlık tüketicisi yeni medyadan yayılan söylemlerle ikna edilmektedir. Kapitalizm tüm bu süreçleri yönetebilmek için "sağlıklı olmak" (healthism) söyleminden yararlanmaktadır. Bu söylemler yeni toplumsal gerçekliğin oluşmasına hizmet etmekte ve sağlığına takıntılı toplumlar meydana getirmektedir. **Anahtar Kelimeler:** Tüketim kültürü, sağlık tüketicisi, yeni medya, söylem, gerçeklik.

### ABSTRACT

The aim of this paper is to discuss the impact the healthism discourse being transmitted through new media has on creating social reality in the construction of the health consumer. Because of consumption culture, health as one of the most important elements of humanity has been turned into a marketable object. Capitalism's interest in consumption began with the perception that the continuity of the capitalist economic system could not be achieved through production alone. As a result of capitalism's control and regulation of consumption areas, the phenomenon of health has become an object and begun being marketed. Perceiving some changes specific to the natural biological stages of human life as diseases or having interest groups introduce some natural functions of the human body to society as diseases within the framework of a culture of fear have further exacerbated this problem. In

In addition, capitalism is seen to have internalized the problems the crowded, urbanized, and industrialized world has brought, as well as the diseases that have been caused by depriving large masses from opportunities such as natural food and clean air, and to have transformed these into new marketable objects to serve its own interests. In this respect, the construction of the health consumer became important in the 20<sup>th</sup> century, a process that has continued with the expansion of the healthcare market in the 21<sup>st</sup> century. This expansion has largely occurred thanks to new media. The new media uses the phenomenon of health to attract attention, create a sensation, sell products, fill the agenda, gain commercial profit, and nourish and adopt consumerism and consumption culture. In this respect, health consumers are persuaded by the discourses spread from new media. Capitalism uses the discourse of being healthy to manage all these processes. These discourses serve to create a new social reality and societies obsessed with health.

**Keywords:** consumption culture, health consumer, new media, discourse, reality

## Extended Abstract

The aim of this paper is to discuss the impact that the healthism discourse being transmitted through new media has on creating social reality with regard to the construction of the health consumer. Health is one of the most important elements of humanity and has been turned into a marketable object as a result of consumption culture. Capitalism's interest in consumption began with the understanding that the continuity of the economic system could not be achieved through production alone. As a result of capitalism's control and regulation of areas of consumption, the phenomenon of health has been objectified and begun being marketed. Perceiving some changes specific to the natural biological stages of human life as diseases or having interest groups introduce some natural functions of the human body to society as diseases and doing this within the framework of a culture of fear have further exacerbated this problem. In addition, capitalism is seen to have internalized the problems brought by the crowded, urbanizing, and industrializing world, as well as the diseases resulting from depriving large masses of such opportunities as natural food and clean air, and to have transformed these into new marketable objects to serve its own interests. In this respect, the construction of the health consumer became important in the 20th century and has continued with the expansion of the healthcare market in the 21st century, largely thanks to new media. The new media uses the phenomenon of health to attract attention, create a sensation, sell products, fill the agenda, gain commercial profit, and nourish and adopt consumerism and consumption culture. In this respect, health consumers are persuaded by the discourses being spread from new media. These discourses serve to create a new social reality and societies obsessed with health.

Consumption culture is the reason why health attracts people's attention. This has fostered a culture of being healthy (i.e., healthism), which has especially developed in the middle classes throughout the 20th century. This culture brings people who are in need of information about their own health to seek direct contact with the health industry and the media, and this environment has been fueled by structured beliefs in the power of capitalism. In this context, consumerism has functional meanings, and the new media achieves this through various discourses, presenting consumerism as a means of power, happiness, and health. The media has also been the disseminator and reinforcer of the consumption ideology, with its discourses emphasizing healthism by reinforcing this ideology.

The transmission of discourses has gained speed with new media, and through its magnifying effect, the healthism discourse has become popularized and adopted by large masses. New media plays a significant role in constructing reality by appearing as channels through which discourse is constructed. The circulation of ideologies and discourses constantly repeats itself in new media. These discourses circulate rapidly through news, influencers, shares, and likes, which serve to form social reality by reinforcing these discourses while repeating themselves nonstop.

As a result, capitalism uses information technologies and information itself in particular as a fundamental tool in this transformation. Accordingly, new media plays an active role in social transformation, whether knowingly or unknowingly. In the process of creating discourses for health consumers and delivering them to the masses, new media transforms consumption culture and the field of health with its multi-modal structure, contributing to the formation of a health-obsessed social reality.

In this context, the new opportunities the new media and multi- modes of communication offer are important in terms of reaching and influencing large audiences. In the context of healthism, this interaction takes place over a wide range of areas, such as diet, beauty, sports, treatment prescriptions, and nutrition, and the masses are becoming more and more interested in their health. In the context of being health consumers, the masses are persuaded by fear culture discourses through new media and use the recommended products or spend accordingly to stay healthy.

## Giriş

Günümüzde sağlıkla ilgili sorunların bir pazarlama nesnesi haline dönüştürüldüğü veya bizzat kapitalizmin kendi toplumsal örgütlenmesinin sonucu olan hastalıkların kapitalizm tarafından yeni pazarlanabilir nesnelere haline getirildiği ileri sürülebilir. İnsan yaşamına ait süreçler, insan bedeni ve bedene ait öğeler tüketimin bir parçası haline getirilmiş, hastalıkların çerçevesi genişletilmiştir. Bu sorunun ötesinde, alarm veren dünyadaki sorunlardan kaynaklanan hastalıkların, kapitalizm tarafından içselleştirildiği ve yeni pazarlanabilir nesnelere dönüştürüldüğü görülmektedir. Bu açıdan sağlık tüketicisinin inşası 20. yüzyılda önemli hale gelmiş, 21. yüzyılda ise bu süreç sağlık pazarının genişlemesiyle devam etmiştir.

Sağlık konusu yeni medyada ilgi çekmek sansasyon yaratmak, ürün satmak, gündemi doldurmak ve en önemlisi tüketimi ve tüketim kültürünü beslemek ve benimsetmek adına kullanılmaktadır. Her gün sosyal medya platformlarında ve haberlerde yeni buluşlar yapıldığı, yeni antioksidanlar bulunduğu, yaşlanmamanın sırrının keşfedildiği iddia edilmektedir. Dolayısıyla bugün, insanlar sağlıkla ilgili bir enformasyon bombardımanına uğratılarak ve ekonomik sistemin çıkarlarına yarar bir biçimde davranmaya yönlendirilmektedir. Bu açıdan sağlık tüketicisi yeni medyadan yayılan söylemlerle ikna edilmektedir. Bu söylemler yeni toplumsal gerçekliğin oluşmasına hizmet etmekte ve sağlığına takıntılı toplumlar meydana getirmektedir.

## Tüketim Bağlamında Tüketim Kültürünü Yaratmak

Tüketim kültürü yalnızca Batıya ve Batılı yaşam tarzına özgü bir olgu olarak tanımlanmamalıdır. Bu kültür modern dünyanın oluşumunun esas bir parçasıdır ve kapitalist sistemin temel bir aracı olarak işlev görmektedir (Yanıklar 2006). Kapitalizmin 20. yüzyıldan itibaren ekonomik bir sistem olarak kendini sağlamlaştırması tüketim kültürü sayesinde olmuştur. Tüketim bir kavram olarak gündeme ilk defa Thorstein Veblen'in kitabı "The Theory of Leisure Class" (Aylak Sınıfın Teorisi) ile gelmiştir. Bu kitapta Veblen 19. yüzyıl sonunda ortaya çıkmakta olan tüketim olgusunu üst sınıflar bağlamında incelemektedir. Bu kitapta en çok dikkati çeken kavram "gösterişçi tüketim" kavramıdır. Veblen, bu bağlamda kitapta "gösterişçi boş zaman" kavramına da atıf vermektedir. Gösterişçi boş zaman, zamanın üretken olmayan bir şekilde harcanmasıdır. Bu durumda zaman üretken olmayan bir şekilde harcanır çünkü; üretken çalışmanın değersiz olduğuna inanılır ve bunun yanı sıra aylak bir hayatı karşılayacak maddi güç de bulunmaktadır. Gösterişçi boş zaman üst sınıflar tarafından gösterişçi tüketim ile doldurulur. Üst sınıfların zamanlarını özendirecek boş zaman aktiviteleri ile harcaması zorunludur, çünkü onları izleyenlere özendirici bir şeyler sunarak açıklarını kapatmaları, statülerini korumaları açısından önemlidir. Bu durumu üst sınıflar gösterişçi tüketim ile kapatmaktadırlar. Partiler, ziyafetler düzenlemek, pahalı hediyeler gibi unsurlarla taraftar toplayarak, kendi durumlarını tüketimle meşrulaştırmak için tanıklıklar yaratırlar (Veblen 2007:28-49). Veblen'in yaşadığı dönemde yükselmeye başlayan tüketim olgusunun, Veblen'in vefat ettiği yıl olan 1929'daki Büyük Buhranla beraber, kapitalizm için

ne kadar gerekli olduğunun farkına varılmıştır. Büyük Buhran Veblen'in yaşadığı dönemde üst sınıflar için bir gösteriş aracı olan tüketimin tüm sınıflara kadar yaygınlaştırılmasının gerektirmiş ve üretimin taleple desteklendiği takdirde sürebileceğinin sinyalini vermiştir. Böylece tüketim toplumunun inşa süreci başlamıştır (Omay ve Gür 2012:4).

İş dışı zaman yani boş zaman insanların kendini fiziksel olarak yenileme, dinlenme mümkünse eğlenme zamanıdır. Bu zaman kapitalizmin ilk dönemlerinde gasp edilmemiş, kontrol edilmemiş, düzenlenmemiş, kontrol edilmeyen zamandı. Yirminci yüzyılın başlarında iş dışı zamanı dolduran yeni etkinlikler Amerika ve Avrupa'da hızla yayılırken kapitalizm bu zamana el atıp kendi çıkarları yönünde düzene koymaya başladı. Şehirler, salonlar, dans salonları, sirkler, eğlence parkları, gösteriler, profesyonel sporlar, konser salonları ve tiyatrolar hızla yaygınlaşmıştır (Erdoğan ve Alemdar 2005). Bu durumda işçi sınıfının yeni bir görevi de boş zamanında işe hazırlık amaçlı dinlenmenin yanı sıra tüketim de yapmasıydı (Omay ve Gür 2012:5).

Tüketim, yirminci yüzyılın son çeyreğinden itibaren özellikle devasa alışveriş merkezleri genelde ise kent merkezleri tarafından temsil edilen tüketim alanları katedrallere ve mabetlere dönüşmüştür. Tüketim bağlamında barınma ve giyinme gibi temel ihtiyaçların ötesinde giderek daha fazla miktardaki parasal kaynaklar, boş zamanları değerlendirmenin yanı sıra zevkleri ve kaprisleri doyuma ulaştırmak ya da daha genel olarak ifade etmek gerekirse modern anlamda bir yaşam tarzına sahip olabilmek için harcanmaktadır. Bunun en önemli nedenlerinden biri, tüketimin ekonomik zenginliğin göstergesi olmasının ve gereksinimlerini karşılamaya hizmet etmesinin yanı sıra insanların sosyal yaşamlarını inşa etmesinde farklı seçenekler sunuyor görünmesidir (Yanıklar 2006:36-41).

Bu tüketim süreçlerinde 21.yüzyıldan itibaren dahil olan sanal alışveriş mecralarını oluşturan dijital platformlar ve tüketimi teşvik eden sosyal medya platformlarıyla beraber; geleneksel medya ve yeni medyanın oluşturduğu alanda bireyler tüketme baskısından kaçınmamaktadır. Dolayısıyla, tüketim kültürü sadece fiziksel ihtiyaçların giderilmesini değil, aynı zamanda psikolojik ve sosyal ihtiyaçların giderilmesiyle de ilgilenmektedir.

Günümüzde üretilen her şey hızla tüketilmek için üretilmektedir. Dolayısıyla, bugünkü üretim düzeni ironik olarak bir yok etme düzenine dönüşmüş bulunmaktadır. Bu yok etme ve yerine koyma düzeni teknolojik sabotaj ya da moda ile mevcut ürünlerin geçersizleştirilmesi esasına dayanmaktadır. Bunun için bireyler bir meta fetişizmine ve tüketim açlığına çekilmektedirler (Baudrillard 2004:46). Böylelikle Fordizm'in üretimde yaptığı devrimin bir benzeri tüketim konusunda başarılı olmaktadır. Fordist özelliklerin neden sadece üretimde kullanılamayacağını Yanıklar (2006:53) şu şekilde açıklamaktadır:

“Geleneksel toplumların gündelik yaşamında, tüketim mallarının oynadığı rol minimal düzeydeydi. Bu nedenle, işçi sınıfına yalnızca yüksek ücret ve daha uzun boş zaman şeklinde kitlesel tüketim araçlarının sağlanması, onları tüketmeye her zamankinden daha fazla arzu duyacakları anlamına gelmez. Dolayısıyla ... tüketimin arttırılmasına yönelik olarak, emek gücünü oluşturanların kitle

tüketimi normlarını destekleyecek şekilde yeniden sosyalleştirilmeleri ve bu amaç doğrultusunda üretilen malların satışını da kolaylaştıracak reklamcılık ve yeni satış rejimleriyle aşına olunmayan yeni yaşam tarzlarına sevk edilmesi gerekmektedir. Bu anlayış, üretilen malların tüketilmesine ilişkin yeni bir sosyal bilinçle eşleştirilebilecek yeni bir ekonomik ve kültürel çevrenin değiştirilebilmesi gerektiği düşüncesini de içerir.”

Yukarıda da ifade edildiği üzere, tüketim kültürü, tüketici gereksinimlerinin ilke olarak sınırsız ve doyurulamaz olduğu düşüncesine dayalıdır. Birçok kültürde gereksinimlerin doyurulamaz olma olasılığı bile, sosyal ya da ahlaki bir hastalığa işaret ederken, tüketim kültüründe, bireylerin sınırsız gereksinimlere sahip olacağı ilkesi, bu kültür içinde yaşayanlar için olağan kabul edilmekte ve daha genel olarak sosyo- ekonomik ilerleme için gerekli olarak görülmektedir. Sosyo- ekonomik ilerlemenin sürekli tüketerek sağlanacağı düşüncesi bir açıdan kapitalizmin girdiği açmazı da işaret etmektedir. Bu açmaz kapitalizmin büyümesini sadece üretimle sürdüremeyeceği gerçeğine işaret etmektedir.

Tüketim kültürünün bireyler ve toplumlar tarafından kabul edilmesi ve böylelikle işlerlik kazanması için talebin genişletilmesi ve böylelikle ekonomik yaşamın –sık sık kapitalizm öncesi ilkel ekonomilere atfedilen- iki özelliğinin köklü biçimde değiştirilmesi gerekiyordu. Birincisi daha fazla ailenin (ya da ücretli bireyin), hem satılacak malların üreticisi hem de tüketim mallarının satın alıcısı olarak pazarda yerini alması gerekliydi. İkincisi öteden beri var olan tüketim düzeylerini karşılamakla yetinme ve bunun için gerekli olandan fazla çalışmama eğilimi-geriye eğimli emek arzı denilen olgu değişmeliydi (Mintz 1997). Bu konuyla ilgili bazı yazarlar ve düşünürler farklı görüşler öne sürmektedirler. Örneğin, Bauman’ın üzerinde durduğu şey, yeterince tüketememenin toplumsal bir dışlanmaya neden olmasıdır. Çünkü, yeterince tüketememek, yoksul olmak, bugünkü toplumsal yapı içerisinde dışlanmışlığın bir ifadesi olarak algılanmaktadır. Toplumsal dışlanmış ise, bugünkü anlamıyla bir kimlik oluşturamama, daha doğru bir ifadeyle, istenmeyen, edinilmesi arzulanmayan bir kimlik oluşturma anlamına gelmektedir (Bauman 2006, Omay 2009,130-131).

Eğer günümüz toplumunun bir tüketim toplumu haline geldiğini düşünecek olursak, sosyal sınıfları da tüketim bağlamında düşünmek gerekmektedir. Sosyal sınıflar da tüketime bağlı olarak yeni bir yapıya bürünmüştür. Bu bağlamda tüketim toplumunun sınıf yapısı şu şekilde düşünülebilir.

1. “Üst Sınıf: Tüm lüks ve prestijli ürünleri tüketebilecek kapasiteye sahip ve tüm lüks ve prestijli olarak tanımlanan ürünleri tüketen grup.
2. Üst Orta Sınıf: Lüks ve prestijli olarak tanımlanan ürünlerin bir kısmını tüketebilecek kapasiteye sahip ve lüks ve prestijli ürünlerin bir kısmını tüketebilen grup.
3. Alt orta sınıf: Lüks ve prestijli olarak tanımlanan ürünlerin az bir kısmını tüketebilecek kapasiteye sahip ve lüks ve prestijli ürünlerin az bir kısmını tüketebilen grup.

4. Üst alt sınıf: Sadece ayın sonunu getirebilen ve temel ihtiyaçlarını karşılayabilen grup.
5. En alt sınıf: Temel ihtiyaçlarını bile karşılayamayan grup” (Omay ve Gür Omay 2015:65).

Bu durumda yeni sosyal sınıflar hem tüketim hem de tüketme kapasitesi ile nitelenmektedir. Tüketme kapasitesi olmayan bireyler ise yoksul ve dışlanmış grup olarak tüketim çemberinin dışında kalmaktadır.

21. yüzyılda tüketimin sınırları dijitalleşme ile genişlemiş ve 21. yüzyılda tüketiciler üreticiler (prosumer) haline gelmiştir (Toffler 2008). Bu düzenlemeler kapitalizmin kendini bir ekonomik sistem olarak sağlamlaştırması ve devam ettirebilmesi için gerekli görülmüştür. Günümüzde ise dijitalleşme ile dijital platformlar 7/24 tüketimin teşvik edildiği mecralar haline gelmiştir. Özellikle e- ticaretin ilerlemesiyle beraber dijital platformlarla pazarlama, satış, müşteri ilişkileri yönetimi gibi alanların bu mecralara taşınmasıyla deneyim, mal ve hizmetlerin ticarileştirilmesi sonucunda bireylerde tüketici rolünü oynama kabiliyeti ve istekliliği yaratılmakta ve bireyler ihtiyaçların manipülasyonu ile yönlendirilmektedir (Bauman 2006:92, Lodziak 2003, Ceyhan 2017:222). E- ticaret bu bağlamda tüketimin lokomotifini oluşturmaktadır. Dijital platformlardan alışverişin kolaylığı ve rahatlığı, zaman kaybettirmemesi kitleleri e-ticarete yönlendirmektedir. Bu görece kolaylık ve uyarının etkinliği alışverişte tüketiciler için anlık karar anı (zero moment of truth) yaratmaktadır. (Ertekin ve Başcı, 2015) Dijital platformlar, bir ürünü satın almak veya tüketmekle ilgili olarak karar verme sürecini çok kısaltmıştır. Dijital mecralar bu noktada devreye girerek tüketiciyi manipüle etmekte ve satın almayı kolaylaştırmaktadır. Burada yine tüketici için yine görece kolay olan bir unsur da kolay olan diğer tüketicilerin deneyimlerinden ve görüşlerinden de yararlanma olanağı olduğu görülmektedir. Örneğin Amazon, kullanıcı deneyimlerini paylaşan diğer tüketicilerin dijital emeğiyle tüm dünya genelinde etkinliğini arttırmış bir dijital bir alışveriş platformudur. Diğer tüketiciler bu yorumlardan faydalanarak karar verme anlarını daha kısaltmaktadır. Bu da anlık satın alma (impulse buying) denilen süreci daha da arttırmaktadır. Yani tüketicinin ürünü görerek onun hakkında düşünerek karara varma ve alışverişin gerekli olup olmadığına karar verdiği zihinsel süreç tamamen dürtüsel bir sürece indirgenmiştir ve tüketici dijital platformların tüketicide yarattığı dopamine bağımlı bir şekilde karar almaktadır.

### **Sağlık Tüketicisinin İnşası**

Tüketiciliğin ve tüketicilik güdüsünün doğuştan gelen bir özellik olup olmadığı tartışılabilir. Gerçekten, insanların yaşamsal ihtiyaçlarının kendilerine hatırlatılmasına gerek yoktur. Ancak, bugün geçerli olan tüketici odaklı ekonominin sürdürülebilmesi için tüketicinin yaşamsal ihtiyaçlarının yeterli olmadığını kabul etmek gerekmektedir. Çünkü, bugünkü ekonomi, tüketicinin her yönden manipüle edilerek tüketici kimliğinin ön plana çıkarılmasına dayanan bir ekonomik model üzerinde varlığını sürdürmektedir. Bu nedenle,

toplumsal bir sorumluluk haline gelen tüketici olma sorumluluğunun benimsetilmesi, bir kimlik inşası sürecine dönüşmüş bulunmaktadır. Tüketici kimliğinin inşası için de çocukluk dönemi, diğer sosyalleşme olgularında olduğu gibi önemli bir dönem olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü, Parsons'un da üzerinde durduğu gibi bir sosyal sistemin devamlılığının sağlanmasında kültürün önemli bir rolü vardır. Parsons'un önemli kuramları arasında yer alan AGIL kuramında sosyal sistemin devamlılığı için gerekli olan unsur kültüre tanımlanmıştır (Slattery 2007:376-377). Bu nedenle, kültür toplumlar açısından zihin yetiştirme fonksiyonunu taşımaktadır ve toplumsal yapının devamlılığı için gerekli bireylerin yetiştirilmesi görevini üstlenmiş bulunmaktadır. Böylelikle, toplum tarafından arzulan bireylerin yetiştirilmesi için çocukluğun önemi bir kez daha ortaya çıkmış bulunmaktadır. Gerçekten gerek Jacobson'ın gerekse McNeal'ın da belirttiği gibi tüketicilik bilinci çocukluk yaşlarından itibaren belirli bir tasarım çerçevesinde kurgulanmış bir süreç olarak anlaşılmalıdır. (Jacobson 2004, McNeal 2007)

Bu nedenle, çocukluğun bir tüketici kimliği inşası için uygun bir dönem olarak düşünülmüş olduğunu ve böylelikle bireylerin toplum tarafından kendilerinin yöneltildiği tüketici kimliğini kolaylıkla benimsediğini ileri sürmek yanlış olmayacaktır. Çünkü, bugün kimlik olarak ön plana çıkarılan, önceki dönemlerden farklı olarak üretici kimliği değil, tüketici kimliğidir.

Omay'ın da ifade ettiği gibi, “kuşkusuz, bireyler doğdukları andan itibaren tüketicidirler. Ancak sorgulanması gereken, temel ihtiyaçlar olan hayatta kalma ihtiyacının giderilmesinin ötesindeki tüketim güdüsünün insanlara nasıl benimsetildiğidir” (Omay 2009,128). Çünkü “modern tüketimde doğal olan hiçbir şey yoktur; bu sonradan kazanılan, öğrenilen, insanların arzu duymaları için toplumsal olarak eğitildikleri bir olgudur” (Bocock 2005, 61). Bocock'a göre, tüketici kılınma sosyalleşmenin bir parçası olarak semboller yardımıyla çocukluktan başlamakta ve “çocukların tükettikleri (satın aldıkları yedikleri, içtikleri) gıdalar veya içeceklerle ilgili göstergelere verdikleri tepkilerle ait olduğu kültürel grubun tam üyesi olması isteniyorsa, sembollere cevap vermeye alıştırılması (socialization) gerek[mektedir]” (Bocock 2005,79).

Çocukluktan itibaren tüketim güdüsüyle yetiştirilen bireyler açısından sağlık da ön plana çıkan unsurlardan biridir. Kuşkusuz bütün bireyler sağlıklı olmak istemektedir. Ancak, sağlık anlayışı ve sağlıklı ilgili beklenti sadece bedenin işleyişi ile değil günümüzde aynı zamanda da dış görünüşü ile de ilişkilendirilmektedir. Dolayısıyla günümüzde hâkim ekonomik sistem olan kapitalizm bedenin sadece işleyişi ile ilgili algılarımızı değil aynı zaman dış görünüşü ile ilgili algılarımızı da değiştirerek, bedenlerimizi bir tüketim nesnesi haline getirmiştir. Böylelikle, bedenlerimiz sadece giyinme amacıyla değil, aynı zamanda çeşitli süsleme ve estetik kaygılarla da bir teşhir aracı haline gelmiştir (Gür 2010:307).

