



Sosyoloji Araştırmaları Dergisi (SAD)

Journal of Sociological Research (JSR)

Cilt / Volume 27

Sayı / Issue 2

Ekim / 2024

ISSN/e-ISSN: 2148-9947

YAZI İşLERİ SORUMLUSU/EDİTÖR

Sosyoloji Derneği adına,

Prof. Dr. Sibel KALAYCIOęLU - Ortadoğu Teknik Üniversitesi.

EDİTÖRLER KURULU

Prof. Dr. Ali ERGUR - Galatasaray Üniversitesi.

Prof. Dr. Kezban ÇELİK - TED Üniversitesi.

Dr. Öğr. Üyesi Besim Can ZİRH - Ortadoğu Teknik Üniversitesi.

YARDIMCI EDİTÖRLER

Cansu SARAL

Yavuz YAVUZ

DİL EDİTÖRLERİ

Cansu SARAL (Türkçe)

Yavuz YAVUZ (İngilizce)

YAYIN KURULU

Aysu KES ERKUL - Hacettepe Üniversitesi.

Cansu SARAL - İstanbul Teknik Üniversitesi.

Erhan AKARÇAY - Anadolu Üniversitesi.

Gülçin CON WRIGHT - TED Üniversitesi.

İlhan Zeynep KARAKILIÇ - Bahçeşehir Üniversitesi.

Kurtuluş CENGİZ - Ankara Üniversitesi.

Yavuz YAVUZ - Ankara Üniversitesi.

Zehra Nurdan ATALAY - Bandırma Onyedİ Eylül Üniversitesi.

KAPAK ve SAYFA TASARIMI

Tezcan BAHAR - Eskişehir Osmangazi Üniversitesi.

İLETİşİM

Sosyoloji Derneği

Mebusevleri Mah. Mareřal Fevzi Çakmak Cad. No:9/5 Çankaya Ankara.

Tel:+9(0.312) 222 12 5



İÇİNDEKİLER - CONTENTS

- 1 - 30** **Dijital Çağda Kimlik İnşası: Üniversite Öğrencilerinin Online Kimlikleri Üzerine Bir Araştırma**
Identity Construction in the Digital Age: A Study on University Students' Online Identities
Mehmet Salih Ökten
- 31 - 61** **Mekân Algısı ve Katılım Süreci Analizi: Kuştepe Mahallesi Örneği**
Analysis of Space Perception and Participation Process: The Case of Kuştepe Neighborhood
Parla Güneş / Nilay Çabuk Kaya
- 62 - 93** **Ergenlerin Sosyal Medya Fenomenlerini Takip Etme Davranışlarının Sosyolojik Analizi**
Sociological Analysis of Adolescents' Behavior of Following Social Media Influences
Mehmet Aksoy
- 94 - 122** **'Akıllı Köy' Projesinde Teknolojik Bir Yanılsama**
A Technological Illusion in "The Smart Village" Project
Ceren Tunay
- 123 - 151** **Diasporada İslam'ın Barışa Açılan Yüzü: İslami Hip-Hop**
The Peaceful Face of Islam in the Diaspora: Islamic Hip-Hop
Betül Duman Bay / Zuhal Güler
- 152 - 179** **Çalışmanın Yapay Zekâyla Dönüşümüne Dair Anlatılar: Gelecek Sosyolojisi Çerçevesinde Bir İnceleme**
Narratives on the Transformation of Work through Artificial Intelligence: An Examination in the
Framework of the Sociology of Future
Anlam Filiz / Neşe Voyvoda Keskin
- 180 - 202** **Mimarlıkta Yer(siz)leşme Kavramı: Parazit Filmi Üzerinden Bir Okuma**
The Concept of Placelessness in Architecture: A Read on the Movie Parasite
Sibel Özden Omuzlu / Yasemin Erkan Yazıcı
- 203 - 209** **"Belirsizin Bilimleri: İnsan Bilimleri için Yeni Bir Epistemoloji" Kitap İncelemesi**
Book Review: Les Sciences de l'Imprécis
Yelda Yılmaz

DİJİTAL ÇAĞDA KİMLİK İNŞASI: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN ONLINE KİMLİKLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Mehmet Salih Ökten¹

Öz

Bu araştırma, üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçlarını ve bu kullanımın kimlik inşası üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlamaktadır. Türkiye genelindeki çeşitli üniversitelerde eğitim-öğretim gören 525 öğrenciye tabakalı örnekleme yöntemiyle çevrimiçi (online) anket uygulanmıştır. Anket, katılımcıların sosyo-demografik bilgilerini, “Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği”ni ve “Sosyal Medyada Kimlik İnşası Ölçeği”ni içermektedir. Bulgular, katılımcıların sosyal medyayı yalnızca bir iletişim aracı olarak değil, aynı zamanda kişisel gelişim, kimlik inşası ve toplumsal etkileşim için de kullandıklarını göstermektedir. Ayrıca, sosyal medya kullanımının bireylerin kimlik inşası süreçlerine önemli bir katkı sağladığı tespit edilmiştir. Araştırmada, cinsiyet, yaş ve çalışma durumu gibi sosyo-demografik faktörlerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve kimlik inşası süreçleri üzerindeki etkisi de incelenmiştir. Kadın katılımcıların, erkeklere kıyasla daha fazla gizlilik ve güvenlik kaygısı taşıdığı; erkeklerin ise daha çok içerik üretimi ve sosyal etkileşimde yer aldığı gözlemlenmiştir. Sık sosyal medya kullanımının, “Kişisel Gelişim ve Kendini İfade Etme Kimlik Düzeyi”ni artırdığı bulgusu da dikkat çekmektedir. Sonuç olarak, sosyal medya platformlarının bireylerin kimlik inşası üzerinde büyük bir etkisi olduğu ve bu platformların özellikle gençler arasında kimlik oluşturma süreçlerine katkı sağladığı görülmektedir. Gelecekteki araştırmalarda, farklı kültürel bağlamlarda sosyal medyanın kimlik inşası üzerindeki rolünün daha detaylı incelenmesi önerilmektedir.

Anahtar Sözcükler: Üniversite Öğrencileri, Sosyal Medya, Kimlik, Kimlik İnşası, Sosyal Medya Kullanımı.

¹ Dr. Öğretim Üyesi, Bitlis Eren Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi Sosyal Hizmet Bölümü, msokten@beu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0444-4595

IDENTITY CONSTRUCTION IN THE DIGITAL AGE: A STUDY ON UNIVERSITY STUDENTS' ONLINE IDENTITIES

Abstract

This research aims to examine the purposes of social media use among university students and the effects of this usage on identity construction. An online survey was conducted with 525 students, selected through a stratified sampling method, from various universities across Turkey. The survey included socio-demographic information of the participants, the “Social Media Usage Purposes Scale,” and the “Identity Construction on Social Media Scale.” The findings reveal that participants use social media not only as a means of communication but also for personal development, identity construction, and social interaction. Moreover, it was found that social media use significantly contributes to individuals' identity construction processes. The study also examined the effects of socio-demographic factors such as gender, age, and employment status on social media usage habits and identity construction processes. It was observed that female participants were more concerned about privacy and security compared to males, while males were more active in content creation and social interaction. Additionally, frequent social media use was found to increase the “Personal Development and Self-Expression Identity Level.” In conclusion, social media platforms have a significant impact on individuals' identity construction, particularly among young people. In future research, it is suggested that the role of social media on identity construction in different cultural contexts should be examined in more detail.

Keywords: University Students, Social Media, Identity, Identity Construction, Social Media Use.

GİRİŞ

Sosyal medya, günümüzün dijital ekosisteminde iletişimden bilgi alışverişine, eğlenceden eğitime kadar pek çok alanda hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Bireylerin ve toplulukların küresel ölçekte etkileşime girmesine olanak tanıyan bu platformlar, sınırları ortadan kaldırarak fikirlerin ve kültürlerin hızlı bir şekilde yayılmasını sağlamaktadır. Sosyal medya, sadece kişisel ilişkileri değil, aynı zamanda iş dünyasını, politikayı ve toplumsal hareketleri de derinden etkileyerek, sosyal dinamikleri yeniden tanımlamaktadır. Bu bağlamda, sosyal medyanın önemi ve hayatımızdaki rolü, modern toplumların yapısını ve bireylerin günlük deneyimlerini şekillendiren temel unsurlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sosyal medya, internet ortamında insanların birbirleriyle iletişim kurmasını ve bilgi paylaşmasını sağlayan araçların tümünü kapsayan bir kavramdır. Sosyal medya kavramı, web 2.0 teknolojilerinin² yükselmesi ile ortaya çıkmıştır. İlk olarak 1999 yılında "Six Degrees" adında bir sosyal ağ sitesi³ açılmıştır ve daha sonra Myspace ve Facebook gibi sosyal ağ siteleri ile birlikte hızla büyümeye başlamıştır.

Her yıl küresel dijital verileri sunan Dijital 2024 Raporu, Meltwater ve We Are Social iş birliği ile yayımlandı. Bu raporda, Birleşmiş Milletler Dünya Nüfus Beklentileri'nden elde edilen verilere göre, Ocak 2024 itibarıyla dünya genelinde 8,08 milyar insan yaşamaktadır. Geçtiğimiz yılın aynı döneminden bu yana küresel nüfus 74 milyon kişi artmış olup, bu da yıllık yüzde 0,9'luk bir büyümeyi ifade etmektedir. 2024 yılının başında tekil cep telefonu kullanıcılarının sayısı 5,61 milyar olarak kaydedilmiştir. GSMA Intelligence'in en güncel verilerine göre, dünya nüfusunun yüzde 69,4'ü artık bir mobil cihaz kullanmakta olup, küresel kullanıcı sayısı 2023 yılının başından bu yana 138 milyon kişi artarak yüzde 2,5 oranında bir büyüme göstermiştir. Dünya nüfusunun yüzde 66'sından fazlası artık internet kullanıcısı olup, güncel veriler bu sayının 5.35 milyara ulaştığını göstermektedir. İnternet kullanıcılarının sayısı, 2023 yılının başından itibaren 97 milyon yeni kullanıcı eklenmesiyle son 12 ayda yüzde 1,8 oranında artmıştır. Kepios analizi⁴, aktif sosyal medya kullanıcılarının sayısının 5 milyarı aştığını ve bu rakamın dünya nüfusunun yüzde 62,3'üne denk geldiğini ortaya koymaktadır (DataReportal, 2024a). Dikkat çekici olan sadece kullanıcı sayıları değildir. İnternet kullanıcıları, artık her zamankinden daha fazla sürelerini sosyal medya platformlarında geçirmektedir. GlobalWebIndex⁵ en son araştırmasına göre, "tipik" bir internet kullanıcısı artık günde ortalama 6 saat 40 dakika çevrimiçi (online) olmaktadır. Çalışma çağındaki internet kullanıcılarının yüzde 97'sinden fazlası her ay sosyal medya veya mesajlaşma platformlarına erişmektedir. Bu durum, sosyal medyanın en popüler çevrimiçi

² Web 2.0, bir yazılım sürümü veya uygulama tasarımı değil, bir teknolojik dönüşüm ve internet kullanımındaki evrimi ifade eden bir kavramdır.

³ Kullanıcıların arkadaşlarının arkadaşlarıyla bağlantı kurmasına olanak tanıyan, ilk sosyal ağ sitelerinden biridir. Six Degrees, aktif olarak kullanılmakta olan bir sosyal ağ değildir, ancak sosyal ağların tarihsel bir aşamasını temsil etmektedir.

⁴ Danışmanlık şirketinin, müşterileri için yapmış olduğu belirli bir pazar veya sektör analizine işaret etmektedir. Bu analiz, belirli bir pazarın veya sektörün geçmiş performansını, mevcut durumunu ve gelecekteki beklentilerini inceleyerek raporlar sunar.

⁵ Dünya çapında sosyal medya ve internet kullanımı hakkında bilgi sağlayan bir pazar araştırma ve analitik firmasıdır.

eğlence aracı olma konumunu sürdürdüğünü göstermektedir. “Tipik” bir sosyal medya kullanıcısı ise, günde ortalama 2 saat 23 dakika sosyal medyada zaman geçirmektedir (DataReportal, 2024a). Bu durum sosyal medyada geçirilen sürenin toplam çevrimiçi süre içindeki payının yüksek olduğunu göstermektedir.

Dijital 2024 Küresel Genel Bakış Raporu'nun Türkiye ile ilgili bölümleri oldukça dikkat çekicidir. Rapora göre, 2024 yılının başında Türkiye'deki internet kullanıcı sayısı 74,41 milyona ulaşmış ve internete erişim oranı yüzde 86,5 olarak kaydedilmiştir. İnternet kullanım süresi açısından Türkiye, günlük ortalama 6 saat 57 dakika ile dünya genelinde 20. sırada yer almakta olup, bu süre dünya ortalamasından 17 dakika daha fazladır. Ocak 2024 itibarıyla Türkiye'de 57,50 milyon sosyal medya kullanıcısı bulunmakta ve bu, toplam nüfusun yüzde 66,8'ine denk gelmektedir. Sosyal medya kullanım süresi ise dünya ortalamasının biraz üzerinde olup, Türkiye'de günlük 2 saat 44 dakika ile dünya genelinde 14. sırada yer almaktadır. (DataReportal, 2024b).

Yukarıda belirtilen veriler dijital çağda internet ve sosyal medya kullanımının insanların gündelik hayatına giderek daha fazla yerleşmekte olduğu ve bu durumun sosyal medyayı günümüz toplumlarının neredeyse ayrılmaz bir parçası haline getirdiğini göstermektedir. İnsanlar, dünya çapında milyarlarca kullanıcı ile çeşitli amaçlar doğrultusunda bu dijital mecraları kullanmaktadır. Sosyal medya, sadece bilgi paylaşımı ve iletişimi kolaylaştırmakla kalmayıp, aynı zamanda bireylerin kendilerini ifade etme, kimliklerini inşa etme aracı olarak da işlev görmektedir. Sosyal medyanın popülerlik kazanmasıyla birlikte, kullanıcılar kendilerini sanal dünyada nasıl temsil ettiklerini, kimliklerini nasıl şekillendirdiklerini ve bu süreçte hangi etkenlerin rol oynadığını daha fazla merak etmektedirler. Bu araştırma, sosyal medyanın kimlik inşa etme sürecine odaklanarak, özellikle üniversite öğrencilerinin kimliklerini nasıl etkilediğini anlamaya yöneliktir. Üniversite dönemi, genç bireylerin kimliklerini şekillendirdiği ve tanımladığı önemli bir dönemdir. Bu nedenle, üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ve bu platformlarda kimliklerini nasıl inşa ettikleri, daha yakından incelenmesi gereken bir alan olarak değerlendirilmektedir.

Bu araştırmanın amacı, üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarını ve bu platformlarda kimliklerini nasıl inşa ettiklerini incelemektir. Özellikle dijital çağda, bireylerin sosyal medya platformlarını kullanarak kimlik inşası süreçlerinin nasıl şekillendiği, sosyal medya kullanımının kimlik üzerindeki etkileri ve demografik faktörlerin (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, çalışma durumu gibi) bu süreçteki rolü araştırılmaktadır.

Araştırmada cevabı aranan soruları şu şekilde sıralayabiliriz.

Üniversite öğrencileri sosyal medya platformlarını hangi amaçlarla kullanmaktadır?

Sosyal medya kullanımının kimlik inşası üzerindeki etkileri nelerdir?

Demografik faktörler sosyal medya kullanımı ve kimlik inşasında nasıl bir rol oynamaktadır?

1. KİMLİK NEDİR?

Kimliğin, günümüzde en çok tartışılan ve incelenen, sosyal bilimler alanında büyük ilgi gören önemli bir kavram olduğu söylenebilir. “Kimlik”, sosyoloji, sosyal psikoloji, felsefe, antropoloji gibi birçok bilim dalını kendi açılarından konu edinen temel bir kavram haline gelmiştir. “Kimlik”, bir bireyin benlik algısı, başka kişilerle tamamen paylaşılmayan fiziksel, psikolojik ve kişilerarası özelliklerin yanı sıra, belirli bağlılıklar ve sosyal roller aracılığıyla şekillenir. Kimlik, kişinin zaman içinde—fiziksel veya diğer değişikliklere rağmen—aynı kişi olduğu hissini barındırır. Bu his, bedensel duyular, beden imajı ve kişinin anıları, hedefleri, değerleri, beklentileri ve inançlarının kendisine ait olduğu algısından kaynaklanır. Bu durum kişisel kimlik olarak da adlandırılır (American Psychological Association, 2018).

Çok sayıdaki disiplinin aynı kavrama kendi bakış açılarıyla yaklaşma çabaları, ilgili literatürün hızla gelişmesine büyük katkı sağlamaktadır. Literatürde kimliğin oluşum sürecindeki faktörler, kimliğin insanlar üzerindeki etkisi, kimliğin zaman içinde değişebilme özelliği, kimliğin toplumsal cinsiyet, etnik köken, yaşam tarzı gibi birçok farklı yönü hakkında çalışmalar mevcuttur. Kimlik kavramının geniş ve çok yönlü doğası bu alanda yapılan çalışmaları zorlaştırdığını da söyleyebiliriz.

Kimlik, Türk Dil Kurumu'na göre, "toplumsal bir varlık olarak insanın nasıl bir kimse olduğunu gösteren belirti, nitelik ve özelliklerin bütünü" olarak tanımlanır (TDK, 2023). Kimlik ve benlik kavramları insanların kendilerine ilişkin düşünce ve duygularının bir özetidir. Kimlik, insanların kendilerini nasıl tanımladıklarını ve toplum tarafından nasıl algılandıklarını belirler yani kimlik, kişisel deneyimin yanı sıra diğer kişiler tarafından algılanması ve tanınmasına dayanır. Bu yüzden kimlik önemli bir benlik parçasıdır (Zhao vd., 2008; 1817).

Zygmunt Bauman, kimlik kavramının aidiyet ve güvenlik ihtiyacından kaynaklandığını ve kimlik olgusunun ancak sürekli değişim ve dönüşüm içinde olan modern toplumlar için geçerli olduğunu savunur. Modernite öncesi dönemlerde kimlik bir sorun olarak algılanmazken, modern dünyanın belirsizlikleri kimliği önemli bir mesele haline getirmiştir. Bauman, bireylerin artık kimliklerini yalnızca doğdukları çevreye bağlı olarak değil, kendilerini yeniden inşa ederek tanımladıklarını öne sürer. Küreselleşme ve teknolojinin getirdiği bu "akışkan modernite" döneminde, kimlikler sürekli bir akış halindedir ve bireyler bu değişime uyum sağlamak zorundadır. Bauman, kimliğin artık keşfedilecek değil, icat edilecek bir şey olduğunu, bireylerin ise bu kimliği inşa etmek için sürekli bir çaba içerisinde olduklarını vurgular (Bauman, 2019).

Günümüzde birçok farklı kimlik teorisi bulunmaktadır. Bunlar arasında araştırmamızla ilintili olabilecek kimlik teorilerden postmodern kimlik teorisini sayabiliriz. Postmodern kimlik teorisi, klasik kimlik teorilerine karşı geliştirilmiş bir yaklaşımdır. Postmodern teorisyenler, kimliğin yapısalcı yaklaşımlarda olduğu gibi tek, doğal ve evrensel değil, çok yönlü, değişken ve belirsiz olduğunu, insanların dünyayı ve kendilerini farklı biçimlerde anlamlandırıp ifade ettiklerini vurgular. Postmodern kimlik teorisi, kimliğin sürekli olarak belirlenmekte ve yeniden yapılandırılmaktadır ve kimliğin

toplumsal, kültürel, coğrafi ve zamansal kontekste oluştuğunu belirtir. Postmodern kimlik teorisinin temsilcileri arasında Jean Baudrillard, Michel Foucault, Jacques Derrida ve Judith Butler gibi filozofları saymamız mümkündür.