Kapitalizm beden algısını değiştirmiş, bedenleri amacı doğrultusunda bir tüketim nesnesi haline dönüştürmüştür. Örneğin, çalışma yaşamında bedenin manipülasyonu çeşitli biçimlerde karşımıza çıkmaktadır. Yetkinlikten daha çok güzel, göze hoş görünen bir beden



çalışma yaşamı için vazgeçilmez bir koşul olarak ön plana çıkarılmaktadır. Bu sistem iki aşamalı olarak hem maddi hem de manevi bir biçimde bedeni yıpratmakta, bunun karşılığında da onu tekrar tamir edip, yenileme vaadi ile bedensel amaçlı tüketime yönlendirmektedir. Bu da tüketim sürecinin sağlık açısından çok yönlü unsurlarından birini oluşturmaktadır. Bu unsurlara kısaca değinmek gerekirse;

1. Yeni hastalıkların ortaya çıkması çoğunlukla, bedenin yaş, cinsiyet ya da genetik mirası olan doğal süreçlerin yeniden etiketlenmesiyle oluşturulmaktadır. Böylelikle sağlık harcamaları üzerinden bireyler tüketime yönlendirilmektedir.
2. Sağlıksız koşullarda barınmaya ve çalışmak zorunda kalan bireylerin sağlığı bozulmakta ve sağlığı üzerine odaklanan bireyler sistemi sorgulamamaktadır. Artan nüfus baskısı ve hızlı yaşam kültürü ile doğal olmayan gıdalarının tüketiminde meydana gelen artışa bağlı olarak artan hastalıklar ve rahatsızlıklar da manipüle edilmektedir. Diğer yandan, hastalanma korkusuyla doğal beslenmeye yönelen bireylerin bu tercihleri organik besinlerin pazarlanması ve tüketimiyle yönlendirilmektedir.
3. Çalışma yaşamında bilgi, tecrübe, yeterlilik gibi niteliklerin yanı sıra bireylerden iyi giyinmeleri, sağlıklı olmaları, giydiklerini üzerinde taşıyabilmeleri istenmektedir. Bu da tüketimi arttırmaktadır.
4. Diğer bir önemli husus ise, artan hastalıklar nedeniyle zaafa uğrayan sağlık sistemi üzerinden sistem kar elde etmenin yolunu bulmuştur. Sadece, ayrıcalıklı tüketicilere hitap eden ürünlerle değil aynı zamanda da normal bir sağlık kontrolü için özel tetkikler sunan sağlık merkezleri ile de bireylerin daha pahalı sağlık hizmetlerine yönlendirilmesi söz konusudur. Böylece bireyler, kendilerine vaat edilen ayrıcalıklı sağlık hizmetlerine ve ürünlerine ulaşabilmek için kazancı yüksek olarak nitelendirilen çalışma biçimlerine yönlendirilmekte, meslek tercihleri de dahil olmak üzere, çalışma istekleri sistem tarafından manipüle edilmektedir.
5. Çalışmanın karşıtı olarak, boş zaman uğraşısı olarak sunulan turizm ve eğlence faaliyetleri de bedenle ilişkilendirilmektedir. Bedenin rahatlaması ile yeniden çalışma gücünün kazanılması amaçlanmakta, sistem tarafından yorulan bedenler yine bir bedel karşılığında sistem tarafından dinlendirilmektedir (Gür 2010:306-307).

Bedenin manipülasyonu yukarıda da ifade edildiği üzere çok yönlü bir süreçtir. Ancak, bunun temel noktası tüketim üzerine odaklanmasıdır. Bu nedenle bedenin tüketim aracı konumunun üstünde durulması gereken önemli bir noktayı işaret etmektedir.

## **Kapitalizmin Beden Üzerindeki İlgisi**

Tüketim toplumunda ve buna bağlı olarak da tüketim kültüründe beden, kapitalizmin yeni pazarlanabilir nesnelere arasında yer almaktadır. Özcan'ın ifadesiyle, "Beden, tüketim kültürü

içinde biyolojik bir unsur olmaktan öte; sosyo-kültürel bir unsur haline dönüşmüştür” çünkü beden “tüketim kültüründe sürekli inşa halinde olan bir yapı” haline gelmiştir... Örneğin; beden yoğun bir şekilde düzenleme, kendini disipline etme, diyetler, fitness rejimleri, moda, kişisel yardım kitapları ile bir meta şeklinde üretilmek üzere ele alınır ve incelenir. Aşırı kilo ve hatta moda dışı kalmak ise, şu anki ahlaki düzensizlikleri ifade eder. Kimlik, beden, nesnelere ve çevre hep birlikte ahlaki seçime ilişkin bir sistem kurarlar (Özcan 2007,222-224).

Geleneksel kültürlerde bedenin alanı ev ile yani özel alan ile sınırlıydı. Beden, meta haline dönüşmemişti. İlerleyen zamanla birlikte ise beden, tüketim kültürünün merkezine yerleşmiştir. Bedenin toplumdaki yeri de böylelikle değişime uğramıştır. Turner’ın ifadesiyle; beden, özellikle de aile, üreme ve mülkiyet sahipliği ile olan ilişkisi bakımından, çağdaş toplumun önemli kurumlarından uzaklaşmıştır. Beden artık, mülkiyet, zenginlik ve ev ekonomisindeki mirasın karşılıklı etkileşiminde önemli bir fonksiyona sahip değildi; aynı zamanda artık evliliğe dair stratejinin açık bir odağı da değildi. Bedenin sosyal açıdan yerinden edilmesi, onu tüketim kültürünün eğlenceli manipülasyonlarına karşı açık hale getirmiş ve tüketiciliğin arzusu olarak adlandırılan şeyin temel bir aracı haline dönüştürmüştür (Özcan 2007:225).

Featherstone’a göre “yeni küçük burjuvazi” ya da “yeni kültür araçları” olarak adlandırılacak hizmet sektörü çalışanları için beden önemli bir tüketim nesnesi haline gelmiştir çünkü, “reklam endüstrisi tarafından 1920’li yılların sonunda devralınan yeni tüketim etiki, an’ı yaşamayı, hedonizmi, öz dışavurumu, beden güzelliğini, paganizmi, toplumsal yükümlülüklerden bağımsız olmayı, uzak yerlerin egzotizmini, üslup geliştirmeyi ve hayatın üsluplaştırılmasını coşkuyla selamlıyordu” (Featherstone 2005:186).

Bunun nedeni kapitalizmin dikkatin üretiminden tüketime kaymış olmasıdır. Kapitalizmin ilk dönemlerinde öncelikli güdü olan üretimin sürdürülmesinin ancak tüketimle desteklenebileceğinin anlaşılması ile tüketim yönelimli bir yeniden yapılanma kaçınılmaz hale gelmiştir ve bu yeniden yapılanmada öncelikli faaliyet konularından biri de tüketimin teşvik ettirilmesidir.

## **Sağlık Tüketicisinin İnşasında Söylem ve Gerçeklik Sarmalında Yeni Medya**

Sağlık konusunun insanların ilgisini çekmesinin en önemli nedeni tüketim kültürüdür. Tüketim kültürü özellikle orta sınıflarda gelişen bir “sağlıklı olma” yani “healthism” kültürü yeşertmiştir (Yenen 2007:5, Gür 2010). Bu kültür insanların kendi sağlıklarıyla ilgili olarak bilgi ihtiyacı içinde olmalarını, sağlık endüstrisiyle ve medya ile doğrudan bağlantıya girmelerini getirmiştir. Bu kültürü kapitalizmin gücüne olan yapılandırılmış inançlar beslemektedir. Bu bağlamda tüketiciliğin işlevsel anlamları vardır ve medya, bunu çeşitli söylemler aracılığıyla gerçekleştiren bir araçtır. Günümüzde tüketicilik, güç ve mutluluğun, sağlığın bir aracı olarak sunulmaktadır. Medya da bu bağlamda tüketim ideolojisinin yayıcısı ve pekiştiricisidir. Medya söylemler aracılığıyla, tüketim ideolojisini pekiştirecek şekilde “sağlıklı olma”, (healthism) vurgusu yapmaktadır.

Toplumların çözülmesiyle birlikte eski alışkanlıkların terk edilmesi, kişileri alışık oldukları ortamdan daha güvensiz ve kendilerini tehdit altında hissettikleri bir ortama sürüklemeye başlamıştır. Bunun sonucunda, özellikle toplulukçu yapıya dayanan toplumlarda, bireyler alışık olmadıkları bir biçimde bireyci bir toplumun içinde yaşamak zorunda kalmışlar, bu ise, bireylerin güvensizlik duygusunun içine sürüklenmelerine neden olmuştur. Konuya bu açıdan yaklaşıldığında, sadece toplulukçu yapıların çözüldüğünü ileri sürmek yanlış olacaktır. Bütün toplumsal yapılar, son dönemde kendi dinamiklerinden çözülmeye uğramakta, bireylerin kendilerini güvende hissettikleri eski yapılar, yerini uçucu, gelip geçici, toplumsal yapılara bırakmaktadır. Dolayısıyla, toplum artık güven dolu bir sığınma yeri olmaktan çok bireyin eklemlendiği, bağımsız bireylerden oluşmuş bir yapıya doğru evrilmektedir. Bu da yerini bireyselleşmeye bırakmıştır. Bireyselleşmenin yükselişe geçmesiyle birlikte, bireyin toplumda değer kazanması artmış ve birey-odaklı yaklaşımlar artmıştır.

Bireyselleşme, bireyin tıpsallaştırılmasını getirmiş, eskiden dinsel kurumlar veya toplumsal pratikler tarafından kontrol edilen birey, gittikçe tıbbın hakimiyet alanına girmiş güvencesini tıpta aramak zorunda kalmış ve tıp da sosyal kontrol işlevi kazanmıştır. Tıbbın bir kurum olarak yerleşmesi ve kemikleşmesi ise tıpsallaştırmayı da beraberinde getirmiştir. Tıpsallaştırma, belirli davranışlara ya da durumlara tıbbi anlamlar verilmesidir. Hastalığın ve sağlığın tanımlanması bu kategoriye girmektedir. Bir diğer anlamı ise, sosyal normlardan sapan davranışların kontrol altına alınmasıdır. Tıpsallaştırma, çeşitli sosyal nedenlere dayanmaktadır. Bunlar; bireyselleşme, din kurumunun otoritesini kaybetmesi, toplum içinde sorunları değiştirmek yerine tedavi etmek anlayışının gelişmesi, hastalığın kavramsal olarak açısının genişlemesi, sağlıklı olmanın bir sosyal değer olarak topluma sunulması olarak özetlenebilir (Nazlı 2005 :7). Özellikle günümüzde sağlık yükselen bir sosyal değer olarak topluma sunulmaktadır.

Sağlığın bir sosyal değer haline gelmesi bağlamında healthism ve tıpsallaştırma birbirini bütünlemektedir. Bu nedenle healthism bir söylem olarak sağlık tüketicisinin inşasında da yukarıda da belirtilen mekanizmalar aracılığıyla kullanılmaktadır. Healthism söyleminin ön planda olmasının nedenlerinden biri de kapitalizmin genişleyerek kar alanlarını arttırmaya çalışması ve sağlığın kapitalizmin karını yükseltme potansiyelinin bulunmasıdır (Gür 2010:301).

Söylem, iletişimsel bağlamlar açısından önemli bir anahtardır. Söylem, günümüzde kişileri bir sarmal gibi çevrelemektedir. Günlük hayatta, işyerinde, kültürel hayatta, haberlerde, sosyal ağlarda bir söylemler bütünü insanları kuşatmaktadır. İletişimin var olduğu her düzlemde söylem vardır. Söylem Latince *discurriere* ve *discursus* sözcüklerinin türevlerinden oluşmuştur; “özne hakkında uzun uzadıya konuşma” ve “birşey hakkında iletişim” anlamına gelmektedir. (Barthes 1993 ve Wodak 1996’dan aktaran Sözen 1999: 19).

İletişim yazılı veya sözlü olsun her zaman söylemi içermektedir. Söylem teriminin iletişim çerçevesinde geliştiği ve söylemin en önemli özelliği olan iletişime vurgu yapıldığı

görülmektedir (Gür Omay 2023:1005). Özellikle sağlık tüketicisinin inşasında “sağlıklı olma” (healthism) söylemi birçok kanaldan sağlık tüketicisine iletilmektedir. Günümüzde yeni medya vasıtasıyla bu söylem pekiştirilmekte ve bu yolla toplumsal gerçekliğin oluşması sağlanmaktadır.

“Diğer yandan özellikle web teknolojilerindeki gelişmelere bağlı olarak ortaya çıkan sosyal ağlar artık, toplumsal gerçekliğin inşa süreçlerinde doğrudan etkili olmakta ve söylemin inşa edildiği kanallar olarak karşımıza çıkmaktadır. Yapısal özellikleri açısından bir değişim oluşturan bu ağlar, söylemin planlanması ve dolaşımında kritik araçlardır” (Özer 2021: 209).

Yeni medya ile söylemlerin iletilmesi hızlanmış ve yeni mecraların etkisiyle healthism söyleminin geniş kitlelerce yaygınlaşması ve benimsenmesi sağlanmıştır. “Yeni medya, söylemin inşa edildiği kanallar olarak karşımıza çıkarak gerçekliği inşa etmede belirgin bir rol üstlenmektedir. İdeolojilerin ve söylemlerin dolaşımı yeni medyada kendini sürekli tekrar etmektedir” (Gür Omay 2023,1006). Bu söylemler haberler, influencer(etkileyici/fenomen) ve paylaşımlar aracılığıyla hızla dolaşıma girmekte kendini sonsuz sayıda tekrar ederken söylemlerin pekişmesi sağlanarak toplumsal gerçekliğin oluşmasına hizmet etmektedir.

“Özellikle Youtube, Facebook ve Twitter(X) gibi sosyal medya ağları ile bireyler habere karşı bir söylem içerisinde bulunarak kendilerini özne konumuna getirirler. Sosyal medyada haber söylemlerinde karşılıklı iletişimin kurulması bir yönde ideolojilerin de karşılıklı olarak devir daimini sağlamaktadır. İdeolojinin önemli taşıyıcılarından biri olan yeni medya, iletişimde sınır tanımazlığı ile ideolojinin sürekliliğinin devam etmesinde önemli bir araçtır” (Karaduman ve Akbulutgiller 2018: 14).

Yeni medyanın sunduğu yeni imkanlar iletişimin karşılıklılık üzerinden yürütülmesi bu bağlamda geniş kitlelere ulaşma onları etkileme açısından önem taşımaktadır. Yeni medyanın gerçeklik algısı üzerindeki dönüştürücü etkisi ve gerçekliği söylemler bütünü haline getirmesi ise bu etkinin ne kadar yoğun olduğunun bir göstergesidir.

Dijital Dönüşüm sayesinde yeni medya sağlık enformasyonunun hızlı yayılmasını sağlamış ve “sağlıklı olma” (healthism) söylemini de pekiştirmiştir. Healthism bağlamında bu etkileşim, diyet, güzellik, spor, tedavi reçeteleri, beslenme gibi çok geniş bir yelpazede cereyan etmekte ve gittikçe kitleleler sağlıklarına daha düşkün hale gelmektedir. Sağlık tüketicileri olma bağlamında ise, kitleler yeni medya aracılığıyla korku kültürü söylemleriyle ikna edilmekte ve sağlıklı kalmak için tavsiye edilen ürünleri kullanmakta veya ona bağlı harcamaları yapabilmektedir. Bu süreci Yüksel şöyle tanımlamaktadır:

“... Twitter 'da paylaşılan sağlık konulu içeriğin büyük bölümü ya da neredeyse tamamı internet sitelerinde, gazete, dergi ve televizyon kanallarında yayınlanan içerikler. ... yani geleneksel medyada yer alan sağlık konulu içerikler daha sonra

dijital medya aracılığıyla çok daha fazla okuyucuya ulaşıyor. En çok paylaşılan içerikleri üretenler yine geleneksel medyanın içerik sağlayıcıları. Bunun dışında kimi hekimlerin ve hastanelerin daha çok kendi imajları açısından yaptıkları paylaşımlar öne çıkıyor. YouTube üzerinde kanal açanların sayısı da pandemi sürecinde oldukça arttı. Orada da kimi uzmanların sağlık konularına şu ya da bu şekilde değindiklerini görüyoruz. Özellikle de beslenme, güzellik ve psikolojik boyutlara yönelik içerikler dikkatimi çekiyor. Biz bir yandan geleneksel medyada sağlık haberciliğine yönelik etik ilkelerden, yalan-yanlış haberlerden söz ederken diğer yanda, dijital medyada bunlardan tamamen yoksun ya da yayıncı kişinin vicdanına kalmış içeriklerle karşı karşıya kalıyoruz. Şimdilik dijital medya platformlarının çok daha kaotik ve karmaşık bir yapıda olduğunu söyleyebiliriz” (Maden, 2020: 212).

Dijital platformlar aracılığıyla yayılan sağlık enformasyonu kişilerin de bu enformasyona karşı söylem geliştirmesi ve bu enformasyonu kendi kişisel medyalarında paylaşmaları sonucu toplumsal gerçekliğin oluşmasını sağlarken bu oluşumun enformasyon düzensizlikleri ile (dezenformasyon, mezenformasyon ve malenformasyon) yaratıldığının da üstünde durmak gerekmektedir.

Enformasyon düzensizlikleri üç kategoride açıklanmaktadır. Dezenformasyon, bilinçli üretilen ve kasıtlı şekilde doğru olmayan içerikleri kapsamaktadır. Dezenformasyonun üç nedeni arasında, para kazanmak, etki yaratmak, karışıklığa yol açmak sayılabilir. Dezenformasyon paylaşıldığında ise mezenformasyona dönüşmektedir. Bu durumda mezenformasyon doğru olmayan içerikleri nitelendirmektedir ve paylaşan kişi içeriğin yanlış veya yanıltıcı olduğunu fark etmemektedir. Genellikle, kişiler kendi medyalarında dezenformasyonun yanıltıcı olduğunu fark etmeyerek paylaşmaktadır. Son kategoriyi ise malenformasyon oluşturmaktadır. Bu terim, zarar vermek amaçlı paylaşılan içerikleri ifade etmektedir. (Wardle 2019: 8).

Örneğin, Covid 19 salgını sırasında enformasyon düzensizliklerine sahip içerikler ve onun doğal sonucu olan sahte haberlerin yayılımı artmıştır. Neredeyse tüm önemli haber kanalları bunlara yer vermiş ya da kasten yanıltıcı içerik yayınlamıştır. Bu açıdan geleneksel haber medyası ile YouTube, Facebook ve Twitter arasında yüksek düzeyde bir geçişkenlik olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu açıdan platformlar arası etkileşimler dezenformasyonun erişimini ve etkinliğini güçlendirirken, aynı zamanda mezenformasyonun uzun ömürlü olmasını da sağlamıştır (Kırdemir, 2020: 16).

Covid -19 örneğinde de görüldüğü gibi “sağlıklı olma” (healthism) söylemi yayılarak enformasyon düzensizliklerine de yol açmaktadır. İnsanların karşı karşıya kaldığı bir salgın süresinde doğru enformasyon sağlanamamış, onun yerine bir dezenformasyon evreni hâkim olmuştur. Bu dezenformasyon evrenini Dünya Sağlık Örgütü enfodemi (infodemi) olarak nitelmiştir. Enfodemi enformasyon ve pandemi sözcüklerinin bir anagramıdır (WHO 2020, Gür Omay 2021:547). Ticari gayelerle üretilen söylemlerin bütünleşmesi dezenformasyon evrenini oluşturmuştur.

Covid-19 pandemisi, healthism söyleminin nasıl bir gerçeklik inşa ettiğine bir örnek oluşturmaktadır. Sağlığın sosyal bir hak olmaktan çıkıp, ticarileşmesi medya yardımıyla sağlanarak nesnel sağlık algısı deforme edilmiş, yıllarca medyada sağlık alanında ürün ve hizmetlerin reklamı şeklindeki haberlere ve içeriklere maruz kalan bireylerin nesnellik algısı bozulmuştur (Gür 2010, Gür Omay 2021:558). Bu durum söylemin gerçekliği inşası açısından içinde önemli ipuçlarını barındırmaktadır. Bunun sonucunda sağlık takıntılı bir kültür ikliminde, sağlıkla ilgili her türlü ürünü tüketerek ve sağlıkla ilgili söylenen her enformasyona inanan bir sağlık tüketicisi ekosistemi oluşmuştur.

## SONUÇ

Tüketim kültürü bağlamında sağlığın tüketim alanına yönlendirilmesi kapitalizmin tüketim kültürüne olan ilgisiyle bağdaştırılabilir. Bu durum, kapitalizmin varlığını sürdürüp güçlendirmek için izlediği stratejilerin bir sonucu olarak kabul edilmelidir. Toplumun devamlılığını sağlamada etkin bir rolü ve önemi olan kültür, son dönemde kapitalizmin etkisiyle tüketim kültürü olarak tanımlanan yeni bir boyut kazanmış bulunmaktadır. Kapitalizm, tüketim kültürünü kendi varlığını sürdürme amacı ile kullanmak ve toplumu da buna uygun bir biçimde etkisi altına almaktadır. Bunun anlamı, tüketim kültürünün tasarlanması ve kapitalizm tarafından kendi amaçlarına hizmet edecek biçimde kontrol altına alınıp biçimlendirilmiştir. Bu nedenle, toplumun sadece üretim temelli değil, aynı zamanda tüketim temeline dayanan yeni bir kurgulamaya doğru değiştirildiği görülmektedir.

Tüketim kültürünün geniş halk kitlelerine benimsetilmesinde birçok araç kullanılmaktadır. Toplumun tüketim toplumuna dönüştürülmesinde etkin olarak kullanılan araçlar arasında yeni medya etkin bir rol üstlenmektedir. Dolayısıyla, kapitalizm özellikle enformasyon teknolojilerini ve enformasyonun kendisini bu dönüşümde temel bir araç olarak kullanmaktadır. Buna bağlı olarak yeni medya da toplumsal dönüşümde bilerek ya da bilmeyerek etkin bir rol oynamaktadır. Sağlık tüketicisine yönelik söylemlerin oluşturulması ve bunların kitlelere ulaştırılması sürecinde yeni medya çok modlu yapısıyla tüketim kültürünü ve sağlık alanını dönüştürmekte ve sağlık takıntılı bir toplumsal gerçekliğin oluşmasına katkıda bulunmaktadır. Ayrıca, Covid-19 salgını sonrası bu takıntılı durum yayılan enformasyon düzensizlikleriyle beslenen healthism söylemiyle pekişmiştir.

---

**Hakem Değerlendirmesi:** Dış bağımsız.

**Çıkar Çatışması:** Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.

**Finansal Destek:** Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

**Peer-review:** Externally peer-reviewed.

**Conflict of Interest:** The author has no conflict of interest to declare.

**Grant Support:** The author declared that this study has received no grant support.

---

## Kaynakça/References

- Baudrillard, J. (2004). *Tüketim Toplumu*, (H. Deliceçaylı- F. Keskin, Çev), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bocock R. (2005). *Tüketim*, (İ. Kutluk, Çev), Ankara: Dost Kitapevi Yayınları.
- Çağla C. (2017). Sosyal Medyanın Tüketim Gücü, *Yeni Medya Elektronik Dergi* 1(13), 221-226. DOI: 10.17932/IAU.EJNM.25480200.2017.1/3
- Erdoğan, İ., Alemdar, K. (2005). *Popüler Kültür ve İletişim*, Ankara: Erk Yayınları.
- Ertemel, A. V., Başçı, A. (2015). Effects of Zero Moment of Truth on Consumer Buying Decision: An Exploratory Research in Turkey. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1 (2), 526-536.
- Featherstone, M. (2005). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*, (M. Küçük, Çev), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Gür, E. G. (2010). Dezenformasyona Uğratılan Bir Sosyal Hak Olarak Sağlık. *Sosyal Haklar Ulusal Sempozyumu Bildiriler Kitabı*. İstanbul: Petrol-İş, 299-315.
- Gür Omay, E.G. (2021). Sahte Haberler Ekonomisi: Türkiye Verileri ve Etkileri, Verilerle Pandemi Sürecinde Türkiye, Dr. Tuncay Münyas (Ed.), *Tesam Kitaplığı-Nobel Akademik Yayıncılık*, İstanbul: 545-565.
- Gür Omay, E. G. (2023). Skandal Söylemi ve Yeni Medya: Eleştirel Söylem Analiziyle Hürriyet Haber Sitesi Örneği, *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 11 (35), 998-1020. DOI: <https://doi.org/10.33692/avrasyad.1254722>.
- Jacobson, L. (2004). *Raising Consumers: Children and the American Mass Market in the Early Twentieth Century*, New York: Columbia University Press.
- Karaduman, M., Akbulutgiller, B. (2018). İnternet Gazeteciliği ve Haber Söylemi: Reina Saldırısı Haberlerinin Çözümlemesi, *Erciyes İletişim Dergisi*, 5 (3): 12-26.
- Kırdemir, B. (2020). Türkiye'nin Dezenformasyon Ekosistemi: Genel Bakış. *Edam-Centre for Economics and Foreign Policy Studies*. Erişim adresi: <https://www.jstor.org/stable/resrep26095>, erişim tarihi 10.01.2024.
- Lodziak, C. (2003). *Kapitalizm ve Kültür: İhtiyaçların Manipülasyonu*, (B. Kurt, Çev.), İstanbul: Çitlembik Yayınevi.
- McNeal, J. U. (2007). *On Becoming A Consumer: Development of Consumer Behavior Patterns in Childhood*, Oxford: Elsevier.
- Mintz, S. M. (1997). *Şeker ve Güç- Şekerin Modern Tarihteki Yeri*, (Ş. Alpagut, Çev), İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Nazlı, A. (2005). Şapmanın Tıpsallaştırılması ve Tıbbın Toplumsal Normaliteyi Sağlama İşlevi, *Sosyoloji Dergisi*, 14, 115-132.
- Omay, U. (2009). *Emeğin Kültür ve Manipülasyon Teorisi*, İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Omay, U. ve Gür, E.G. (2012), *The Leisure Time Illusion: A Theoretical Analysis for the Reciprocal Connection between Work and Leisure Time*, *New Thoughts about Work: Theoretical and Practical Aspects* M. J. Ditton (Ed.) içinde, Oxford: Interdisciplinary Press, 21-29.
- Omay U, Gür Omay E.G. (2015). Rethinking the Concept of Work in the Consumer Society *Forum Socjologiczne: Social Boundaries and Meanings of Work in the 21st Century Capitalism* Ed. Zbigniew Kurcz içinde, Wrocław, Uniwersytetu Wrocławskiego, 61-73.
- Ömer, Ö. (2021). Eleştirel Söylem Çözümlemesi Sosyal Medya için Çok Modlu Olmak Zorunda mı? ,H. Hülür, C. Yaşın (Ed.). *Yeni Medya, Toplum ve İletişim Biliminin Dönüşümü* içinde. Ankara: Siyasal Kitabevi, 209-229.

- Özcan, B. (2007). “Geç Kapitalist Tüketim Toplumunun Tüketici Kimliklerine Ev Sahipliği Yapan Meta Beden”, *Journal of New World Sciences Academy*, 2(3), 217-238.
- Slattery, M. (2007). *Sosyoloji’de Temel Fikirler*, (C. Özdemir, Çev), Ed. Ümit Tatlıcan, Gülhan Demiriz, Bursa: Sentez Yayıncılık.
- Sözen E. (1999). *Söylem: Belirsizlik, Mücadele, Bilgi/Güç ve Refleksivite*. İstanbul: Paradigma.
- Toffler, A. (2008). *Üçüncü Dalga*, (S. Yeniçeri, Çev), Koridor Yayınları
- Veblen, T. (2007). *Theory of the Leisure Class*, Oxford University Press, NewYork.
- Yanıklar, C. (2006). *Tüketimin Sosyolojisi*, İstanbul: Birey Yayıncılık.
- Yenen, O, Ş. (2007). Hastalık İcadı ya da İlaç Pazarının Genişletilmesi, *Bilim ve Ütopya Dergisi*, 153(13),4-8.
- Maden, S. (2020). Covid-19 Salgını ve Sağlık Haberciliği: Prof. Dr. Erkan Yüksel ile Söyleşi. *Etkileşim*. 6. 205-213. doi: 10.32739/etkilesim.2020.6.83.
- Wardle, C. (2019). *Understanding Information Disorder. First Draft*. Erişim adresi: [https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/10/Information\\_Disorder\\_Digital\\_AW.pdf](https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/10/Information_Disorder_Digital_AW.pdf) erişim tarihi:01.02.2024
- WHO. (2020). *Let’s flatten the infodemic curve.*, <https://www.who.int/news-room/spotlight/let-s-flatten-the-infodemic-curve>. Erişim tarihi: 10.02.2024.



## İletişim Akademisinde Her Disiplin Kendi Özerkliğini İlan Etmış gibi Davranıyor – Süleyman İrvan ile Bir Söyleşi

### Each Discipline in the Communication Academy Acts as if It has Declared Its Own Autonomy – Interview with Süleyman İrvan

Söyleşiyi Gerçekleştiren: Onur Coşkun<sup>1</sup> 

<sup>1</sup>Üsküdar Üniversitesi, İstanbul Türkiye

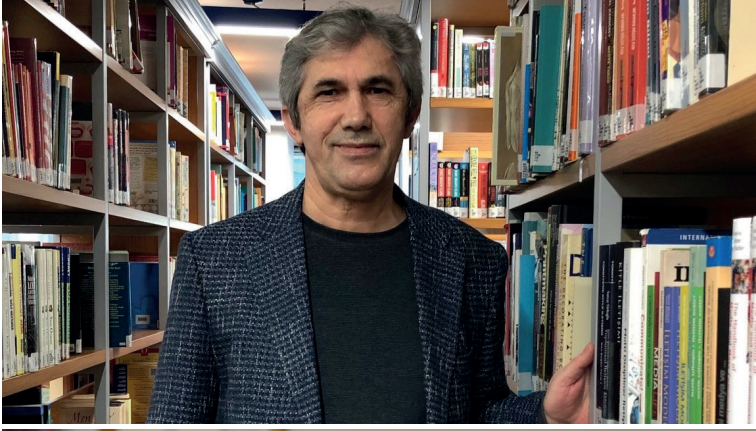
ORCID: O.C. 0000-0003-3611-6649

**Sorumlu yazar/Corresponding author:**  
Onur Coşkun,  
Üsküdar Üniversitesi, İstanbul Türkiye  
**E-mail:** onur.coskun@uskudar.edu.tr

**Başvuru/Submitted:** 26.04.2024  
**Kabul/Accepted:** 21.05.2024

**Atf/Citation:** Coşkun, O. (2024). Each discipline in the communication academy acts as if it has declared its own autonomy – Interview with Süleyman İrvan. *4. Boyut Journal of Media and Cultural Studies - 4. Boyut Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 24, 139-145. <https://doi.org/10.26650/4boyut.2024.1474070>





“Türkiye’de iletişim disiplini diyebileceğimiz bir alanda yer alan gazetecilik, halkla ilişkiler, reklamcılık, kişilerarası iletişim, kültürlerarası iletişim, sinema, radyo, televizyon gibi alanlar arasında etkileşim yok denecek kadar az. Sanki her alan kendi özerkliğini ilan etmiş gibi davranıyor. Oysa biz en başta iletişimin farklı disiplinlerle iş birliği içinde olması, ortak çalışmalar yapması gerektiğini savunuyorduk. Hiç olmazsa bu iş birliğini kendi içimizde yapabilmemiz lazım.”

**Türkiye’de ilk dönem iletişim çalışmalarının içinde yer aldınız ve sürece tanıklık ettiniz. İletişim araştırmalarının ilk dönemi, gelişim evreleri ve bugün geldiğimiz nokta hakkında neler söylersiniz?**

Türkiye’de iletişim eğitimi 1950’de İstanbul Üniversitesi’nde gazetecilik eğitimiyle başladı. Ardından Ankara Üniversitesi’nde, Gazi Üniversitesi’nde, Marmara Üniversitesi’nde, Ege Üniversitesi’nde ve Anadolu Üniversitesi’nde iletişim eğitimi veren yüksekokullar açıldı. Bu okullarda ders verenler ya duayen gazetecilerdi ya da başka alanlarda yetişmiş akademisyenlerdi. İletişim araştırmaları büyük ölçüde 1980’li yıllardan itibaren başladı. Elbette öncesinde yurt dışında doktora yapmış akademisyenler de vardı. Ben de bu süreçte öğrenci olarak tanıklık ettim. 1988 yılında Gazi Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu’nda araştırma görevlisi olarak çalışmaya başladığımda bizde sadece yüksek lisans programları vardı. Ben yüksek lisansımı ABD’de yapıp döndükten sonra benim için tek seçenek olan Ankara Üniversitesi’ndeki doktora programına başvurduğum ve kabul edildim. Bizler o dönemde iletişim doktora programının ilk öğrencileri olarak çok şanslıydık aslında. Alanın neredeyse Ankara’dan yetişmiş ilk doktoralı akademisyenleriydik. Başlangıçta iletişim literatürü büyük oranda çeviri üzerinden gidiyordu ama zamanla yetişen akademisyenler ciddi bir akademik birikimin oluşmasına katkı koydular. Genelmele yapmayı çok sevmem ama bugün gelinen noktada iletişim konusunda ciddi bir bilgi birikimi oluştu. Belki bizim en önemli eksikliğimiz, bu alana katkı koyabilecek nitelikte bir kuram geliştiremeyeşimizdir.

**Söylem analizi, iletişim çalışmaları içinde önemli bir yer tutuyor. Biraz bu çalışmalar ve tarihsel olarak nasıl bir gelişim süreci sergiledi anlatmanız mümkün mü? Ayrıca Türkiye özelinde neler söylersiniz?**

Söylem analizi çalışmaları bize kıta Avrupa’sından geldi. Erken dönem çalışmalar daha çok ABD’de geliştirilen kuramları ve yöntemleri kullanıyordu. Avrupa’da büyük ölçüde gerçekliğin söylem aracılığıyla inşa edildiğini söyleyen Fransız düşünür Foucault’u izleyen Teun van Dijk, Norman Fairclough, Ruth Wodak gibi iletişim araştırmacılarının çalışmalarıyla tanınırlık kazandı. Sanırım eleştirel söylem analizini Türkiye’de ilk kez kullanan akademisyenler, ODTÜ’de yüksek lisans yapan Banu Dağtaş, Gazi’de yüksek lisans yapan Aytül Gürtaş ve Ankara’da yüksek lisans yapan Ömer Özer’dir. Türkiye’de ağırlıklı olarak Teun van Dijk’in söylem analizi yöntemi tercih edilmektedir. Ancak günümüzde yapılan söylem analizine dayalı çalışmaların büyük çoğunluğu bu yöntemi eleştirel bir yöntem olarak değil de adeta bir içerik analizi yöntemi gibi kullanmaktadır. Oysa bu yöntem, haber eleştirisi yapmak ve haberde ideolojik söylemin nasıl kurulduğunu göstermek için kullanılmalı.

**Peki iletişim çalışmalarının dününü ve bugününü tartışırken gazeteciliği ve gazetecilik araştırmalarını nasıl konumlandırıyorsunuz? Sizce iletişim araştırmalarının geçirdiği dönüşümden gazetecilik araştırmaları nasıl etkilendi?**

Dünyada genel olarak gazetecilikteki dönüşüme paralel biçimde gazetecilik araştırmalarının da dönüştüğünü görüyoruz. Yeni gazetecilik pratikleri araştırmaları

da yönlendiriyor. Örneğin son zamanlarda yapay zekâ teknolojilerinin haber üretimini nasıl etkilediğine ilişkin çalışmalar yapılıyor. Benzer bir trendi Türkiye’de de görüyoruz. Şunu söylemem lazım. Türkiye’de iletişim disiplini diyebileceğimiz bir alanda yer alan gazetecilik, halkla ilişkiler, reklamcılık, kişilerarası iletişim, kültürlerarası iletişim, sinema, radyo, televizyon gibi alanlar arasında etkileşim yok denecek kadar az. Sanki her alan kendi özerkliğini ilan etmiş ve disiplin haline gelmiş gibi davranıyor. Oysa biz en başta iletişimin farklı disiplinlerle iş birliği içinde olması, ortak çalışmalar yapması gerektiğini savunuyorduk. Hiç olmazsa bu iş birliğini kendi içimizde yapabilmemiz lazım.

**Haber her ne kadar gerçek olaylara dayansa da sonuçta bir tür seçme ve yeniden inşa sürecinden söz etmek mümkün. Mesela van Dijk söylem çözümlemelerinde söylemi toplumsal bağlamla, fikir iklimiyle, ideoloji ile ilişkilendiriyor. Buradan hareketle bu konuda neler söylersiniz?**

Evet, eleştirel söylem kuramına göre, haber gerçekliği yeniden inşa ediyor. Ancak ben sanırım gazetecilik ve haber konusunda yazdığım yazılar ve makaleler bağlamında kendimi daha çok pozitivist bir konumda görüyorum. Haber elbette gerçekliğin kendisi değildir, gerçekliği yeniden inşa eder ama bu inşa gerçeklikten bağımsız değildir. Gerçekliği doğru biçimde temsil etmek zorundadır. Nesnellik benim bakış açımına göre bir mit değil, olması gereken bir haber özelliğidir. van Dijk analizlerini genelde en sorunlu haberler üzerinden yapmaktadır. Oysa aynı olaylara ilişkin daha iyi yapılmış haberler de söz konusudur. Örneğin biz yıllardır kadın cinayeti haberlerinde, insan ticareti haberlerinde, sığınmacı ve mülteci haberlerinde doğru terminolojinin kullanılmadığını, doğru ve etik habercilik için sorunlu kavramların kullanılmaması gerektiğini hatırlatıyoruz gazetecilere. Esasında söylem analizinin nihai amacı da bu olmalı kanımca. Sorunlu söylemleri ortaya koyup, medyanın daha iyi habercilik yapmasını teşvik etmek olmalı.

**Sizce gerek gazetecilik alanının içindeki profesyoneller gerekse okurlar, haber söylemini anlamaya ne derece vakıf? Bu vakıf olma halini geçmiş dönemlerle kıyasladığınızda ne söylersiniz?**

Bu soruya medya okuryazarlığı kavramı çerçevesinde bir cevap vermeye çalışacağım. Bildiğiniz gibi medya okuryazarlığı kavramı yaygın biçimde kabul gören anlamıyla üç boyuttan oluşmakta: Birinci boyut medya iletilerine ulaşabilme boyutudur. İkinci boyut, medya iletilerini anlama, analiz edebilme boyutudur. Üçüncü boyut da kullanıcıların kendi iletilerini oluşturabilme boyutudur. Sizin sorunuz daha çok ikinci boyutla ilgili. Dolayısıyla medya okuryazarlık seviyesi arttıkça kişilerin medyadaki haber söylemini doğru anlayabilme ve analiz edebilme becerisi yetkinliği de artacaktır. Alaylı olarak nitelenen, yani gazetecilik/ iletişim eğitimi almamış gazetecilerin medya okuryazarlığı seviyesi, bu eğitimi almış olanlara göre daha düşüktür. Kanaatimce aynı şeyi okurlar için de söylemek mümkündür. Toplumun medya okuryazarlığı düzeyini artırdığımız oranda medya söylemini doğru anlama ve sorgulama düzeyi de artacaktır.

### **Söylem ve ideoloji arasındaki bağ hakkında neler söylersiniz?**

Söylem ve ideoloji arasındaki ilişkide oldukça doğrudan bir bağ söz konusudur. İdeoloji konusunda farklı tanımlar yapılmasına karşın, benim en beğendiğim tanım, ideolojinin bir toplumun inandığı değerler, normlar, inançlar bütünü olduğu şeklindeki tanımdır. İdeoloji insanların dünyayı nasıl algılanması gerektiğine ilişkin bir çerçeve sunmaktadır.

Söylem ise bu ideolojinin söz ile ifade edilme biçimidir. Söylem ideolojiyi açığa vurur ve yeniden üretir. Ataerkil ideoloji ataerkil söylemle açığa vurulur ve yeniden üretilir. Kapitalist ideoloji, kapitalist söylemle açığa vurulur ve yeniden üretilir. Söylem, ideolojinin dışa vurulmasında ve pekiştirilmesinde önemli bir rol oynar.

**Söylem meselesini yeni medya ve habercilik/gazetecilik alanında derinleştirmek gerekirse, sizce yeni medya araçlarıyla birlikte vatandaşın haber üretebilir hale gelmesi haberin sahip olduğu söyleme, dile nasıl yansdı?**

Şimdi bu tabii özellikle internetle birlikte ve cep telefonlarıyla birlikte ortaya çıkan yeni bir durum. Aslında kavramsal olarak bakıldığında yurttaş gazeteciliği, ben yurttaş gazeteciliği kavramını çok temkinli kullanıyorum. Çünkü o aslında doğru kullanılmayan bir kavram diye düşünüyorum. Yurttaşların haber üretimine katılması süreci aslında cep telefonlarıyla birlikte bir anlamda arttı. Daha önceden de elbette yurttaşlar gene haber üretim sürecine katılıyorlardı elbette ama sınırlıydı bu. Mesela önceden kameralar vardı, o kameralarla gördükleri olayları, tanık oldukları olayları çekip paylaşan insanlar vardı. Hatta mesela Kennedy suikastını çeken bir vatandaşdır ve vatandaş gazeteciliğinin de başlangıcı olarak kabul edilir bu olay.

Bu süreçte yurttaşlardan gelen bilgilerin ya da görüntülerin haberleştirilmesi elbette haber söyleminde de bir değişiklik yarattı kuşkusuz. Çünkü nihayetinde bu profesyonel gazetecilerin ürettikleri bir süreç değil, daha çok yurttaşların çektiği ve paylaştığı görüntülerden oluşan ve ardından da tüm bunları haber diline uydurma süreci olarak karşımıza çıkıyor. Bugün de aslında bu süreci özellikle WhatsApp aracılığı yurttaşlardan gelen görüntüler üzerine yapılan haberlerde görüyoruz. Sosyal medyanın kendine özgü bir dili var. McLuhan'ın teknolojik determinizm olarak bilinen kavramına geliyoruz buradan. Yani eğer siz Instagram'da habercilik yapıyorsanız Instagram'a uygun bir dil geliştirmeniz lazım. Gazetede bastığımız haberi olduğu gibi Instagram'a koyarsanız o haber okunmaz. Çünkü oranın okur kitlesi farklı bir şey bekliyor o mecrada. Dolayısıyla aslında bu süreçte mecralara özgü bir haber dili de oluşturma süreci de yaşandı. Sosyal medya aynı zamanda gazetecilerin de böyle farklı biçimlerde, farklı söylemlerle haber üretmelerini zorunlu hale getirdi. Yani aynı haberi kopyalayıp yapıştıramazsınız farklı mecralara. Oraya uygun içerik üretmeniz gerekir. Oraya uygun bir dil kullanmanız gerekir. Oraya uygun, oranın kitlesini kabul edebileceği, anlayabileceği bir habercilik pratiği geliştirmek zorundasınız.

## **Peki sizce bu habercilik pratikleri için olumlu bir durum mu? Yoksa olumsuz bir durum mu? Yani bu mecraaya göre bu kadar değişmesi.**

Haber nedir aslında? Haber insanların olan bitenden haberdar edilmesi değil mi? Eğer siz bunu yapabiliyorsanız önemli olan budur bence. Bunu nasıl anlattığının çok bir önemi yok. Önemli olan bu anlattığınız şeyi insanlar doğru biçimde anlıyorlar mı? Benim bakış açım bu. Dolayısıyla bu format değişikliği, haber dilinin değişmesi... Mesela sosyal medyayla birlikte daha kısa haberler yapılmaya başlandı. İlk başta biliyorsunuz “tık haberciliği” diye çok eleştirdiğimiz bir pratik vardı. Artık insanlar medya kuruluşlarının mecralarından haber takip etmiyorlar. Nereden takip ediyorlar? Sosyal medyadan takip ediyorlar. Şimdi sosyal medyadan takip edince de benim “bak geç gazeteciliği” diye Türkçeye çevirdiğim bir gazetecilik ortaya çıktı. İnsanlar bakıp geçiyor yani; okumuyorlar ayrıntısını. Bu sefer işte haberleri okutabilmek, en azından sayfaya tıklatabilmek. Çünkü sonuçta orada bir üretim var. Bu kez de tıklanmak için acayip başlıklar atmak, okuru kandırmak vesaire gibi pratikler söz konusu olmaya başladı. Günümüzde ise mesela şimdi yeni bir şey var, ben buna “haber kırıntıları” diyorum. Birtakım hesaplar var. Haber hesapları deniyor bunlara. Bunlar mesela haber yok ortada. Sadece bir özet var. Yani işte iki cümlelik bir şey yapıyor. İşte bugün şu oldu diyor. E detay yok, fotoğraf var. Video varsa video koyuyorlar. Ama video yoksa sadece bir görselle veyahut da görsel bile olmadan sadece bir iki cümleyle bugün şu oldu diyor. Bunları veriyor mesela. Şimdi normalde peki bunlar nasıl gelir elde ediyorlar? Birincisi işte etkileşimlerden alıyorlar. Çok fazla paylaşım yaptıkları için. İkincisi de iş birliği dedikleri böyle parasal işler yapıyorlar aslında. Dolayısıyla aslında işin problemlisi kısmı o. Siz ajans olsanız da yine ilgi çekici başlıklarla duyuracaksınız haberinizi. Fakat burada tabii ki koşullar değiştikçe, yeni mecralar ortaya çıktıkça insanların haber okuma pratikleri değiştikçe siz ona uymak durumundasınız. Medya buna uygun bir dil geliştirmek zorunda aslında. Yani ben geleneksel haberciliğimden ödün vermem diyemiyorsunuz. Tek fark sosyal medya dışında geleneksel gazeteciliği sürdürebileceğiniz bir mecraya sahip olup olmadığınız. Örneğin bugün New York Times’ın yaptığı gibi. Onlar zaten gazetede haberlerini her zaman yaptıkları gibi yapıyorlar. Ama işte sosyal medyaya, internete geçince orada farklılığa gidebiliyorlar, o haberi farklılaştırabiliyorlar. Çünkü oranın okur kitlesi farklı. Yani basılı gazeteninki farklı, internetinki farklı. New York Times bunu yapabiliyor çünkü hem geleneksel gazeteciliği sürdürebileceği sermayeye, mecraaya ve okur kitlesine sahip hem de yeni medya araçlarını etkin şekilde kullanabilmesini sağlayan iş gücünü bünyesinde barındırıyor.

## **Sizce bu geçişi sermaye nasıl etkiliyor? Sermayedarlık ilişkisini nasıl konumlandırmak, nasıl düşünmek gerekiyor burada?**

New York Times örneğinden devam edelim. Bizde mesela bu süreci sağlıklı biçimde yürüten var mıdır diye şöyle bakıldığında aslında biraz problemlisi. Çünkü bizde büyük oranda basılı gazete bitmiş durumda. Şu anda bize aktarılan rakamların hayali olduğunu düşünüyorum. Çok yüksek olduğunu, o kadar gazete satılmadığını düşünüyorum Türkiye’de. Basılı gazetecilik bir biçimde bitti aslında. İnternet gazeteciliği ya da sosyal medya üzerinden

ilerleyen gazeteciliğin de ekonomik açıdan büyük sorunlara sahip olduğunu söylemek lazım. Bizde okurun, her ne kadar ifade terminolojik olarak sempatik görünmese de, “müşteri” olduğu bir sürecin inşa edilmesi gerektiğini düşünüyorum. Okuyucunun kaliteli haber için para ödeyebilecek durumda olması haberciliğin sermaye ile kurduğu ilişkiye de yeni bir boyut kazandıracaktır. Ben ABD’de öğrenciyken bir gazeteye aboneydim. Bunu yapabilecek ekonomik gücüm öğrenci olmama rağmen vardı ancak bugün Türkiye’de kim, hangi gazeteye ne kadar abone olabilir sorusunun yanıtı çok net değil bence. Tabii bunda ülkenin içinde yer aldığı ekonomik durumun da etkisi büyük. Fakat temel problemin okurun habere ve haberciliğe yönelik bakış açısı olduğunu düşünüyorum.

**Haber ve haberciliğe yönelik bakış açısından bahsetmişken sosyal ağ platformları ve demokrasi meselesini de konuşalım derseniz. Twitter kısa bir süre öncesine kadar demokratikleşme açısından önemli bir platformdu ancak Elon Musk ile bu değişmeye başladı. Siz bu durumun sosyal medyadaki haberciliği etkileyeceğini düşünüyor musunuz?**

**Yüzde yüz** etkileyecek. Twitter fikirlerin çarpıştığı bir yerd. İnsanlar fikirlerini rahatça dile getiriyor ve tartışıyorlardı. Tabii ki sıkıntılı durumlar da oluyordu ama sonuçta haber üretimine de belirli açılardan olumlu yansıyor. Şimdi insanlar etkileşim almak, etkileşim üzerinden para kazanmak için söylemlerinin içeriğine daha az önem vermeye başladı. Önceden çok önem veriyorlardı demiyorum ama bugün bir haberin ya da olayın aktarımında doğruluk kriterlerinin göz önünde bulundurulması söz konusu bile değil.

Burada yapay zekâ boyutuna da değinmek istiyorum. Özellikle habercilikle ilgili söylem pratiklerini büyük oranda etkileyeceği aşikâr. Fakat önemli olan hukuksal boyutunun düzgün yapılandırılması. Bizde genelde bu tarz değişimler önce, hukuksal düzenlemeler ise daha sonra geliyor. Daha doğrusu hukuki düzenlemeler, değişimleri yakalamakta çok zorlanıyor. Tam da bu sebeple internet hukukunun düzenlenmesi gerekiyor. Hükümet dezenformasyon yasası ve temsilcilik açma zorunluluğu ile internet hukukunu düzenlemeye çalıştığını düşünüyor ancak gerçek sorunlara temas eden çözümlere ihtiyacımız var. Son olarak geçen günlerde yaşadığım bir olayı anlatmak istiyorum. ABD’de bir tane web sitesi dünya çapında yapay zekâ tarafından güvenilmez haber içerikleri üreten sekiz yüz iki web sitesi tespit ettiklerini açıkladı, bunların içinde Türkiye’den de web siteleri olduğunu iddia ettiler. Kendileriyle iletişime geçtim ancak araştırmanın paylaşılması için lisans anlaşması önerdikleri için haber sitelerinin isimlerine erişemedim. Dünya çapında sekiz yüz iki haber kaynağının yapay zekâyâ güvenilmez haber içerikleri üretirmesi çok büyük bir problem. İşte tam da bu yüzden gerçek hukuki düzenlemeler gerekiyor.





# Gizli Bir Disiplin Olarak Kültürel Çalışmalar\*

## Cultural Studies as a Hidden Discipline

Çeviren: Elif Kahraman Gökalp<sup>1</sup> 



\*Paul McEwan (2002) "Cultural studies as a hidden discipline", Volume 5(4): 427-437, INTERNATIONAL Journal of CULTURAL studies, London, Thousand Oaks, CA and New Delhi. Bu eser, yazarından yazılı izin alınarak tercüme edilmiş ve yeniden yayımlanmıştır.

<sup>1</sup>İstanbul Üniversitesi, İstanbul, Türkiye

ORCID: E.K.G. 0000-0002-8142-3624

**Sorumlu yazar/Corresponding author:**

Elif Kahraman Gökalp,  
İstanbul Üniversitesi, İstanbul, Türkiye  
E-mail: elifkahraman1@istanbul.edu.tr

**Başvuru/Submitted:** 21.03.2024

**Kabul/Accepted:** 26.04.2024

**Atıf/Citation:** Kahraman Gökalp, E. (2024) Cultural studies as a hidden discipline. *4. Boyut Journal of Media and Cultural Studies - 4. Boyut Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 24, 147-156.  
<https://doi.org/10.26650/4boyut.2024.1456597>

### ÖZ

Bu makale, kültürel çalışmalarda disiplinlerlik konusunu alandaki potansiyel öğrencilerin bakış açısıyla incelemektedir. Eğitim uygulaması olarak kültürel çalışmaların, adlandırılmış bir konu alanı olarak öğretildiği birkaç üniversite dışında çok az kamusal profili olan gizli bir disiplin olduğunu ileri sürmektedir. Bu görünürlük eksikliğinin sonucu, kültürel çalışmaların içeridekiler, zaten 'bilener' ve tesadüfen karşılaşanlar için bir disiplin haline gelme tehlikesiyle karşı karşıya kalmasıdır. Haklarından mahrum edilmiş gruplarla siyasal olarak ilgilenmek için kültürel çalışmaların bu gruplara görünür olmak adına daha fazla çaba sarf etmesi gerektiğini savunuyorum. Bu nedenle, paradoksal olarak, kültürel çalışmaların bir eğitim pratiği olarak siyaseten daha fazla angaje olabilmesi için, kurumsal disiplinliğin donanımlarından daha fazlasını üstlenmesi gerekir.