Çalışmamızla bağlantı kurulabilecek diğer bir teori ise, yapısal sembolik etkileşimcilikteki kimlik teorisidir. Sembolik etkileşimci teori, toplumun, bireylerin yüz yüze tekrar eden anlamlı etkileşimler yoluyla inşa edildiğini ve insan davranışının bu etkileşimlere odaklanarak açıklanabileceğini savunan bir teorik yaklaşımdır. Bu teori, yapısal sembolik etkileşimcilik ve kimlik teorisi gibi perspektiflerle genişletilmiştir. Yapısal sembolik etkileşimcilikteki kimlik teorisi, bireyin sosyal yapı ile ilişkilendirilen statü ve rol kavramlarının aynı zamanda bireyin anlam dünyası ile de ilişkili olabileceğini ileri sürer. Bu teori, bireylere benliklerini kimlikleri çerçevesinde inşa etmeleri için aktif bir rol verir. Diğer toplumsal yapı teorilerinin aksine, bu teorik bakış açısı bireyin etkinliğini vurgular (Erdem, 2020). Sembolik etkileşimci teorisinin savunucuları arasında George H. Mead, Herbert Blumer, Erving Goffman ve Charles H. Cooley gibi sosyologlar yer almaktadır.

2. DİJİTAL ÇAĞDA KİMLİK İNŞASI: SOSYAL MEDYANIN ROLÜ VE ETKİLERİ

“Kimliğin inşası” kavramı, bireylerin kimliklerini inşa etmek ve şekillendirmek için deneyimledikleri süreci ifade eder. Bu süreç, bireyin kendisini kim olarak gördüğünü, nasıl algılandığını ve toplumsal bağlamlar içinde nasıl konumlandığını içermektedir. Yapılan bir araştırmada, kimliğin, doğuştan gelen bir şeyin ifadesi ve bireysel bir özellik değil; daha çok sosyal bir çevrenin ürünü olduğu ve bireylerin kendilerini içinde buldukları sosyal çevrenin özelliklerine bağlı olarak kimliklerini inşa etme yoluna gittikleri tespit edilmiştir (Zhao vd., 2008;1831).

Sosyal medyanın kişilere bir topluluğun ulvi ihtiyaçlarından ziyade, kişisel ihtiyaç ve ilgi alanlarına yönelik olarak sosyal kaynaklarla iletişimi sağlamak için verimli ve uygun araçlar sundukları söylenebilir. Zaten internetin, gelişmiş ülkelerde 20. yüzyıl boyunca bireysel özerkliği ve hareketliliği teşvik ettiği ve daha da güçlendirdiği öne sürülmektedir. Tüm bu durumlar sosyal ilişkilerin doğasını, birbirine sıkı sıkıya bağlı, homojen, ilişkilerin oldukça istikrarlı ve yüz yüze iletişimin olduğu modern öncesi döneme daha çok ait olan sosyal gruplardan, geçici ve “kişiselleştirilmiş/özelleştirilmiş sosyallığe” doğru kaydırmıştır (Manago, 2015; 3, 4). Kişiselleştirilmiş/özelleştirilmiş sosyallik, sosyal medya platformlarındaki kullanıcıların kendilerini özel olarak sergileme şeklini ifade eder. Bu sergileme, kullanıcının belirli bir imajı oluşturma amacıyla sadece seçilmiş fotoğrafların paylaşılması, beğeni, yorumların ve takipçi listesinin yönetilmesi ve diğer benzer etkenlerden oluşabilir (Özdemir, 2015; 121). Ellison ve diğerleri (2007) yaptıkları bir araştırmada, özellikle gençlerin sosyal medyayı genellikle sosyal bağlarını korumak ve yeniden kurmak, fotoğrafları paylaşmak ve etiketlemek, “durum güncellemeleri” oluşturmak ve “beğenme” gibi ilişkili sosyal onaylama biçimlerini içeren bir tür “kimlik çalışması” yürütmek amacıyla kullandıklarını tespit etmişlerdir. Tuğtekin ve Dursun da (2021) yaptıkları bir araştırmada, bireylerin, sosyal medyada kendilerini tanıtmak için bir kimlik oluşturdukları ve sosyal medya aracılığıyla bu kimliği sergilediklerini tespit etmişlerdir. Bu nedenle, bireylerin kendilerini tanıtmak için oluşturdukları çevrimiçi kimliklerin tanınması ve gösterilmesi sosyal medya kullanımının

temel nedenlerinden biri olduğu söylenebilir. Burada çevrimiçi kimlik derken, bir kişinin internet üzerindeki varlığını ve dijital dünyadaki kimliğini kastetmekteyiz. İnternet kullanımının yaygınlaşması ile birlikte, insanların dijital olarak kendilerini ifade etmeleri ve çevrimiçi ortamlarda bir kimlik oluşturmaları yaygın hale gelmiştir. Bu kimlikler, bir kişinin adı, profil resmi, kişisel bilgileri, sosyal medya hesapları ve diğer dijital faaliyetleri gibi çeşitli faktörlerden oluşabilir. Çevrimiçi profiller, kullanıcıların kimliklerinin önemli yönlerini diğerleriyle paylaşmak için, sanal dünyada oluşturdıkları bir tür "dijital beden" olarak değerlendirilebilir (Boyd ve Ellison, 2007).

Bir sosyal medya platformunda var olmak, kişinin kim olduğunu o platformdaki arkadaşlarına ifade ederek aslında "kendini varlığa yazmak"tır. Birinin kim olduğunu ifade etmek, kendilerine uygun görünen bir profil oluşturmak, temsili bir fotoğraf yüklemek, tanımlayıcı özellikleri, beğenileri belirtmek ve arkadaş listesi oluşturmakla başlar. Kullanıcı, sosyal medya platformunda durum güncellemeleri yaptıkça, kendi içeriklerini paylaştıkça, diğer kullanıcılar tarafından yapılan beğeni, yorum ve paylaşımlar gibi geribildirimleri topladıkça ve başkalarının haber akışı gönderisine "beğeni" veya yorum yaptıkça "kendini var etmeyi yazmaya" devam ettiğini gösterir. Bu iletişim şekli asenkronudur. Bu durum sosyal medya kullanıcılarının vermek istedikleri ideal mesajları oluşturmak ve üzerinde düşünmeleri için zaman sağlar ve böylece kendini ifade etme üzerinde daha fazla kontrole sahip olmuş olurlar (Kramer ve Winter, 2008). Bu durum, bireylere daha fazla kontrol sahibi olma, olumlu bir kişisel imaj oluşturma ve idealize edilmiş yönlerini arkadaşlarına tanıtmaya fırsatı sunar. Yapılan bir dizi araştırmada her ne kadar çevrimiçi ve çevrimdışı (offline) kişilik özellikleri arasında yüksek düzeyde bir benzerlik ve tutarlılık gözlemlense de egosunu tatmin edici, yaldızlı bir ışık altında kendini tasvir etmesi ve en çekici özelliklerini vurgulaması özellikle gençler arasında sosyal medya kullanımının önemli motive edici bir faktördür (Özdemir ve Yıldırım, 2019). Fotoğraf paylaşımının özellikle hem genç erkekler hem de genç kadınlar arasında popüler olması, kendilerini çevrimiçi olarak fiziksel çekiciliği ön plana çıkararak yeniden üretmek için önemli bir strateji geliştirdiklerini göstermektedir. Ayrıca, sosyal medya kullanıcıları, özellikle gençler, müzik, video veya popüler kültürden markalar gibi multimedya unsurlarını kişisel sunumlarına dahil ederek çevrimiçi kimliklerini daha çekici hale getirebilmektedirler. Genelde sosyal medya kullanıcılarının arkadaş ya da takip listesindeki kişilerle ortak noktalarının olduğu varsayıldığından, arkadaş ya da takip listesi aynı zamanda kişinin sosyal statüsü, politik duruşu, ilgi alanları ve sanatsal zevkleri gibi kimlik belirteçlerinin göstergesi olarak da hizmet görebilmektedir (Manago, 2015; 8-10).

Markus ve Nurius (1986) tarafından belirtildiği gibi, bir kişinin kendisine yönelik algısı, "olunan benlikler (now selves)" ve "olası benlikler (possible selves)" olarak iki kategoride sınıflandırılabilir. Olunan benlikler, şu anda kişinin algıladığı, başkaları tarafından bilinen ve yerleşik kimliklerdir, ancak olası benlikler şu anda başkaları tarafından bilinmeyen benlik imajlarını temsil eder. Umut edilen olası benlikler, kişinin oluşturmak istediği ve uygun koşullar sağlandığında gerçekleştirebileceğine inandığı sosyal olarak arzu edilen kimlikleri ifade eder. Bu umut edilen olası benlikler, bazen çekici olmayan fiziksel özellikler veya kişisel kısıtlamalarla engellenebilir. Facebook, Instagram gibi sosyal medya platformları bu tür bireylerin çevrimdışı durumlarda gerçekleştiremedikleri kimlikleri çevrimiçi ortamda deneyimlemelerine imkân sağlayarak, umut edilen olası benliklerin ifadesinde bir araç işlevi görebilir (Zhao ve vd., 2008;1828).

Sosyal medya platformlarında kullanıcıların, umut edilen olası, ideal ya da arzu edilen benliği inşa etmeye çalışmalarını, araştırmamızda yararlandığımız Erving Goffman'ın teorisine göre benliğin sunumunun bir örneği olarak görebiliriz. Goffman (2016), benliğin sunumunu, insanların sosyal ilişkilerinde göstermek istedikleri kimlikleri ve sosyal rolü belirlemek için yaptıkları söylem ve davranışlar olarak tanımlar. Goffman, insanların sosyal hayatta rol oynamalarını ve o rollere uygun bir şekilde tavır ve davranış sergilemelerini diğer bir deyişle nasıl maske taktıklarını incelemiş ve insanların rol yapma esnasında kendilerini en iyi şekilde sunmak için farklı stratejiler kullandıklarını ifade etmiştir. Bu stratejilerden birini de "kişisel vitrin" olarak adlandırmıştır. Kişisel vitrin, bireylerin kendilerini en iyi şekilde sunmak için sahip oldukları fiziksel özellikleri, kıyafetleri, aksesuarları, konuşma tarzları, jest ve mimikleri gibi çeşitli unsurların bir arada sergilenmesidir. Örneğin, bir kişi iş görüşmesine giderken giydiği kıyafetler, saç stili, makyajı vb. gibi unsurlar "kişisel vitrin"inin bir parçasıdır ve kendisini işverene nasıl sunmak istediğinin bir göstergesi olabilir. Benzer şekilde, bir kişi sosyal medya hesabında paylaştığı fotoğraf, metin, video vb. içerikler de "kişisel vitrin"inin bir parçasıdır ve kendisini nasıl göstermek istediğini yansıtabilir. Goffman'a göre, "kişisel vitrin", kişinin kendisini toplumda tanıtmak için kullandığı bir metafordur ve insanların kendilerini nasıl gösterdiklerini, başkaları tarafından nasıl algılandıklarını ve bunun sonucunda nasıl davranacaklarını etkiler. "Kişisel vitrin", toplumsal ilişkilerde güç, statü, itibar ve sosyal kabul gibi faktörler üzerinde de etkilidir (Goffman, 2016; 33-39).

Sosyal medyada takipçilerin beğenileri, yorumları veya paylaşımları, kullanıcıların sosyal medya üzerindeki itibarını, algısını ve popülaritesini etkileyebildiği gibi, beklentileri ve baskısı da, kullanıcıların kişisel yaşamına ve kararlarına etki edebilmektedir. Örneğin, bir sosyal medya kullanıcısı, takipçileri tarafından sevilme veya beğenilmek için kendini farklı bir şekilde sunmaya çalışabilir veya belirli bir gruba dâhil olmak için kendini değiştirmeye çalışabilir. Bu duruma verilebilecek örneklerden biri, Türkiye'de yüzyılın felaketi olarak adlandırılan ve merkez üssü Kahramanmaraş olan depremlerde, enkaz altında kalarak yaşamını yitiren, evinde çektiği yemek videolarıyla tanınan ve kısa sürede 1,3 milyon takipçiye ulaşarak sosyal medya fenomeni haline gelen Taha Duymaz'ın, sosyal medyada sürekli olarak burnu ve kulağı hakkında ağır eleştiriler alması nedeniyle estetik yaptırmak zorunda kalmasıdır.⁶ Bu durum, Duymaz'ın kimlik inşa sürecini olumsuz etkilemiştir. Takipçilerinin söylemleri nedeniyle fiziksel görünümüne estetik müdahalede bulunmak zorunda kalması, Duymaz'ın kimlik bütünlüğünü ve özgünlüğünü zayıflatmıştır. Kendi fiziksel özelliklerini değiştirmesi, kimlik inşa sürecindeki özgünlüğünü ve benzersizliğini kaybetmesine yol açmıştır. Bu süreç, Duymaz'ın kendine güvenini azaltmış ve özsaygısını sarsmıştır. Takipçi baskısının, sosyal medya kullanıcıları üzerinde büyük bir zorluk yaratabileceği göz önüne alınmalıdır. Bununla birlikte, bazı kullanıcılar fiziksel özelliklerinde değişiklik yaparak kendilerini daha iyi hissedebilirler ve bu durum da kimlik oluşturma sürecinde etkili olabilir.

Çevrimiçi benlik sunumunu dair yapılan ilk araştırmalar genellikle anonim çevrimiçi (online)⁷ platformlardaki kimlik inşasına odaklanmıştır. Bu tür araştırmalar bireylerin çevrimiçi dünyada rol yapma, norm dışı davranışlarda bulunma ya da altta yatan olumsuz dürtülerini harekete geçirme

⁶ Bu konuda verdiği röportaj için bkz. <https://www.tiktok.com/@afnanurshn/video/7143597327230520578> (Erişim Tarihi: 10.05.2023).

⁷ İnternet kullanıcılarının gizli kalmalarını sağlayan veya kimliklerini açıklamadan çevrimiçi aktiviteler yapmasını mümkün kılan bir kavramdır.

eğiliminde olduklarını tespit etmiştir. 1990'lı yıllarda iletişimsel bağlamın bedensiz, anonim çevrimiçi ortamı ve meçhul olan doğası gereği çoklu "siber benlikler"⁸ oluşturularak kendilerini yeniden keşfetmeleri mümkün hale gelmiştir (Zhao vd., 2008;1816-1818). Örnek olarak, bedensiz anonim çevrimiçi ortamda yaşlı olan biri genç biri, utangaç olan biri oldukça cesur biri gibi davranabilir. Bu çoklu siber benlikler genellikle çevrimdışı yani gerçek yaşam ve ilişkilerden farklı var oldukları için nasıl bir kimlik edineceklerinin kararı bireyin sadece kendisine bırakılmıştır. Yani bu sanal kimliklerin gerçek hayattaki kimlikleriyle benzer olup olmayacağı kullanıcıya bağlı kılınmıştır. 2004 yılında ortaya çıkan anonim olmayan Facebook gibi sosyal medya platformların yükselişiyle birlikte çevrimdışı ve çevrimiçi benlikler⁹ arasında bağlantı kurulmaya başlanmış, kişinin çevrimdışı kimliğine ve bağlantılarına dayanan çevrimiçi profillerin oluşturulması kolaylaşmıştır. Çevrimdışı yani gerçek arkadaşlar, kişilerin çevrimiçi hayatlarının tanımlayıcı bir parçası haline geldikçe siber benlikler yüzüstü, bedensiz ve anonim olmaktan çıkmıştır. Hatta bu çevrimdışı arkadaşlar, kişinin çevrimiçi kimlik temsillerinin tanınabilir ve gerçek hayattaki davranışlarıyla daha tutarlı olmasını bekler hale gelmişlerdir. Artık giderek çevrimiçi ve çevrimdışı hayatların daha bir iç içe geçtiği ve birbirleriyle daha tutarlı hale geldikleri söylenebilir (Davis, ve Weinstein, 2017; 4-5).

Sosyal medyanın gelişen biçimleri, kullanıcılara çoklu dijital kimlikler oluşturma ve paylaşma imkânı sağlamakla birlikte, sonuç olarak karmaşık bir kimlik ortamının ortaya çıktığını ve dijital kişiliği destekleyen verilerin parçalandığını da ifade etmek gerekir. Bu da tutarlı bir bireysel yaşam öyküsü veya varlık sunmada kısıtlamalar getirmektedir. Yeni sosyal medya platformları, bireysel ifadeleri ve kontrolü zor olan diğer benlik yansımalarını içermekte ve bu durum genellikle dijital benliğin özel yönlerinin uygunsuz bir izleyici kitlesine sızabileceği bir tür "bağlam çöküşüne" neden olabilmektedir. "Bağlam çöküşü", ilişkilendirdiğiniz farklı bağlamların veya dünyaların üst üste geldiği veya birbirine karıştığı zamandır. Örneğin arkadaşlarınızın, annenizin profilinizde paylaştığınız bir fotoğrafınıza yanıt olarak yaptığı utanç verici bir yoruma alaycı bir şekilde gülmeleri ya da işverenin, Instagram'da parti yaparken çekilmiş bir fotoğrafınızı görüp sizi işe almamaya karar vermesi gibi. Sosyal medya kullanıcıları, aynı anda birden fazla ve farklı kitlelere yönelik olarak "performans sergilemeye" çalıştıklarında, "bağlam çöküşü" deneyimleyebilirler. (Thomas vd., 2018: 53). Bu "bağlam çöküşü" tehlikesini bertaraf etmek için kullanıcıların yaygın bir şekilde sosyal medya hesaplarını ayrı tutmaya çalıştıkları, gizlilik ayarlarını aktifleştirdikleri ve profillerindeki bazı ayrıntıları, hatta tüm hesaplarını belirli kişilerden, gruplardan ve toplumlardan sakladıkları söylenebilir (Özdemir Çakır, 2018: 39).

Tüm bu söylenenlerden, kimliğimizin hem gerçeklikten hem de sanallıktan oluştuğunu söyleyebiliriz. Diğer bir deyişle, kimliğimiz hem ne olduğumuzdan (yani, bizleri tanımlayan bilgilerden oluşan "gerçek benliğimiz") hem de ne olmak istediğimizden (yani, beklentilerimizi veya hakkımızdaki sosyal beklentileri tanımlayan bilgilerden oluşan "ideal benlik") oluşur. Kimliğimiz, satırları gerçeklik ve ideallığın iç içe geçmesinden oluşan bir "açık metin"dir. Durante, sosyal medya platformlarının insanlara ikinci bir yaşamı ya da yeni bir kişiliği oluşturma şansı verdiğini kabul eden ve etmeyenlerin

⁸ İnternet veya diğer elektronik ortamlarda insanların kendilerine ait olduğunu düşündükleri sanal kimliklerdir.

⁹ Çevrimiçi benlik, internet üzerindeki sosyal medya profilleri, bloglar, forumlar ve diğer çevrimiçi etkinlikler ile oluşan bir kişinin benliği iken çevrimdışı benlik ise gerçek hayatta tanınan ve görünen bir kişinin benliğidir.

yanıldığını, esasında bu platformların, kimliğin inşasında gerçeklik ve sanallığın (idealliğin) iç içe geçmesinin farklı bir yolunu oluşturduğunu söylemektedir (Durante, 2011; 595).