**Anahtar Kelimeler:** Disiplinlerlik, eğitim, programlar, sıralamalar, kuram/uygulama, görünürlük

### ABSTRACT

This article examines the issue of disciplinarity in cultural studies from the perspective of prospective students in the field. It argues that cultural studies as educational practice is a hidden discipline with little public profile outside the few universities where it is taught as a named subject area. The result of this lack of visibility is that cultural studies is in danger of becoming a discipline for insiders, for those already 'in the know' and those who stumble across it. I argue that, in order to become politically engaged with disenfranchised groups, cultural studies must make more effort to be visible to those groups. Thus, paradoxically, for cultural studies to become more politically engaged as educational practice it must take on more of the trappings of institutional disciplinarity

**Keywords:** Disciplinarity, education, programs, rankings, theory/practice, visibility

## Giriş

Şöyle bir senaryo hayal edin. Kuzey Amerika'daki bir üniversitede lisans son sınıf öğrencisi, lisansüstü okullar hakkında tavsiye almak için güvendiği bir profesöre başvurur. Bu öğrenci kültürel çalışmalar veya ilgili bir alanda daha fazla çalışmayı düşünmektedir. Bir lisans öğrencisi olarak daha geleneksel bir edebiyat, dil veya medya bölümünde kültürel çalışmalara değinen sadece birkaç ders almıştır. Öğrenci şanslıdır, çünkü profesörü iyi akademik itibara sahip üniversitelerde ilgi alanlarıyla örtüşen birçok program önerisi sunabilmektedir. Profesör her bir programın güçlü ve zayıf yanlarını ve öğrencinin göz önünde bulundurması gereken etkenleri özetler. Öğrenci üniversitelerin kendilerinden daha fazla bilgi almaya, karar vermeye, başvuruları doldurmaya ve resmi transkriptleri istemeye hazır bir şekilde ayrılır.

Eğer bu öğrenci İngilizce ya da başka bir yerleşik disiplinde daha fazla eğitim almakla ilgileniyor olsaydı, kendisine sunulan bir dizi ek bilgi kaynaklarına sahip olacaktı. Örneğin, eğer edebiyat alanındaki geleneksel lisansüstü programlarla ilgileniyor olsaydı, bu programların listelenmiş, tanımlanmış ve sıralanmış olarak bulabileceği birçok yer bulunmaktadır. Öğrencinin güvenebileceği daha fazla şey olduğundan dolayı, profesörün tavsiyesi karar verme sürecinin sadece bir parçası olacaktı. Oysaki lisansüstü çalışma tercihi kültürel çalışmalar olursa, öğrenci genellikle (daha sonra göstereceğim üzere) süreci başlatmak için bu dostça tavsiyeden biraz daha fazlasına sahiptir.

Bu, elbette, bu hayırsever profesörün her türlü yardıma hazır olduğunu varsayar. Birçok geleneksel bölümde kültürel çalışmalara veya bu alanda lisansüstü çalışma yapmanın mümkün olduğuna çok az değinilir ya da hiç değinilmez. İlgili alanları ve yeteneklerinin kendisine bu gelişmekte olan alanda çok iyi hizmet edebilecek potansiyel öğrenci, bunun mümkün olduğunu bilmediği için doğru soruları asla sormayabilir. Çalışmalarına ara veren veya bilgi alabilecekleri bir danışmanı olmayan öğrenciler de benzer zorluklara sahip olacaklardır. Nihai sonuç şudur ki, kültürel çalışmalar 'içeriden' bir disiplin haline gelmektedir; kültürel çalışmalar hakkında gerçekten herhangi bir şey bilmenin tek yolu kendisiyle zaten birtakım resmi ya da gayri resmi bazı bağlantılara sahip olmaktır. Akademik bir disiplin olarak kültürel çalışmaların düşük kamusal profili, böylece çoğu potansiyel öğrencinin hakkında herhangi bir şey bilmesi şöyle dursun muhtemelen varlığından bile haberdar olmadığı anlamına gelir.

Görünürlük meselesinin, kültürel çalışmaların karşı karşıya kaldığı önemli zorluklardan sadece biri olmadığını, aynı zamanda muhtemelen en az fark edilebilen sorunu olduğunu da ileri süreceğim. Çünkü kültürel çalışmalara ilgi duymuş ve alana katkı sağlayan bir şeylere sahip olmuş kaç öğrencinin bunun bir seçenek olduğunun farkında olmadıklarından ötürü başka şeyler yapmış olduğunu bilmiyoruz. Kültürel çalışmalar alanında Kuzey Amerika'daki lisansüstü programlarını bulmak ve tanımlamak zor bir iştir. Bu makaledeki amacım, Ted Striphas'ın da belirttiği üzere (1998a: 453), kültürel çalışmaların ne olduğundan ziyade ne olması gerektiğine dair üst-söylemler olma eğiliminde olan kültürel çalışmalar alanındaki

muhtelif tartışmaların ışığında bunun neden böyle olduğuna dair bazı nedenleri özetlemektir. Bu söylemler, disiplinin kurumsal gelişmelerini neredeyse tamamen görmezden geldi. Lisansüstü çalışmayı düşünen öğrenciler için mevcut olan kaynakların niteliğini özetleyeceğim. Son olarak, kültürel çalışmaların mahiyetine ilişkin bazı üst-söylemlerin ışığında programların daha fazla belgelendirilmesi ve görünür kılınması için bazı seçenekleri değerlendireceğim. Amaç, kültürel çalışmalar alanındaki programların sıralanması gibi seçeneklere verdiğimiz yanıtları ve böyle bir sıralama için (varsa) kriterlerin neler olabileceğine dair kaçınılmaz tartışmayı tekrar gözden geçirmektir. Kısacası, kültürel çalışmaların ana akım bölümlerin kuruluş ve yapılanma biçimleri açısından kurumsal mücadeleye girmesi gerektiğini öne sürüyorum. Bunun kültürel çalışmaların kendisi için belirlediği siyasi hedeflere ulaşması için en iyi yol olduğunu iddia ediyorum.

### Görünürlük ve Siyasi Katılım

Burada ileri sürdüğüm iddiaların üç temel konusu var. Bunlardan ilki, kültürel çalışmaların kendini gündelik kültüre ve işçi sınıfına bağlı bir disiplin olarak görmesine rağmen, aslında akademi içerisinde zar zor görülebilen ve akademinin dışında da genellikle görünmez olan bir ‘yüksek kültür’ olgusu olmasıdır. Etkin bir realpolitikanın parçası olduğu yönündeki tüm iddialarına rağmen, bazı ülkelerdeki siyasette sahip olduğu küçük etkinin üniversite dışında sokak seviyesine inmesi uzun zaman alacaktır. Burada kendimize sormamız gereken zor sorular şunlardır: Kültürel çalışmalar neyi değiştirdi ve kimin için değiştirdi? Cevapların sırasıyla ‘çok bir şey değiştirmedim’ ve ‘öncelikle akademisyenler için değiştirdi’ olduğunu düşünüyorum. Kurumsal eğitimin muhafazakârlığına karşı savaştan akademik isyancılar olduğumuza dair romantik düşüncelerimiz nedeniyle gündelik hayata bağlılığımızı fazlasıyla abarttığımıza inanıyorum. Kendimizi ‘dışlanmışlar’ ve mazlum azınlıklar olarak sunarak toplumdaki gerçek azınlıklarla çok az bir bağlantımızın olduğunu gözden geçiriyoruz. Aslında, onların aramızdaki gerçek mevcudiyetlerini gereksiz kıldık.

Bu konuyla bağlantılı olan ikinci varsayım şudur: Kültürel çalışmaların gündelik kültürle olan bu (imgesel) bağlılığını sürdürmesinin en iyi yolu, akademiye disiplinlerlik donanımlarından kaçınmaktır. Temel görüş, işçi sınıfı, kadınlar veya etnik azınlıklar ve geniş anlamda ‘popüler kültür’ ile bağımızı korumaya çalıştığımız için, akademinin fildişi kulelerinden mümkün olduğunca kaçınmamız, çalışmalarımızı üniversite yaşamının ‘arada kalan’ alanlarında yapmamız ve bölüm statüsü veya bahsedilen kürsüler tarafından baştan çıkarılmayı reddetmemiz gerektiğini savunmaktadır. Bu görüşle ilgili sorun, kültürel çalışmaların disiplinlerarasılığının onu akademi dışındaki dünyayla hiçbir şekilde temas halinde tutmamasıdır. Aslında yalnızca doğru ekollerdeki bilgili ve içeride bulunan kişiler tarafından erişilebilen gizli bir disiplin yaratarak tam tersi bir etkiye sahiptir. Kültürel çalışmaların akademi dışındaki dünyaya görünür olmasını sağlayacak ve kültürel çalışmaların ihtiyaç duyduğu ve kültürel çalışmaların kişisel ve siyasi açıdan yararlı olabileceği türden öğrencileri cezbedecek olan şey, tam olarak kültürel çalışmaların kaçınmaya çalıştığı disiplinlerlik donanımlarıdır. Basitçe söylemek gerekirse, disiplinlerlik görünürlüğü

beraberinde getirir. Disiplinerlik, kültürel çalışmaları lisans veya lisansüstü çalışma yapmayı düşünen öğrencilere sunulmuş olan seçeneklerin bir parçası yapacaktır. Kültürel çalışmaların üniversitede bir disiplin olarak yerleşmesi, üniversite dışındaki insanlara ulaşmasına yardımcı olacaktır. Disiplinerlik olmadan kültürel çalışmalar, hâlihazırda kabul edilmiş kişilerin özel ilgi alanıdır.

Tüm öz-analizine rağmen, bir disiplin olarak kültürel çalışmalar çoğu zaman kendi özelliklerinin farkında değilmiş gibi görünmektedir. Disiplinerlik ve üst/alt kültür ayrımları hakkında süregelen kültürel çalışmalarla ilgili tartışmalara yönelik yıkıcı bir eleştiri getiren John Brenkman (1999), kültürel çalışmaların eleştirdiği şeylerin ta kendisi olduğu düşünüldüğünde, bu tartışmaların boşluğunu çabucak ortaya koymaktadır. Öncelikle, ara ara biçime karşı olan belirgin karşıtlığına rağmen, kültürel çalışmalar bir alanyazındır, ilk olarak *basılı* dünyada var olur. Aynı zamanda, inkâr edilemeyecek bir şekilde *üst* kültürdür, çünkü bu kültür içerisinde yer alabilmek için, söylemin birçok ezoterik biçimlerinde yoğun eğitim ve öğretime ve gündelik kültürle ‘yöntemsel olarak yabancılaşmış’ bir ilişkiye ihtiyaç duyulur. En önemlisi, temelde disiplinlerarası ve hatta bir disiplin kavramının ötesinde olduğu iddialarına rağmen, kültürel çalışmaların kesinlikle bir disiplin olduğu iddiasıdır. Brenkman’ın da dikkat çektiği üzere, ‘kültürel çalışmaların yöntemleri, konuları ve söylemsel normları irdelendiğinde geleneksel bir tarih bölümününkilerden daha kısıtlı ve daha tekdüzedir’ (1999: 110). Brenkman’ın odağı, kültürel çalışmaların nesnelere ve kültürel eserlere ve “Tanrı, ulus-devlet, bireycilik ve ‘serbest piyasa’ çok uluslu kapitalizmi” (1999: 111) dâhil olmak üzere toplumun muhafazakâr sütunları olarak gördüğü şeylere tepki verme yolları üzerinedir.

Brenkman’ın bir disiplin olarak kültürel çalışmaların kısıtlılığı hakkındaki iddiasını açmak için, kültürel çalışmaların genellikle çok az disiplinin sahip olduğu bir şekilde – politikaları açısından- kısıtlı olduğunu belirtmek önemlidir. Brenkman dikkatini kültürel çalışmaların araştırma nesnesi olarak gördüğü şeye verse de, en ilginç ‘söylemsel normlara’ yaptığı geçici atıftır. Ben bunu kültürel çalışmaların siyasi kısıtlılığına bir atıf olarak görüyorum, bunun disiplinin hem lütuf hem de lanet olan bir yönü olduğuna inanıyorum. Kültürel çalışmaların görece kısıtlı sol gündemi, ona varoluş nedeni ve motivasyon sağlayan şeydir. Bu, onu geleneksel disiplinlerden ayıran şeydir ve genellikle gündelik hayattan kopuk olarak kalıplaşmış akademik çalışmadan gelen gerçek eylem beklentisi sunduğu için, bu disiplinin içinde olanlar için cazibenin büyük bir kısmını oluşturmaktadır. Kısacası bu, disiplinin temel bir yönüdür ve terk edilmesi halinde, genellikle tasavvur edildiği şekliyle kültürel çalışmaların varlığının sona ermesi anlamına gelecektir. Lakin kültürel çalışmaların politikaları cazip faydalar sunsa da, olması gerekenden çok daha az tartışılan riskler de taşımaktadır.

Kültürel çalışmaların siyasi yelpazesinin görece kısıtlılığı, tartışmaya bir hayli gerçek sınırlar getirmekte ve bu parametrelerin dışında kalan fikirlerin göz ardı edilebileceği anlamına gelmektedir. Vaktinin önemli bir kısmını kitlesel medyada ifade edilen siyasi görüşlerin kısıtlılığını ve bu kısıtlılığın kamusal söylem üzerindeki zararlı etkilerini analiz etmeye harcayan bir disiplinin kendi çeşitlilik eksikliği hakkında daha fazla endişelenmemesi

ironiktir. Ancak, tam da gazetecilerin bir meseleyi bütün yönleriyle sunduklarına inanma eğiliminde olmaları gibi, içerisindeyken hiçbir tartışma kısıtlı görünmez. Ancak bir adım geri çekilip kültürel çalışmaların siyasetini genel nüfusun ve çağdaş kamusal söylemin siyasetiyle karşılaştırdığımızda, onun kapsam eksikliği görünürlük kazanmaktadır. Kültürel çalışmaların hatalarının çoğuna yol açan tam olarak, bu 'içeriden' zihniyettir, bu kültürel çalışmaları başkalarının görebileceği şekilde görmeye çalışmayı reddetmedir. Bu, özellikle disiplinlerlik hakkında konuştuğumuzda geçerlidir.

Kültürel çalışmaların disipliner statüsü, kendi tartışma alanında süregelen bir tartışma konusu olmuştur. Kültürel çalışmalar akademisyenleri bu alanın bir disiplin haline gelip gelmemesi gerektiğini tartışırken, alan gelişti ve bir disiplin haline geldi. Alan Brenkman'ın kastettiği –çalışma alanının genişliği ile tanımlanan- anlamda her zaman bir disiplin olmuş olsa da, kurumsal anlamda da bir disiplin haline gelmiştir. Son 10 veya 15 yılda, kültürel çalışmalar birçok üniversitede kurumsallaşmış ve bölüm haline gelmiştir. Lakin bununla birlikte kültürel çalışmalar akademinin içerisinde gizli kalmaya devam ediyor. Kültürel çalışmalar genel olarak kültür içerisinde düşük bir profile sahiptir ve öğretildiği üniversitelerin dışında akademik bir disiplin olarak çoğunlukla görünmezdir. Her ne kadar bu düşük profilin bir kısmı çağın bir işlevi olsa da, aynı zamanda kültürel çalışmaların disiplinlerlik donanımını üstlenme konusundaki isteksizliğinin de bir işlevidir; bunların düşüncede muhafazakarlığı teşvik edebilecek yapıdaki muhafazakarlık belirteçleri olduğundan korkulur. Her ne kadar kültürel çalışmalar uygulayıcıları diğer disiplinlerdeki meslektaşlarının kendilerine saygı göstermemesinden şikâyet etseler de, asi imajımızın çekici bir yanı var ve bu imajdan vazgeçmek istemiyoruz.

Kuramsal eleştirel söylemler ile gündelik uygulamalar arasında bağ kurmaya yaptığı tüm vurguya rağmen, kültürel çalışmalar bu çabayı üniversitede nasıl işlediğine dair kendisine döndürme konusunda isteksizdir. Kültürel çalışmaların nasıl işlenmesi gerektiğine dair sonu gelmeyen tartışmalar yapma eğilimi olsa da bunlar günlük sürecin karşılayamayacağı standartlardır. Yüksek standartlar belirlemenin aşikar değeri olsa da, bu durum, bu uygulamaların kuramın radikal doğasının aksine olumlu anlamda tutucu görünmesine neden olarak kurumsal meselelere ilişkin tartışmaları engellemektedir.

Kültürel çalışmaların disiplinlerarasılığı ya da disiplin karşıtlığı üzerine bitmek bilmeyen tartışmalar alan yazımında sürerken, disiplin sahada birçok farklı şekilde gelişti (Rooney, 1990: 21; Bennett, 1992: 23; Straw, 1993: 88; Grossberg, 1997: 2). Genel olarak, Britanya ve Avustralya'daki üniversitelerin Kuzey Amerikalı benzerlerine kıyasla şu veya bu şekilde kültürel çalışmalar olarak adlandırılan programlar veya bölümler geliştirmeleri daha olası olmuştur. Bu yeniden adlandırma eylemi, bu ülkelerde alanı disiplinlerliğe doğru iten önemli bir gelişmedir. Kültürel çalışmalar, ABD ve Kanada'da bir yöntem ve bir çalışma ve araştırma alanı olarak büyük ölçüde benimsenmiş olsa da, bu şekilde adlandırılması daha az olası olmuştur. Bu yavaş yavaş değişiyor olsa da, kültürel çalışmalarla ilgili fikirler isminden çok daha hızlı yayılıyor gibi görünüyor. Bu nedenle, kültürel çalışmalar etiketli programları

arayan öğrencilerin, Kuzey Amerika’da ihtiyaçlarına gerçekten uygun olabilecek çok sayıda okula kıyasla yalnızca bir avuç seçeneği vardır. Bağımsız kültürel çalışmalar bölümlerinin kurulmasına yönelik fazla bir ivme görülmediği için, kültürel çalışmalar disiplin dışı bir alan olarak kalmıştır. Kültürel çalışmalar bazı bakımlardan gizli bir disiplindir.

Bu görünürlük eksikliği, inanıyorum ki, alanın gelişmesinin önünde gerçek bir engeldir. Kültürel çalışmalara ilgi duyabilecek öğrenciler, potansiyel çalışma programları hakkında fikir edinmek için genellikle bakabilecekleri yerlerin hiçbirinde kültürel çalışmalarla karşılaşmazlar. Daha fazla disiplinerlik, kültürel çalışmaların bu listelerde ve bölüm ve çalışma alanlarının seçilmesine ilişkin söylemde daha fazla öne çıkmasını sağlayacaktır. Elbette disiplin statüsü, muhtemelen kültürel çalışmalar programlarının potansiyel öğrencilere bu hizmeti sağlayan çeşitli dış medya ve yayıncılık şirketleri tarafından sıralanmasına yol açacaktır. Programların sıralanması, ana akım programlara alternatif olarak kültürel çalışmaların özüne aykırı gibi görünüyor, fakat şu anda akademi dışında mevcut olan bilgilerin hızlı bir incelemesi, alanın şu anda çok az görünürlüğe sahip olduğunu gösteriyor ve bu tür bir kamuoyu dikkatini memnuniyetle karşılaması gerektiğini savunuyorum.

## Sıralamaları ve Listelemeleri Analiz Etme

Kuzey Amerika’da lise sonrası eğitim programlarının sıralamaları bazen eğitimin kendisi kadar büyük bir iş gibi görünmektedir. Öğrencilerin gelecekteki programları hakkında seçim yapmalarına yardımcı olmak için her sene güncellenen birçok haber ve referans kaynakları bulunmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri’nde en bilindik sıralamalar arasında, *US News and World Report* tarafından yayınlanan ve çeşitli uzmanlık alanlarında lisans ve lisansüstü programları sıralayan ve sıralamaları kurumların kendilerinde bir hayli endişe ve hedef belirleme kaynağı olan sıralamalar yer almaktadır. Sıralamalar okulların ‘itibarından’ aşırı derecede etkilendiğinden, bir anlamda kendi kendini gerçekleştiren kehanetler oldukları için oldukça etkisiz olma eğilimindedirler. Üst sıralarda yer alan bir okulun gelecek yılki ankette iyi bir itibara sahip olacağı neredeyse kesindir. Ayrıca, her yıl kapsamlı ve doğru olduğu iddiasıyla üniversite programlarına ilişkin bir dizi rehber hazırlayan en az dört büyük yayın şirketi bulunmaktadır. Bu ağır referans kitapları, genellikle lisans programlarını ve lisansüstü okulları disipline göre ayırırlar. Yine de vurgu, *US News and World Report* sıralamalarında olduğu gibi, profesyonel okullar - tıp, hukuk ve mühendislik - üzerinde olma eğilimindedir. Tüm doktora programlarının toplamı genellikle bu üç alanın her birinden daha az ilgi görmektedir. Kültürel çalışmalar bu rehberlerin hiçbirinde listelenen bir çalışma alanı değildir. Alanın yeniliği nedeniyle bu pek şaşırtıcı olmasa da, kültürel çalışmaların bazen yer aldığı İngilizce dışındaki birçok ilgili disiplin hakkında bilgi bulmak da zor veya imkânsızdır. *US News and World Report* iletişim programlarını sıralamaz, sadece film, televizyon ve kültürel çalışmalar programlarını da barındıran okulların film yapımı veya MFA programlarını sıralar. Sosyoloji sıralamalarında ‘kültür sosyolojisi’ alt kategorisi vardır fakat İngilizce sıralamasında ‘kültürel çalışmaları’ tanımlamak için yararlı olabilecek benzer bir birim yoktur. Programları listeleyen referans kitapları genellikle en eksiksiz olanlardır ve genellikle iletişim ve hatta

medya çalışmaları bulunabilir. Fakat söz konusu program sıralamaları olduğunda durum, haber dergilerindekine benzerdir - kültürel çalışmalar ve ilgili alanlar hiçbir yerde bulunmaz.

Kanada’da üniversite sıralamaları, *Maclean’s* dergisi tarafından yaklaşık 10 yıl önce başlatılan nispeten yeni bir iştir. İlk sıralamalar üzerine koparılan gürültü, bu tür bir bilginin neden olabileceği zorluklara işaret eder. Programın ilk birkaç yılında, bir avuç üniversite *Maclean’s* dergisine sıralamaları derlemesi için gereken bilgiyi sağlamayı reddetti, çünkü görünüşe göre sonuçlardan çekindiler ya da sıralamaların adaletsiz bir biçimde derlendiği hissine kapıldılar. *Maclean’s* anketinin zayıf yönü, lisans mezunlarına yönelik olması ve okulların lisansüstü ve lisans programlarının toplam gücüne göre sıralanmasıdır; bu, belirli lisansüstü programları değerlendirirken çok az yardımcı olur.

İtibar ile daha fazla hesaplanabilir bilgi arasındaki denge sorunu zor bir sorundur. Bir okulun itibarının okulun mevcut programlarından daha çok geçmişine ilgili olmasına rağmen, paradoks şudur ki, itibar, eğitimlerinin gerçekliğini ne kadar iyi yansıttığına bakılmaksızın, mezun olan öğrenciler için çok değerlidir. Böylece, bir okulun itibarı bir anlamda ‘gerçeklik’ ile hiçbir ilişkisi olmayabilir, ancak kendi başına bir gerçeklik, iş piyasası veya eğitim piyasasında pazarlanabilir değerli bir meta olabilir. İlginç bir şekilde, kültürel çalışmaların potansiyel öğrencilerinin okullara dair herhangi bir ‘somut’ veriye erişimleri olmadığı için büyük ölçüde itibar anketlerine ve bunların sadece gayri resmi olanlarına güvenirlere. Giriş kısmındaki farazi örneklemede yer alan potansiyel öğrenciye rehberlik edecek sadece gayri resmi bir itibar anketi vardır, bu da farklı kurumlardan çeşitli akademisyenler yerine tek bir profesör tarafından sağlanmaktadır.

Kültürel çalışmaları düşünen potansiyel lisansüstü öğrencilerin erişebilecekleri yegâne kaynaklar internette yer alan kaynaklar gibi görünüyor. Her ne kadar başlıca okul sıralama siteleri, basılı muadilleri gibi, kültürel çalışmaları bir kategori olarak görmese de, çok yararlı olabilecek bazı özel derlenmiş kaynaklar vardır. İlk ve muhtemelen en bilineni Sarah Zupko’nun *Kültürel Çalışmalar Merkezidir* (*Cultural Studies Center* – [www.popcultures.com](http://www.popcultures.com)). Zupko’nun sitesi okulların kendilerine ait sitelerin bağlantı adresleriyle birlikte dünya çapında neredeyse 50 programlık bir listeyi kapsar. Gilbert Rodman benzer bir siteyi Güney Florida Üniversitesi (University of South Florida)’nde kültürel çalışmalar liste servisinin internet sitesinin bir parçası olarak sürdürmektedir ([www.cas.usf.edu/communication/rodman/cultstud/programs.html](http://www.cas.usf.edu/communication/rodman/cultstud/programs.html)). Site aynı zamanda Zupko’nun sitesinde yer almayan ve tam tersi şekilde burada listelenen birçok siteyle birlikte yaklaşık 50 programı listeliyor. Rodman’ın sitesindeki listelerin çoğu, Ted Striphas tarafından *Cultural Studies* (*Kültürel Çalışmalar*) dergisinin kurumsallaşma konulu 1998 özel sayısı için derlenen listeden alınmıştır (Striphas, 1998b).

Kültürel çalışmalar programlarının herhangi bir sıralamasını sunan keşfettiğim tek kaynak ABD’deki Ulusal İletişim Derneği’nin (National Communication Association) web sitesinde bulunuyor ([www.natcom.org/ComProg/GPDHTML/Scripts/reputationstudy.htm](http://www.natcom.org/ComProg/GPDHTML/Scripts/reputationstudy.htm)).

Temel amacı, iletişim programlarını sıralamaktır fakat eleştirel ve kültürel çalışmalar ile ilgili programlar da kategorilerden biridir. Site, öncelikli olarak iletişimle ilişkili olmayan ancak film veya medya çalışmaları ile ilgili olma eğiliminde olan birçok bölümü sıralamaktadır. Birçok kültürel çalışmalar programı bu şekilde değerlendirilebilir fakat öncelikli olarak İngilizce veya yabancı dillerle ilişkili programlar dahil edilmeyecektir. Bu yanlılığın bir nedeni, bunun tamamen bir itibar araştırması olması ve sıralamalar için anket grubunu oluşturan iletişim profesörlerinin medya çalışmalarındaki programlardan haberdar olma olasılığının diğer beşeri bilimler disiplinlerine göre daha yüksek olmasıdır. Her halükarda bu, daha geniş bir iletişim disiplini içerisindeki eleştirel ve kültürel çalışmaların bir sıralamasıdır. Bunun potansiyel öğrenci için değeri, sıralanmış programların neredeyse hiçbirinden diğer iki sitede bahsedilmemesidir. Bazı Kanada programlarına Kanada Film Çalışmaları Birliğinin (Film Studies Association of Canada) internet sitesinden de erişilebilir ([www.film.queensu.ca/FSAC/Schools.html](http://www.film.queensu.ca/FSAC/Schools.html)). Bu programlar aslında film ve iletişim listeleri olsa da, Kanada'daki kültürel çalışmalar programlarını aramaya başlamanın en iyi yoludur. (Bazı Kanada programları Zupko, Striphas ve Rodman'ın derledikleri listelerde de bulunmaktadır.)

Kuzey Amerika'da kültürel çalışmalar programı bulma görevi, bilhassa çok az programın bu ismi taşımasından ötürü karmaşıktır. İletişim veya İngilizce programlarını değerlendirdikten sonra, potansiyel öğrenci bilgi ararken büyük oranda okulların dürüst yanıtlarına itimat eder. Bir öğrenci okulu aradığında, bazen bir lisansüstü danışman veya başka bir bilgili personel soruları detaylıca cevaplamak için hazırdır. Bu, bir programın uygun olup olmadığının gerçekten anlaşılmaya başlandığı zamandır. Kültürel çalışmalardaki yaklaşım çeşitliliği, bunu görevin önemli bir parçası haline getirir. Hâlbuki öğrenciler, materyalin kendisinden ziyade materyale yönelik yaklaşımlar hakkında soru sormayı bilmelidir. Film ve medya alanındaki çalışmalar, bölümün bir kültürel çalışmalar yaklaşımını mı yoksa beşeri bilimler veya sosyal bilimlerden daha geleneksel bir yöntemi mi izlemeye eğilimli olduğuna bağlı olarak çok farklı programlar olabilir. Çoğu zaman, potansiyel öğrenciler bu ayrımların farkında değildir ve yine, onlara öğretmek için dışarıdan çok az yardım vardır.

Programları sıralama, kültürel çalışmaların eşitlikçi ruhunun laneti gibidir, fakat bununla birlikte hepimizin çeşitli zamanlarda (belki bilmeden veya vicdan azabıyla) uyguladığı bir şeydir. Bir öğrenci kendilerine başvurduğunda, kültürel çalışmalar hakkında bilgi sahibi olan herkes, itibarlarına ve ürettikleri bilginin kalitesine dayanarak programlar önerebilir. Başka bir deyişle, programları gerek öğrencilere yardımcı olması gerek kendi kariyer seçimlerimize yol göstermesi için kendimizi sıralıyoruz. Kendimize, meslektaşlarımızın akademik mensupluğunun ürettikleri işlerle hiçbir ilişkisi olmadığını söyleriz ama daha sonra konferans zamanımızın çoğunu yaka kartlarındaki kurum isimlerini inceleyerek geçiririz (McEwan,2003). Her ne kadar akademik nitelik ve itibar ölçümlerini sorunlu olarak görmek istesek de, önyargılarımız devam etmektedir. Benim iddiam, belki de bu sıralamayı kabul etmemizin, gün ışığına çıkarmamızın ve kendimizden olmayan öğrencilere sunmamızın zamanının geldiğidir.



## Disiplinerliğin Etkileri

Kültürel çalışmaların gizli bir disiplin olmasıyla ilgili bu zorlukların bazılarını çözenin anahtarı, programlarda daha fazla şeffaflık ve okulların programlarını duyurmak için daha fazla çaba göstermesidir. Kültürel çalışmaların, dışarıdan listelenen ve derecelendirilen ana akım bir disiplin haline gelmesi, iddia ediyorum ki arzu edilen bir değişimdir. Alanda, alanı tanımlayan radikalliğin kaybolmasından korkarak disiplin statüsüne doğru ilerleme girişimlerine şiddetle direnenler var. Ancak, kuramsal ve siyasi temellerinin aksine kurumsal yapıları açısından kültürel çalışmalar *zaten* bir disiplindir ve bir üniversite kültürel çalışmalar diploması verdiği anda kültürel çalışmaların bir disiplin haline geldiği söylenebilir. Kültürel çalışmaların kurumsal yapılarının kuramsal temellerinden tamamen ayrı olduğunu öne sürmek istemiyorum, sadece bu ikisinin birbirinden yeterince farklı olduğunu, böylece programlarımızın sunulmuş biçimi açısından bir disiplinin geleneksel unsurlarından bazılarını daha fazla yöntembilimsel katılığı benimsemek zorunda kalmadan benimseyebileceğimizi belirtmek istiyorum. Kadın çalışmalarını, Kuzey Amerika üniversite sistemi içinde yerleşik hale gelmiş ancak radikal yönünü kesinlikle kaybetmemiş bir disiplinin örneği olarak kullanırdım. Kadın çalışmaları ile Afro-Amerikan çalışmalarının her ikisi, akademi dışında kamuya açık profile sahip disiplindir, dolayısıyla potansiyel öğrenciler lisans veya lisansüstü programlara girmeden önce bu alanları seçenek olarak değerlendirebilirler. Böylece bu alanlar, mümkün olan en parlak öğrenciler ile siyasi hedeflerine bağlı öğrencileri kendilerine çekebilirler.

Bu nedenle, kulağa garip gelse de, listeleme ve derecelendirme gibi bazı disiplinler donanımları dahil etme hamlesinin kültürel çalışmaların bazı hedefleriyle sıkı bir uyum içinde olabileceğini de ileri sürmek isterim. Alanın gelişimi boyunca, mümkün olduğunca çok sayıda bakış açısını özümsemek için alanın açık ve disiplinler arası tutulmasına büyük önem verilmiştir. Gizli kalan bir alanın bu amaca karşı olduğu açıktır. Bir üniversite kampüsündeki öğrenciler, kampüslerinde kültürel çalışmaların ‘yapıldığını’ farkında olabilirler, ancak bunun daha fazla araştırma yapabilecekleri bir alan olduğunu bilmeyebilirler. Programların olmadığı kampüslerde bulunanlar ise tüm bunlardan asla haberdar olmayabilir. Aslında, kültürel çalışmalar bilgisi içeridekiler, bilgiye rastlayanlar veya bilgiyi sağlayan birini tanıyanlar için korunmaktadır. Programlar, açık süreçlerden ziyade kişisel bağlantılar yoluyla öğrenci kazanmaktadır. Kültürel çalışmaların neyle ilgili olması gerektiğine inanıyorsak, mesajı yaymak için bir disiplinin donanımlarına ihtiyacımız var.

Bu, elbette, siyasallaşmış herhangi bir hareketin veya disiplinin gelişimindeki klasik bir tartışmadır. Büyümenin belirli bir noktasında, ilgili kişiler bilgilerini daha da yayma ve değerini azaltma riskini almak ya da küçük ve saf tutmak arasında karar vermek zorundadır. Kültürel çalışmalarla ilgili olarak bu sorunun en basit cevabı, alanın zaten yayılmış olduğu ve evet, bazı durumlarda kurumsallaştıkça değerinin azaldığı ve siyasetle ilgisinin kesildiğidir. Gerçi tarihinin bu noktasında, kültürel çalışmaların, özellikle de Kuzey Amerika türünün, özgün fikirlerinin gücünü yeniden kazanmasının en iyi yolu, açıklık politikası,

alana katılabilecek en iyi öğrencileri teşvik etmek ve bunu yapmalarını mümkün kılmaktır. Kültürel çalışmalar açıklık, demokrasi ve ilerici siyasete dayandığını iddia etmektedir. Elit ve gizli bir akademik disiplin olarak, akademisyenleri ne kadar kamuya dahil olursa olsun, bu nitelendirmelerden herhangi birinin doğru olması imkansız olacaktır. Kendimizi üniversitelerde ve kamusal söylemde daha görünür hale getirmeliyiz. Bunu hızlı bir şekilde başarmanın yolu, disiplinlerliği ve bunun sağladığı kamusal profili teşvik etmektir.

---

**Hakem Değerlendirmesi:** Dış bağımsız.

**Çıkar Çatışması:** Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.

**Finansal Destek:** Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

**Peer-review:** Externally peer-reviewed.

**Conflict of Interest:** The author has no conflict of interest to declare.

**Grant Support:** The author declared that this study has received no grant support.

---

## Kaynakça/References

- Bennett, T. (1992) 'Putting Policy into Cultural Studies', in L. Grossberg, C. Nelson and P. Treichler (eds) *Cultural Studies*, pp. 23-37. London: Routledge.
- Brenkman, J. (1999) 'Extreme Criticism', *Critical Inquiry* 26 (autumn): 109-27. Film Studies Association of Canada (1999) *Film and Communication Studies Programs in Canada*. URL: <http://www.film.queensu.ca/FSAC/Schools.html> (accessed 15 January).
- Grossberg, L. (1997) *Bringing It All Back Home: Essays on Cultural Studies*. Durham, NC: Duke University Press.
- McEwan, P. (2003) 'The Badge of Power?', in J. R. DiLeo (ed.) *Understanding Affiliation: Identity in Academic Culture*. Lincoln, NA: University of Nebraska Press.
- National Communication Association (2002) *Reputational Study Tables*. URL: <http://www.natcom.org/ComProg/GPDHTM/Scripts/reputationstudy.htm> (accessed 19 May).
- Rodman, G. (1999) *Cultstud-L-Resources-Programs*. URL: <http://www.cas.usf.edu/communication/rodman/cultstud/programs.html> (accessed 25 August).
- Rooney, E. (1990) 'Discipline and Vanish: Feminism, the Resistance to Theory, and the Politics of Cultural Studies', *Differences* 2 (5): 14-28.
- Straw, W. (1993) 'Shifting Boundaries, Lines of Descent: Cultural Studies and Institutional Realignments in Canada', in V. Blundell, J. Shepherd and I. Taylor (eds) *Relocating Cultural Studies: Developments in Theory and Research*, pp. 86-102. London: Routledge.
- Striphas, T. (1998a) 'Introduction – The Long March: Cultural Studies and its Institutionalization', *Cultural Studies* 12 (4): 453-75.
- Striphas, T. (1998b) 'Cultural Studies' Institutional Presence: A Resource and Guide', *Cultural Studies* 12 (4): 571-94.
- Zupko, S. (1999) *Cultural Studies Center*. URL: <http://www.popcultures.com/programs.htm> (accessed 25 August).

## Peter Berger ve Thomas Luckmann'ın Gerçekliğin Sosyal İnşası Bir Bilgi Sosyolojisi İncelemesi\*

### Peter Berger and Thomas Luckmann's The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge

Berger, Peter & Luckmann, Thomas. (2008) *Gerçekliğin Sosyal İnşası Bir Bilgi Sosyolojisi İncelemesi (The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge)*. (Çev. Vefa Saygın Öğütle). İstanbul: Paradigma Yayıncılık, 1. Baskı, 290 ss, ISBN 9789757819448

Hakan Nişancı<sup>1</sup> 



\*Sayın Doç. Dr. Hediye Esra ARCAN'a desteklerinden dolayı teşekkür ederim.

<sup>1</sup>Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, Türkiye

ORCID: H.N. 0000-0003-2306-1239

**Sorumlu yazar/Corresponding author:**

Hakan Nişancı,  
İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, Türkiye  
E-mail: hknisananci@gmail.com

**Başvuru/Submitted:** 19.04.2024

**Kabul/Accepted:** 13.05.2024

**Atf/Citation:** Nişancı, H. (2024). Peter Berger and Thomas Luckmann's the social construction of reality: a treatise in the sociology of knowledge [Review of "*Gerçekliğin Sosyal İnşası Bir Bilgi Sosyolojisi İncelemesi (The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge)*" by Peter Berger, Thomas Luckmann]. *4. Boyut Journal of Media and Cultural Studies - 4. Boyut Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 21, 157–162. <https://doi.org/10.26650/4boyut.2024.1470973>

**Anahtar Kelimeler:** Bilgi sosyolojisi, bilgi, gerçeklik

**Keywords:** Sociology of knowledge, knowledge, reality, Berger, Luckmann

Gerçekliğin Sosyal İnşası Bir Bilgi Sosyolojisi incelemesi kitabı “*Yirminci yüzyılın en üretken sosyologlarından biri olan*”, Amerikalı sosyolog Peter Ludwig Berger ile (Ermiş, 2020) eski Yugoslavya doğumlu Amerikalı bilim insanı Thomas Luckmann'ın ortak yapıtları olan bir eser. Yazarlardan Berger'in (1929-2017) temel çalışma alanlarının başında din sosyolojisi gelir. Tıpkı Berger gibi (1927-2016) Luckmann da din sosyolojisi alanında çalışmıştır. Luckmann felsefe ve dilbilim eğitimi almış, iletişim sosyolojisi, bilgi sosyolojisi, din sosyolojisi ve bilim felsefesi alanında çalışmaları olan bir sosyologdur (Yıldırım, 2021).

İlk kez 1966 yılında yayınlanan kitap 2008 yılında Vefa Sayın Ögütle'nin çevirisi ile Türkçe olarak basılmış. Başlangıçta çok yazarlı bir kitap olarak tasarlansa da Berger ve Luckmann'ın imzaları ile yayınlanan Gerçekliğin Sosyal İnşası Bir Bilgi Sosyolojisi incelemesi kitabı her ikisinin de en bilinen yapıtı durumundadır.

Sonuç dışında üç bölümden oluşan kitabın “Bilginin Gündelik Hayattaki Temelleri” başlıklı birinci bölümünde yazarlar kendi tabirleri ile “en iyi biçimiyle, gündelik hayatın gerçekliğinin fenomenolojik bir analizi aracılığıyla esas argümana felsefi bir giriş” yapmaktadır. Berger ve Luckmann' “Nesnel/Objektif Gerçeklik Olarak Toplum” başlıklı ikinci bölümde “bilgi sosyolojisinin problemlerine dönük temel anlayışlarını” ortaya koymakta, “Öznel/Sübjektif Gerçeklik Olarak Toplum” başlıklı üçüncü bölümde ise bu temel anlayışı “sübjektif bilinç düzeyine uygulanmaktadır”. Böylece bu bölümde “sosyal psikolojinin problemleriyle teorik bir köprü kurulmaktadır.” (Berger & Luckmann, 2008, s. 6, 7).

Berger ve Luckmann' a göre gerçeklik ve bilgi terimleri hem sokaktaki adamın hem de filozofun ilgi alanındadır. “Sokaktaki adam, kendisi için farklı derecelerde de olsa ‘gerçek’ olan”, kesinlik derecesini ve karakteristik özelliklerini “bildiği” bir dünyada yaşar, filozofsa ‘gerçek nedir, nasıl bilinir’, gibi kadim sorularla bilginin nihai statüsünü sorgular. Bu konudaki sosyolojik kavrama ise sokaktaki adamla filozofun ortasında bir yere denk düşer. Yazarlar bu konudaki temel tezlerini en baştan söylerler; “Gerçeklik, sosyal olarak inşa edilmiştir ve bilgi sosyolojisi, bu inşanın vuku bulduğu süreci analiz etmek zorundadır. ” ‘Gerçeklik’, irademizden bağımsız bir varlığa sahip olarak tanıdığımız fenomenlere ait bir niteliktir, ‘bilgi’ ise irademizden bağımsız bir varlığa sahip olan ama bizden uzakta olmalarını istemeyeceğimiz bu fenomenlerin gerçek olduklarının ve kendilerine özgü özellikler taşıdıklarının kesinliğidir (Berger & Luckmann, 2008, s. 3, 4). Yazarların üzerinde durduğu ve tanımladığı bilgi ‘teorik bilgi’ değildir. Onlara göre “*teorik bilgi, bir toplumda bilgi olarak kabul edilen şeyin küçük ve kesinlikle en önemli olmayan bir parçasıdır*”, onların söz ettiği “*bilgi, toplumun temel diyalektiğinin kalbinde yer alır*”, “*sosyal bir üründür ve sosyal değişimde bir etkidir*”, bu anlamıyla nihai geçerliliği ya da geçersizliği önemli değildir, “*bir toplumda ‘bilgi’ olarak kabul gören her ne varsa*” bilgi odur. Yani gündelik hayat dünyasının bilgisidir (Berger & Luckmann, 2008, s. 6, 98,99, 127).

Bilginin üretildiği **gündelik hayat dünyası**, Berger ve Luckmann'a göre hayatlarını subjektif olarak anlamlı bir biçimde idare etmekle uğraşan sıradan toplum üyelerinin düşünce

ve eylemlerini doğuran bir dünyadır “ve bu düşünce ve eylemler sayesinde gerçek olarak muhafaza edilir.” Bu dünya her şeyden önce, insanın hemcinsleriyle paylaştığı bir dile sahiptir ve bu dil aracılığıyla sürdürülür. O nedenle “dille ilgili bir kavrayış, gündelik hayatın gerçekliğine yönelik herhangi bir kavrayış için temeldir.” Gündelik hayatın sürdürülebilmesini sağlayan dil de bu “gündelik hayattan doğar”, “ve sembolik dil, gündelik hayatın gerçekliğinin ve bu gerçekliğin ortak-duyusal kavranışının asli bileşenleri haline gelir.” Gündelik hayattan doğan dilin asli referansı da gündelik hayatadır (Berger & Luckmann, 2008, s. 32, 55, 57, 60).

Söz konusu gündelik hayat dünyasının gerçekliği, bedeninin ‘buradalığı’ ve mevcudiyetimin ‘şimdiliği’ etrafında düzenlenmiştir ama “sadece bu dolaysız buradalıklardan ibaret değildir; o aynı zamanda, ‘burada ve şimdi’ olmayan fenomenleri de kapsar.” **Gündelik hayat gerçekliği**, “gerçeklik olarak olduğu gibi kabul edilir. O, kendi yalnız varlığının üzerinde ve ötesinde artı bir doğrulama gerektirmez.” Gündelik hayatın gerçekliği kuşatıcıdır ve sosyal yapı, bu kuşatıcı gerçekliğinin asli unsurudur. Her ne kadar çoklu gerçeklik söz konusu ise de tüm gerçeklikler arasında, kendini en üstün gerçeklik olarak sunan gündelik hayat gerçekliğidir (Berger & Luckmann, 2008, s. 34, 35, 37, 44, 50).

Yukarıdaki tanımlamalardan anlaşılacağı üzere ‘gerçeklik’ ve ‘bilgi’ kavramları sosyal göreliliğe sahip kavramlardır. Bilgi sosyolojisi ise ‘bilgi’ kabul edilen her ne varsa onunla, ‘her şeyle’ ilgilenmeli, sadece “‘bilgi’nin empirik çeşitliliğiyle değil, aynı zamanda her bir ‘bilgi’ gövdesinin ‘gerçeklik’ şeklinde sosyal olarak inşa edildiği süreçlerle” yani “gerçekliğin sosyal inşasını analiz etmekle” de uğraşmalıdır. Berger ve Luckmann’ a göre bu anlamıyla bilgi sosyolojisi bazı anahtar kavramlarıyla birlikte kök önermesini de Marx’ın 1844 İktisadi ve Felsefi El Yazmaları’nda dile getirdiği “insan bilincini sosyal varlığı belirler” tümcesinden almaktadır. Yazarlara göre bilgi sosyolojisi böyle ele alındığında empirik sosyoloji disiplininin bir parçasıdır (Berger & Luckmann, 2008, s. 5, 6, 9, 21, 22).

Berger ve Luckmann yukarıda da belirtildiği gibi teorik bilgiyi bilgi sosyolojisi açısından toplumda bilgi olarak kabul edilen şeyin küçük ve önemli olmayan bir parçası olarak görmekte ve teorik düşünceye odaklanmanın bilgi sosyolojisini aşırı derecede sınırlayacağını düşünmektedir. Onlara göre “bilgi sosyolojisi, her şeyden önce, insanların kendi gündelik, yani teorik-olmayan ya da teori-öncesi hayatlarında ‘gerçeklik’ olarak ‘bildikleri’ şeylerle” ilgilenmeli ve “merkezi odağı, ‘fikirler’den ziyade ortakduyu ‘bilgi’si olmalıdır.” (Berger & Luckmann, 2008, s. 23).

Berger ve Luckmann en başta da belirtildiği gibi gerçeklik ve bilgiyi toplum bağlamında ele alırlar ve toplumun kendisini nesnel bir gerçeklik olarak görürler. Toplumun nesnel bir gerçeklik olarak varlığında iki kavram / olgu önem taşır; kurumlaşma ve meşrulaştırma.

Yazarlara göre “her ne kadar insanın bir doğaya sahip olduğunu söylemek mümkünse de”, insanın kendini ürettiğini yani doğasını inşa ettiğini ifade etmek daha anlamlıdır. İnsanın inşa ettiği doğası ise tüm faaliyetini alışkanlık haline getirme (mutatlaştırma / habitualization) eğilimindedir. Onlara göre bu tek başına, ıssız bir adada yaşayan insan için dahi böyledir.

Gündelik faaliyeti alışkanlıklaştırma kişiyi her defasında çok sayıda seçenek arasından birine karar verme yükünden kurtarır. Sonrasında alışkanlıklaştıran eylem tipleri kurumlaşır ve “daima başkalarıyla paylaşılır.” Her kurum kendine özgü tarihsel sürecin ürünü olarak ortaya çıkar, dolayısıyla bir tarihe sahiptir. Kişiyi “karar yükünden kurtaran kurumlaşma ” herhangi bir duruma dair çok sayıda seçenek varken (insan eylemi de esnekken) Aynı zamanda insan eyleminin esnekliğini sınırlar. “Tanımlanmış davranış modelleri” oluşturarak belirli bir tip davranışa yönlendirir ve “davranışları kontrol eder.” Bir davranış ne kadar kurumlaşsın o kadar “öngörülebilir hale gelir” ve kontrol altına alınır. Böylelikle alışkanlıklaştırma, kurumlaşma, tipleşme süreci ile birlikte ‘sosyal kontrol sistemi’ meydana gelir. Berger ve Luckmann’a göre “sosyal kontrol, bizatihi bir kurumun varoluşunda verilir.” (Berger & Luckmann, 2008, s. 74, 75, 82, 83, 84, 94, 170).

Yukarıda tarif edildiği biçimiyle işleyen süreç yeni bir kuşağa aktarım sürecinde yoğunlaşıp katılarak değişir. Aktarılan kuşak açısından “doğa gibi verili” ve kuşatıcı bir gerçeklik haline gelir. Böylelikle “tam anlamıyla” insani olarak üretilmiş bir sosyal dünyadan söz etmek mümkün olur; “kurumsal bir dünya, nesnel/ objektif bir gerçeklik olarak tecrübe edilir.” Sürecin en önemli aracı dildir; dil, çocuğa, uzlaşıya bağlı bir kavram olarak değil “şeylerin doğasına içkin bir şeymiş gibi görünür.” Bireyin hayat hikâyesi ise “toplumun nesnel tarihine yerleşmiş bir uğrak olarak kavranır.” Kurumsal dünya nesnel bir gerçeklik, dışsal birer olgu olan kurumlar ise kontrol mekanizmaları aracılığıyla zorlayıcı birer güçtür. Kurumsal dünyanın nesnelleşmiş insan faaliyeti oluşu her bir kurum için bu geçerlidir (Berger & Luckmann, 2008, s. 89, 90, 91, 99).

Berger ve Luckmann’a göre kurumlaşmanın bir aracı da toplumsal rollerdir. Kişi hazır rolleri yerine getirerek sosyal dünyaya etkin katılım sağlar, bu rolleri içselleştirdiğinde de katıldığı dünya onun için ‘gerçek’ haline gelir. Kurumlaşmış her davranış, rolleri gerektirir. Bu nedenle roller, kurumlaşmanın denetleyici karakterinde pay sahibidirler. Roller de bizzat kurumsal düzeni temsil ederler. “Birey, oynadığı roller sayesinde, sosyal olarak nesnelleşmiş bilginin spesifik alanına, sadece dar bilişsel anlamda değil, ama aynı zamanda normların, değerlerin ve hatta duyguların ‘bilgi’si anlamında da girer” (Berger & Luckmann, 2008, s. 109, 110, 112)

Nesnel bir gerçeklik olarak toplumun varlığında bir diğer anahtar kavram da meşrulaştırma. Berger ve Luckmann terimi özellikle politik sosyoloji kontekstinde geliştirildiği şekliyle Weber’den alarak kullandıklarını belirtirler. Berger ve Luckmann’a göre “kurumsal dünya, meşrulaştırılmaya, yani ‘açıklanabileceği’ ve ‘haklılaştırılabileceği’ yollara gereksinim duyar.” Meşrulaştırma açıklama ve haklılaştırma sürecinin adıdır. Burada da en önemli unsur yine dildir. Berger ve Luckmann’ın deyişi ile “meşrulaştırmalar binası, dilin üzerinde yükselir ve dili, temel vasıtası olarak kullanır.” “Dil ve dile dayanan bilişsel aygıt aracılığıyla” sosyal dünya nesnelleştirilir; gerçeklik olarak kavranan nesnel halinde düzenlenir. Berger ve Luckmann bu süreçte dil aracılığıyla üretilen ve yeniden üretilen bilgiye Schutz’tan aldıkları bir tabiri kullanarak “reçete bilgi” derler (Berger & Luckmann, 2008, s. 98, 136).

Meşrulaştırma “kurumsal düzenin nesnelleşmiş anlamlarına bilişsel bir geçerlilik atfederek” sosyal düzeni açıklar ve “pratik buyruklarına normatif bir itibar kazandırarak” da haklılaştırır. Sadece değerlerle ilgili değildir, ‘bilgi’yi de içerir. Hatta “‘bilgi’, kurumların meşrulaştırılmasında ‘değerler’den önce gelir.” Meşrulaştırmayı sosyal düzen üzerinde koruyucu bir örtü / şemsiye olarak gören yazarlar aralarında analitik bir ayırım yapmanın mümkün olduğu farklı meşrulaştırma düzlemleri tanımlarlar. Temel meşrulaştırma düzlemi teori öncesi bir düzlem olan aile, akrabalık düzlemidir. İkinci meşrulaştırma düzlemi, henüz gelişmemiş şekildeki teorik önermeleri, üçüncü meşrulaştırma düzlemi, kurumsal bir kısmın ayrılmış bir bilgi gövdesi aracılığıyla meşrulaştırıldığı belirgin teorileri içerir. Dördüncü meşrulaştırma düzlemini ise sembolik evrenler oluşturur (Berger & Luckmann, 2008, s.136, 137, 138).