3. YÖNTEM

Yükseköğretim Kurulu (YÖK)'ün 2021-2022 verilerine göre üniversitelerin önlisans ve lisans programlarına kayıtlı toplam öğrenci sayısı 7.829.148'dür. Bu öğrencilerin 4.454.128'ü açık öğretim ön lisans ya da lisans öğrencisidir. Türkiye'deki üniversitelere kayıtlı yüksek lisans ve doktora öğrencilerinin toplam sayısı ise 467.811'dir. Bu araştırmanın evrenini 2021-2022 eğitim-öğretim yılında Türkiye'deki üniversitelerin örgün olarak eğitim veren ön lisans, lisans, yüksek lisans ve doktora programlarını kapsadığı için bu sayı 3.842,831'dir. Bu sayıya açık öğretim ön lisans ya da lisans öğrencileri dâhil değildir (YÖK, 2022).

Türkiye'de örgün yükseköğrenim gören öğrencisi sayısı 3 milyon 842 bin 831 olduğuna göre, %95 güven aralığı ve %5 hata payı kabul edilerek hesaplanan örneklem büyüklüğü 384'tür (Yılmaz, 2007). Bu araştırma kapsamında ise, Türkiye'nin yedi farklı coğrafi bölgesinde yer alan 70'ten fazla farklı üniversitelerinde örgün öğrenim gören, ön lisans, lisans, yüksek lisans ve doktora programlarına kayıtlı 525 öğrenciye çevrimiçi (online) anket uygulanmıştır.

Farklı coğrafi bölgelerdeki üniversitelerin öğrencilerinin sosyal medyada kimliklerini inşa etme süreçleri farklılıklar gösterebilir. Bu nedenle, Türkiye'nin tüm coğrafi bölgeleri esas alınarak tabakalı örnekleme yöntemi kullanmak farklı sosyal kimlik inşa etme süreçlerini anlamaya yardımcı olabilir.

Yükseköğretim Kurulu (YÖK)'ün 2021-2022 verilerine göre, örgün üniversitede öğrenim gören öğrenci sayısının coğrafi bölgelere göre dağılımda oldukça büyük farklılıklar vardır. Örneğin Marmara bölgesinde 1.282.483 örgün üniversite öğrencisi varken, bu sayı Güneydoğu Anadolu bölgesinde 186.157'dir. Orantılı tabakalı örnekleme yöntemi seçilmesi durumunda öğrenci sayısının diğer bölgelere (tabakalara) göre oldukça az olan bölgelerde araştırmaya katılacak öğrenci sayısı oldukça az olacaktır. Evren içindeki her tabakanın (bölgenin) örnekleme anlamlı ve gerekli bir büyüklükte temsil edilmesini arzu ettiğimizden orantısız tabakalı örnekleme yöntemini daha uygun gördük. Bu durumda her coğrafi bölgeden eşit sayıda olacak şekilde 75 öğrenci örnekleme dâhil edilmiştir.

Bu çalışma, Bitlis Eren Üniversitesi Etik İlkeleri ve Etik Kurulunun 2023/04-20 ve E.3668 sayılı kararıyla uygun görülmüştür. Araştırmaya katılmayı kabul eden öğrencilere, araştırma hakkında ayrıntılı bilgi verildikten sonra onamları alınmıştır.

3.1. Veri Toplama Aracı

Araştırma sorularına yanıt alınabilmesi amacıyla anket formu dijital bir veri toplama aracına uyarlanmıştır. Bu formda, katılımcıların sosyo-demografik bilgileri, “Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği” (Ökten, 2023) ve “Sosyal Medyada Kimlik İnşası Ölçeği” (Ökten, 2024) yer almaktadır.

Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği (SMKAÖ), "İçerik Tüketimi ve Eğlence", "Kendini İfade Etme ve Toplumsal Etkileşim", "Sosyal Bağlantı ve İnsan İlişkileri", "İş ve Araştırma" olmak üzere dört farklı faktörden (alt boyut) oluşmaktadır. Bu ölçek, 5'li Likert yapısına sahiptir ve toplamda 18 madde içermektedir. Ölçeğin tüm faktörlere ait Cronbach Alpha (α) iç tutarlılık katsayısı 0,904 olarak hesaplanmıştır.

Sosyal Medyada Kimlik İnşası Ölçeği (SMKİÖ) ise, sırasıyla "İçerik Odaklı Etkileşim", "Gizlilik ve Güvenlik", "Kişisel Gelişim ve Kendini İfade Etme" olmak üzere üç farklı faktörden oluşmaktadır. Bu ölçekte 5'li likert yapısına sahip olup, toplamda 19 madde içermektedir. Ölçeğin tüm faktörlerine ait Cronbach Alpha(α) iç tutarlılık katsayısının 0,845 olarak hesaplanmıştır.

SMKAÖ'nün ve SMKİÖ'nün faktörlerinin güvenilirlik analizleri sonuçları ayrıca tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1. Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

	Cronbach Alpha (Cr α)
İçerik Odaklı Etkileşim	0,816
Gizlilik ve Güvenlik	0,870
Kişisel Gelişim ve Kendini İfade Etme	0,803
Sosyal Medyada Kimlik İnşası Ölçeği	0,845
İçerik Tüketimi ve Eğlence	0,876
İfade ve Toplumsal Etkileşim	0,847
Sosyal Bağlantı ve İnsan İlişkileri	0,808
İş ve Araştırma	0,773
Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği	0,904

İki ölçekten elde edilen Cronbach Alpha (α) Katsayıları, ölçeklerin yüksek güvenilirliğe sahip olduklarını ve içerdiği maddelerin birbiriyle uyumlu olduklarını ve ölçüm amaçlarına uygun olduklarını göstermektedir.

3.2. Veri Analizi

Değişkenlerin normal dağılıma uygun olup olmadığı Shapiro-Wilk testi ile değerlendirilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre verilerin normal dağılıma sahip kitleden gelmediği görülmüş olup ($p < 0,05$) analizlerde nonparametrik testler kullanılmıştır. Normal dağılmayan değişkenler medyan, minimum ve maksimum değerleri ile verilmiştir.

İki bağımsız grup arasında medyan değerlerinin istatistiksel olarak farklı olup olmadığını belirlemek için "Mann Whitney U" testi kullanılmış, bağımsız üç veya daha fazla grup arasında medyan değerlerinin istatistiksel olarak farklı olup olmadığını belirlemek için ise "Kruskal Wallis H" testi tercih edilmiştir. "Kruskal Wallis H" testi, parametrik ANOVA (Varyans Analizi) testinin non-parametrik karşılığı olarak düşünülebilir.

Sıralı değişkenler arasındaki ilişkiler "Spearman Korelasyon Katsayısı" ile değerlendirilmiştir. Özellikle, veriler normal dağılımdan uzaksa veya aykırı değerler içeriyorsa, "Spearman Korelasyon Katsayısı" daha güvenilir bir seçenek olabilmektedir. İki kategorik değişken arasındaki ilişkiyi belirlemek ve beklenen ile gözlenen frekanslar arasındaki farklılığı değerlendirmek için Ki-Kare (Chi-Square) testi uygulanmıştır. İstatistiksel analizler, IBM SPSS Statistics 22.0 programı kullanılarak gerçekleştirilmiş ve anlamlılık düzeyi olarak 0,05 kabul edilmiştir.

4. BULGULAR

Araştırma sonuçlarını daha iyi anlamak ve yorumlamak için katılımcıların demografik verilerinin göz önünde bulundurulması önemlidir. Aşağıdaki tablo katılımcılarının profili hakkında bilgi vermektedir.

Tablo 2. Katılımcılara Ait Demografik Özellikler

		N	%
Cinsiyet	Kadın	326	62,1
	Erkek	199	37,9
Yaş	18-25 yaş	458	87,2
	26-30 yaş	35	6,7
	31-35 yaş	17	3,2
	36-40 yaş	6	1,1
	41 yaş ve üzeri	9	1,7
Medeni Durum	Evli	29	5,5
	Bekâr	496	94,5
Eğitim Durumu	Ön Lisans	77	14,7
	Lisans	395	75,2
	Yüksek Lisans	44	8,4

	Doktora	9	1,7
	Akdeniz Bölgesi	75	14,3
	Doğu Anadolu Bölgesi	75	14,3
	Ege Bölgesi	75	14,3
Bölge	Güneydoğu Anadolu Bölgesi	75	14,3
	İç Anadolu Bölgesi	75	14,3
	Karadeniz Bölgesi	75	14,3
	Marmara Bölgesi	75	14,3
	1. sınıf	182	34,7
	2. sınıf	138	26,3
	3. sınıf	70	13,3
Sınıf	4. sınıf	111	21,1
	5. sınıf	3	,6
	6. sınıf	2	,4
	Hazırlık sınıfı	19	3,6
	Evet, tam zamanlı çalışıyorum	82	15,6
Çalışma Durumu	Evet, yarı zamanlı çalışıyorum	75	14,3
	Hayır, çalışmıyorum	368	70,1
	10.000 TL ve altı	463	88,2
Gelir Düzeyi	10.001-20.000 TL	43	8,2
	20.001 TL ve üzeri	19	3,6
	İlçe	122	23,3
Yaşanılan Yer	Köy	29	5,5
	Şehir	374	71,2

Araştırmaya 525 katılımcı dâhil edilmiştir ve bu katılımcıların %62,1'i kadın, %37,9'u erkektir. Katılımcıların yaş dağılımı şu şekildedir: %87,2'si 18-25 yaş aralığında, %6,7'si 26-30 yaş aralığında, %3,2'si 31-35 yaş aralığında, %1,1'i 36-40 yaş aralığında ve %1,7'si 41 yaş ve üzerindedir. Katılımcıların medeni durumlarına gelince, %5,5'i evlidir, %94,5'i bekâr durumdadır. Eğitim düzeyleri incelendiğinde, katılımcıların %14,7'si ön lisans, %75,2'si lisans, %8,4'ü yüksek lisans ve %1,7'si doktora eğitimine sahiptir. Coğrafi bölgelere göre dağılımı orantısız tabakalı örnekleme göre belirlediğimiz için, her bölgede %14,3'lük eşit bir orana sahiptir. Katılımcıların sınıf düzeyleri şu şekildedir: %3,6'sı hazırlık sınıfı, %34,7'si birinci sınıf, %26,3'ü ikinci sınıf, %13,3'ü üçüncü sınıf, %21,1'i dördüncü sınıf, %0,6'sı beşinci sınıf, %0,4'ü altıncı sınıf öğrencisidir. Çalışma durumlarına göre, %15,6'sı tam zamanlı çalışmakta, %14,3'ü yarı zamanlı çalışmakta ve %70,1'i ise hiç çalışmamaktadır. Gelir düzeylerine bakıldığında, %88,2'si 10.000 TL ve altında, %8,2'si 10.001-20.000 TL ve %3,6'sı 20.001 TL ve üzeri gelir düzeyine sahiptir. Ayrıca, katılımcıların yaşadıkları bölgelere göre dağılımı şu şekildedir: %23,3'ü ilçede, %5,5'i köyde ve %71,2'si şehirde yaşamaktadır.

Tablo 3. Katılımcıların Sosyal Medya ile İlgili Sorulara Verdikleri Yanıtların İncelenmesi

		N	%
Sosyal Medya Platformlarını Kullanma Sıklığı	Ayda birkaç kez ya da daha az sıklıkta	2	0,4
	Günde bir kez	44	8,4
	Günde birkaç kez veya daha sık	471	89,7
	Haftada birkaç kez	8	1,5
Sosyal Medya Platformlarını Günlük Kullanma Süresi	0-1 saat	27	5,1
	1-2 saat	102	19,4
	2-3 saat	160	30,5
	3-4 saat	102	19,4
	4-5 saat	82	15,6
	6 saat ve üzeri	52	9,9
Sosyal Paylaşım Sitelerini Kullanma Süresi	0-1 yıl	19	3,6
	1-2 yıl	21	4,0
	2-3 yıl	44	8,4
	3-4 yıl	44	8,4
	4-5 yıl	83	15,8
	5 yıldan fazla	314	59,8
Sosyal Medya Hesaplarına Erişim Sağlanan Cihaz	Bilgisayar	11	2,1
	Bilgisayar ve Telefon her ikisinde de aktif kullanıyorum	1	0,2
	Cep telefonu	509	97,0
	Hepsi	1	0,2
	Tablet	3	0,6

Yukarıdaki veriler, katılımcıların sosyal medya kullanma alışkanlıklarını ve tercihlerini göstermektedir.

Tabloya göre katılımcıların %0,4'ü sosyal medya platformlarını ayda birkaç kez ya da daha az sıklıkta kullanırken, %8,4'ü günde bir kez kullanmaktadır. Büyük bir çoğunluk olan %89,7'si ise günde birkaç kez veya daha sık kullanmaktadır. Bu, sosyal medyanın günlük yaşamın önemli bir parçası haline geldiğini göstermektedir. Kullanıcıların günlük kullanma süreleri ise şu şekildedir: %5,1'i 0-1 saat, %19,4'ü 1-2 saat, %30,5'i 2-3 saat, %19,4'ü 3-4 saat, %15,6'sı 4-5 saat ve %9,9'u 6 saatten daha uzun süre sosyal medya platformlarını kullanmaktadır. Bu, insanların sosyal medyada geçirdikleri zamanın orta seviyede olduğunu göstermektedir. Sosyal paylaşım sitelerini kullanma süreleri ise şu şekildedir: %3,6'sı 0-1 yıl, %4'ü 1-2 yıl, %8,4'ü 2-3 yıl, %8,4'ü 3-4 yıl, %15,8'i 4-5 yıl ve %59,8'i 5 yıldan daha uzun bir süredir. Bu, sosyal medya kullanımının uzun vadeli bir eğilim olduğunu göstermektedir. Katılımcıların sosyal medya hesaplarına erişim sağladıkları cihazlar ise şu şekildedir: %2,1'i bilgisayar ile %0,2'si telefon ve bilgisayar ile %97'si telefon ile %0,6'sı tablet ile erişim sağlamaktadır. Katılımcıların %0,6'sı ise tüm cihazlarla erişim sağlamaktadır.

Bu bulgular, sosyal medya kullanımının geniş bir yelpazede olduğunu ve farklı insanların farklı alışkanlıklara sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 4. Katılımcıların Kullandıkları Sosyal Medya Platformları

	N	%
Instagram	484	91,96
YouTube	351	66,69
X (Twitter)	292	55,48
Snapchat	148	28,12
Pinterest	78	14,82
TikTok	73	13,87
Facebook	66	12,54
LinkedIn	42	7,98
Reddit	17	3,23
Whatsapp	16	3,04
Tumblr	8	1,52
Twitch	3	0,57
VSCO	2	0,38
Pexels	1	0,19
Netflix	1	0,19
Discord	1	0,19

Yukarıdaki verilere göre, araştırmaya katılan katılımcıların en çok tercih ettikleri sosyal medya platformu %91,96'lık bir kullanım oranıyla Instagram'dır. Instagram'ın ardından, YouTube %66,69 ile ikinci sırada gelirken, X ise %55,48 ile üçüncü sıradadır. Snapchat, Pinterest, TikTok, ve Facebook gibi platformlar da kullanılmaktadır, ancak kullanım oranları daha düşüktür. LinkedIn, Reddit, WhatsApp, Tumblr, Twitch, VSCO, Pexels, Netflix ve Discord gibi platformlar ise daha az tercih edilmektedir. Bu veriler, katılımcıların sosyal medya platformlarını tercih etme eğilimlerini göstermektedir.

Tablo 5, katılımcıların sosyal medya kullanım amaçlarına ve kimlik düzeylerine ilişkin verileri içermektedir. Ortalama puanlar, standart sapma ve medyan gibi istatistiksel ölçümler, bu verilere daha derinlemesine bir bakış sağlamaktadır.

Tablo 5. Katılımcıların Sosyal Medyada Kimlik ve Sosyal Medya Kullanım Amaçları Düzeylerinin İncelenmesi

	N	Ort.	SS	Medyan	Min	Maks
İçerik Odaklı Etkileşim Kimlik Düzeyi	525	18,57	8,14	17	9	45
Gizlilik ve Güvenlik Kimlik Düzeyi	525	22,08	6,23	24	6	30
Kişisel Gelişim ve Kendini İfade Etme Kimlik Düzeyi	525	12,06	4,02	12	4	20
İçerik Tüketimi ve Eğlence Amaçlı Kullanım	525	19,45	4,62	20	5	25

İfade ve Toplumsal Etkileşim Amaçlı Kullanım	525	12,48	4,24	13	4	20
Sosyal Bağlantı ve İnsan İlişkileri Amaçlı Kullanım	525	13,46	4,76	13	5	25
İş ve Araştırma Amaçlı Kullanım	525	12,77	4,03	13	4	20

Araştırma kapsamında yer alan katılımcıların “İçerik Odaklı Etkileşim Kimlik Düzeyi” 17 (9 ile 45 arasında değişmekte), “Gizlilik ve Güvenlik Kimlik Düzeyi” 24 (6 ile 30 arasında değişmekte), “Kişisel Gelişim ve Kendini İfade Etme Kimlik Düzeyi” 12 (4 ile 20 arasında değişmekte), sosyal medyayı “İçerik Tüketimi ve Eğlence Amaçlı Kullanım” 20 (5 ile 25 arasında değişmekte), “İfade ve Toplumsal Etkileşim Amaçlı Kullanım” 13 (4 ile 20 arasında değişmekte), “Sosyal Bağlantı ve İnsan İlişkileri Amaçlı Kullanım” 13 (5 ile 25 arasında değişmekte), “İş ve Araştırma Amaçlı Kullanım” ise 13 (4 ile 20 arasında değişmektedir).

Bu veriler katılımcıların sosyal medyada kimliklerini ve sosyal medya kullanım amaçlarını farklı düzeylerde değerlendirdiklerini ve tercihlerinin değişkenlik gösterdiğini göstermektedir.

Tablo 6. Katılımcıların Sosyal Medyada Kimlik Düzeyleri ile Sosyal Medya Kullanım Amaçları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		İçerik Tüketimi ve Eğlence Amaçlı Kullanım	İfade ve Toplumsal Etkileşim Amaçlı Kullanım	Sosyal Bağlantı ve İnsan İlişkileri Amaçlı Kullanım	İş ve Araştırma Amaçlı Kullanım
İçerik Odaklı Etkileşim Kimlik Düzeyi	r	-,044	,322**	,525**	,196**
	p	,318	,000	,000	,000
Gizlilik ve Güvenlik Kimlik Düzeyi	r	,358**	,150**	-,020	,178**
	p	,000	,001	,654	,000
Kişisel Gelişim ve Kendini İfade Etme Kimlik Düzeyi	r	,348**	,415**	,400**	,322**
	p	,000	,000	,000	,000
<i>p<0,05, Spearman Korelasyon Analizi</i>					

Yukarıdaki veriler, katılımcıların sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medyada kimlik düzeyleri arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Spearman Korelasyon Analizi sonuçlarına göre:

“İçerik Odaklı Etkileşim Kimlik Düzeyi” ile “İfade ve Toplumsal Etkileşim Amaçlı Kullanım” arasında pozitif bir ilişki vardır ($r = 0,322$) ve bu ilişki istatistiksel olarak son derece anlamlıdır ($p < 0,000$).

“İçerik Odaklı Etkileşim Kimlik Düzeyi” ile “Sosyal Bağlantı ve İnsan İlişkileri Amaçlı Kullanım” arasında pozitif bir ilişki vardır ($r = 0,525$) ve bu ilişki istatistiksel olarak son derece anlamlıdır ($p < 0,000$).

“İçerik Odaklı Etkileşim Kimlik Düzeyi” ile “İş ve Araştırma Amaçlı Kullanım” arasında pozitif bir ilişki vardır ($r = 0,196$) ve bu ilişki istatistiksel olarak son derece anlamlıdır ($p < 0,000$).