Kitabın üçüncü bölümünde Berger ve Luckmann öznel gerçeklik olarak toplumu ele alırlar. Onlara göre toplum hem nesnel hem de öznel bir gerçekliktir ve bu iki yönün de kavranması gerekir. Bunun için toplum **dışsallaştırma, nesnelleştirme ve içselleştirme** uğraklarından oluşan kesintisiz bir diyalektik süreç olarak kavranmalıdır. Toplumun birey üyeleri sosyal dünya içerisinde kendi varlığını dışsallaştırırken aynı anda bu dünyayı nesnel bir gerçeklik olarak içselleştirirler. Berger ve Luckmann’a göre toplum içinde olmak demek, sosyalliğe yatkın olarak dünyaya gelen bireyin toplumun diyalektiğine dışsallaştırma, nesnelleştirme ve içselleştirme uğraklarından geçerek iştirak etmesi demektir. Burada başlangıç noktası içselleştirme: yani bir şeyin bir anlam olarak dolaysızca kavranması ya da yorumlanması. Burada ifade edilen o şeyin anlamlı hale gelmesidir, bu anlamın doğruluğu ya da yanlışlığı önemli değildir. “*İçselleştirme, ilkin bir kişinin kendi hemcinsini anlamasında, ikinci olarak da bu dünyanın anlamlı ve sosyal bir gerçeklik olarak kavranmasında temeldir.*” İçselleştirme sosyalizasyonun, toplumun üyesi haline gelmenin ön koşuludur. Berger ve Luckmann sosyalizasyonu “bireyin çocukluk döneminde başından geçen ve onu toplumun bir üyesi haline getiren” ilk / asli sosyalizasyon ve “zaten sosyalleşmiş olan bireyi kendi toplumunun nesnel dünyasındaki yeni kısımlara sokan herhangi bir sonraki süreç” anlamına gelen tali sosyalizasyon olarak ikiye ayırırlar. Dil önceki başlıklarda olduğu gibi sosyalizasyon sürecinin de en önemli unsurudur; “sosyalizasyonun hem en önemli içeriğini hem de en önemli aracını” oluşturur. Sonuçta sosyal gerçekliğin üç diyalektik momenti olan dışsallaştırma, nesnelleştirme ve içselleştirme sosyal dünyanın eşzamanlı gerçekleşen asli bir niteliğine denk düşer; “Toplum, insani bir üründür. Toplum, nesnel bir gerçekliktir. İnsan, sosyal bir üründür.” (Berger & Luckmann, 2008, s.92,189, 190, 191, 196).

Öznel gerçekliğin kilit unsurlarından birisi olan kimlik de sosyal yapı tarafından belirlenen sosyal süreçler tarafından oluşturulur. Birey ile toplum arasındaki diyalektikten doğar. Bir kez oluştuktan sonra da “sosyal ilişkiler tarafından idame ettirilir, değiştirilir ve hatta yeniden biçimlendirilir.” “Organizmanın, bireysel bilincin ve sosyal yapının karşılıklı etkileşimi tarafından üretilen kimlikler, belirli bir sosyal yapı üzerinde, onu idame ettirmek, onu değiştirmek ve hatta onu yeniden biçimlendirmek suretiyle etkide bulunurlar.” (Berger & Luckmann, 2008, s. 250, 251).

Sonuç olarak Berger ve Luckmann yapıtlarında bilginin toplumdaki rolüne dair genel ve sistematik bir açıklama yapmaktadır. Onlara göre ortaya koydukları “*nesnelleşme, kurumlaşma ve meşrulaştırma analizleri, doğrudan dil sosyolojisinin, sosyal eylem ve kurumlar teorisinin ve din sosyolojisinin problemlerine uygulanabilir.*” Dil ve din sosyolojileri, sosyolojik teoriyle pek de alakası olmayan, kıyıda kalmış uzmanlıklar olarak görülse de bunlar, sosyolojik teorinin oluşumunda asli katkılara sahip alanlardır. Onlara göre bilgi sosyolojisinin bir dil sosyolojisi varsaydığı ve bir din sosyolojisi olmaksızın bilgi sosyolojisinin imkânsızlığı açıktır. “*Bilgi sosyolojisi, insan gerçekliğini, sosyal olarak inşa edilmiş gerçeklik olarak kavrar. Gerçekliğin tesis edilmesi, geleneksel anlamıyla felsefenin merkezi bir problemi olduğu için, bu anlayış belirli felsefi içerimlere de sahiptir*” ve “*bilgi sosyolojisine kapı açan, geniş bir empirik problemler alanı söz konusudur.*” (Berger & Luckmann, 2008, s. 267, 268, 270, 272).

Berger ve Luckmann'a göre “Sosyoloji, hem tarihle hem de felsefeyle kesintisiz bir söyleşi içerisinde olmalıdır; yoksa gerçek araştırma nesnesini kaybedecektir. Bu nesne, insanların oluşturduğu, insanların ikamet ettiği ve sırası geldiğinde insanları oluşturan, kesintisiz bir tarihsel süreç içerisindeki insani dünyanın bir parçası olarak toplumdur.” Berger ve Luckmann çalışma boyunca sosyolojinin araştırma nesnesi olarak toplumu hem nesnel hem de öznel bir gerçeklik olarak ele alır ve gündelik hayat gerçekliği ve onun ürünü olan bilgi üzerinde dururlar. Burada son derece özet biçiminde ele alınan “Gerçekliğin Sosyal İnşası” daha derinlikli, kapsamlı ve titiz bir analizi hak ediyor. Berger ve Luckmann'ın bu önemli yapıtlarına ilişkin yazıya onların deyişi ile şu “can alıcı” soru ile son verelim; “İnsan, sosyal dünyanın - nasıl nesnelleşmiş olursa olsun - insanlar tarafından yaratıldığının ve bu yüzden yine onlar tarafından yeniden yaratılabileceğinin henüz farkında mıdır, değil midir?” (Berger & Luckmann, 2008, s. 131).

---

**Hakem Değerlendirmesi:** Dış bağımsız.

**Çıkar Çatışması:** Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.

**Finansal Destek:** Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

**Peer-review:** Externally peer-reviewed.

**Conflict of Interest:** The author has no conflict of interest to declare.

**Grant Support:** The author declared that this study has received no grant support.

---

## Kaynakça/References

Ermış, A. (2020). *Peter L. Berger (1929-2017) Fenomenolojik Din Sosyolojisi*, <https://dinsosyolojisi.com.tr/peter-l-berger-1929-2017-fenomenolojik-din-sosyolojisi/> adresinden 30.03.2024 tarihinde alınmıştır

Yıldırım, Ö. (2021). *Thomas Luckmann Kimdir?*, [https://www.felsefe.gen.tr/thomas-luckmann-kimdir/#google\\_vignette](https://www.felsefe.gen.tr/thomas-luckmann-kimdir/#google_vignette) adresinden 30.03.2024 tarihinde alınmıştır

Berger, P.L. & Luckmann, T. (2008). *Gerçekliğin Sosyal İnşası Bir Bilgi Sosyolojisi İncelemesi*, İstanbul: Paradigma Yayıncılık



### DESCRIPTION

4. BOYUT Journal of Media and Cultural Studies is a peer-reviewed, open access, academic journal operating under the Faculty of Communication of İstanbul University. 4. BOYUT Journal of Media and Cultural Studies, published electronically twice a year (April and October), includes scientific studies in the fields of media and culture. The publication language is Turkish, but also includes articles in English. Various academic studies can take place as research article, review article, evaluation, translation, interview, opinion, and book review. No processing fee or publication fee is requested for the articles sent to the journal.

### AIM AND SCOPE

4. BOYUT Journal of Media and Cultural Studies aims to publish on the field of cultural studies and to include new perspectives. To realize this aim, the journal is open to interdisciplinary studies within the scope of cultural studies developed within media and communication studies, and it is open to anthropology, literature, art, sociology, history, political science, linguistics, philosophy, psychology, etc., and accepts academic studies in almost all fields of social sciences.

Our journal sees culture as both the experience of the world and the practices lived in it, and in this context, it covers all the processes that cover the cultural integrity of the society. In this context, it is a peer-reviewed journal published free of charge and open access, aiming to make original, qualified, and scientific contributions at the national and international level, over a separate theme for each issue in the field of cultural studies. Social, political, economic, technological etc. are in our scope since cultural factors underlie all important problems. 4. BOYUT aims to ensure that media and culture can be considered together with other fields.

### POLICIES

The journal is committed to upholding the highest standards of publication ethics and pays regard to Principles of Transparency and Best Practice in Scholarly Publishing published by the Committee on Publication Ethics (COPE), the Directory of Open Access Journals (DOAJ), the Open Access Scholarly Publishers Association (OASPA), and the World Association of Medical Editors (WAME) on <https://publicationethics.org/resources/guidelines-new/principles-transparency-and-best-practice-scholarly-publishing>

The subjects covered in the manuscripts submitted to the Journal for publication must be in accordance with the aim and scope of the Journal. Only those manuscripts approved by every individual author and that were not published before in or sent to another journal, are accepted for evaluation.

Changing the name of an author (omission, addition or order) in papers submitted to the Journal requires written permission of all declared authors.

Plagiarism, duplication, fraud authorship/denied authorship, research/data fabrication, salami slicing/salami publication, breaching of copyrights, prevailing conflict of interest are unethical behaviors. All

manuscripts not in accordance with the accepted ethical standards will be removed from the publication. This also contains any possible malpractice discovered after the publication.

### **Plagiarism**

Submitted manuscripts that pass preliminary control are scanned for plagiarism using iThenticate software. If plagiarism/self-plagiarism will be found authors will be informed. Editors may resubmit manuscript for similarity check at any peer-review or production stage if required. High similarity scores may lead to rejection of a manuscript before and even after acceptance. Depending on the type of article and the percentage of similarity score taken from each article, the overall similarity score is generally expected to be less than 15 or 20%.

### **Double Blind Peer-Review**

After plagiarism check, the eligible ones are evaluated by the editors-in-chief for their originality, methodology, the importance of the subject covered and compliance with the journal scope. The editor provides a fair double-blind peer review of the submitted articles and hands over the papers matching the formal rules to at least two national/international referees for evaluation and gives green light for publication upon modification by the authors in accordance with the referees' claims..

### **Open Access Statement**

4. BOYUT Journal of Media and Cultural Studies is an open access journal which means that all content is freely available without charge to the user or his/her institution. Except for commercial purposes, users are allowed to read, download, copy, print, search, or link to the full texts of the articles in this journal without asking prior permission from the publisher or the author. This principle is compatible with BOAI definition of open access.

The articles 4. BOYUT Journal of Media and Cultural Studies are open access articles licensed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.en>).

### **Article Processing Charge**

All expenses of the journal are covered by the İstanbul University. Processing and publication are free of charge. There are no article processing charges or submission fees for any submitted or accepted articles.

### **Copyright Notice**

Authors publishing with the journal retain the copyright to their work licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license (CC BY-NC 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>) and grant the Publisher non-exclusive commercial right to

publish the work. CC BY-NC 4.0 license permits unrestricted, non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

### ETHIC

#### Publication Ethics and Malpractice Statement

4. BOYUT Journal of Media and Cultural Studies is committed to upholding the highest standards of publication ethics and pays regard to Principles of Transparency and Best Practice in Scholarly Publishing published by the Committee on Publication Ethics (COPE), the Directory of Open Access Journals (DOAJ), the Open Access Scholarly Publishers Association (OASPA), and the World Association of Medical Editors (WAME) on <https://publicationethics.org/resources/guidelines-new/principles-transparency-and-best-practice-scholarly-publishing>

All parties involved in the publishing process (Editors, Reviewers, Authors and Publishers) are expected to agree on the following ethical principles.

All submissions must be original, unpublished (including as full text in conference proceedings), and not under the review of any other publication synchronously. Each manuscript is reviewed by one of the editors and at least two referees under double-blind peer review process. Plagiarism, duplication, fraud authorship/denied authorship, research/data fabrication, salami slicing/salami publication, breaching of copyrights, prevailing conflict of interest are unethical behaviors.

All manuscripts not in accordance with the accepted ethical standards will be removed from the publication. This also contains any possible malpractice discovered after the publication. In accordance with the code of conduct we will report any cases of suspected plagiarism or duplicate publishing.

#### Research Ethics

The journal adheres to the highest standards in research ethics and follows the principles of international research ethics as defined below. The authors are responsible for the compliance of the manuscripts with the ethical rules.

- Principles of integrity, quality and transparency should be sustained in designing the research, reviewing the design, and conducting the research.
- The research team and participants should be fully informed about the aim, methods, possible uses and requirements of the research and risks of participation in research.
- The confidentiality of the information provided by the research participants and the confidentiality of the respondents should be ensured. The research should be designed to protect the autonomy and dignity of the participants.
- Research participants should participate in the research voluntarily, not under any coercion.
- Any possible harm to participants must be avoided. The research should be planned in such a way that the participants are not at risk.
- The independence of research must be clear; and any conflict of interest or must be disclosed.

## INFORMATION FOR AUTHORS

- In experimental studies with human subjects, written informed consent of the participants who decide to participate in the research must be obtained. In the case of children and those under wardship or with confirmed insanity, legal custodian's assent must be obtained.
- If the study is to be carried out in any institution or organization, approval must be obtained from this institution or organization.
- In studies with human subject, it must be noted in the method's section of the manuscript that the informed consent of the participants and ethics committee approval from the institution where the study has been conducted have been obtained.

### Author Responsibilities

It is authors' responsibility to ensure that the article is in accordance with scientific and ethical standards and rules. And authors must ensure that submitted study is original. They must certify that the manuscript has not previously been published elsewhere or is not currently being considered for publication elsewhere, in any language. Applicable copyright laws and conventions must be followed. Copyright material (e.g., tables, figures, or extensive quotations) must be reproduced only with appropriate permission and acknowledgement. Any study or words of other authors, contributors, or sources must be appropriately credited and referenced.

All the authors of a submitted manuscript must have direct scientific and academic contribution to the manuscript. The author(s) of the original research articles is defined as a person who is significantly involved in "conceptualization and design of the study", "collecting the data", "analyzing the data", "writing the manuscript", "reviewing the manuscript with a critical perspective" and "planning/ conducting the study of the manuscript and/or revising it". Fund raising, data collection or supervision of the research group are not sufficient roles to be accepted as an author. The author(s) must meet all these criteria described above. The order of names in the author list of an article must be a co-decision and it must be indicated in the Copyright Agreement Form. The individuals who do not meet the authorship criteria but contributed to the study must take place in the acknowledgement section. Individuals providing technical support, assisting writing, providing a general support, providing material or financial support are examples to be indicated in acknowledgement section.

All authors must disclose all issues concerning financial relationship, conflict of interest, and competing interest that may potentially influence the results of the research or scientific judgment. When an author discovers a significant error or inaccuracy in his/her own published paper, it is the author's obligation to promptly cooperate with the Editor to provide retractions or corrections of mistakes.

### Responsibility for the Editor and Reviewers

Editor-in-Chief evaluates manuscripts for their scientific content without regard to identity of the authors. He/She provides a fair double-blind peer review of the submitted articles for publication and ensures that all the information related to submitted manuscripts is kept as confidential before publishing.

## INFORMATION FOR AUTHORS

Editor-in-Chief is responsible for the contents and overall quality of the publication. He/She must publish errata pages or make corrections when needed.

Editor-in-Chief does not allow any conflicts of interest between the authors, editors and reviewers. Only he has the full authority to assign a reviewer and is responsible for final decision for publication of the manuscripts in the Journal.

Reviewers must have no conflict of interest with respect to the research, the authors and/or the research funders. Their judgments must be objective.

Reviewers must ensure that all the information related to submitted manuscripts is kept as confidential and must report to the editor if they are aware of copyright infringement and plagiarism on the author's side.

A reviewer who feels unqualified to review the topic of a manuscript or knows that its prompt review will be impossible should notify the editor and excuse himself from the review process.

The editor informs the reviewers that the manuscripts are confidential information and that this is a privileged interaction. The reviewers and editorial board cannot discuss the manuscripts with other persons. The anonymity of the referees must be ensured. In particular situations, the editor may share the review of one reviewer with other reviewers to clarify a particular point.

## PEER REVIEW

### Peer Review Policies

Only those manuscripts approved by its every individual author and that were not published before in or sent to another journal, are accepted for evaluation.

Submitted manuscripts that pass preliminary control are scanned for plagiarism using iThenticate software. After plagiarism check, the eligible ones are evaluated by editor-in-chief for their originality, methodology, the importance of the subject covered and compliance with the journal scope.

The editor hands over the papers matching the formal rules to at least two national/international referees for double-blind peer review evaluation and gives green light for publication upon modification by the authors in accordance with the referees' claims.

### Responsibility for the Editor and Reviewers

Editor-in-Chief evaluates manuscripts for their scientific content without regard to identity of the authors. He/She provides a fair double-blind peer review of the submitted articles for publication and ensures that all the information related to submitted manuscripts is kept as confidential before publishing.

## INFORMATION FOR AUTHORS

Editor-in-Chief is responsible for the contents and overall quality of the publication. He/She must publish errata pages or make corrections when needed.

Editor-in-Chief does not allow any conflicts of interest between the authors, editors and reviewers. Only he has the full authority to assign a reviewer and is responsible for final decision for publication of the manuscripts in the Journal.

Reviewers must have no conflict of interest with respect to the research, the authors and/or the research funders. Their judgments must be objective.

Reviewers must ensure that all the information related to submitted manuscripts is kept as confidential and must report to the editor if they are aware of copyright infringement and plagiarism on the author's side.

A reviewer who feels unqualified to review the topic of a manuscript or knows that its prompt review will be impossible should notify the editor and excuse himself from the review process.

The editor informs the reviewers that the manuscripts are confidential information and that this is a privileged interaction. The reviewers and editorial board cannot discuss the manuscripts with other persons. The anonymity of the referees must be ensured. In particular situations, the editor may share the review of one reviewer with other reviewers to clarify a particular point.

### **Peer Review Process**

Only those manuscripts approved by its every individual author and that were not published before in or sent to another journal, are accepted for evaluation.

Submitted manuscripts that pass preliminary control are scanned for plagiarism using iThenticate software. After plagiarism check, the eligible ones are evaluated by Editor-in-Chief for their originality, methodology, the importance of the subject covered and compliance with the journal scope. Editor-in-Chief evaluates manuscripts for their scientific content without regard to ethnic origin, gender, sexual orientation, citizenship, religious belief, or political philosophy of the authors and ensures a fair double-blind peer review of the selected manuscripts.

The selected manuscripts are sent to at least two referees from abroad or from Turkey. After accomplishing necessary revisions requested by referees, the authors resubmit the manuscript by highlighting the changes made. Publication decisions are made by Editor-in-Chief after authors make necessary revisions requested by referees and the peer-review process is completed.

Editor-in-Chief does not allow any conflicts of interest between the authors, editors and reviewers and is responsible for final decision for publication of the manuscripts in the Journal.

Reviewers' judgments must be objective. Reviewers' comments on the following aspects are expected while conducting the review.

## INFORMATION FOR AUTHORS

- Does the manuscript contain new and significant information?
- Does the abstract clearly and accurately describe the content of the manuscript?
- Is the problem significant and concisely stated?
- Are the methods described comprehensively?
- Are the interpretations and conclusions justified by the results?
- Are adequate references made to other studies in the field?
- Is the language acceptable?

Reviewers must ensure that all the information related to submitted manuscripts is kept as confidential and must report to the editor if they are aware of copyright infringement and plagiarism on the author's side.

A reviewer who feels unqualified to review the topic of a manuscript or knows that its prompt review will be impossible should notify the editor and excuse himself from the review process.

The editor informs the reviewers that the manuscripts are confidential information and that this is a privileged interaction. The reviewers and editorial board cannot discuss the manuscripts with other persons. The anonymity of the referees is important.

## LANGUAGE

The language of the journal is both Turkish and English.

## MANUSCRIPT ORGANIZATION

### Manuscript Organization and Submission

Manuscript is to be submitted to journal's e-mail: 4.boyut@istanbul.edu.tr and it must be accompanied by a cover letter indicating that the manuscript is intended for publication, specifying the article category (i.e. research article, review etc.) and including information about the manuscript (see the Submission Checklist), title page, author form, and Copyright Agreement Form that has to be signed by all authors.

1. The manuscripts should be in A4 paper standards: having 2.5 cm margins from right, left, bottom and top, Times New Roman font style in 11 font size and line spacing of 1.5.
2. A title page including author information must be submitted together with the manuscript. The title page is to include fully descriptive title of the manuscript and, affiliation, title, e-mail address, postal address, phone, and fax number of the author(s) (see The Submission Checklist).
3. Before the introduction part, there should be an abstract between 200 and 250 words in English and an extended abstract only in English between 600-800 words, summarizing the scope, the purpose, the results of the study and the method used. Underneath the abstracts, 5 keywords that inform the reader about the content of the study should be specified in Turkish and in English. Extended abstract in English is mandatory only for manuscripts in Turkish.
4. The manuscripts should contain mainly these components: title, abstract and keywords; extended abstract in English, sections, end notes and references.

5. Tables, graphs, and figures should be given with a number and a defining title.
6. The 6<sup>th</sup> version of the APA 6 (American Psychological Association) reference style should be used for in-text citation and references list.
7. Authors are responsible for all statements made in their study submitted to the Journal for publication.

### References

Papers accepted but not yet included in the issue are published online in the Early View section and they should be cited as “advance online publication”. Citing a “personal communication” should be avoided unless it provides essential information not available from a public source, in which case the name of the person and date of communication should be cited in parentheses in the text. For scientific articles, written permission and confirmation of accuracy from the source of a personal communication must be obtained.

### Reference Style and Format

4. BOYUT Journal of Media and Cultural Studies complies with APA (American Psychological Association) style 6<sup>th</sup> Edition for referencing and quoting. For more information:
- American Psychological Association. (2010). Publication manual of the American Psychological Association (6<sup>th</sup> ed.). Washington, DC: APA.
  - <http://www.apastyle.org>

The author(s) are responsible for the accuracy of the references. All sources should be cited in the text. Below given examples should be considered in citing the references.

### Citations in the Text

Citations must be indicated with the author surname and publication year within the parenthesis. If more than one citation is made within the same parenthesis, separate them with (;).

### Samples:

#### ***More than one citation;***

(Esin et al., 2002; Karasar, 1995)

#### ***Citation with one author;***

(Akyolcu, 2007)

#### ***Citation with two authors;***

(Sayiner & Demirci, 2007)

#### ***Citation with three, four, five authors;***

First citation in the text: (Ailen, Ciambune, & Welch, 2000) Subsequent citations in the text: (Ailen et al., 2000)

#### ***Citations with more than six authors;***

(Çavdar et al., 2003)



**Citations in the Reference**

All the citations done in the text should be listed in the References section in alphabetical order of author surname without numbering. Below given examples should be considered in citing the references.

**Basic Reference Types****Book****a) Turkish Book**

Karasar, N. (1995). *Araştırmalarda rapor hazırlama* (8<sup>th</sup> ed.) [Preparing research reports]. Ankara, Türkiye: 3A Eğitim Danışmanlık Ltd.

**b) Book Translated into Turkish**

Mucchielli, A. (1991). *Zihniyetler* [Mindsets] (A. Kotil, Trans.). İstanbul, Türkiye: İletişim Yayınları.

**c) Edited Book**

Ören, T., Üney, T., & Çölkesen, R. (Eds.). (2006). *Türkiye bilişim ansiklopedisi* [Turkish Encyclopedia of Informatics]. İstanbul, Türkiye: Papatya Yayıncılık.

**d) Turkish Book with Multiple Authors**

Tonta, Y., Bitirim, Y., & Sever, H. (2002). *Türkçe arama motorlarında performans değerlendirme* [Performance evaluation in Turkish search engines]. Ankara, Türkiye: Total Bilişim.

**e) Book in English**

Kamien R., & Kamien A. (2014). *Music: An appreciation*. New York, NY: McGraw-Hill Education.

**f) Chapter in an Edited Book**

Bassett, C. (2006). Cultural studies and new media. In G. Hall & C. Birchall (Eds.), *New cultural studies: Adventures in theory* (pp. 220–237). Edinburgh, UK: Edinburgh University Press.

**g) Chapter in an Edited Book in Turkish**

Erkmen, T. (2012). Örgüt kültürü: Fonksiyonları, öğeleri, işletme yönetimi ve liderlikteki önemi [Organization culture: Its functions, elements and importance in leadership and business management]. In M. Zencirkıran (Ed.), *Örgüt sosyolojisi* [Organization sociology] (pp. 233–263). Bursa, Türkiye: Dora Basım Yayın.

**h) Book with the same organization as author and publisher**

American Psychological Association. (2009). *Publication manual of the American psychological association* (6<sup>th</sup> ed.). Washington, DC: Author.

**Article****a) Turkish Article**

Mutlu, B., & Savaşer, S. (2007). Çocuğu ameliyat sonrası yoğun bakımda olan ebeveynlerde stres nedenleri ve azaltma girişimleri [Source and intervention reduction of stress for parents whose children are in intensive care unit after surgery]. *Istanbul University Florence Nightingale Journal of Nursing*, 15(60), 179–182.

**b) English Article**

de Cillia, R., Reisigl, M., & Wodak, R. (1999). The discursive construction of national identity. *Discourse and Society*, 10(2), 149–173. <http://dx.doi.org/10.1177/0957926599010002002>

**c) Journal Article with DOI and More Than Seven Authors**

Lal, H., Cunningham, A. L., Godeaux, O., Chlibek, R., Diez-Domingo, J., Hwang, S.-J. ... Heineman, T. C. (2015). Efficacy of an adjuvanted herpes zoster subunit vaccine in older adults. *New England Journal of Medicine*, 372, 2087–2096. <http://dx.doi.org/10.1056/NEJMoa1501184>

**d) Journal Article from Web, without DOI**

Sidani, S. (2003). Enhancing the evaluation of nursing care effectiveness. *Canadian Journal of Nursing Research*, 35(3), 26–38. Retrieved from <http://cjr.mcgill.ca>

**e) Journal Article with DOI**

Turner, S.J. (2010). Website statistics 2.0: Using Google Analytics to measure library website effectiveness. *Technical Services Quarterly*, 27, 261–278. <http://dx.doi.org/10.1080/07317131003765910>

**f) Advance Online Publication**

Smith, J. A. (2010). Citing advance online publication: A review. *Journal of Psychology*. Advance online publication. <http://dx.doi.org/10.1037/a45d7867>

**g) Article in a Magazine**

Henry, W. A., III. (1990, April 9). Making the grade in today's schools. *Time*, 135, 28–31.

**Doctoral Dissertation, Master's Thesis, Presentation, Proceeding**

**a) Dissertation/Thesis from a Commercial Database**

Van Brunt, D. (1997). *Networked consumer health information systems* (Doctoral dissertation). Available from ProQuest Dissertations and Theses database. (UMI No. 9943436)

**b) Dissertation/Thesis from an Institutional Database**

Yaylalı-Yıldız, B. (2014). *University campuses as places of potential publicness: Exploring the politicals, social and cultural practices in Ege University* (Doctoral dissertation). Retrieved from <http://library.iyte.edu.tr/tr/hizli-erisim/iyte-tez-portali>

**c) Dissertation/Thesis from Web**

Tonta, Y. A. (1992). *An analysis of search failures in online library catalogs* (Doctoral dissertation, University of California, Berkeley). Retrieved from [http://yunus.hacettepe.edu.tr/~tonta/yayinlar / phd/ickapak.html](http://yunus.hacettepe.edu.tr/~tonta/yayinlar/phd/ickapak.html)

**d) Dissertation/Thesis abstracted in Dissertations Abstracts International**

Appelbaum, L. G. (2005). Three studies of human information processing: Texture amplification, motion representation, and figure-ground segregation. *Dissertation Abstracts International: Section B. Sciences and Engineering*, 65(10), 5428.

**e) Symposium Contribution**

Krinsky-McHale, S. J., Zigman, W. B., & Silverman, W. (2012, August). Are neuropsychiatric symptoms markers of prodromal Alzheimer's disease in adults with Down syndrome? In W. B. Zigman (Chair), *Predictors of mild cognitive impairment, dementia, and mortality in adults with Down syndrome*. Symposium conducted at the meeting of the American Psychological Association, Orlando, FL.

**f) Conference Paper Abstract Retrieved Online**

Liu, S. (2005, May). *Defending against business crises with the help of intelligent agent based early warning solutions*. Paper presented at the Seventh International Conference on Enterprise Information Systems, Miami, FL. Abstract retrieved from [http://www.iceis.org/iceis2005/abstracts\\_2005.htm](http://www.iceis.org/iceis2005/abstracts_2005.htm)

**g) Conference Paper - In Regularly Published Proceedings and Retrieved Online**

Herculano-Houzel, S., Collins, C. E., Wong, P., Kaas, J. H., & Lent, R. (2008). The basic nonuniformity of the cerebral cortex. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, *105*, 12593–12598. <http://dx.doi.org/10.1073/pnas.0805417105>

**h) Proceeding in Book Form**

Parsons, O. A., Pryzwansky, W. B., Weinstein, D. J., & Wiens, A. N. (1995). Taxonomy for psychology. In J. N. Reich, H. Sands, & A. N. Wiens (Eds.), *Education and training beyond the doctoral degree: Proceedings of the American Psychological Association National Conference on Postdoctoral Education and Training in Psychology* (pp. 45–50). Washington, DC: American Psychological Association.

**i) Paper Presentation**

Nguyen, C. A. (2012, August). *Humor and deception in advertising: When laughter may not be the best medicine*. Paper presented at the meeting of the American Psychological Association, Orlando, FL.

**Other Sources**

**a) Newspaper Article**

Browne, R. (2010, March 21). This brainless patient is no dummy. *Sydney Morning Herald*, 45.

**b) Newspaper Article with no Author**

New drug appears to sharply cut risk of death from heart failure. (1993, July 15). *The Washington Post*, p. A12.

**c) Web Page/Blog Post**

Bordwell, D. (2013, June 18). David Koepp: Making the world movie-sized [Web log post]. Retrieved from <http://www.davidbordwell.net/blog/page/27/>

**d) Online Encyclopedia/Dictionary**

Ignition. (1989). In *Oxford English online dictionary* (2<sup>nd</sup> ed.). Retrieved from <http://dictionary.oed.com>  
 Marcoux, A. (2008). Business ethics. In E. N. Zalta (Ed.). *The Stanford encyclopedia of philosophy*. Retrieved from <http://plato.stanford.edu/entries/ethics-business/>

**e) Podcast**

Dunning, B. (Producer). (2011, January 12). *inFact: Conspiracy theories* [Video podcast]. Retrieved from <http://itunes.apple.com/>

**f) Single Episode in a Television Series**

Egan, D. (Writer), & Alexander, J. (Director). (2005). Failure to communicate. [Television series episode]. In D. Shore (Executive producer), *House*; New York, NY: Fox Broadcasting.

**g) Music**

Fuchs, G. (2004). Light the menorah. On *Eight nights of Hanukkah* [CD]. Brick, NJ: Kid Kosher.

### SUBMISSION CHECKLIST

Ensure that the following items are present:

- Cover letter to the editor
  - ✓ The category of the manuscript
  - ✓ Confirming that “the paper is not under consideration for publication in another journal”.
  - ✓ Confirming that last control for fluent English was done.
  - ✓ Confirming that journal policies detailed in Information for Authors have been reviewed.
  - ✓ Confirming that the references cited in the text and listed in the references section are in line with APA 6.
- Copyright Agreement Form
  - ✓ Permission of previously published copyrighted material if used in the present manuscript
- Author Form
- Title Page
  - ✓ The category of the manuscript
  - ✓ The title of the manuscript
  - ✓ All authors’ names and affiliations (institution, faculty/department, city, country), e-mail addresses
  - ✓ Corresponding author’s email address, full postal address, telephone, and fax number
  - ✓ ORCIDs of all authors
  - ✓ Acknowledgment, conflict of interest, financial support information
- Article (main text)
  - ✓ Important: The author(s) identity information should not be included in the main text.
  - ✓ The title of the manuscript
  - ✓ Abstract (200-250 words)
  - ✓ Keywords: 5 in Turkish and 5 in English
  - ✓ Main article sections
  - ✓ References
  - ✓ All tables, illustrations (figures) (including title, description, footnotes)
  - ✓ Attachments (if exists)

### CONTACT INFO

Editor : Emine Yavaşgel  
E-mail : yavas@istanbul.edu.tr  
Phone : + 90 (212) 440 03 01/02

Web site : <https://iupress.istanbul.edu.tr/tr/journal/4boyut/home>

Email : [4.boyut@istanbul.edu.tr](mailto:4.boyut@istanbul.edu.tr)

Address : Istanbul University  
Faculty of Communication  
Süleymaniye Mahallesi  
Kaptan-ı Derya İbrahim Paşa Sokak  
34116 Beyazıt-Fatih, Istanbul-Turkiye

### TANIM

4. BOYUT Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi – 4. BOYUT Journal of Media and Cultural Studies, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi bünyesinde faaliyet gösteren hakemli, açık erişimli, akademik bir dergidir. Yılda iki kez (Nisan ve Ekim) elektronik olarak yayımlanan 4. BOYUT Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi'nde, medya ve kültür alanlarında yürütülen bilimsel çalışmalara yer verilmektedir. Yayımlanma dili Türkçe olmakla birlikte İngilizce makalelere de yer veren, online yayımlanan dergide kültürel çalışmalar alanında her türlü özgün; Araştırma makalesi, İnceleme makalesi, Değerlendirme, Çeviri, Söyleşi, Görüş ve Kitap Eleştirisi olarak çeşitli akademik çalışmalar yer alabilmektedir. Dergiye gönderilen makaleler için herhangi bir işlem ücreti veya yayım bedeli talep edilmez.

### AMAÇ VE KAPSAM

4. BOYUT Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi kültürel çalışmalar alanıyla ilgili yayımda bulunmayı, yeni perspektiflere yer vermeyi amaçlamaktadır. Dergi bu amacını gerçekleştirmek için medya ve iletişim çalışmaları içerisinde gelişen kültürel çalışmalar kapsamında disiplinler arası çalışmalara açık olarak antropoloji, edebiyat, sanat, sosyoloji, tarih, siyaset bilimi, dilbilim, felsefe, psikoloji vb. sosyal bilimlerin hemen tüm alanlarında akademik çalışmaları kabul eder.

4. BOYUT kültürü hem dünya deneyimi hem de onun içinde yaşanan pratikler olarak görür, bu bağlamda toplumun kültürel bütünlüğünü kapsayan bütün süreçlerine yönelik konuları kapsar. Bu kapsamda kültürel çalışmalar alanında her sayı için ayrı bir tema üzerinden, ulusal ve uluslararası düzeyde özgün, nitelikli, bilimsel katkılarda bulunmayı hedefleyen, ücretsiz ve açık erişimli olarak yayımlanan hakemli bir dergi niteliği taşımaktadır. Sosyal, siyasal, ekonomik, teknolojik vb. tüm önemli sorunların altında kültürel unsurlar yattığı için 4. BOYUT medya ve kültürün diğer alanlarla birlikte düşünülebilmesini sağlamayı hedeflemektedir.

### POLİTİKALAR

Dergi yayım etiğinde en yüksek standartlara bağlıdır ve Committee on Publication Ethics (COPE), Directory of Open Access Journals (DOAJ), Open Access Scholarly Publishers Association (OASPA) ve World Association of Medical Editors (WAME) tarafından yayınlanan etik yayıncılık ilkelerini benimser; Principles of Transparency and Best Practice in Scholarly Publishing başlığı altında ifade edilen ilkeler için: <https://publicationethics.org/resources/guidelines-new/principles-transparency-and-best-practice-scholarly-publishing>

Gönderilen makaleler derginin amaç ve kapsamına uygun olmalıdır. Orijinal, yayınlanmamış ve başka bir dergide değerlendirme sürecinde olmayan, her bir yazar tarafından içeriği ve gönderimi onaylanmış yazılar değerlendirilmeye kabul edilir.

Makale yayımlanmak üzere Dergiye gönderildikten sonra yazarlardan hiçbirinin ismi, tüm yazarların yazılı izni olmadan yazar listesinden silinemez ve yeni bir isim yazar olarak eklenemez ve yazar sırası değiştirilemez.

İntihal, duplikasyon, sahte yazarlık/inkar edilen yazarlık, araştırma/veri fabrikasyonu, makale dilimleme, dilimleyerek yayın, telif hakları ihlali ve çıkar çatışmasının gizlenmesi, etik dışı davranışlar olarak kabul edilir. Kabul edilen etik standartlara uygun olmayan tüm makaleler yayından çıkarılır. Buna yayından sonra tespit edilen olası kuraldışı, uygunsuzluklar içeren makaleler de dahildir.

### İntihal

Ön kontrolden geçirilen makaleler, iThenticate yazılımı kullanılarak intihal için taranır. İntihal/kendi kendine intihal tespit edilirse yazarlar bilgilendirilir. Editörler, gerekli olması halinde makaleyi değerlendirme ya da üretim sürecinin çeşitli aşamalarında intihal kontrolüne tabi tutabilirler. Yüksek benzerlik oranları, bir makalenin kabul edilmeden önce ve hatta kabul edildikten sonra reddedilmesine neden olabilir. Makalenin türüne bağlı olarak, bunun oranın %15 veya %20'den az olması beklenir.

### Çift Kör Hakemlik

İntihal kontrolünden sonra, uygun olan makaleler baş editör tarafından orijinallik, metodoloji, işlenen konunun önemi ve dergi kapsamı ile uyumluluğu açısından değerlendirilir. Editör, makalelerin adil bir şekilde çift taraflı kör hakemlikten geçmesini sağlar ve makale biçimsel esaslara uygun ise, gelen yazıyı yurtiçinden ve /veya yurtdışından en az iki hakemin değerlendirmesine sunar, hakemler gerek gördüğü takdirde yazıda istenen değişiklikler yazarlar tarafından yapıldıktan sonra yayınlanmasına onay verir.

### Açık Erişim İlkesi

4. BOYUT Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi – 4. BOYUT Journal of Media and Cultural Studies içeriği okura ya da okurun dahil olduğu kuruma ücretsiz olarak sunulur. Okurlar, ticari amaç haricinde, yayıncı ya da yazardan izin almadan dergi makalelerinin tam metnini okuyabilir, indirebilir, kopyalayabilir, arayabilir ve link sağlayabilir.

4. BOYUT Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi – 4. BOYUT Journal of Media and Cultural Studies makaleleri açık erişimlidir ve Creative Commons Atıf-GayriTicari 4.0 Uluslararası (CC BY-NC 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.tr>) olarak lisanslıdır.

### İşleme Ücreti

Derginin tüm giderleri İstanbul Üniversitesi tarafından karşılanmaktadır. Dergide makale yayını ve makale süreçlerinin yürütülmesi ücrete tabi değildir. Dergiye gönderilen ya da yayın için kabul edilen makaleler için işleme ücreti ya da gönderim ücreti alınmaz.

### Telif Hakkında

Yazarlar, 4. BOYUT Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi – 4. BOYUT Journal of Media and Cultural Studies'da yayımlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmaları Creative Commons Atıf-GayriTicari 4.0 Uluslararası (CC BY-NC 4.0) olarak lisanslıdır. Creative Commons

## YAZARLARA BİLGİ

Atıf-GayrıTicari 4.0 Uluslararası (CC BY-NC 4.0) lisansı, eserin ticari kullanım dışında her boyut ve formatta paylaşılmasına, kopyalanmasına, çoğaltılmasına ve orijinal esere uygun şekilde atıfta bulunmak kaydıyla yeniden düzenleme, dönüştürme ve eserin üzerine inşa etme dâhil uyarlanmasına izin verir.

### Düzeltilme, Geri Çekme, Endişe İfadesi

Editörler, yayınlanan makalede, bulguları, yorumları ve sonuçları etkilemeyen küçük hatalar tespit edilirse düzeltme yayınlamayı düşünebilirler. Editörler, bulguları ve sonuçları geçersiz kılan büyük hatalar / ihlaller söz konusu olduğunda, makaleyi geri çekmeyi düşünmelidir.

Yazarlar tarafından araştırma veya yayını kötüye kullanmaya yönelik olasılık söz konusu ise; bulguların güvenilir olmadığına ve yazarların kurumlarının olayı soruşturmadığına dair kanıtlar var veya olası soruşturma haksız veya sonuçsuz görünüyorsa, editörler endişe ifadesi yayınlamayı düşünmelidir. Düzeltme, geri çekme veya endişe ifadesi ile ilgili olarak COPE ve ICJME yönergeleri dikkate alınır.

### Arşiv Politikası

Dergide yayınlanan tüm yazıların korunmasını ve kalıcı olarak erişilebilir olmasını sağlamak için makaleler, ulusal bir arşiv sitesi olarak hizmet veren ve aynı zamanda LOCKSS'in içeriği toplamasına, korumasına ve sunmasına izin veren Dergipark'ta saklanmaktadır.

Ek olarak, yazarların kendilerinin makalelerinin son PDF sürümünü Open Archives Initiative (<https://www.openarchives.org/>) standartlarına uygun açık elektronik arşivlerde arşivlemeleri önerilir. Yazarlar, yayınladıkları arşiv versiyonundan, İ.Ü. Yayınevinin dergi web sitesinin URL'sine bağlantı sağlamalıdır.

## ETİK

### Yayın Etiği Beyanı

4. BOYUT Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi – 4. BOYUT Journal of Media and Cultural Studies yayın etiğinde en yüksek standartlara bağlıdır ve Committee on Publication Ethics (COPE), Directory of Open Access Journals (DOAJ), Open Access Scholarly Publishers Association (OASPA) ve World Association of Medical Editors (WAME) tarafından yayınlanan etik yayıncılık ilkelerini benimser; Principles of Transparency and Best Practice in Scholarly Publishing başlığı altında ifade edilen ilkeler için: <https://publicationethics.org/resources/guidelines-new/principles-transparencyand-best-practice-scholarly-publishing>

Gönderilen tüm makaleler orijinal, yayınlanmamış (tam metin konferans bildirisi dahil) ve başka bir dergide değerlendirme sürecinde olmamalıdır. Her bir makale editörlerden biri ve en az iki hakem tarafından çift kör değerlendirmeden geçirilir. İntihal, duplikasyon, sahte yazarlık/inkâr edilen

yazarlık, araştırma/veri fabrikasyonu, makale dilimleme, dilimleyerek yayın, telif hakları ihlali ve çıkar çatışmasının gizlenmesi, etik dışı davranışlar olarak kabul edilir.

Kabul edilen etik standartlara uygun olmayan tüm makaleler yayından çıkarılır. Buna yayından sonra tespit edilen olası kuraldışı, uygunsuzluklar içeren makaleler de dahildir.

### Araştırma Etiği

4. BOYUT Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi – 4. BOYUT Journal of Media and Cultural Studies, araştırma etiğinde en yüksek standartları gözetir ve aşağıda tanımlanan uluslararası araştırma etiği ilkelerini benimser. Makalelerin etik kurallara uygunluğu yazarların sorumluluğundadır.

- Araştırmanın tasarlanması, tasarımın gözden geçirilmesi ve araştırmanın yürütülmesinde, bütünlük, kalite ve şeffaflık ilkeleri sağlanmalıdır.
- Araştırma ekibi ve katılımcılar, araştırmanın amacı, yöntemleri ve öngörülen olası kullanımları; araştırmaya katılımın gerektirdikleri ve varsa riskleri hakkında tam olarak bilgilendirilmelidir.
- Araştırma katılımcılarının sağladığı bilgilerin gizliliği ve yanıt verenlerin gizliliği sağlanmalıdır. Araştırma katılımcıların özerkliğini ve saygınlığını koruyacak şekilde tasarlanmalıdır.
- Araştırma katılımcıları gönüllü olarak araştırmada yer almalı, herhangi bir zorlama altında olmamalıdır. Katılımcıların zarar görmesinden kaçınılmalıdır. Araştırma, katılımcıları riske sokmayacak şekilde planlanmalıdır.
- Araştırma bağımsızlığıyla ilgili açık ve net olunmalı; çıkar çatışması varsa belirtilmelidir.
- Deneysel çalışmalarda, araştırmaya katılmaya karar veren katılımcıların yazılı bilgilendirilmiş onayı alınmalıdır. Çocukların ve vesayet altındakilerin veya tasdiklenmiş akıl hastalığı bulunanların yasal vasisinin onayı alınmalıdır.
- Çalışma herhangi bir kurum ya da kuruluşta gerçekleştirilecekse bu kurum ya da kuruluştan çalışma yapılacağına dair onay alınmalıdır.
- İnsan ögesi bulunan çalışmalarda, “yöntem” bölümünde katılımcılardan “bilgilendirilmiş onam” alındığının ve çalışmanın yapıldığı kurumdan etik kurul onayı alındığının belirtilmesi gerekir.

### Yazarların Sorumluluğu

Makalelerin bilimsel ve etik kurallara uygunluğu yazarların sorumluluğundadır. Yazar makalenin orijinal olduğu, daha önce başka bir yerde yayınlanmadığı ve başka bir yerde, başka bir dilde yayınlanmak üzere değerlendirmede olmadığı konusunda teminat sağlamalıdır. Uygulamadaki telif kanunları ve anlaşmaları gözetilmelidir. Telifle bağlı materyaller (örneğin tablolar, şekiller veya büyük alıntılar) gerekli izin ve teşekkürle kullanılmalıdır. Başka yazarların, katkıda bulunanların çalışmaları ya da yararlanılan kaynaklar uygun biçimde kullanılmalı ve referanslarda belirtilmelidir.

Gönderilen makalede tüm yazarların akademik ve bilimsel olarak doğrudan katkısı olmalıdır, bu bağlamda “yazar” yayınlanan bir araştırmanın kavramsallaştırılmasına ve dizaynına, verilerin elde edilmesine, analizine ya da yorumlanmasına belirgin katkı yapan, yazının yazılması ya da bunun içerik açısından eleştirel biçimde gözden geçirilmesinde görev yapan birisi olarak görülür. Yazar olabilmeyen



## YAZARLARA BİLGİ

diğer koşulları ise, makaledeki çalışmayı planlamak veya icra etmek ve / veya revize etmektir. Fon sağlanması, veri toplanması ya da araştırma grubunun genel süpervizyonu tek başına yazarlık hakkı kazandırmaz. Yazar olarak gösterilen tüm bireyler sayılan tüm ölçütleri karşılamalıdır ve yukarıdaki ölçütleri karşılayan her birey yazar olarak gösterilebilir. Yazarların isim sıralaması ortak verilen bir karar olmalıdır. Tüm yazarlar yazar sıralamasını Telif Hakkı Anlaşması Formunda imzalı olarak belirtmek zorundadırlar.

Yazarlık için yeterli ölçütleri karşılamayan ancak çalışmaya katkısı olan tüm bireyler “teşekkür / bilgiler” kısmında sıralanmalıdır. Bunlara örnek olarak ise sadece teknik destek sağlayan, yazıma yardımcı olan ya da sadece genel bir destek sağlayan, finansal ve materyal desteği sunan kişiler verilebilir.

Bütün yazarlar, araştırmanın sonuçlarını ya da bilimsel değerlendirmeyi etkileyebilme potansiyeli olan finansal ilişkiler, çıkar çatışması ve çıkar rekabetini beyan etmelidirler. Bir yazar kendi yayınlanmış yazısında belirgin bir hata ya da yanlışlık tespit ederse, bu yanlışlıklara ilişkin düzeltme ya da geri çekme için editör ile hemen temasa geçme ve işbirliği yapma sorumluluğunu taşır.

### Editör ve Hakem Sorumlulukları

Editör, makaleleri, yazarların kimliğinden bağımsız olarak değerlendirir. Yayına gönderilen makalelerin adil bir şekilde çift taraflı kör hakem değerlendirmesinden geçmelerini sağlar. Gönderilen makalelere ilişkin tüm bilginin, makale yayınlanana kadar gizli kalacağını garanti eder.

Editör içerik ve yayının toplam kalitesinden sorumludur. Gereğinde hata sayfası yayınlamalı ya da düzeltme yapmalıdır. Editör; yazarlar, editörler ve hakemler arasında çıkar çatışmasına izin vermez. Dergide yayınlanacak makalelerle ilgili nihai kararı vermekle yükümlüdür.

Hakemlerin araştırmayla ilgili, yazarlarla ve/veya araştırmanın finansal destekçileriyle çıkar çatışmaları olmamalıdır. Değerlendirmelerinin sonucunda tarafsız bir yargıya varmalıdırlar. Gönderilmiş yazılara ilişkin tüm bilginin gizli tutulmasını sağlamalı ve yazar tarafında herhangi bir telif hakkı ihlali ve intihal fark ederlerse editöre raporlamalıdırlar.

Hakem, makale konusu hakkında kendini vasıflı hissetmiyor ya da zamanında geri dönüş sağlaması mümkün görünmüyorsa, editöre bu durumu bildirmeli ve hakem sürecine kendisini dahil etmemesini istemelidir.

Değerlendirme sürecinde editör hakemlere gözden geçirme için gönderilen makalelerin gizli bilgi olduğunu ve bunun imtiyazlı bir iletişim olduğunu açıkça belirtir. Hakemler ve yayın kurulu üyeleri başka kişilerle makaleleri tartışamazlar. Hakemlerin kimliğinin gizli kalmasına özen gösterilmelidir. Bazı durumlarda editörün kararıyla, ilgili hakemlerin makaleye ait yorumları aynı makaleyi yorumlayan diğer hakemlere gönderilerek hakemlerin bu süreçte aydınlatılması sağlanabilir.

### HAKEMLİK HAKKINDA

#### Hakem Değerlendirme Politikaları

Daha önce yayınlanmamış ya da yayınlanmak üzere başka bir dergide halen değerlendirmede olmayan ve her bir yazar tarafından onaylanan makaleler değerlendirilmek üzere kabul edilir. Gönderilen ve ön kontrolü geçen makaleler iThenticate yazılımı kullanılarak intihal için taranır. İntihal kontrolünden sonra, uygun olan makaleler editör tarafından orijinallik, metodoloji, işlenen konunun önemi ve dergi kapsamı ile uyumluluğu açısından değerlendirilir.

Seçilen makaleler en az iki ulusal/uluslararası hakeme çift taraflı kör hakemlik ile değerlendirmeye gönderilir; yayın kararı, hakemlerin talepleri doğrultusunda yazarların gerçekleştirdiği düzenlemelerin ve hakem sürecinin sonrasında editör tarafından verilir.

#### Editör ve Hakem Sorumlulukları

Editör, makaleleri yazarların kimliğinden bağımsız olarak değerlendirir. Yayına gönderilen makalelerin adil bir şekilde çift taraflı kör hakem değerlendirmesinden geçmelerini sağlar. Gönderilen makalelere ilişkin tüm bilginin, makale yayınlanana kadar gizli kalacağını garanti eder. Editör içerik ve yayının toplam kalitesinden sorumludur. Gereğinde hata sayfası yayınlamalı ya da düzeltme yapmalıdır.

Editör; yazarlar, editörler ve hakemler arasında çıkar çatışmasına izin vermez. Hakem atama konusunda tam yetkiye sahiptir ve Dergide yayınlanacak makalelerle ilgili nihai kararı vermekle yükümlüdür.