“Gizlilik ve Güvenlik Kimlik Düzeyi” ile Sosyal medyayı “İçerik Tüketimi ve Eğlence Amaçlı Kullanım” arasında pozitif bir ilişki vardır ($r = 0,358$) ve bu ilişki istatistiksel olarak son derece anlamlıdır ($p < 0,000$).

“Gizlilik ve Güvenlik Kimlik Düzeyi” ile sosyal medyayı “İfade ve Toplumsal Etkileşim Amaçlı Kullanım” arasında pozitif bir ilişki vardır ($r = 0,150$) ve bu ilişki istatistiksel olarak son derece anlamlıdır ($p < 0,001$).

“Gizlilik ve Güvenlik Kimlik Düzeyi” ile sosyal medyayı “İş ve Araştırma Amaçlı Kullanım” arasında pozitif bir ilişki vardır ($r = 0,178$) ve bu ilişki istatistiksel olarak son derece anlamlıdır ($p < 0,000$).

“Kişisel Gelişim ve Kendini İfade Etme Kimlik Düzeyi” ile sosyal medyayı “İçerik Tüketimi ve Eğlence Amaçlı Kullanım” arasında pozitif bir ilişki vardır ($r = 0,348$) ve bu ilişki istatistiksel olarak son derece anlamlıdır ($p < 0,000$).

“Kişisel Gelişim ve Kendini İfade Etme Kimlik Düzeyi” ile sosyal medyayı “İfade ve Toplumsal Etkileşim Amaçlı Kullanım” arasında pozitif bir ilişki vardır ($r = 0,415$) ve bu ilişki istatistiksel olarak son derece anlamlıdır ($p < 0,000$).

“Kişisel Gelişim ve Kendini İfade Etme Kimlik Düzeyi” ile sosyal medyayı “Sosyal Bağlantı ve İnsan İlişkileri Amaçlı Kullanım” arasında pozitif bir ilişki vardır ($r = 0,400$) ve bu ilişki istatistiksel olarak son derece anlamlıdır ($p < 0,000$).

“Kişisel Gelişim ve Kendini İfade Etme Kimlik Düzeyi” ile sosyal medyayı “İş ve Araştırma Amaçlı Kullanım” arasında pozitif bir ilişki vardır ($r = 0,322$) ve bu ilişki istatistiksel olarak son derece anlamlıdır ($p < 0,000$).

Sonuç olarak, bu analizler sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medyada kimlik düzeyleri arasında çeşitli ilişkiler olduğunu göstermektedir. Bu ilişkiler, katılımcıların sosyal medya platformlarını farklı amaçlarla kullandıklarını ve bu kullanımın kimliklerini nasıl etkileyebileceğini göstermektedir. Diğer değişkenler arasında ise istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki saptanmamıştır. ($p > 0,05$)

Tablo 7. Katılımcıların Sosyal Medyada Kimlik Düzeylerinin ve Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Sosyodemografik Değişkenlere Göre İncelenmesi

		N	İçerik Odaklı Etkileşim Kimlik Düzeyi	Gizlilik ve Güvenlik Kimlik Düzeyi	Kişisel Gelişim ve Kendini İfade Etme Kimlik Düzeyi	İçerik Tüketimi ve Eğlence Amaçlı Kullanım	İfade ve Toplumsal Etkileşim Amaçlı Kullanım	Sosyal Bağlantı ve İnsan İlişkileri Amaçlı Kullanım	İş ve Araştırma Amaçlı Kullanım
Cinsiyet*	Kadın	326	16(9-45)	24(6-30)	12(4-20)	21(5-25)	13(4-20)	12(5-25)	13(4-20)
	Erkek	199	19(9-45)	22(6-30)	12(4-20)	20(5-25)	13(4-20)	15(5-25)	12(4-20)
	Z		-3,885	-4,785	-,460	-2,696	-,159	-3,215	-1,184
	p değeri		,000	,000	,645	,007	,873	,001	,236
Yaş**	18-25 yaş	458	17(9-45)	23,5(6-30)	12(4-20)	20(5-25)	13(4-20)	13(5-25)	13(4-20)
	26-30 yaş	35	18(9-45)	25(6-30)	12(4-20)	20(6-25)	15(4-20)	13(6-25)	14(7-20)
	31-35 yaş	17	19(9-43)	26(12-30)	12(7-20)	19(6-25)	11(7-20)	12(5-22)	16(8-20)
	36-40 yaş	6	19,5(16-38)	22(12-29)	14,5(8-17)	20,5(5-23)	14,5(4-19)	12,5(5-20)	16,5(4-19)
	41 yaş ve üzeri	9	17(13-22)	22(7-29)	12(5-16)	20(17-22)	13(6-17)	14(8-18)	13(7-16)
	Ki-Kare		5,897	5,403	3,460	1,672	5,537	,321	10,725
	p değeri		,207	,248	,484	,796	,237	,988	,051
Medeni Durum*	Evli	29	17(9-43)	23(7-30)	12(5-20)	20(5-25)	12(4-19)	13(5-22)	16(4-20)
	Bekâr	496	17(9-45)	24(6-30)	12(4-20)	20(5-25)	13(4-20)	13(5-25)	13(4-20)
	Z		-,091	-,372	-,517	-,417	-,718	-,558	-1,571
	p değeri		,928	,710	,605	,677	,473	,577	,116
Eğitim Durumu**	Ön Lisans	77	19(9-45)	23(6-30)	12(4-20)	20(5-25)	13(4-20)	15(5-25)	13(4-20)
	Lisans	395	17(9-45)	24(6-30)	12(4-20)	20(5-25)	13(4-20)	13(5-25)	13(4-20)
	Yüksek Lisans	44	18(9-37)	24,5(7-30)	12,5(5-20)	21(5-25)	13,5(4-20)	12(5-25)	15(4-20)
	Doktora	9	17(9-27)	24(8-27)	11(8-16)	20(17-22)	15(4-18)	14(11-20)	16(10-18)

	Ki-Kare		6,292	4,780	2,937	4,578	4,964	7,846	7,870
	p değeri		,098	,189	,401	,205	,174	,051	,051
Bölge**	Akdeniz Bölgesi	75	18(9-40)	23(6-30)	12(4-20)	20(5-25)	14(4-20)	15(5-25)	12(4-20)
	Doğu Anadolu Bölgesi	75	17(9-45)	24(6-30)	12(4-20)	20(5-25)	12(4-20)	12(5-22)	14(4-20)
	Ege Bölgesi	75	16(9-43)	23(6-30)	12(4-20)	20(5-25)	12(4-20)	13(5-25)	13(4-20)
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi	75	17(9-45)	23(6-30)	12(4-20)	20(5-25)	13(4-20)	11(5-25)	13(4-20)
	İç Anadolu Bölgesi	75	17(9-45)	25(6-30)	12(4-20)	21(6-25)	13(4-20)	13(5-25)	13(4-20)
	Karadeniz Bölgesi	75	16(9-45)	23(6-30)	12(4-20)	20(5-25)	13(4-20)	15(5-25)	13(4-20)
	Marmara Bölgesi	75	19(9-45)	23(8-30)	13(4-20)	20(5-25)	14(4-20)	14(5-25)	13(4-20)
	Ki-Kare		5,302	19,380	5,040	13,225	10,833	14,086	1,551
	p değeri		,506	,004	,539	,040	,094	,051	,956
	Fark			5>1,3,6		5>4			
Sınıf**	1. sınıf	182	17(9-45)	24(6-30)	12(4-20)	20(5-25)	13(4-20)	13(5-25)	13(4-20)
	2. sınıf	138	18(9-43)	23(6-30)	12(4-20)	20(5-25)	13,5(4-20)	14(5-25)	14(4-20)
	3. sınıf	70	17(9-45)	24(7-30)	12(4-20)	20(5-25)	13(4-20)	13,5(5-23)	13,5(4-19)
	4. sınıf	111	16(9-45)	23(6-30)	12(4-20)	20(5-25)	13(4-20)	14(5-25)	13(4-20)
	5. sınıf	3	19(9-35)	25(17-26)	11(5-12)	18(12-24)	11(5-12)	11(8-12)	11(4-16)
	6. sınıf	2	28,5(23-34)	25,5(23-28)	11,5(10-13)	17(15-19)	11(10-12)	12,5(12-13)	10(8-12)
	Hazırlık sınıfı	19	18(9-45)	24(7-28)	14(6-20)	20(8-25)	13(7-20)	14(9-25)	15(5-20)
	Ki-Kare		6,600	9,116	10,575	2,523	6,134	7,027	5,592

	p değeri		,359	,167	,102	,866	,408	,318	,470
Çalışma Durumu**	Evet, tam zamanlı çalışıyorum	82	19(9-45)	23(6-30)	12(4-20)	20(5-25)	13(4-20)	13(5-25)	15(4-20)
	Evet, yarı zamanlı çalışıyorum	75	19(9-45)	22(6-29)	12(4-20)	20(5-24)	12(4-20)	14(5-25)	14(4-20)
	Hayır, çalışmıyorum	368	17(9-45)	24(6-30)	12(4-20)	20(5-25)	13(4-20)	13(5-25)	13(4-20)
	Ki-Kare		8,192	5,418	,569	6,100	,297	1,033	5,188
	p değeri		,017	,067	,752	,051	,862	,596	,075
	Fark		1>3			3>2			
Gelir Düzeyi**	10.000 TL ve altı	463	17(9-45)	24(6-30)	12(4-20)	20(5-25)	13(4-20)	13(5-25)	13(4-20)
	10.001-20.000 TL	43	18(9-45)	24(6-30)	12(4-20)	20(5-25)	12(4-20)	12(5-22)	14(4-20)
	20.001 TL ve üzeri	19	19(9-35)	24(7-29)	12(5-18)	21(17-25)	14(4-19)	17(5-23)	16(4-20)
	Ki-Kare		2,226	,973	,083	5,127	1,542	5,457	3,568
	p değeri		,329	,615	,959	,077	,462	,065	,168
Yaşanılan Yer**	İlçe	122	17(9-45)	22,5(6-30)	12(4-20)	20(5-25)	13(4-20)	14(5-25)	14(4-20)
	Köy	29	13(9-45)	25(8-28)	11(4-20)	21(5-25)	13(4-20)	10(5-25)	12(4-20)
	Şehir	374	18(9-45)	24(6-30)	12(4-20)	20(5-25)	13(4-20)	13(5-25)	13(4-20)
	Ki-Kare		8,600	5,599	1,575	,669	1,043	4,159	2,375
	p değeri		,014	,061	,455	,716	,594	,125	,305
	Fark		1,3>2						

$p<0,05$, *Mann Whitney U Testi, **Kruskal Wallis H Testi

Tablo 7'ye göre, katılımcıların sosyal medya kullanım amaçları ile kimlik düzeyleri üzerinde bazı önemli faktörlerin etkisi olduğu görülmektedir. Özellikle cinsiyet, çalışma durumu ve yaşadıkları bölge gibi değişkenler, katılımcıların sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve kimlik düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar göstermektedir ($p<0,05$).

İlk olarak, erkek katılımcılar ile kadın katılımcılar arasında “İçerik Odaklı Etkileşim Kimlik Düzeyi” açısından anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Erkek katılımcılar, kadın katılımcılara göre daha yüksek “İçerik Odaklı Etkileşim Kimlik Düzeyine” sahiptir.

İkinci olarak, çalışma durumu ile ilgili olarak, tam zamanlı çalışan katılımcılar ile çalışmayan katılımcılar arasında “İçerik Odaklı Etkileşim Kimlik Düzeyi” açısından anlamlı bir farklılık gözlenmiştir. Tam zamanlı çalışan katılımcılar, çalışmayan katılımcılara kıyasla daha yüksek “İçerik Odaklı Etkileşim Kimlik Düzeyi”ne sahiptir.

Üçüncü olarak, yaşadıkları yer bakımından ilçede veya şehirde yaşayan katılımcılar ile köyde yaşayan katılımcılar arasında “İçerik Odaklı Etkileşim Kimlik Düzeyi” açısından anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. İlçede veya şehirde yaşayan katılımcılar, köyde yaşayan katılımcılara göre daha yüksek “İçerik Odaklı Etkileşim Kimlik Düzeyi”ne sahiptir.

Ayrıca, “Gizlilik ve Güvenlik Kimlik Düzeyi” açısından cinsiyet ve yaşadıkları bölgeye göre anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Kadın katılımcılar, erkek katılımcılara göre daha yüksek “Gizlilik ve Güvenlik Kimlik Düzeyi”ne sahiptir. Ayrıca, İç Anadolu bölgesinde yaşayan katılımcılar, Akdeniz, Ege ve Karadeniz bölgelerinden olan katılımcılara göre daha yüksek “Gizlilik ve Güvenlik Kimlik Düzeyi”ne sahiptir.

Sosyal medyayı “İçerik Tüketimi ve Eğlence Amaçlı Kullanım” bakımından cinsiyet, yaşadıkları bölge ve çalışma durumu gibi faktörlere göre de anlamlı farklılıklar vardır. Kadın katılımcılar, erkek katılımcılara göre daha yüksek “İçerik Tüketimi ve Eğlence Amaçlı Kullanım”a sahiptir. Ayrıca, İç Anadolu bölgesinden olan katılımcılar, Güneydoğu Anadolu bölgesinden olan katılımcılara göre daha yüksek “İçerik Tüketimi ve Eğlence Amaçlı Kullanım”a sahiptir. Çalışmayan katılımcılar ise yarı zamanlı çalışan katılımcılara kıyasla daha yüksek “İçerik Tüketimi ve Eğlence Amaçlı Kullanım”a sahiptir.

Son olarak, sosyal medyayı “Sosyal Bağlantı ve İnsan İlişkileri Amaçlı Kullanım” cinsiyete göre değişmektedir. Erkek katılımcıların, sosyal medyayı “Sosyal Bağlantı ve İnsan İlişkileri Amaçlı Kullanım”ı kadın katılımcılara göre daha yüksektir.

Diğer değişkenler arasında ise istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar gözlenmemiştir.

Bu veriler, katılımcıların sosyodemografik özelliklerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve kimlik düzeyleri üzerindeki etkisini değerlendirmek için kullanılmıştır. İstatistiksel analizler, belirli gruplar arasında anlamlı farklılıkların olduğunu göstermektedir.

Araştırma kapsamındaki katılımcıların “Kişisel Gelişim ve Kendini İfade Etme Kimlik Düzeyi”, sosyal medya platformlarını kullanma sıklıklarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık sergilememektedir ($p<0,05$). Günde birkaç kez veya daha sık sosyal medya platformlarını kullanan katılımcıların “Kişisel Gelişim ve Kendini İfade Etme Kimlik Düzeyi”, günde bir kez sosyal medya platformlarını kullanan katılımcılara göre daha yüksektir. Diğer değişkenler ise sosyal medya platformlarını kullanma sıklığına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($p>0,05$).

Tablo 8. Katılımcıların Sosyal Medyada Kimlik Düzeylerinin ve Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Sosyal Medya Platformlarını Kullanma Sıklığına Göre İncelenmesi

	N	İçerik Odaklı Etkileşim Kimlik Düzeyi	Gizlilik ve Güvenlik Kimlik Düzeyi	Kişisel Gelişim ve Kendini İfade Etme Kimlik Düzeyi	İçerik Tüketimi ve Eğlence Amaçlı Kullanım	İfade ve Toplumsal Etkileşim Amaçlı Kullanım	Sosyal Bağlantı ve İnsan İlişkileri Amaçlı Kullanım	İş ve Araştırma Amaçlı Kullanım
Sosyal Medya Platformlarını Kullanma Sıklığı								
Ayda birkaç kez ya da daha az sıklıkta	2	27,5(12-43)	20,5(12-29)	9(7-11)	13(6-20)	7(7-7)	7,5(5-10)	9(8-10)
Günde bir kez	44	16(9-45)	24(6-30)	10,5(4-20)	20(6-25)	12,5(4-20)	12,5(5-25)	14(4-20)
Günde birkaç kez veya daha sık	471	17(9-45)	23(6-30)	12(4-20)	20(5-25)	13(4-20)	13(5-25)	13(4-20)
Haftada birkaç kez	8	16,5(10-45)	25(14-28)	13(8-20)	20(16-23)	16(4-17)	13,5(5-20)	14,5(7-17)
Ki-Kare		0,359	0,884	9,126	3,791	4,172	3,311	2,444
p değeri		0,949	0,829	0,028	0,285	0,243	0,346	0,486
Fark				3>2				

$p<0,05$, Kruskal Wallis H Testi

Araştırma kapsamındaki katılımcıların “Kişisel Gelişim ve Kendini İfade Etme Kimlik Düzeyi”, sosyal medya platformlarını kullanma sıklıklarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık sergilememektedir ($p<0,05$). Günde birkaç kez veya daha sık sosyal medya platformlarını kullanan katılımcıların “Kişisel Gelişim ve Kendini İfade Etme Kimlik Düzeyi”, günde bir kez sosyal medya platformlarını kullanan katılımcılara göre daha yüksektir. Diğer değişkenler ise sosyal medya platformlarını kullanma sıklığına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($p>0,05$).

5. TARTIŞMA

Bu araştırma, üniversite öğrencilerinin sosyal medya platformlarını nasıl kullandıklarını, kimliklerini nasıl inşa ettiklerini ve yönettiklerini ve sosyal medyanın kimlik inşasındaki etkisini anlamak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmamız, katılımcıların sosyal medya platformlarını farklı amaçlarla kullandıklarını ve bu kullanımın kimlik düzeylerini nasıl etkileyebileceğini göstermektedir. Bulgular, sosyal medyanın üniversite öğrencileri için sadece iletişim aracı olmanın ötesine geçtiğini ve bu platformların kişisel ve profesyonel ihtiyaçları karşılamak, kimlikleri tanımlamak ve yansıtmak için önemli araçlar olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların büyük bir çoğunluğu (%89,7), sosyal medya platformlarını günde birkaç kez veya daha sık kullanmaktadır. Bu, sosyal medyanın modern yaşamın ayrılmaz bir parçası haline geldiğini ve insanların günlük rutinlerinin merkezinde yer aldığını göstermektedir.

Sosyal medya kullanım süresine odaklandığımızda, katılımcıların çoğunluğunun (%30,5) 2-3 saat arasında sosyal medyayı kullandığını görüyoruz. Araştırmada elde edilen bu sonuçlar Dijital 2024 Küresel Genel Bakış Raporu'nun Türkiye ile ilgili ifade ettikleriyle paralellik göstermektedir. Kullanıcıların sosyal medyada geçirdikleri süre, sosyal medyanın uzun süreli bir etkileşim aracı olarak kullanıldığını ve günlük yaşamın bir parçası olarak nasıl entegre edildiğini göstermektedir.

Katılımcıların sosyal medya hesaplarına erişim sağladıkları cihazlar da önemlidir. Çoğu katılımcı (%97), telefonları aracılığıyla sosyal medya platformlarına erişim sağlamaktadır. Bu, mobil cihazların sosyal medya erişimi için baskın bir tercih olduğunu göstermektedir. Bu bilgi, mobil kullanıcı deneyiminin sosyal medya platformları ve içerik üreticileri için önemli olduğunu göstermektedir.

Sosyal medya kullanımının süresi, platformların kullanıcılarının etkileşim biçimlerini ve amaçlarını şekillendirebilir. Katılımcıların çoğunluğu, sosyal medyayı uzun vadeli bir etkileşim aracı olarak kullanmaktadır. Bu da sosyal medyanın, kişisel ve profesyonel bağlantıları güçlendirmenin yanı sıra, içerik üretimi ve paylaşımı için bir alan olarak nasıl işlev gördüğünü yansıtmaktadır.

Araştırmanın bir başka sonucu katılımcıların sosyal medya platformları tercihleridir. Dijital 2024 Küresel Genel Bakış Raporuna göre, Türkiye'de sosyal medya kullanıcıları, aylık ortalama olarak 7.6 farklı sosyal medya platformunu kullanmaktadır. Araştırmada elde edilen bulgular, katılımcıların %91,96'sının Instagram'ı en çok tercih ettiğini göstermektedir. Dijital 2024 Küresel Genel Bakış Raporuna göre de kullanıcıların %91,8'i Instagram'ı en çok tercih etmektedir (Aldemir, 2024). Instagram'ın bu yüksek popülerliği, bir dizi faktörün bir araya gelmesinin sonucu olarak ortaya çıkmış olabilir. Bunlardan bazıları, basit arayüzü, görsel odaklılığı ve etkileşim özellikleridir. Ayrıca, genç kullanıcı kitlesine hitap etme konusundaki başarısı da dikkate değerdir. Bu bulgular, Instagram'ın kullanıcılar arasında büyük bir kabul gördüğünü ve kişisel veya ticari amaçlar için yaygın olarak kullanıldığını göstermektedir.

Araştırma bulgularına göre ikinci sırada, %66,69'luk bir kullanım oranıyla YouTube gelmektedir. Dijital 2024 Küresel Genel Bakış Raporuna göre ise, Türkiye'de en yaygın kullanılan sosyal medya uygulaması, 57,5 milyon kullanıcısı ile YouTube'dur (DataReportal. (2024b). Burada GWI'nin YouTube'u bir sosyal medya platformundan ziyade bir video platformu olarak ele aldığından dolayı, GWI'nin "favori sosyal medya platform" listesinde yer almadığını belirtmek gerekir. Video içeriklerinin önemli bir parçası haline geldiği günümüzde, YouTube'un bu popülerliği şaşırtıcı değildir. İçerik üreticileri için bir platform olarak, YouTube, kullanıcıların ilgi alanlarına yönelik geniş bir içerik yelpazesi sunmaktadır. Bu nedenle, katılımcıların büyük bir bölümünün YouTube'u tercih etmesi anlaşılabilir bir durumdur.

Araştırma bulgularına göre X, %55,48'lik bir kullanım oranıyla üçüncü sıradadır. X, kısa metin tabanlı paylaşımlar ve anlık haberlere erişim için önemli bir platform olmaya devam etmektedir. Anlık

iletişim ve takip etme özelliği, katılımcıların X’i sosyal medya deneyimlerinin bir parçası olarak görmelerini sağlamış olabilir.

Araştırma bulgularına göre, diğer platformlar (Snapchat, Pinterest, TikTok ve Facebook gibi) daha düşük kullanım oranlarına sahiptir. Burada GWI'ye göre TikTok'un popüleritesinin her geçen gün ciddi anlamda artmaya devam ettiğini söylemek gerekir. Sonuç olarak, bu bulgular, sosyal medya platformlarının geniş bir yelpazede kullanıldığını ve kullanıcı tercihlerinin kişisel ve profesyonel amaçlarla farklılık gösterebileceğini göstermektedir.

Araştırma sonuçları, katılımcıların sosyal medya platformlarını kullanma amaçları ile kimlik düzeyleri arasında dikkate değer bir çeşitliliği yansıtmaktadır. Bu çeşitlilik, katılımcıların sosyal medyayı farklı ihtiyaçlarına ve kişisel hedeflerine göre kullanma eğiliminde olduğunu göstermektedir.

Araştırmanın bir başka önemli sonucu, katılımcıların sosyal medya kullanım amaçları ile kimlik düzeyleri arasında çeşitli ve anlamlı ilişkilerin olduğunu göstermektedir. Öncelikle, “İçerik Odaklı Etkileşim Kimlik Düzeyi” ile “İfade ve Toplumsal Etkileşim Amaçlı Kullanım” arasında pozitif bir ilişki tespit edilmiştir. Bu, bazı katılımcıların sosyal medya platformlarını içerik üretmek ve paylaşmak için kullandığını, bu şekilde ifade becerilerini geliştirdiğini ve toplumsal etkileşimlerde bulunduğunu göstermektedir. “İçerik Odaklı Etkileşim Kimlik Düzeyi” ile “Sosyal Bağlantı ve İnsan İlişkileri Amaçlı Kullanım” arasında da pozitif bir ilişki tespit edilmiştir. Bu, katılımcıların sosyal medya platformlarını içerik üretme veya ilgi alanlarına yönelik içeriklere erişme amacıyla kullandıklarında, aynı zamanda daha fazla sosyal bağlantı kurma ve insan ilişkilerini artırma eğiliminde olduklarını gösterebilir. Benzer şekilde, “İçerik Odaklı Etkileşim Kimlik Düzeyi” ile “İş ve Araştırma Amaçlı Kullanım” arasında da pozitif bir ilişki bulunmuştur. Bu, katılımcıların profesyonel ağlarını genişletmek ve iş amaçları için sosyal medyayı kullanma eğiliminde olduğunu yansıtmaktadır.

“Gizlilik ve Güvenlik Kimlik Düzeyi” ile sosyal medyayı “İçerik Tüketimi ve Eğlence Amaçlı Kullanım” arasında da pozitif bir ilişki bulunmuştur. Bu, bazı katılımcıların sosyal medyayı eğlence aracı olarak gördüğünü ve içerik tüketimi yaparken kendilerini güvende hissettiklerini göstermektedir. Ancak, “Gizlilik ve Güvenlik Kimlik Düzeyi” ile sosyal medyayı “İfade ve Toplumsal Etkileşim Amaçlı Kullanım” arasındaki ilişki daha düşüktür. Bu, bazı katılımcıların ifade etme ve toplumsal etkileşim kurma ihtiyaçlarını daha çok kamusal alanlarda gerçekleştirdiklerini gösterebilir.

Son olarak, “Kişisel Gelişim ve Kendini İfade Etme Kimlik Düzeyi” ile sosyal medyayı farklı amaçlarla kullanma arasında pozitif ilişkiler bulunmuştur. Katılımcıların bu amaçlar doğrultusunda sosyal medyayı kullanmaları, “Kişisel Gelişim ve Kendini İfade Etme” gereksinimlerini karşılamalarına yardımcı olabilir. Ayrıca, kişisel gelişim amaçlı kullanımın kimliklerini daha kapsamlı bir şekilde anlamalarına katkı sağladığı söylenebilir.

Sonuç olarak, bu bulgular, sosyal medya kullanımının karmaşıklığını ve çeşitliliğini vurgulamaktadır. Katılımcıların kimlikleri, sosyal medya kullanım amaçları üzerinde önemli bir etkiye sahiptir ve bu kullanımın çok yönlü doğasını yansıtmaktadır.

Bu araştırmanın bir başka sonucu, katılımcıların sosyodemografik özelliklerinin sosyal medya kullanım amaçları ve kimlik düzeyleri üzerindeki etkilerinin belirgin olduğudur. Bu durum sosyal medya

kullanımının sadece bireylerin kişisel tercihleriyle sınırlı olmadığını göstermesi bakımından önemlidir. Özellikle, cinsiyet, çalışma durumu, yaşadıkları bölge ve yer gibi faktörler, katılımcıların sosyal medya kullanımını ve kimlik düzeylerini şekillendiren önemli değişkenler olarak karşımıza çıkmaktadır.

İlk olarak, cinsiyet faktörü üzerine odaklandığımızda, erkeklerin “İçerik Odaklı Etkileşim Kimlik Düzeyi”nin kadınlara göre daha yüksek olduğunu görmekteyiz. Bu, erkeklerin sosyal medyada daha fazla içerik oluşturma ve paylaşma eğiliminde olduğunu ve bu etkileşim biçimini daha fazla benimsediğini işaret etmektedir. Kadınların ise “Gizlilik ve Güvenlik Kimlik Düzeyi”nin erkeklere göre daha yüksek olduğunu görmekteyiz. Bu, kadınların çevrimiçi gizliliğe ve güvenliğe daha fazla önem verdiğini ve sosyal medyada kişisel bilgilerini daha dikkatli bir şekilde koruduğunu göstermektedir. Yapılan bazı araştırmalarda bizim araştırmamızı destekler niteliktedir. Bu araştırmalarda, erkeklerin kadınlara oranla daha yüksek bir risk alma tutumuna sahip olduğu ve kadınların genel olarak gizlilik ve kimlik ifşa endişelerinin daha büyük olduğu tespit etmiştir (Fogel ve Nehmad, 2009; Hoy ve Milne, 2010). Ayrıca, kadınların sosyal medyayı “İçerik Tüketimi ve Eğlence Amaçlı Kullanım”ın erkeklerden daha yüksek olduğunu görülmüştür. Bu, kadınların sosyal medyayı daha fazla eğlence amacıyla kullanma eğiliminde olduğunu göstermektedir.

Sosyal medyayı “Sosyal Bağlantı ve İnsan İlişkileri Amaçlı Kullanım” açısından da cinsiyete göre anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Erkeklerin, sosyal medyayı bu amaçlar için daha fazla kullandığı gözlemlenmiştir. Bu, erkeklerin sosyal medyayı sosyal ilişkiler kurma ve mevcut ilişkileri sürdürme amacıyla daha fazla tercih ettiğini işaret ettiği söylenebilir. Bu bulgular, cinsiyetin sosyal medya kullanım amaçları, alışkanlıkları ve kimlik düzeyleri üzerindeki etkilerini vurgulamaktadır. Cinsiyetin sosyal medya ve internet kullanımını etkileyen önemli bir faktör olduğu birçok araştırmada belirtilmiştir (Tosun ve Akıncı, 2016; Lin, Featherman, ve Sarker, 2017; Tuğtekin ve Dursun, 2020).

İkinci olarak, çalışma durumu dikkate alındığında, tam zamanlı çalışan katılımcıların “İçerik Odaklı Etkileşim Kimlik Düzeyi”nin, çalışmayan katılımcılara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, çalışmayan katılımcıların “İçerik Tüketimi ve Eğlence Amaçlı Kullanım”ın yarı zamanlı çalışan katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu sonuçlar, iş durumunun sosyal medya kullanım amaçları ve kimlik düzeyleri üzerindeki etkisini göstermektedir.

Üçüncü olarak, yaşadıkları yer bakımından, ilçede veya şehirde yaşayan katılımcıların “İçerik Odaklı Etkileşim Kimlik Düzeyi”nin köyde yaşayan katılımcılara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. İlçe ve şehirlerde yaşayan katılımcıların daha yüksek “İçerik Odaklı Etkileşim Kimlik Düzeyi”ne sahip olmaları, bu alanlarda daha fazla çevresel etkileşim, erişim/teknolojik altyapı ve kullanım amacının etkili olabileceğini düşündürmektedir. Ancak, daha fazla araştırma yapılması ve bu bulguların daha fazla bağlamda incelenmesi gerekmektedir. Ayrıca, İç Anadolu bölgesinde yaşayan katılımcıların “Gizlilik ve Güvenlik Kimlik Düzeyi”nin diğer bölgelerde yaşayan katılımcılara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. İç Anadolu bölgesindeki katılımcıların daha yüksek “Gizlilik ve Güvenlik Kimlik Düzeyi”ne sahip olması, bu bölgedeki özel koşullar ve kültürel faktörlerin sosyal medya kullanımını nasıl şekillendirdiğini düşündürmektedir. Ancak, daha fazla araştırma ve derinlemesine analizler, bu bulgunun nedenlerini daha iyi anlamamıza yardımcı olabilir. Bu sonuçlar, yaşadıkları yerin ve bölgenin sosyal medya kullanım tercihleri ve kimlik düzeyleri üzerindeki etkisini vurgulamaktadır.

Bu araştırmada elde edilen bulgulardan birisi de sosyal medya platformlarının kullanım sıklığının bireylerin “Kişisel Gelişim ve Kendini İfade Etme Kimlik Düzeyi” üzerindeki etkisinin ne olduğunu göstermesidir. Bulgulara göre, günde birkaç kez veya daha sık sosyal medya kullanan katılımcılar, günde bir kez kullananlara göre “Kişisel Gelişim ve Kendini İfade Etme Kimlik Düzeyi”nde anlamlı bir şekilde daha yüksek puanlar elde etmektedirler.

Bu sonuçlar, sık sosyal medya kullanımının bireylerin kişisel gelişimlerini nasıl etkileyebileceği konusunda önemli bir perspektif sunmaktadır. Günde birkaç kez veya daha sık sosyal medya platformlarına erişen bireylerin, bu platformlar aracılığıyla kendilerini daha fazla ifade etme ve geliştirme eğiliminde oldukları görülmektedir. Bu, sosyal medyanın bireyler için bir kişisel gelişim aracı olarak işlev görebileceğini düşündürmektedir. Bu platformlar, kullanıcıların ilgi alanlarına, hobilerine ve tutkularına odaklanmalarına olanak tanırken, aynı zamanda bu alanlarda kendilerini ifade etmelerini kolaylaştırabilmektedir.

Araştırma sonuçları aynı zamanda sosyal medya platformlarının “Kişisel Gelişim ve Kendini İfade Etme Kimlik Düzeyi”ni artırma potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir. Bu platformlar, kullanıcıların yaratıcı içerikler oluşturmalarına, ilgi alanlarına yönelik paylaşımlar yapmalarına ve topluluklarla etkileşimde bulunmalarına olanak tanımaktadır. Bu tür etkileşimler, bireylerin kendilerini daha iyi tanıma, güven kazanma ve kişisel potansiyellerini daha fazla keşfetme fırsatları sunabilmektedir.

SONUÇ

Bu araştırmanın bulguları, üniversite öğrencilerinin sosyal medya platformlarını çeşitli amaçlarla kullandıklarını ve bu kullanımın kimlik inşası üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Katılımcılar sosyal medya platformlarını yalnızca iletişim ve eğlence amacıyla değil, aynı zamanda kişisel gelişim, kendini ifade etme ve toplumsal etkileşim amacıyla da kullanmaktadır. Bu bulgular, sosyal medyanın modern yaşamın ayrılmaz bir parçası olduğunu ve bireylerin kimliklerini yeniden inşa etme ve sergileme süreçlerinde merkezi bir rol oynadığını göstermektedir. Araştırmada elde edilen bulgular, literatürdeki önceki araştırmaları destekler niteliktedir. Örneğin, Boyd ve Ellison (2007) sosyal medyanın, bireylerin kimlik inşası ve sosyal bağlantılar kurma sürecinde önemli bir araç olduğunu vurgulamıştır. Benzer şekilde, Ellison ve diğerleri (2007) de sosyal medyanın, özellikle genç bireylerin sosyal bağlarını koruma ve kimliklerini yeniden inşa etme sürecinde nasıl kullanıldığına vurgu yapmışlardır.

Araştırmanın bulguları ayrıca, cinsiyet, yaş ve çalışma durumu gibi sosyodemografik faktörlerin sosyal medya kullanım amaçlarını ve kimlik inşa süreçlerini anlamlı bir şekilde etkilediğini göstermektedir. Kadın katılımcılar, erkek katılımcılara kıyasla daha yüksek gizlilik ve güvenlik kaygıları taşıırken, erkek katılımcılar içerik üretiminde ve toplumsal etkileşimde daha fazla yer almaktadır. Bu bulgu, Fogel ve Nehmad (2009) ile Hoy ve Milne (2010) tarafından yapılan araştırmalarla da örtüşmektedir. Bu çalışmalar, kadınların genellikle çevrimiçi gizliliğe daha fazla önem verdiğini ve erkeklerin sosyal medyada daha fazla risk alma eğiliminde olduğunu ortaya koymuştur.

Bunun yanı sıra, araştırma sonuçları sosyal medya kullanımının kimlik inşasındaki rolünün çok yönlü olduğunu göstermektedir. Katılımcılar, sosyal medyayı kendilerini ifade etmek, sosyal ilişkiler

kurmak ve kişisel gelişim sağlamak için kullanılmaktadır. Bu bulgular, özellikle genç nesillerin dijital kimliklerini inşa ederken sosyal medya platformlarına büyük bir önem verdiğini ortaya koymaktadır. Thomas ve diğerlerinin (2018) çalışmaları, sosyal medya platformlarının kimlik inşasında çoklu benlik performanslarını desteklediğini ve bu süreçte “bağlam çöküşü” yaşanabileceğini belirtmektedir.

Sonuç olarak, bu araştırma, sosyal medyanın kimlik inşası üzerindeki etkisini vurgulamakta ve daha önce yapılmış çalışmalarla uyumlu sonuçlar sunmaktadır. Sosyal medya, bireylerin kimliklerini tanımlama, yeniden inşa etme ve sergileme süreçlerinde merkezi bir rol oynamaktadır. Ancak, bu süreç karmaşık bir yapıya sahip olup, bireylerin sosyo-demografik özellikleri, sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve kişisel tercihlerine göre farklılık göstermektedir. Gelecekteki araştırmalarda, bu değişkenlerin daha derinlemesine incelenmesi ve farklı kültürel bağlamlarda sosyal medya kullanımının kimlik inşası üzerindeki etkisinin araştırılması faydalı olacaktır.

KAYNAKÇA

- Aldemir, M. (2024). We are social: Digital 2024 Türkiye. LinkedIn. Erişim: 04.05 2024, <https://tr.linkedin.com/pulse/we-social-digital-2024-t%C3%BCrkiye-mustafa-aldemir-d25tf>
- American Psychological Association. (2018). Identity. In *APA dictionary of psychology*. <https://dictionary.apa.org/identity>
- Bauman, Z. (2019). Kimlik (M. Hazır, Çev.). Ankara: Heretik Yayınları.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- DataReportal. (2024a). Digital 2024: Global overview report. Retrieved April 20, 2024, from https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report?utm_source=DataReportal&utm_medium=Country Article Hyperlink&utm_campaign=Digital 2024&utm_term=Turkey&utm_content=Global Overview Link
- DataReportal. (2024b). Digital 2024: Turkey. Retrieved April 20, 2024, from <https://datareportal.com/reports/digital-2024-turkey>
- Davis, K., & Weinstein, E. (2017). Identity development in the digital age: An Eriksonian perspective. In M. F. Wright (Ed.), *Identity, sexuality, and relationships among emerging adults in the digital age* (pp. 1-17). Hershey, PA: IGI Global.
- Durante, M. (2011). The online construction of personal identity through trust and privacy. *Information*, 2(4), 594-620.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168.
- Erdem, S. (2020). Yapısal sembolik etkileşimcilik ve kimlik teorisi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 12(1), 50-65. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sobiadsbd/issue/52768/692663>
- Fogel, J., & Nehmad, E. (2009). Internet social network communities: Risk taking, trust, and privacy concerns. *Computers in Human Behavior*, 25(1), 153-160.
- Goffman, E. (2016). *Günlük yaşamda benliğin sunumu* (B. Cezar, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Hoy, M. G., & Milne, G. (2010). Gender differences in privacy-related measures for young adult Facebook users. *Journal of Interactive Advertising*, 10(2), 28-45.