Hakemlerin araştırmayla ilgili, yazarlarla ve/veya araştırmmanın finansal destekçileriyle çıkar çatışmaları olmamalıdır. Değerlendirmelerinin sonucunda tarafsız bir yargıya varmalıdırlar. Gönderilmiş yazılara ilişkin tüm bilginin gizli tutulmasını sağlamalı ve yazar tarafında herhangi bir telif hakkı ihlali ve intihal fark ederlerse editöre raporlamalıdırlar.

Hakem, makale konusu hakkında kendini vasıflı hissetmiyor ya da zamanında geri dönüş sağlaması mümkün görünmüyorsa, editöre bu durumu bildirmeli ve hakem sürecine kendisini dahil etmemesini istemelidir.

Değerlendirme sürecinde editör hakemlere gözden geçirme için gönderilen makalelerin, yazarların özel mülkü olduğunu ve bunun imtiyazlı bir iletişim olduğunu açıkça belirtir. Hakemler ve yayın kurulu üyeleri başka kişilerle makaleleri tartışamazlar. Hakemlerin kimliğinin gizli kalmasına özen gösterilmelidir. Bazı durumlarda editörün kararıyla, ilgili hakemlerin makaleye ait yorumları aynı makaleyi yorumlayan diğer hakemlere gönderilerek hakemlerin bu süreçte aydınlatılması sağlanabilir.

#### Hakem Süreci

Daha önce yayınlanmamış ya da yayınlanmak üzere başka bir dergide halen değerlendirmede olmayan ve her bir yazar tarafından onaylanan makaleler değerlendirilmek üzere kabul edilir. Gönderilen ve ön

## YAZARLARA BİLGİ

kontrolü geçen makaleler iThenticate yazılımı kullanılarak intihal için taranır. İntihal kontrolünden sonra, uygun olan makaleler editör tarafından orijinallik, metodoloji, işlenen konunun önemi ve dergi kapsamı ile uyumluluğu açısından değerlendirilir.

Editör, makaleleri, yazarların etnik kökeninden, cinsiyetinden, uyruğundan, dini inancından ve siyasi felsefesinden bağımsız olarak değerlendirir. Yayına gönderilen makalelerin adil bir şekilde çift taraflı kör hakem değerlendirmesinden geçmelerini sağlar.

Seçilen makaleler en az iki ulusal/uluslararası hakeme değerlendirmeye gönderilir; yayın kararı, hakemlerin talepleri doğrultusunda yazarların gerçekleştirdiği düzenlemelerin ve hakem sürecinin sonrasında editör tarafından verilir.

Editör; yazarlar, editörler ve hakemler arasında çıkar çatışmasına izin vermez. Hakem atama konusunda tam yetkiye sahiptir ve dergide yayınlanacak makalelerle ilgili nihai kararı vermekle yükümlüdür.

Hakemlerin değerlendirmeleri objektif olmalıdır. Hakem süreci sırasında hakemlerin aşağıdaki hususları dikkate alarak değerlendirmelerini yapmaları beklenir.

- Makale yeni ve önemli bir bilgi içeriyor mu?
- Öz, makalenin içeriğini net ve düzgün bir şekilde tanımlıyor mu?
- Yöntem bütünlüklü ve anlaşılır şekilde tanımlanmış mı?
- Yapılan yorum ve varılan sonuçlar bulgularla kanıtlanıyor mu?
- Alandaki diğer çalışmalara yeterli referans verilmiş mi?
- Dil kalitesi yeterli mi?

Hakemler, gönderilen makalelere ilişkin tüm bilginin, makale yayınlanana kadar gizli kalmasını sağlamalı ve yazar tarafında herhangi bir telif hakkı ihlali ve intihal fark ederlerse editöre raporlamalıdır.

Hakem, makale konusu hakkında kendini vasıflı hissetmiyor ya da zamanında geri dönüş sağlaması mümkün görünmüyorsa, editöre bu durumu bildirmeli ve hakem sürecine kendisini dahil etmemesini istemelidir.

Değerlendirme sürecinde editör hakemlere gözden geçirme için gönderilen makalelerin, yazarların özel mülkü olduğunu ve bunun imtiyazlı bir iletişim olduğunu açıkça belirtir. Hakemler ve yayın kurulu üyeleri başka kişilerle makaleleri tartışamazlar. Hakemlerin kimliğinin gizli kalmasına özen gösterilmelidir.

## DİL

Derginin dili Türkçe ve İngilizcedir.

### YAZILARIN HAZIRLANMASI VE YAZIM KURALLARI

#### Makale Hazırlama ve Gönderim

Makale gönderimi derginin e-mail adresine: 4.boyut@istanbul.edu.tr yapılmalıdır. Gönderilen yazılar, yazının yayınlanmak üzere gönderildiğini ifade eden, makale türünü belirten ve makaleyle ilgili bilgileri içeren (bkz: Son Kontrol Listesi) bir mektup, kapak sayfası, yazar formu, yazının elektronik formunu içeren Microsoft Word 2003 ve üzerindeki versiyonları ile yazılmış elektronik dosya ve tüm yazarların imzaladığı Telif Hakkı Anlaşması Formu eklenerek gönderilmelidir.

1. Çalışmalar, A4 boyutunda, üst, alt, sağ ve sol taraftan 2,5 cm. boşluk bırakılarak, 11 punto Times New Roman harf karakterleriyle ve 1,5 satır aralık ölçüsü ile hazırlanmalıdır. Ana makale dosyası, çift taraflı kör hakemlik gereği yazar bilgilerini içermemelidir.
2. Yayınlanmak üzere gönderilen makale ile birlikte yazar bilgilerini içeren kapak sayfası gönderilmelidir. Kapak sayfasında, makalenin başlığı, yazar veya yazarların bağlı oldukları kurum ve unvanları, kendilerine ulaşılacak adresler, cep, iş numaraları ve e-posta adresleri yer almalıdır (bkz. Son Kontrol Listesi).
3. Giriş bölümünden önce 200-250 sözcük arasında çalışmanın kapsamını, amacını, ulaşılan sonuçları ve kullanılan yöntemi kaydeden Türkçe ve İngilizce öz ile 600-800 kelimelik İngilizce genişletilmiş özet yer almalıdır. Çalışmanın İngilizce başlığı İngilizce özün üzerinde yer almalıdır. İngilizce ve Türkçe özlerin altında çalışmanın içeriğini temsil eden 5 İngilizce, 5 Türkçe anahtar kelime yer almalıdır. İngilizce genişletilmiş özet sadece Türkçe makaleler için zorunludur; İngilizce makalede geniş özet istenmez.
4. Çalışmaların başlıca şu unsurları içermesi gerekmektedir: Başlık, Türkçe öz ve anahtar kelimeler; İngilizce başlık, İngilizce öz ve anahtar kelimeler; İngilizce genişletilmiş özet, ana metin bölümleri ve kaynaklar.
5. Çalışmalarda tablo, grafik ve şekil gibi göstergeler numaralandırılarak, tanımlayıcı bir başlık ile verilmelidir.
6. Referanslar derginin benimsediği American Psychological Association (APA)- 6 referans stiline uygun olarak hazırlanmalıdır.
7. Kurallar dâhilinde dergimize yayınlanmak üzere gönderilen çalışmaların her türlü sorumluluğu ve çalışmada geçen görüşler yazar/yazarlarına aittir.

#### Kaynaklar

Kabul edilmiş ancak henüz sayıya dahil edilmemiş makaleler Erken Görünüm olarak yayınlanır ve bu makalelere atıflar “advance online publication” şeklinde verilmelidir. Genel bir kaynaktan elde edilemeyecek temel bir konu olmadıkça “kişisel iletişime” atıfta bulunulmamalıdır. Eğer atıfta bulunulursa parantez içinde iletişim kurulan kişinin adı ve iletişimin tarihi belirtilmelidir. Bilimsel makaleler için yazarlar bu kaynaktan yazılı izin ve iletişimin doğruluğunu gösterir belge almalıdır.

### Referans Stili ve Formatı

4. BOYUT Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi – 4. BOYUT Journal of Media and Cultural Studies, metin içi alıntılama ve kaynak gösterme için APA (American Psychological Association) kaynak sitilinin 6. edisyonunu benimser. APA 6. Edisyon hakkında bilgi için:

- American Psychological Association. (2010). Publication manual of the American Psychological Association (6<sup>th</sup> ed.). Washington, DC: APA.
- <http://www.apastyle.org/>

Kaynakların doğruluğundan yazar(lar) sorumludur. Tüm kaynaklar metinde belirtilmelidir. Kaynaklar aşağıdaki örneklerdeki gibi gösterilmelidir.

### Metin İçinde Kaynak Gösterme

Kaynaklar metinde parantez içinde yazarların soyadı ve yayın tarihi yazılarak belirtilmelidir. Birden fazla kaynak gösterilecekse kaynaklar arasında (;) işareti kullanılmalıdır. Kaynaklar alfabetik olarak sıralanmalıdır.

### Örnekler:

#### ***Birden fazla kaynak;***

(Esin ve ark., 2002; Karasar 1995)

#### ***Tek yazarlı kaynak;***

(Akyolcu, 2007)

#### ***İki yazarlı kaynak;***

(Sayiner ve Demirci 2007, s. 72)

#### ***Üç, dört ve beş yazarlı kaynak;***

Metin içinde ilk kullanımda: (Ailen, Ciambriune ve Welch 2000, s. 12–13) Metin içinde tekrarlayan kullanımlarda: (Ailen ve ark., 2000)

#### ***Altı ve daha çok yazarlı kaynak;***

(Çavdar ve ark., 2003)

### Kaynaklar Bölümünde Kaynak Gösterme

Kullanılan tüm kaynaklar metnin sonunda ayrı bir bölüm halinde yazar soyadlarına göre alfabetik olarak numaralandırılmadan verilmelidir.

**Kaynak yazımı ile ilgili örnekler aşağıda verilmiştir.**

### Kitap

#### ***a) Türkçe Kitap***

Karasar, N. (1995). *Araştırmalarda rapor hazırlama* (8.bs). Ankara: 3A Eğitim Danışmanlık Ltd.

**b) Türkçeye Çevrilmiş Kitap**

Mucchielli, A. (1991). *Zihniyetler* (A. Kotil, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.

**c) Editörlü Kitap**

Ören, T., Üney, T. ve Çölkesen, R. (Ed.). (2006). *Türkiye bilişim ansiklopedisi*. İstanbul: Papatya Yayıncılık.

**d) Çok Yazarlı Türkçe Kitap**

Tonta, Y., Bitirim, Y. ve Sever, H. (2002). *Türkçe arama motorlarında performans değerlendirme*. Ankara: Total Bilişim.

**e) İngilizce Kitap**

Kamien R., & Kamien A. (2014). *Music: An appreciation*. New York, NY: McGraw-Hill Education.

**f) İngilizce Kitap İçerisinde Bölüm**

Bassett, C. (2006). Cultural studies and new media. In G. Hall & C. Birchall (Eds.), *New cultural studies: Adventures in theory* (pp. 220–237). Edinburgh, UK: Edinburgh University Press.

**g) Türkçe Kitap İçerisinde Bölüm**

Erkmen, T. (2012). Örgüt kültürü: Fonksiyonları, öğeleri, işletme yönetimi ve liderlikteki önemi. M. Zencirkıran (Ed.), *Örgüt sosyolojisi kitabı* içinde (s. 233–263). Bursa: Dora Basım Yayın.

**h) Yayıncının ve Yazarın Kurum Olduğu Yayın**

Türk Standartları Enstitüsü. (1974). *Adlandırma ilkeleri*. Ankara: Yazar.

**Makale****a) Türkçe Makale**

Mutlu, B. ve Savaşer, S. (2007). Çocuğu ameliyat sonrası yoğun bakımda olan ebeveynlerde stres nedenleri ve azaltma girişimleri. *İstanbul Üniversitesi Florence Nightingale Hemşirelik Dergisi*, 15(60), 179–182.

**b) İngilizce Makale**

de Cillia, R., Reisigl, M., & Wodak, R. (1999). The discursive construction of national identity. *Discourse and Society*, 10(2), 149–173. <http://dx.doi.org/10.1177/0957926599010002002>

**c) Yediden Fazla Yazarlı Makale**

Lal, H., Cunningham, A. L., Godeaux, O., Chlibek, R., Diez-Domingo, J., Hwang, S.-J. ... Heineman, T. C. (2015). Efficacy of an adjuvanted herpes zoster subunit vaccine in older adults. *New England Journal of Medicine*, 372, 2087–2096. <http://dx.doi.org/10.1056/NEJMoa1501184>

**d) DOI'si Olmayan Online Edinilmiş Makale**

Al, U. ve Doğan, G. (2012). Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü tezlerinin atf analizi. *Türk Kütüphaneciliği*, 26, 349–369. Erişim adresi: <http://www.tk.org.tr/>

**e) DOI'si Olan Makale**

Turner, S.J. (2010). Website statistics 2.0: Using Google Analytics to measure library website effectiveness. *Technical Services Quarterly*, 27, 261–278. <http://dx.doi.org/10.1080/07317131003765910>

**f) Advance Online Olarak Yayımlanmış Makale**

Smith, J. A. (2010). Citing advance online publication: A review. *Journal of Psychology*. Advance online publication. <http://dx.doi.org/10.1037/a45d7867>

**g) Popüler Dergi Makalesi**

Semerçioğlu, C. (2015, Haziran). Sıradanlığın rayihası. *Sabit Fikir*, 52, 38–39.

**Tez, Sunum, Bildiri****a) Türkçe Tezler**

Sarı, E. (2008). *Kültür kimlik ve politika: Mardin’de kültürlerarasılık*. (Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

**b) Ticari Veritabanında Yer Alan Yüksek Lisans Ya da Doktora Tezi**

Van Brunt, D. (1997). *Networked consumer health information systems* (Doctoral dissertation). Available from ProQuest Dissertations and Theses. (UMI No. 9943436)

**c) Kurumsal Veritabanında Yer Alan İngilizce Yüksek Lisans/Doktora Tezi**

Yaylalı-Yıldız, B. (2014). *University campuses as places of potential publicness: Exploring the politicals, social and cultural practices in Ege University* (Doctoral dissertation). Retrieved from Retrieved from: <http://library.iyte.edu.tr/tr/hizli-erisim/iyte-tez-portali>

**d) Web’de Yer Alan İngilizce Yüksek Lisans/Doktora Tezi**

Tonta, Y. A. (1992). *An analysis of search failures in online library catalogs* (Doctoral dissertation, University of California, Berkeley). Retrieved from <http://yunus.hacettepe.edu.tr/~tonta/yayinlar/phd/ickapak.html>

**e) Dissertations Abstracts International’da Yer Alan Yüksek Lisans/Doktora Tezi**

Appelbaum, L. G. (2005). Three studies of human information processing: Texture amplification, motion representation, and figure-ground segregation. *Dissertation Abstracts International: Section B. Sciences and Engineering*, 65(10), 5428.

**f) Sempozyum Katkısı**

Krinsky-McHale, S. J., Zigman, W. B. & Silverman, W. (2012, August). Are neuropsychiatric symptoms markers of prodromal Alzheimer’s disease in adults with Down syndrome? In W. B. Zigman (Chair), *Predictors of mild cognitive impairment, dementia, and mortality in adults with Down syndrome*. Symposium conducted at American Psychological Association meeting, Orlando, FL.

**g) Online Olarak Erişilen Konferans Bildiri Özeti**

Çınar, M., Doğan, D. ve Seferoğlu, S. S. (2015, Şubat). *Eğitimde dijital araçlar: Google sınıf uygulaması üzerine bir değerlendirme* [Öz]. Akademik Bilişim Konferansında sunulan bildiri, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir. Erişim adresi: [http://ab2015.anadolu.edu.tr /index.php?menu=5&submenu=27](http://ab2015.anadolu.edu.tr/index.php?menu=5&submenu=27)

**h) Düzenli Olarak Online Yayımlanan Bildiriler**

Herculano-Houzel, S., Collins, C. E., Wong, P., Kaas, J. H., & Lent, R. (2008). The basic nonuniformity of the cerebral cortex. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 105, 12593–12598. <http://dx.doi.org/10.1073/pnas.0805417105>

**i) Kitap Şeklinde Yayımlanan Bildiriler**

Schneider, R. (2013). Research data literacy. S. Kurbanoglu ve ark. (Ed.), *Communications in Computer and Information Science: Vol. 397. Worldwide Communalities and Challenges in Information Literacy Research and Practice* içinde (s. 134–140) . Cham, İsviçre: Springer. <http://dx.doi.org/10.1007/978-3-319-03919-0>

**j) Kongre Bildirisi**

Çepni, S., Bacanak A. ve Özsevgeç T. (2001, Haziran). *Fen bilgisi öğretmen adaylarının fen branşlarına karşı tutumları ile fen branşlarındaki başarılarının ilişkisi*. X. Ulusal Eğitim Bilimleri Kongresi’nde sunulan bildiri, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu

### Diğer Kaynaklar

#### **a) Gazete Yazısı**

Toker, Ç. (2015, 26 Haziran). ‘Unutma’ notları. *Cumhuriyet*, s. 13.

#### **b) Online Gazete Yazısı**

Tamer, M. (2015, 26 Haziran). E-ticaret hamle yapmak için tüketiciyi bekliyor. *Milliyet*. Erişim adresi: <http://www.milliyet>

#### **c) Web Page/Blog Post**

Bordwell, D. (2013, June 18). David Koepp: Making the world movie-sized [Web log post]. Retrieved from <http://www.davidbordwell.net/blog/page/27/>

#### **d) Online Ansiklopedi/Sözlük**

Bilgi mimarisi. (2014, 20 Aralık). Vikipedi içinde. Erişim adresi: [http://tr.wikipedia.org/wiki/Bilgi\\_mimarisi](http://tr.wikipedia.org/wiki/Bilgi_mimarisi)

Marcoux, A. (2008). Business ethics. In E. N. Zalta (Ed.), *The Stanford encyclopedia of philosophy*. Retrieved from <http://plato.stanford.edu/entries/ethics-business/>

#### **e) Podcast**

Radyo ODTÜ (Yapımcı). (2015, 13 Nisan). *Modern sabahlar* [Podcast]. Erişim adresi: <http://www.radyoodtu.com.tr/>

#### **f) Bir Televizyon Dizisinden Tek Bir Bölüm**

Shore, D. (Senarist), Jackson, M. (Senarist) ve Bookstaver, S. (Yönetmen). (2012). Runaways [Televizyon dizisi bölümü]. D. Shore (Baş yapımcı), *House M.D.* içinde. New York, NY: Fox Broadcasting.

#### **g) Müzik Kaydı**

Say, F. (2009). Galata Kulesi. *İstanbul senfonisi* [CD] içinde. İstanbul: Ak Müzik.



### SON KONTROL LİSTESİ

Aşağıdakilerin sağlandığından emin olunuz.

- Editöre mektup
  - ✓ Makalenin türünün belirtildiği
  - ✓ Başka bir dergiye gönderilmemiş olduğu
  - ✓ İngilizce yönünden kontrolünün yapıldığı
  - ✓ Dergi politikalarının gözden geçirildiği
  - ✓ Referansların derginin benimsediği APA 6 referans sistemine uygun olarak düzenlendiği
- Telif Hakkı Anlaşması Formu
  - ✓ Daha önce basılmamış materyal (yazı-resim-tablo) kullanılmış ise izin belgesi
- Yazar Formu
- Kapak sayfası
  - ✓ Makalenin kategorisi
  - ✓ Türkçe ve İngilizce başlık
  - ✓ Yazarların ismi soyadı, unvanları ve bağlı oldukları kurumlar (üniversite ve fakülte bilgisinden sonra şehir ve ülke bilgisi de yer almalıdır), e-posta adresleri
  - ✓ Sorumlu yazarın e-posta adresi, açık yazışma adresi, iş telefonu, GSM, faks numarası
  - ✓ Tüm yazarların ORCID'leri
  - ✓ Teşekkür, çıkar çatışması, finansal destek bilgisi
- Makale ana metni
  - ✓ Önemli: Ana metinde yazarın / yazarların kimlik bilgilerinin yer almaması gerekir.
  - ✓ Türkçe ve İngilizce başlık
  - ✓ Özetler: 200-250 kelime Türkçe ve 200-250 kelime İngilizce
  - ✓ Anahtar Kelimeler: 5 adet Türkçe ve 5 adet İngilizce
  - ✓ Geniş Özet: 600-800 kelime İngilizce (Makale dili Türkçe ise)
  - ✓ Makale ana metin bölümleri (Tablolar, resimler ve şekiller metin içinde verilmeli [başlık, kaynak ve alt yazılıyla])
  - ✓ Kaynaklar
  - ✓ Ekler (varsa)

### İLETİŞİM İÇİN

Editör : Emine Yavaşgel  
E-mail : yavas@istanbul.edu.tr  
Tel : + 90 (212) 440 03 01/02

Web site: <https://iupress.istanbul.edu.tr/tr/journal/4boyut/home>  
E-mail : 4.boyut@istanbul.edu.tr  
Adres : İstanbul Üniversitesi  
İletişim Fakültesi  
Süleymaniye Mahallesi  
Kaptan-ı Derya İbrahim Paşa Sokak  
34116 Beyazıt-Fatih, İstanbul-Türkiye

## COPYRIGHT AGREEMENT FORM / TELİF HAKKI ANLAŞMASI FORMU



Istanbul University  
İstanbul Üniversitesi

Journal name: 4. Boyut / Journal of Media and Cultural Studies  
Dergi Adı: 4. Boyut / Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi

Copyright Agreement Form  
Telif Hakkı Anlaşması Formu

<b>Responsible/Corresponding Author</b> <i>Sorumlu Yazar</i>	
<b>Title of Manuscript</b> <i>Makalenin Başlığı</i>	
<b>Acceptance date</b> <i>Kabul Tarihi</i>	
<b>List of authors</b> <i>Yazarların Listesi</i>	

Sıra No	Name - Surname Adı-Soyadı	E-mail E-Posta	Signature İmza	Date Tarih
1				
2				
3				
4				
5				

<b>Manuscript Type (Research Article, Review, etc.)</b> <i>Makalenin türü (Araştırma makalesi, Derleme, v.b.)</i>	
--	--

<b>Responsible/Corresponding Author:</b> <i>Sorumlu Yazar:</i>	
---	--

<b>University/company/institution</b>	<i>Çalıştığı kurum</i>	
<b>Address</b>	<i>Posta adresi</i>	
<b>E-mail</b>	<i>E-posta</i>	
<b>Phone; mobile phone</b>	<i>Telefon no; GSM no</i>	

**The author(s) agrees that:**  
The manuscript submitted is his/her/their own original work, and has not been plagiarized from any prior work, all authors participated in the work in a substantive way, and are prepared to take public responsibility for the work, all authors have seen and approved the manuscript as submitted, the manuscript has not been published and is not being submitted or considered for publication elsewhere, the text, illustrations, and any other materials included in the manuscript do not infringe upon any existing copyright or other rights of anyone. İSTANBUL UNIVERSITY will publish the content under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) license that gives permission to copy and redistribute the material in any medium or format other than commercial purposes as well as remix, transform and build upon the material by providing appropriate credit to the original work. The Contributor(s) or, if applicable the Contributor's Employer, retain(s) all proprietary rights in addition to copyright, patent rights. I/We indemnify İSTANBUL UNIVERSITY and the Editors of the Journals, and hold them harmless from any loss, expense or damage occasioned by a claim or suit by a third party for copyright infringement, or any suit arising out of any breach of the foregoing warranties as a result of publication of my/our article. I/We also warrant that the article contains no libelous or unlawful statements, and does not contain material or instructions that might cause harm or injury. This Copyright Agreement Form must be signed/ratified by all authors. Separate copies of the form (completed in full) may be submitted by authors located at different institutions; however, all signatures must be original and authenticated.

**Yazar(lar) aşağıdaki hususları kabul eder**  
Sunulan makalenin yazar(lar)ın orijinal çalışması olduğunu ve intihal yapmadıklarını, Tüm yazarların bu çalışmaya aslı olarak katılmış olduklarını ve bu çalışma için her türlü sorumluluğu aldıklarını, Tüm yazarların sunulan makalenin son halini gördüklerini ve onayladıklarını, Makalenin başka bir yerde basılmadığını veya basılmak için sunulmadığını, Makalede bulunan metnin, şekillerin ve dokümanların diğer şahıslara ait olan Telif Haklarını ihlal etmediğini kabul ve taahhüt ederler. İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ'nin bu fikri eseri, Creative Commons Atfı-GayriTicari 4.0 Uluslararası (CC BY-NC 4.0) lisansı ile yayımlanmasına izin verirler. Creative Commons Atfı-GayriTicari 4.0 Uluslararası (CC BY-NC 4.0) lisansı, eserin ticari kullanım dışında her boyut ve formatta paylaşılmasına, kopyalanmasına, çoğaltılmasına ve orijinal esere uygun şekilde atıfta bulunmak kaydıyla yeniden düzenleme, dönüştürme ve eserin üzerine inşa etme dâhil adapte edilmesine izin verir. Yazar(lar)ın veya varsa yazar(lar)ın işverenin telif dâhil patent hakları, fikri mülkiyet hakları saklıdır. Ben/Biz, telif hakkı ihlali nedeniyle üçüncü şahıslarca vuku bulacak hak talebi veya açılacak davalarda İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ ve Dergi Editörlerinin hiçbir sorumluluğunun olmadığını, tüm sorumluluğun yazarlara ait olduğunu taahhüt ederim/ederiz. Ayrıca Ben/Biz makalede hiçbir suç unsuru veya kanuna aykırı ifade bulunmadığını, araştırma yapılrken kanuna aykırı herhangi bir malzeme ve yöntem kullanılmadığını taahhüt ederim/ederiz. Bu Telif Hakkı Anlaşması Formu tüm yazarlar tarafından imzalanmalıdır/onaylanmalıdır. Form farklı kurumlarda bulunan yazarlar tarafından ayrı kopyalar halinde doldurularak sunulabilir. Ancak, tüm imzaların orijinal veya kanıtlanabilir şekilde onaylı olması gerekir.

<b>Responsible/Corresponding Author;</b> <i>Sorumlu Yazar;</i>	<b>Signature / İmza</b>	<b>Date / Tarih</b>
		...../...../.....