- Kramer, N. C., & Winter, S. (2008). Impression management 2.0. The relationship of self-esteem, extraversion, self-efficacy, and self-presentation within social network sites. *Journal of Media Psychology*, 20(3), 106-116.
- Lin, X., Featherman, M., & Sarker, S. (2017). Understanding factors affecting users' social networking site continuance: A gender difference perspective. *Information & Management*, 54(3), 383-395.
- Manago, A. M. (2015). Identity development in the digital age: The case of social networking sites. In K. C. McLean, & M. Syed (Eds.), *The Oxford handbook of identity development* (pp. 508-526). Oxford: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199936564.013.031>
- Markus, H., & Nurius, P. (1986). Possible selves. *American Psychologist*, 41(9), 954-969.
- Ökten, M. S. (2023). Sosyal medya kullanım amaçları ölçeği: Üniversite öğrencileri üzerinde bir validasyon çalışması. *Mavi Atlas*, 11(2), 238-254. <https://doi.org/10.18795/gumusmaviatlas.1325896>
- Ökten, M. S. (2024). Üniversite öğrencilerinin sosyal medyada kimlik inşasına yönelik ölçek geliştirme çalışması. *Üniversite Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 93-101. <https://doi.org/10.32329/uad.1465536>
- Özdemir Çakır, H. Ö. (2018). Yükseköğretimde facebook kullanımı ve bağlam çöküşü: üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi*, 1(1), 29-40.
- Özdemir, B., & Yıldırım, G. (2019). Dijitalleşen iletişim ortamlarında kimlik inşası ve benlik sunumu: İletişim fakültesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 3(3), 178-191.
- Özdemir, Z. (2015). Sosyal medyada kimlik inşasında yeni akım: özçekim kullanımı. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2(1), 112-131.
- Thomas, L., Briggs, P., Kerrigan, F., & Hart, A. (2018). Exploring digital remediation in support of personal reflection. *International Journal of Human-Computer Studies*, 110, 53-62. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2017.10.002>
- Tosun, Ü., & Akıncı, F. N. (2016). Sosyal ağ kullanan bireylerin benlik sunumu stratejilerinin incelenmesi. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 8(32), 27-60. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iaud/issue/40593/487907>
- Tuğtekin, E. B., & Dursun, Ö. Ö. (2020). Sosyal ağ kullanıcılarının sanal kimlik profillerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi*, 10(2), 427-464.

- Tuğtekin, E. B., & Dursun, Ö. Ö. (2021). Sosyal ağlarda sanal kimlik kullanımının incelenmesi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 146-160. <https://doi.org/10.47998/ikad.900821>
- TÜİK. (2022). Hanehalkı bilişim teknolojileri (bt) kullanım araştırması. Erişim: 14.04 2023, [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587)
- Türk Dil Kurumu. (2023). Sözlük. Erişim: 4.11.2023, <https://sozluk.gov.tr/>
- Yılmaz, H. (2007). Örneklem büyüklüğünün saptanması ve istatistiksel testler. Retrieved from https://www.tavsiyeediyorum.com/makale_298.htm
- YÖK. (2022). 2021-2022 öğretim yılı yükseköğretim istatistikleri. Erişim: 14.04 2023, <https://istatistik.yok.gov.tr/>
- Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24, 1816–1836.
- <https://www.tiktok.com/@afranurshn/video/7143597327230520578> (Erişim: 10.05.202

MEKÂN ALGISI VE KATILIM SÜRECİ ANALİZİ: KUŞTEPE MAHALLESİ ÖRNEĞİ

Parla Güneş,¹ Nilay Çabuk Kaya²

Öz

Bu çalışma, merkeziyetçi yönetim paradigmasında yerel yönetimlerin sosyal sorun çözme kapasitesini ve toplumsal katılım süreçlerini sosyolojik bir perspektiften incelemektedir. Yerel yönetimlerin halka yakın olması, yerel düzeydeki sosyal sorunların daha iyi anlaşılması ve çözülmesi için avantaj sağlamaktadır. Bu bağlamda, Şişli Belediyesi'nin 2018 yılında başlattığı Kuştepe Kent Atölyesi, mahalle sakinleri ve yerel liderlerle etkileşim kurarak mahalledeki sosyal sorunları belirlemeyi ve çözümler üretmeyi amaçlamıştır.

Araştırmanın temel amacı, Kuştepe Mahallesi'nde mekânın dönüşüm sürecinde yerel yönetimlerin katılım aşamalarını ve bu aşamaların toplumsal katılımçılık düzeylerini sosyolojik bir bağlamda analiz etmektir. Çalışma, mahallede gerçekleştirilen eylem araştırması kapsamında, katılımçıların kendi değerleri ve deneyimleriyle mahalleyi inşa etmelerini, çözüm üretmelerini ve yaşadıkları mekân üzerinde düşünmelerini teşvik etmeyi hedeflemektedir. Bu bağlamda, mimarlar, şehir plancıları, akademisyenler, sosyologlar, antropologlar ve öğrenciler gibi çeşitli meslek gruplarının katılımı sağlanarak karşılıklı deneyimlerin paylaşıldığı bir ortam oluşturulmuştur.

Araştırmanın temel veri birimi, Kuştepe Mahallesi'nde gerçekleştirilen Kent Atölyesi etkinlikleridir. Atölye ekibi, Sherry Arnstein'in katılım merdiveni metodunu kullanarak düzenlenen etkinliklerin katılım düzeylerini değerlendirmiştir. Bu metodoloji, topluluk üyelerinin sürece ne kadar etkin bir şekilde dahil olduklarını anlamak için bir çerçeve sunmaktadır. Veriler, saha çalışmaları, katılımcı gözlemler ve atölye etkinliklerinden elde edilmiştir. Saha çalışmaları, mahalle sakinleri ve esnafla yapılan yüz yüze görüşmeleri içerirken, katılımcı gözlemler mahalle etkinlikleri sırasında gerçekleştirilmiştir. Bu yöntemler, Kuştepe Mahallesi'nde yaşayan bireylerin mekân algılarını, sosyal etkileşimlerini ve katılım süreçlerini mekân sosyolojisi bağlamında derinlemesine anlamayı sağlamıştır. Bu eylem araştırması, mahalledeki sosyal bağları ve topluluk dayanışmasını güçlendirerek mekânsal dönüşüm süreçlerine kültürel ve toplumsal bir perspektiften yaklaşmayı hedeflemektedir.

Anahtar Sözcükler: Katılım merdiveni, Sosyal etki, Mekân algısı, Eylem araştırması, Mekân Sosyolojisi.

¹ Arş. Gör., Ankara Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Gayrimenkul Geliştirme ve Yönetimi Bölümü, parlaagunes@gmail.com, ORCID: 0000-0003-0356-2044

² Prof. Dr., Ankara Üniversitesi, Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Sosyoloji Bölümü, cabukkaya@gmail.com, ORCID: 0000-0002-7134-683X

ANALYSIS OF SPACE PERCEPTION AND PARTICIPATION PROCESS: THE CASE OF KUŞTEPE NEIGHBORHOOD

Abstract

This study examines the problem-solving capacity of local governments and the processes of social participation within a centralized management paradigm from a sociological perspective. The proximity of local governments to the public provides an advantage in better understanding and solving social problems at the local level. In this context, the Kuştepe Urban Workshop, initiated by Şişli Municipality in 2018, aimed to interact with neighborhood residents and local leaders to identify and produce solutions for social problems in the neighborhood.

The main objective of the research is to analyze the stages of participation of local governments in the transformation process of space in Kuştepe Neighborhood and the levels of social participation in these stages from a sociological context. The study, as part of the action research conducted in the neighborhood, aims to encourage participants to construct the neighborhood, produce solutions, and reflect on the space they live in with their values and experiences. In this context, a setting where mutual experiences are shared was created by ensuring the participation of various professional groups such as architects, urban planners, academics, sociologists, anthropologists, and students.

The primary data unit of the research is the activities of the Urban Workshop conducted in Kuştepe Neighborhood. The workshop team evaluated the participation levels of the activities organized using Sherry Arnstein's ladder of participation methodology. This methodology provides a framework to understand how effectively community members are involved in the process. The data were obtained from field studies, participant observations, and workshop activities. Field studies included face-to-face interviews with neighborhood residents and shopkeepers, while participant observations were conducted during neighborhood events. These methods facilitated an in-depth understanding of the spatial perceptions, social interactions, and participation processes of individuals living in Kuştepe Neighborhood within the context of space sociology. This action research aims to strengthen social ties and community solidarity in the neighborhood, approaching spatial transformation processes from a cultural and social perspective.

Keywords: Ladder of participation, Social impact, Space Perception, Action Research, Sociology of Space.

GİRİŞ

Bireylerin mekânla kurdukları ilişkiler, sosyal olguların bir sonucu olarak karmaşık ve çok boyutlu süreçlerdir. Bu süreçler, bireylerin çevreleriyle etkileşime geçme, mekânlara anlam yükleme ve toplumsal ilişkiler kurma biçimlerini kapsamaktadır. Mekân, bireylerin sosyal, kültürel ve fiziksel çevreleriyle sürekli bir etkileşim içinde oldukları, bu etkileşimler aracılığıyla çevrelerini anlamlandırmaya çalıştıkları bir alandır. Güleç Solak (2017)'in da vurguladığı gibi, bireylerin mekâna yükledikleri anlamlar, kişisel deneyimleri, kültürel geçmişleri, değerleri ve toplumsal normlar gibi pek çok faktör tarafından şekillenmektedir. Bu bağlamda mekân, toplumsal ilişkilerin kurulduğu ve sürdürüldüğü bir alan olarak, her bireyin kendi deneyimleri doğrultusunda anlam kazanmaktadır. Mekânlar, içinde geçerli olan toplumsal normlar ve kurallara bağlı olarak bireylerin sosyal etkileşimlerini yönlendirmekte ve yapılandırmaktadır (Acaralp, 2009).

Mekân ve toplumsal ilişkiler arasındaki bağ, bireylerin kimlik inşasında önemli bir rol oynar. Tamer (2014), bireylerin yaşadıkları mahalle, çalıştıkları iş yeri ya da üyesi oldukları toplulukların bireyin kimliğini şekillendiren başlıca faktörler olduğunu belirtir. Bireyler, bu topluluklar ve mekânlar aracılığıyla kimliklerini inşa eder, aidiyet ve bağlılık duygularını geliştirirler. Mekân, bu süreçte bir araç işlevi görürken, aynı zamanda bireylerin sosyal statülerini ve toplumsal rollerini pekiştiren bir alan olarak öne çıkar. Mekânın mimarisi, tasarımı, renkleri ve kullanılan semboller, bireylerin mekânı nasıl algıladığını etkileyen temel unsurlar arasında yer alır (Aytaç, 2013).

Mekânsal etkileşimler, bireylerin toplumsal bağlarını güçlendirirken, aynı zamanda kimlik ve aidiyet duygularını da şekillendirir. Aslan ve diğerleri (2015), bireylerin sosyal çevreleriyle kurdukları ilişkilerin mekânsal bağlamda toplumsal dinamikleri anlamak açısından büyük öneme sahip olduğunu vurgular. Mekânlar, bireylerin sosyal etkileşimde bulundukları, toplumsal bağlar kurdukları, iş, eğlence, alışveriş ve eğitim gibi çeşitli sosyal faaliyetlerin gerçekleştiği alanlardır. Özdemir (2011) ise, bu etkileşimlerin sosyal ilişkilerin ve toplumsal bağların gelişimine doğrudan katkıda bulunduğunu belirtmektedir.

Bireyler, mekânsal deneyimleri aracılığıyla kimliklerini şekillendirirler. Bu deneyimler, bireylerin bir topluluğa ait olma duygusunu geliştirir ve mekânın sunduğu sosyal ve fiziksel dinamiklerle bağlantılı olarak kişisel anlamlar kazandırır. Mekânların mimarisi, tasarımı ve estetik özellikleri bireylerin mekân algısını etkilerken, estetik tercihler, renkler ve ışıklandırma gibi unsurlar da mekânın sosyal atmosferini belirleyici faktörlerdir. Bireylerin bu mekânsal unsurlar aracılığıyla sosyal bağlarını nasıl kurdukları, kimliklerini nasıl şekillendirdikleri ve topluluklarına nasıl aidiyet hissettikleri toplumsal yapıların anlaşılmasında kritik bir rol oynamaktadır (Aytaç, 2013).

Bu çalışma, Kuştepe Gecekondu Bölgesi'nde kentsel dönüşüm süreci bağlamında gerçekleştirilen sosyo-mekânsal dönüşümleri incelemeyi amaçlamaktadır. Kentsel dönüşüm projeleri, yalnızca fiziksel mekânların iyileştirilmesini değil, aynı zamanda sosyal ve ekonomik yapılarının da güçlendirilmesini hedeflemelidir. Bu süreçte, mahalle sakinlerinin katılımı ve toplumsal bağların korunması, başarılı bir dönüşüm için kritik öneme sahiptir. Kuştepe Mahallesi'nin sosyal, kültürel ve

ekonomik yapısı, bu dönüşüm projeleri bağlamında incelenerek, mahalle sakinlerinin mekân algıları, sosyal etkileşimleri ve katılım süreçlerine etkileri derinlemesine analiz edilecektir.

Çalışmada Arnstein'in Katılım Merdiveni Modeli (1969) kullanılarak, mahallede gerçekleştirilen etkinliklerin katılım düzeyleri değerlendirilmiştir. Arnstein'in modeli, katılım süreçlerinin demokratik yapısını ve topluluk üyelerinin karar alma süreçlerine ne ölçüde dahil olduklarını anlamak için kullanılmıştır. Katılım düzeyinin belirlenmesi, yerel yönetimlerin şeffaflık ve hesap verebilirlik sağlama kapasitesini ortaya koyarak, mekân yönetiminde temsiliyetin ne kadar çeşitli olduğunu gözler önüne sermektedir. Kuştepe Mahallesi'ndeki kentsel dönüşüm sürecinde, mahalle sakinlerinin katılım düzeylerinin değerlendirilmesi, yerel yönetimlerin bu süreçteki rollerini daha iyi anlamamıza olanak sağlamaktadır.

Kuştepe Mahallesi, Türkiye'deki çok kültürlü yapısıyla dikkat çeken bölgelerden biridir. 1950'li yıllardan itibaren farklı kültürel grupların göçüyle şekillenen Kuştepe, Romanlar, Ordulular, Ermeniler ve Güneydoğulular gibi farklı etnik grupların bir arada yaşadığı bir bölgedir (Yılgür, 2015). Mahallenin bu çok kültürlü yapısı, sosyo-mekânsal dönüşüm süreçlerinin toplumsal yapılar üzerindeki etkilerini anlamak için önemli bir örnek teşkil etmektedir. Kuştepe'nin sosyal, kültürel ve ekonomik dinamikleri ile bu dinamiklerin kentsel dönüşüm projelerine nasıl yansıdığı derinlemesine incelenecektir.

Bu araştırma, kentsel dönüşüm süreçlerinin sadece akademik literatüre değil, aynı zamanda yerel yönetim ve planlama süreçlerine katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Araştırma bulgularının, daha katılımcı ve etkili politikaların geliştirilmesine yönelik önemli öneriler sunması hedeflenmektedir.

1. MEKÂN ALGISI VE YEREL YÖNETİM

Mekân algısına dair yürütülen araştırmalar, genellikle psikoloji, nörobilim, coğrafya, mimari ve çeşitli disiplinlerin entegrasyonunu içermektedir. Bu çalışmalar, bireylerin çevrelerini nasıl algıladıklarını, mekânın taşıdığı anlamları ve çevreleriyle etkileşim biçimlerini anlamayı amaçlamaktadır (Farshi, 2012). Mekân algısı, genellikle görsel, işitsel, dokunsal ve kokusal duyuların birleşimi olarak ele alınmaktadır ve bireylerin çevreleriyle bu duyular aracılığıyla nasıl deneyimlediklerini anlama amacını taşımaktadır. Mekân, sadece fiziksel özelliklerden öte, sembolik, kültürel ve duygusal anlamlar içeren bir kavramdır. Semiyotik yaklaşımlar, mekânın kültürel, sosyal ve sembolik anlamlarını anlamaya yönelik çalışmaları içermektedir. Mekân algısı üzerine yapılan çalışmalarda, mekânın anlamı ve semiyotik kavramları önem arz etmektedir (Akkaya, 2019).

Bireyler, mekânları kendi yaşam deneyimleri ve değerleri bağlamında anlamlandırmaktadırlar. Mekânlar, genellikle kültür ve toplum tarafından belirlenen normlar, semboller ve ritüellerle ilişkilidir. Mekânın işlevi, insanların o mekânı nasıl kullanacakları ve hangi aktiviteleri gerçekleştirecekleriyle ilgili önemli bir anlam katmanı taşımaktadır (Cevizoğlu, 2022). Semiyotik, işaretlerin ve sembollerin anlamını inceleyen bir disiplindir. Mekân algısı bağlamında semiyotik, mekânın içerdiği sembollerin ve işaretlerin insanlar tarafından nasıl anlamlı hale getirildiğini araştırır. Mekânlar, belirli işaretler ve sembollerle doludur. Bu semboller, mekânın kullanımını, statüsünü veya kültürel önemini belirleyebilir (Karaman, 2017).

Mekânın düzenlenişi, semiyotik açıdan önemli olmaktadır ve mekândaki objelerin yerleşimi, insanların mekânı nasıl algıladığını etkilemektedir. Farklı kullanıcı grupları, aynı mekânı farklı semiyotik perspektiflerle algılayabilir. Bireylerin çevrelerini nasıl anladıklarını inceleyen bilişsel harita çalışmaları, insanların mekânları zihinsel olarak nasıl organize ettiklerini ve hatırladıklarını araştırmaktadır. Bu çalışmalar, mekânların insanların duygu durumlarına, davranışlarına ve genel refahlarına etki edebileceğini göstermektedir. Mekân algısı genellikle sosyal etkileşim ve toplumsal bağlam ile ilişkilidir, bu bağlamda toplumsal mekânların insanlar arasındaki ilişkileri ve kimlik oluşturmada oynadığı rolü anlamaya yönelik çalışmalar mevcuttur (Akgül, 2009; Bekar vd, 2021).

Birey ve mekân yerel yönetimlerin şekil alması ve mekânı biçimlendirmedeki güçlü rolleri ile ilerleme kaydedebilmektedir. Mekâna dair farklı kentsel öğelerin mekân kalitesini arttırdığı ve mekâna anlam yüklediği gözlenmektedir. Mekânın anlam kazanması ve mekân algısının oluşması ise yerel yönetimlerin mekân ile kurduğu bağ ile bütünleşik olmalıdır. Mekânın ölçütleri arasında sosyal ve ekonomik birden fazla değişkenin var olması mekâna uygulanması yerel yönetimlere bağımlı olabilmektedir. Mekâna yardımcı olan öğelerin tamamı merkezi ve yerel yönetimlerin yol göstericiliği ile öne çıkmakta ve mekân kalitesini, katılımcılığı artırmaktadır (Polat, 2020). Kamu hizmetlerinin mekânda yansması ancak hizmet birimlerinin katılımcılığı ile kazanılmaktadır. Kamu hizmetleri etkin kullanımı mekân algısını bireyler üzerinde artırmaktadır. Birey ile yerel yönetimin birlikte hareket etmesi mekânın çözümlenmesini sağlamaktadır (İnce, 2014).

Küreselleşme süreçleri ile yerel yönetim destekleri ve katılıma etkileri de değişkenlik göstermektedir. Yerel yönetimler bireylere ve ihtiyaçlarına göre hizmet çeşitlenmesini gerçekleştirmek durumundadır. Ortak gereksinimler kamu yönetimlerince karşılanarak bireylere katkıda bulunmalıdır; bu katkı düzeyi ise katılımcılık düzeyine de etki etmektedir (Henden ve Henden, 2005). Türkiye’de değişen dengelere göre katılımcı uygulama ve çalışmaların da değişkenlik gösterdiği görülmektedir. Mahalle ve bireyler düzeyinde katılımcılık seviyeleri gözlenerek aktif/pasif katılımcılıklar değerlendirilmektedir (Aydemir Uslu ve Yılmaz, 2018). Bireylerin mekânları anlamlandırması her düzeyde farklılık göstermekle birlikte mekânlara atfedilen bazı sembollerde bu çalışmada dikkat çekmektedir. Kuştepe mahallesi özelinde birden çok kültürü barındırması ve mekânların çöküntü, varoş ve yenilenmesi gerekli alanlar olarak ayrışması bu bölgenin İstanbul için dönüşüme yönelik öncelikli yaklaşımlarından birisi olmasına sebep olmuştur (Ertürk ve Gökdemir, 2017). Mekân algısında "varoş" ve "aidiyet" kavramları, kent sosyolojisi ve mekânsal analizler bağlamında önemli yer tutmaktadır. Bu iki kavram, bireylerin ve toplulukların mekânsal deneyimlerini ve toplumsal ilişkilerini anlamada yardımcı olmaktadır. Varoş, genellikle şehirlerin çevresinde bulunan, düşük gelirli ve genellikle altyapı eksiklikleri olan mahalleler için kullanılan bir terimdir ve bu bölgeler, göçmenlerin veya ekonomik olarak dezavantajlı grupların yoğun olarak yaşadığı yerlerdir (Altındal ve Karatay, 2022). Varoş kavramı, sadece fiziksel mekânla sınırlı kalmamakta, aynı zamanda toplumsal ve kültürel boyutları da içermektedir. Kavram, toplumun farklı kesimleri tarafından farklı algılanabilir (Hayta, 2016). Kimi zaman tehlikeli, huzursuz veya istenmeyen yerler olarak görülürken, kimi zaman dayanışma ve güçlü topluluk bağlarının olduğu yerler olarak da algılanabilir. Bu bağlamda, varoş kavramı toplumsal algı ve deneyimleri anlamada önemli bir araçtır.

Bireylerin toplumsal aidiyet duygusu, varoşlar ve benzeri mekânlarda güçlü bir şekilde hissedilebilirken, diğerleri ise, dışlanmışlık ve yetersizlik duyguları nedeniyle bu aidiyeti daha az hissedebilirler (Hırlak, 2023). Bu iki kavram, bireylerin ve toplulukların mekânsal deneyimlerini anlamada önemli ipuçları sağlamakta olup mekân algısı, toplumsal yapıların, kimliklerin ve ilişkilerin nasıl şekillendiğini ve nasıl deneyimlendiğini anlamada kritik bir rol oynamaktadır (Solak, 2017).

Kazgan (1999), şehirlerin çevresinde yer alan ve genellikle düşük gelirli kesimlerin yaşadığı bölgelerin sosyal, ekonomik ve mekânsal özelliklerini incelemiştir. Varoşlar olarak adlandırılan bu alanlar, kırsal alanlardan şehirlere göç eden insanların ilk yerleşim yerleri olarak görülmekte ve bu göç süreci, varoşların demografik yapısını ve toplumsal dinamiklerini etkilemektedir. Göçmenler, şehirde ekonomik fırsatlar ararken, varoşlarda toplumsal uyum ve entegrasyon zorlukları yaşamaktadır. Bu bölgeler, sosyal dışlanma ve marjinalleşmenin yoğun olduğu alanlar olarak öne çıkmaktadır. Varoşlarda yaşayan bireyler, şehirdeki diğer kesimlere kıyasla daha az sosyal ve ekonomik fırsata sahiptir. Bu sosyal dışlanma, varoşlarda yaşayan insanların toplumsal aidiyet duygusunu olumsuz yönde etkilemektedir. Varoşların fiziksel ve mekânsal özelliklerinden toplumsal dinamiklere, ekonomik zorluklardan topluluk dayanışmasına kadar geniş bir perspektifle incelenmesi gerekmektedir. Bu tür bir inceleme, varoşların sadece fiziksel mekânlar olarak değil, aynı zamanda sosyal, ekonomik ve politik bağlamlarda da önemli yerler olduğunu ortaya koymaktadır.

Varoş kavramı ve mekânların dönüşümü kültürel açıdan değerlendirildiğinde, mekânsal değişimlerin toplulukların kimlikleri, sosyal dinamikleri ve kültürel pratikleri üzerindeki etkileri öne çıkmaktadır. Kültürel perspektiften bakıldığında, varoşların dönüşümü, mekânsal ve toplumsal yapıların nasıl değiştiğini ve bu değişimlerin insanlar üzerindeki etkilerini anlamada kritik bir rol oynamaktadır (Meydan Yıldız, 2018). Varoşlar, genellikle belirli bir sosyal ve kültürel kimliğin taşıyıcısı olarak görülmekte ve bu bölgelerde yaşayan insanlar, göçle geldikleri yerlerin kültürel özelliklerini, geleneklerini ve yaşam biçimlerini yeni mekânlarına taşımaktadır (Dalbay, 2018).

Kültürel kimlik, mekânsal dönüşüm sürecinde korunmaya çalışılırken, aynı zamanda şehir yaşamının dinamikleriyle etkileşime girerek evrilebilmektedir. Varoşlarda topluluk dayanışması ve sosyal bağlar güçlüdür; ekonomik ve sosyal zorluklar, insanları bir araya getirerek dayanışma ağlarını oluşturmaktadır. Bu bağlamda, varoşlar, kültürel olarak zengin ve çeşitli sosyal ağların bulunduğu yerlerdir (Ağbaba, 2022). Mekânsal dönüşüm süreçlerinde, bu sosyal bağlar ve dayanışma ağları, topluluğun direncini ve adaptasyon yeteneğini artırmaktadır.

Varoşlar, genellikle farklı kültürel arka planlardan gelen insanların bir arada yaşadığı yerlerdir. Bu kültürel çeşitlilik, toplumsal entegrasyon süreçlerini karmaşık hale getirebilir (Yükselbaba, 2017). Mekânsal dönüşüm, farklı kültürlerin bir arada yaşamasını kolaylaştırabilir veya zorlaştırabilir. Yeni yerleşim alanları, kültürel çeşitliliği destekleyen veya engelleyen mekânlar olarak ortaya çıkabilir (Özdemir, 2011).

Mekânsal dönüşüm süreçlerine karşı kültürel direniş de görülebilir. Varoşlarda yaşayan insanlar, kimliklerini ve kültürel pratiklerini korumak için çeşitli direniş biçimleri geliştirebilirler. Bu

direnış, mekânsal dönüşüm projelerine karşı çıkmaktan, alternatif yaşam biçimlerini sürdürmeye kadar farklı şekillerde ortaya çıkabilir (Aytaç, 2013). Türkiye'de varoş kavramı genellikle gecekondu mahalleleriyle ilişkilendirilir. İstanbul'un gecekondu bölgeleri, göçle gelen insanların yerleştii ve zamanla kendi topluluklarını ve kültürel pratiklerini oluşturduğu yerlerdir. Kentsel dönüşüm projeleri, bu mahallelerin fiziksel yapısını değiştirirken, aynı zamanda sosyal ve kültürel yapılarını da etkilemiştir. Bu dönüşüm sürecinde, bazı mahalleler modern konut alanlarına dönüşürken, bazıları toplumsal direnişle karşı karşıya kalmıştır (Çakır, 2011).

Brezilya'daki favelalar, varoş kavramının en bilinen örneklerindendir. Bu bölgeler, yoksul ve dezavantajlı kesimlerin yaşadığı yerler olarak bilinmekte ve zengin bir kültürel yaşam ile güçlü topluluk bağlarıyla karakterize edilmektedir. Mekânsal dönüşüm projeleri, bu bölgelerin fiziksel yapısını iyileştirmeye çalışırken, kültürel kimliklerin korunması ve toplulukların entegrasyonu açısından çeşitli zorluklar yaşanmıştır (Gönültaş ve Gönültaş, 2021).

Varoş kavramı ve mekânların dönüşümü kültürel açıdan değerlendirildiğinde, toplulukların kimliklerinin, sosyal bağlarının ve yaşam biçimlerinin nasıl etkilendiği ortaya çıkmaktadır (Alpman, 2019). Kültürel kimliklerin korunması, topluluk dayanışmasının sürdürülmesi ve mekânsal dönüşüm süreçlerine uyum sağlanması, bu bölgelerde yaşayan insanlar için kritik öneme sahiptir. Mekânsal dönüşüm projelerinin, sadece fiziksel iyileştirmeler değil, aynı zamanda toplumsal ve kültürel dinamikleri de göz önünde bulundurması gerekmektedir (Ağbaba, 2022).

Kuramsal tartışma, araştırmanın mahiyetine ve bulguların değerlendirilmesine önemli katkılar sağlamaktadır. Mekân algısına dair farklı disiplinlerin entegrasyonu ile oluşturulan bu tartışma, bireylerin çevrelerini nasıl algıladıkları, mekânların taşıdığı sembolik, kültürel ve duygusal anlamlar ve bu algıların toplumsal yapılar üzerindeki etkilerini anlama çabasını yansıtmaktadır. Mekân algısının sadece fiziksel bir olgu olarak değil, aynı zamanda sembolik ve kültürel bir kavram olarak ele alınması gerektiğini vurgulayan perspektif, araştırmanın mahiyetine uygun bir şekilde, mekânın bireyler üzerindeki etkilerini incelerken, bu etkilerin hangi toplumsal ve kültürel bağlamda oluştuğunu da göz önünde bulundurur. Bu yaklaşım, araştırmanın bulgularını değerlendirirken mekânsal deneyimlerin bireyler üzerindeki derin ve çok yönlü etkilerini de vurgulamaktadır. Mekân algısının "varoş" ve "aidiyet" gibi kavramlarla nasıl ilişkilendiğini inceleyerek bu kavramlar ile araştırmanın bulgularını değerlendirmektedir. Özellikle kentsel dönüşüm projelerinin toplumsal ve mekânsal etkilerini anlamada önemli bir araç olarak kullanılır. Mekânsal dönüşüm projelerinin toplulukların kimliği ve sosyal yapıları üzerindeki etkilerini incelemek, araştırmanın bulgularının derinlemesine anlaşılmasına katkıda bulunmaktadır. Çalışma varoş kavramının mekânsal ve toplumsal dönüşüm süreçlerindeki rolünü incelemektedir ve araştırmanın bulgularını değerlendirirken, mekânsal dönüşüm süreçlerinin toplumsal ve kültürel kimlikler üzerindeki etkisini gözlemlemede yardımcı olur. Varoşların kültürel çeşitliliği ve sosyal dinamikleri, mekânsal dönüşüm süreçlerinin toplumsal etkilerini analiz ederken dikkate alınması gereken önemli unsurlardır.

1.1. Mekân Kimliğinin Oluşumu

Mekân kimliği, bir yerin karakteristik özelliklerini, tarihini, kültürel bağlamını ve toplumsal yönlerini ifade eden ve o mekânı diğer mekânlardan ayıran özgün bir tanımlama olarak kabul görmektedir (Aytaç, 2013). Mekân kimliğinin oluşumu karmaşık bir süreçtir ve bu süreci etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Tarih bir mekânın kimliğini büyük ölçüde şekillendiren unsurlardan biri olmaktadır (Ünlü, 2017). Mekânın geçmişi, o mekânın benzersiz bir kimliğe sahip olmasına katkıda bulunan tarihi olaylar, kültürel miras ve mimari dokular içermektedir. Bu geçmiş unsurlar, mekânın zaman içinde nasıl evrimleştiğini ve geliştiğini yansıtarak mekân kimliğine derinlik katmaktadır.

Mimari ve fiziksel özellikler ise mekân kimliğini belirleyen diğer önemli faktörlerdir (Rapoport, 1977; Pol, 2002). Bir mekânın mimari tasarımı, sokakları, parkları ve genel fiziksel özellikleri, o mekânın tanınabilirliğini artırmaktadır. Özgün mimari stiller, sembolik yapılar ve karakteristik özellikler, mekânın kimliğini güçlendirir ve diğer mekânlardan ayırt etmektedir (İnceoğlu ve Aytuğ, 2009). Toplumsal ve kültürel etkileşimler de buna bağlı olarak bir mekânın kimliğini etkileyen dinamik faktörler arasında yer almaktadır. Mekânın sakinleri arasındaki sosyal etkileşimler, toplumsal dinamikler ve kültürel etkinlikler, mekân kimliğinin oluşumunda önemli rol oynamaktadır. Bu etkileşimler, yerel geleneklerin, festivallerin, sanatsal etkinliklerin ve diğer kültürel unsurların mekân kimliğine katkıda bulunmasını sağlamaktadır (Özdemir, 2011).

Doğal çevre, bir mekânın kimliğini belirleyen faktörlerden biri olmaktadır ve bir mekânın coğrafi konumu, iklimi ve doğal özellikleri, mekânın karakterini ve atmosferini şekillendirmektedir. Özgün bir doğal çevre, mekânın benzersizliğini vurgulamaktadır. Ekonomik dinamikler ise bir mekânın kimliğini etkileyen diğer bir unsur olup (Kancioğlu, 2005; Ünlü, 2017) endüstriyel gelişmeler ve ticaret, bir mekânın ekonomik dinamiklerini şekillendirmektedir. Bu faktörler, mekânın ekonomik gücünü, endüstri profilini ve genel kalkınma seviyesine yansıtarak mekân kimliğini etkilemektedir (Küçükcalay, 1997).

Toplumsal bellek ve anılar, bir mekânın kimliğini belirlemekte olup; bir mekânın geçmişteki önemli olayları, hatıraları ve toplumsal belleği, mekân kimliğinin oluşumunu gerçekleştirmektedir. Bu, bir mekânın sakinleri arasında paylaşılan anılara ve geçmişe duyulan bağlılığa dayanmaktadır ve bu bağın güçlülüğüne göre mekâna etkileri değişkenlik göstermektedir (Vural, 2021). Buna bağlı olarak ise yerel halkın katılımı ve katkıları, mekân kimliğinin oluşumunda etkili olan bir diğer önemli faktör olarak öne çıkmaktadır (Güler vd, 2016). Halkın katılımı, yerel inisiyatifler, topluluk projeleri ve yerel yönetim politikaları, mekânın sakinlerinin mekâna duyduğu bağlılığı artırarak mekân kimliğini güçlendirici bir araçtır. Mekân kimliğinin oluşumu, bu faktörlerin birbirleriyle etkileşim içinde olduğu karmaşık bir süreçtir. Bu unsurlar, bir mekânın benzersiz ve tanınabilir bir kimlik geliştirmesine katkıda bulunarak o mekânın sosyal ve kültürel dokusunu şekillendirmektedir. Mekân kimliğini anlamak, bir mekânın geçmişi, kültürel mirası, fiziksel özellikleri ve toplumsal etkileşimleri gibi öğeleri ile değerlendirilmeyi gerekli kılmaktadır (Yeşildal, 2020).

2. MEKÂN SOSYOLOJİSİ VE KATILIM

Mekân sosyolojisi, sosyolojik bir perspektifle mekânın fiziksel, kültürel ve sosyal boyutlarını inceleyen bir disiplindir (Molotch, 1976). Bu alan, bireylerin mekânlarla etkileşimlerini ve mekânın sosyal dinamiklerini anlamak için çeşitli teorik yaklaşımları kullanmaktadır. Mekân, sadece fiziksel bir alan değil, aynı zamanda içindeki toplumsal ilişkilerin, kimliklerin ve güç dinamiklerinin bir yansıması olarak ele alınmaktadır (Lefebvre, 1991; Benn ve Gaus, 1983). Mekân sosyolojisinin temelinde, bir toplumun mekânı nasıl kullanıp anlamlandığını anlamak ve bu kullanımın toplumsal yapı üzerindeki etkilerini incelemek yatmaktadır. Bu bağlamda, mekânın sadece fiziksel özellikleri değil, aynı zamanda bu mekânın sakinleri arasındaki ilişkileri, toplumsal normları ve kültürel kodları içeren sembolik anlamlar da önem kazanmaktadır (Gottdiener, 2005). Mekân sosyolojisi, Henri Lefebvre'in "meydanlar, caddeler ve binalar gibi fiziksel mekânların ötesinde, sosyal hayatın sahnesi olarak mekânı anlama" yaklaşımını benimsemektedir (Lefebvre, 1991). Bu bağlamda, bir mekânın sosyal yapısı, o mekânın sakinlerinin günlük yaşantıları, etkileşimleri ve bu mekânda gerçekleşen toplumsal olaylar üzerinden analiz edilebilmektedir (Erdönmez ve Akı, 2005).

Mekân sosyolojisi, sosyal eşitsizlik, toplumsal kimlikler, güç dinamikleri gibi konuları inceleyerek, mekânın kullanımının ve düzenlenmesinin toplumsal yapıdaki adalet ve eşitsizlik üzerindeki etkilerini değerlendirmektedir (Taylor ve Spencer, 2004). Bu kapsamda, belirli bir mekânın planlanması, kullanılması ve değiştirilmesi, toplumsal gruplar arasındaki güç dengelerini yansıtmaktadır. Katılım, bireylerin toplumsal ve mekânsal süreçlere aktif olarak dahil olmalarını ifade etmektedir (Ağın, 2022). Mekân sosyolojisi bağlamında, katılım, bir mekânın sakinlerinin o mekânın tasarımına, kullanımına ve yönetimine katkıda bulunma sürecini içermektedir (Çetin, 2011). Bu, demokratik karar alma süreçlerine, toplumsal normların oluşturulmasına ve mekânın sakinlerinin günlük yaşamlarını etkileyen kararlara katılımını da beraberinde getirmektedir (İzci ve Sarıtürk, 2019).

Bir topluluğun mekânı nasıl deneyimlediğini, kullanıp nasıl anlamlandığını ve bu süreçteki etkileşimlerini anlamak açısından önemlidir (Güleç Solak, 2017). Toplumun farklı kesimlerinin, sınıflarının, etnik gruplarının veya cinsiyetlerinin mekâna yönelik farklı katılım biçimleri, mekânın sosyal dokusunu şekillendirebilmektedir. Katılım, mekân sosyolojisinin aynı zamanda sosyal adalet, çeşitlilik ve kapsayıcılık gibi konuları incelemesine olanak tanımaktadır. Bu bağlamda, bir mekânın planlanması ve kullanımı süreçlerinde eşitsizliklere karşı mücadele, farklı toplumsal grupların temsilini artırma ve toplumsal adaleti sağlama çabaları, katılımın vurguladığı önemli konuları olarak öne çıkmaktadır (Alpman, 2019; Gülhan, 2019).

Mekân sosyolojisi ve katılım, mekânın toplumsal bir olgu olarak nasıl şekillendiğini anlamak ve mekânın sakinlerinin bu süreçlere nasıl dahil olduğunu incelemek için önemli bir çerçeve sunmaktadır. Mekânın kullanımı, planlanması ve toplumsal etkileşimleri, katılımın merceğinden değerlendirilerek sosyal bilimlere katkı sağlamaktadır. Bu disiplinler arası yaklaşım, mekânın sosyal, kültürel ve fiziksel boyutlarını bütünlük içinde çözümlemede yardımcı olmaktadır (Ghulyan, 2021). Günümüzde, dünya genelinde kamu hizmetlerinin yönetimi, yetki paylaşımı ve sınırları konusunda standart bir ölçüt belirlenmesi konusunda genel bir görüş birliğine varılamamıştır (Çağdaş, 2019). Yerel yönetimler, bu yapı içerisinde önemli bir yer tutmaktadır ve genellikle belediyeler, ilçeler, kasabalar veya köyler gibi

coğrafi bölgeleri kapsamaktadır. Bu literatürdeki belirsizlik ve çeşitlilik, yerel yönetimlerin rolü, görevleri ve sorumlulukları konularında bir dizi önemli sorunu gündeme getirmektedir (Mecek ve Atmaca, 2020).

Yerel yönetimlerin yapıları incelendiğinde, merkezi yönetimden yerel yönetimlere kadar farklı modellerin analiz edildiği görülmektedir. Federal, birim, konfederasyon gibi farklı devlet yapılarına uygun yerel yönetim modelleri, üniter devletlerde dahi çeşitlilik arz etmektedir. Bu çeşitlilik, yerel yönetimlerin görev ve sorumluluklarını belirlemede etkili olabilmektedir (Türkoğlu, 2013). Yerel yönetimlerin temel amacı, yerel toplulukların ihtiyaçlarına uygun hizmetleri sağlamak ve bu toplulukların katılımını teşvik etmektir. Bu bağlamda, altyapı, eğitim, sağlık, çevre gibi konularda yerel yönetimlerin rolü oldukça önemlidir. Bu hizmetlerin sağlanması, topluluk ihtiyaçlarına yönelik olarak planlanması ve yönetilmesi gereklidir (Çelik, 2013).

Yerel yönetimlerin finansmanı, yerel bütçe planlaması ve kaynak yönetimi gibi konularda da dikkate değer bir rol oynamaktadır. Gelir ve gider dengesinin sürdürülmesi, yerel yönetimlerin etkin bir şekilde hizmet sunabilmesi için kritik öneme sahiptir (Mambetalieva, 2013). Katılım ise, bir toplumun karar alma süreçlerine, politika oluşturmaya ve uygulamaya aktif bir şekilde dahil olma süreci olarak tanımlanmaktadır (Yeşildal, 2020). Katılım, demokratik bir toplumun temel bir unsuru olarak kabul edilmektedir ve yerel yönetimlerde katılım, halkın yönetim süreçlerine etkin bir şekilde katılmasını hedeflemektedir. Bu bağlamda, literatürde temsili demokrasi, katılımcı demokrasi, doğrudan demokrasi gibi farklı katılım modelleri üzerinde yapılan çalışmalar dikkat çekmektedir. Ayrıca, eleştirel katılım ve katılımın sosyal boyutları da önemli araştırma konuları arasında yer almaktadır (İzci ve Sarıtürk, 2019).

Yerel katılımın teşvik edilmesi, yerel yönetimlerin katılımı artırmak için uyguladığı politikaları içermektedir. Bu politikalar, karar alma süreçlerine halkın etkin katılımını sağlamak amacıyla düzenlenen programlar ve inisiyatifleri de beraberinde getirmektedir. Katılımın yararları ve zorlukları da ayrıca değerlendirilmelidir. Bu değerlendirme, katılımın demokratik süreçlere katkıları ve toplumsal faydaları, aynı zamanda katılımın sınırlamaları ve karşılaşılan zorluklar üzerinden yapılabilmektedir (Durmuş, 2023). Yerel yönetimlerin varlık nedenleri, siyasi, yönetsel ve toplumsal nedenler olmak üzere üç başlık altında incelenebilmektedir. Arnstein'in katılım modeli (Arnstein, 1969), toplumun yönetim süreçlerine etkili bir şekilde katılımını analiz etmek amacıyla geliştirilmiştir. Arnstein, katılımın sadece yüzeyde bir varlık gösterdiği durumları tanımlamak ve değerlendirmek için sekiz basamaklı bir "katılım merdiveni" önermektedir. Katılım merdiveni bireylerin katılımını, katılımın yoğunluğuna göre belirleyen bir yöntem olarak ele alınmaktadır. Bu yöntem ile en alt düzeyden en üst düzeye bir katılımcılık düzeyi mevcuttur. Her bir düzey katılımın yoğunluğunu betimlemektedir ve bu düzeyler mekânda yapılan katılımcılığın bireye etkisini belirtmektedir. Bu basamaklar, toplumun gerçek anlamda karar alma süreçlerine katılım derecesini göstermektedir. Arnstein'in katılım merdiveninin basamakları olarak;

- Manipülasyon (*Manipulation*): Bu basamakta, toplumun yönetim süreçlerine katılımı sadece göstermelik bir düzeyde olup kararlar, toplumla paylaşılmaz ve toplumun görüşleri dikkate

alınmamaktadır ve toplum, yönetim tarafından manipüle edilir ve sürece etkin bir şekilde dahil edilmemektedir.

- **Terapi (Therapy):** Terapi basamağı, toplumu karar alma süreçlerine katılıma ikna etmeye yönelik bir adımı temsil etmektedir ancak, bu katılım düzeyi de yüzeysel ve etkisiz olarak görülmektedir. Toplum, yönetim tarafından sadece bilgilendirilir ve yönlendirilir, ancak gerçek bir etkileşime izin verilmemektedir.
- **Bilgilendirme (Informing):** Bilgilendirme basamağı, toplumu karar alma süreçlerine dâhil etme amacı gütmektedir ancak bu katılım düzeyi de yetersiz olmaktadır. Toplum, kararlar hakkında bilgilendirilir, ancak gerçek bir etkileşime ve katılıma izin verilmemektedir.
- **Müzakere (Consultation):** Müzakere basamağı, toplumu karar alma süreçlerine sınırlı bir şekilde dahil etmeyi amaçlamaktadır. Yönetim, toplumun görüşlerini dinler, ancak nihai kararlar yine de yönetim tarafından alınmaktadır.
- **İkna Olma (Placation):** Bu basamakta, toplum bir miktar ikna edilmeye yöneltilmektedir ve bazı görüşler dikkate alınabilir, ancak toplumun asıl talepleri karşılanmamaktadır. Yönetim, toplumu bir ölçüde tatmin etmeye çalışır, ancak tam anlamıyla etkileşime geçme niyeti zayıf kalmaktadır.
- **Ortaklık (Participation):** Ortaklık basamağı, daha etkili bir katılım seviyesini temsil etmektedir. Yönetim, toplumu karar alma süreçlerine daha fazla dahil eder ve ortak bir çalışma ilişkisi kurmaya çalışmaktadır ancak, toplumun etkisi tam anlamıyla eşit değildir.
- **Devredilmiş Yetki (Partnership):** Devredilmiş yetki basamağı, toplumun karar alma süreçlerine tam anlamıyla dahil olduğu bir seviyeyi temsil etmektedir. Toplumun yetkileri yönetimle eşit olarak paylaşılır ve ortak bir karar alma süreci oluşturulur.
- **Kentlinin Kontrolü (Citizen Control):** Bu en üst basamak, toplumun tam kontrolünü temsil etmektedir. Toplum, yönetim süreçlerini belirleyen ve yönlendiren ana aktör haline gelir ve bu durumda, kararlar tamamen toplum tarafından alınır ve yönetim, toplumun taleplerine uymaktadır.

3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Bu araştırma, Kemmis (2009) tarafından tanımlanan eylem araştırması metodolojisine dayanmaktadır. Eylem araştırmasının temel dört aşaması bu çalışmada sistematik bir şekilde uygulanmış ve her aşama, araştırmanın hedeflerine ulaşması için titizlikle planlanmıştır. Bu aşamalar sırasıyla planlama, uygulama, gözlem ve değerlendirme olarak ele alınmıştır.

Planlama: Araştırmanın ilk aşamasında, çalışmanın amacı doğrultusunda Kuştepe Mahallesi'nde gözlemlenen toplumsal ve mekânsal sorunlar belirlenmiş ve bu sorunlara yönelik müdahalelerin tasarlanması için kapsamlı bir planlama yapılmıştır. Bu süreçte, araştırma soruları netleştirilmiş, hedefler belirlenmiş ve uygulanacak yöntemler detaylandırılmıştır. Planlama aşamasında aynı zamanda veri toplama araçları ve analiz teknikleri de özenle seçilmiştir. Kuştepe Mahallesi'nde

yapılacak saha çalışmaları, katılımcı gözlemler ve atölye etkinlikleri bu aşamada belirlenmiş ve mahalle halkının katılımını artırmaya yönelik stratejiler geliştirilmiştir.

Uygulama: Planlanan müdahale ve eylemler, uygulama aşamasında hayata geçirilmiştir. Bu aşamada, araştırmacılar mahalle sakinleri ve yerel liderlerle birebir görüşmeler yaparak veri toplamış, ayrıca atölye etkinlikleri düzenlenmiştir. Uygulama sürecinde elde edilen veriler, planların pratikte nasıl işlediğini anlamak için kullanılmıştır. Katılımcı gözlemler, mahalledeki toplumsal dinamiklerin ve mekânsal dönüşüm süreçlerinin daha iyi anlaşılmasına olanak sağlamıştır. Uygulama aşamasında, öngörülemeyen zorluklara karşı esneklik gösterilmiş ve gerekli uyarlamalar yapılmıştır.

Gözlem: Bu aşamada, uygulanan stratejilerin etkileri sistematik bir şekilde gözlemlenmiş ve değerlendirilmeye alınmıştır. Mahalle sakinlerinin mekânsal algıları ve sosyal etkileşimleri, uygulanan eylemlerin sonuçlarına göre incelenmiştir. Gözlemler, eylemlerin etkinliğini ölçmek ve uygulama sürecinde ortaya çıkan sorunları belirlemek amacıyla yapılandırılmıştır. Özellikle, Sherry Arnstein'in katılım merdiveni metodolojisi kullanılarak katılım düzeyleri değerlendirilmiş ve elde edilen bulgular tematik analiz yöntemi ile yorumlanmıştır.

Değerlendirme: Son aşamada, araştırmada uygulanan stratejiler ve elde edilen bulgular kapsamlı bir değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Araştırma süreci boyunca yapılan gözlemler ve toplanan veriler, uygulanan müdahalelerin ne ölçüde başarılı olduğunu değerlendirmek için analiz edilmiştir. Bu aşamada, eylemlerin güçlü ve zayıf yönleri belirlenmiş ve araştırmanın genel başarıları ile eksiklikleri üzerine çıkarımlar yapılmıştır. Değerlendirme, gelecekteki araştırmalara yol gösterici olması açısından önemli bir geri bildirim sağlamıştır.

Bu dört aşama, eylem araştırmasının döngüsel doğasını yansıtarak, araştırmanın her aşamasında elde edilen bulguların sonraki aşamalara katkı sağlamasına ve sürekli bir öğrenme sürecinin devam etmesine imkân tanımıştır. Araştırmacılar, bu yaklaşım sayesinde mahalledeki sosyal ve mekânsal dinamikleri derinlemesine inceleme fırsatı bulmuş ve katılım süreçlerini daha etkili hale getirmek için önemli veriler elde etmiştir.

Veri toplama süreci üç ana aşamadan oluşmaktadır:

1. **Saha Çalışmaları:** Mahalle sakinleri ve esnafla yapılan yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmeler, mahalle halkının mekân algılarını, sosyal etkileşimlerini ve yaşadıkları sorunları anlamaya yönelik derinlemesine bilgiler sağlamıştır. Bu eylem araştırmasının kapsamını ve geçerliliğini sağlamak amacıyla, Kuştepe Mahallesi'nde gerçekleştirilen çalışmada örneklem büyüklüğü ve yüz yüze görüşme sayıları titizlikle belirlenmiştir. Mahalledeki çeşitli demografik grupları ve sosyo-ekonomik durumları temsil edebilmek için toplam 200 kişilik bir örneklem seçilmiştir. Bu örneklem büyüklüğü, mahalledeki farklı kullanıcı gruplarının ve paydaşların görüşlerini yeterince kapsayarak daha geniş bir temsil sağlamak için uygun bulunmuş olup 182 doğru veri analizi elde edilmiştir. Ayrıca, nitel verilerin derinlemesine analiz edilmesi amacıyla, her biri yaklaşık 30 dakika süren bireysel görüşme gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmeler,

katılımcıların mekâna dair algılarını, ihtiyaçlarını ve beklentilerini detaylı bir şekilde ortaya koyarak, katılımcı sürecin etkinliğini artırmaya yönelik önemli veriler sağlamıştır. Bu sayılar, hem nicel hem de nitel verilerin dengeli bir şekilde toplanmasını ve analiz edilmesini sağlayarak, araştırmanın güvenilirliğini ve kapsamını artırmıştır.

2. *Katılımcı Gözlemler:* Kuştepe Kent Atölyesi'nin etkinlikleri sırasında katılımcı gözlemler yapılmıştır. Bu gözlemler, mahalle sakinlerinin etkinliklere katılım düzeylerini, etkileşimlerini ve iş birliği süreçlerini analiz etmeye olanak tanımıştır.
3. *Atölye Etkinlikleri:* Mahalledeki sosyal sorunları belirlemek ve çözüm önerileri geliştirmek amacıyla çeşitli meslek gruplarının katılımıyla düzenlenen atölye etkinlikleri gerçekleştirilmiştir. Bu etkinlikler, mimarlar, şehir plancıları, akademisyenler, sosyologlar, antropologlar ve öğrencilerin katılımıyla gerçekleştirilmiş ve karşılıklı deneyimlerin paylaşıldığı bir ortam oluşturulmuştur.

Araştırmanın en önemli hedeflerinden biri, mahallede yaşayan ve mahalleyi iyi tanıyan genç yerel liderleri bularak, onlarla birlikte çözüm önerileri geliştirmek ve uygulamaktır. Bu amaç doğrultusunda, yaklaşık üç hafta süren mahalle gezileri ve esnafla yapılan görüşmeler sonucunda beş yerel lider belirlenmiş ve "İkimiz" projesi kapsamında KAM ekibi ile iş birliği içinde çalışmalar yürütülmüştür. Bu eylem araştırması, mahalledeki sosyal bağları ve topluluk dayanışmasını güçlendirerek, mekânsal dönüşüm süreçlerine kültürel ve toplumsal bir perspektiften yaklaşmayı hedeflemektedir. Eylem araştırması, sosyal bağları güçlendirme ve toplumsal dayanışmayı artırma amacıyla uygulanan bir araştırma yöntemidir ve genellikle yerel toplulukların katılımını içermektedir. Bu yöntem, uygulayıcıların ve araştırmacıların bir arada çalışarak gerçek dünya sorunlarına çözüm aradığı bir süreçtir ve "İkimiz" projesi kapsamında yapılan mahalle gezileri ve esnafla görüşmeler, bu eylem araştırmasının bir parçası olarak yerel liderlerin belirlenmesinde önemli bir rol oynamıştır. Yerel liderlerin seçilmesi, yerel toplulukların ihtiyaçlarını ve dinamiklerini en iyi şekilde anlayan kişilerin belirlenmesi anlamına gelmektedir. Bu yaklaşım, yerel yönetimlerle iş birliği yaparak, toplulukların ihtiyaçlarına uygun çözümler geliştirmeyi ve toplumsal bağları güçlendirmeyi amaçlamaktadır. Katılımcılık yaklaşımı, yerel halkın ve liderlerin sürece aktif olarak dahil edilmesini, onların bilgi ve deneyimlerinin projeye katkıda bulunmasını sağlamaktadır. Böylece, mekânsal dönüşüm süreçleri kültürel ve toplumsal bir bakış açısıyla ele alınarak daha etkili ve sürdürülebilir çözümler üretilir.

3.1 Veri Analiz Süreci

Bu eylem araştırmasının veri analiz süreci, toplanan verilerin sistematik ve kapsamlı bir şekilde değerlendirilmesi üzerine kuruludur. Veri analiz süreci, saha çalışmaları, katılımcı gözlemler ve atölye etkinliklerinden elde edilen verilerin nitel analiz teknikleriyle incelenmesini içermektedir.

Tematik Analiz: Saha çalışmaları ve katılımcı gözlemden elde edilen veriler, tematik analiz yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Tematik analiz, verilerin kodlanması ve kategorilere ayrılması yoluyla gerçekleştirilmiştir. Bu yöntem, mahalle sakinlerinin mekân algılarını ve katılım süreçlerini derinlemesine anlamak için kullanılmıştır. Tematik analiz, katılımcı süreçlerin nasıl yönetildiğini ve yönetim kademesi ile bireyler arasındaki etkileşimin nasıl olduğunu incelemektedir. Bu, sürecin etkili

bir şekilde nasıl yürütüldüğünü ve karar alma süreçlerine katılımın nasıl artırıldığını anlamaya yardımcı olmaktadır. Kuştepe Mahallesi'ndeki eylem araştırmasında verilerin derinlemesine anlaşılmasını ve yorumlanmasını sağlayarak, mekânın kullanıcılarının algılarını ve ihtiyaçlarını detaylı bir şekilde ortaya koyarak, karar alma süreçlerinde ve gelecekteki planlamalarda kullanılacak değerli veriler sağlamıştır. Çalışmada tematik analiz kullanarak, mekânın mevcut durumunu, toplumsal dinamiklerini ve gelecekteki gelişim alanlarını daha iyi analiz edilebilmektedir. Ek olarak mekânın kimliğinin korunması ve sürdürülebilirlik stratejilerinin nasıl geliştirildiğini belirlemek için de kullanılan analiz, mekânın değişim süreçlerinde nasıl bir kimlik koruma stratejisi benimsendiğini ve bu stratejilerin etkinliğini değerlendirmeye olanak tanımaktadır.

Katılım Merdiveni Değerlendirmesi: Kuştepe Kent Atölyesi tarafından gerçekleştirilen etkinliklerden elde edilen veriler, Sherry Arnstein'in katılım merdiveni metodolojisi kullanılarak analiz edilmiştir. Bu metodoloji, katılım düzeylerini objektif bir şekilde değerlendirmek için kullanılmıştır. Atölye faaliyetlerinden elde edilen katılım verileri, mahalle sakinlerinin etkinliklere katılım düzeylerini ve bu süreçte ne kadar etkili olduklarını analiz etmeyi sağlamıştır. Çalışmada, katılım merdiveni yaklaşımının yerel düzeylerle kentsel dönüşüm sürecinin katılımcı politika benimsenmesindeki faydaları ayrıntılı bir şekilde değerlendirilmiştir. Katılım merdiveni, bireylerin ve toplulukların kentsel dönüşüm süreçlerine katılımını anlamak ve yönetmek için etkili bir çerçeve sunmaktadır ve bu yaklaşım, katılım düzeylerini belirleyerek, yerel halkın sürecin her aşamasında daha etkin bir şekilde yer almasını sağlamaktadır. Kuştepe Mahallesi örneğinde, bu yöntem, yerel sakinlerin mekânın dönüşüm süreçlerine aktif bir şekilde dahil edilmesini ve bu süreçlerin şeffaflığını artırmayı mümkün kılmıştır. Katılım merdiveni, halkın karar alma süreçlerinde daha yüksek düzeyde yer almasını teşvik ederek, mekânın ihtiyaçlarına daha uygun çözümler geliştirilmesine olanak tanımıştır. Ayrıca, bireylerle yapılan birebir görüşmeler ve yerel halkın süreci yönetmesine izin verilmesi, toplulukların kendilerini ifade etmeleri ve yerel ihtiyaçları doğrudan iletmeleri için bir platform sağlamıştır. Bu, mekânın kullanıcılarıyla etkileşimi artırmış ve dönüşüm sürecinde toplumsal dayanışmayı güçlendirmiştir. Katılım merdiveni yaklaşımının kentsel dönüşüm süreçlerine entegre edilmesi, mekânın hem işlevsel hem de kültürel kimliğinin korunmasına katkıda bulunarak, sürdürülebilir ve kapsayıcı çözümler üretmeye olanak sağlamıştır. Bu bağlamda, katılım merdiveni yaklaşımı, kentsel dönüşüm projelerinde toplumsal katılımın artırılmasını ve yerel düzeylerde daha etkili ve uyumlu politikaların geliştirilmesini destekleyen önemli bir araç olarak öne çıkmaktadır.

Algı Haritaları: Kuştepe Mahallesi'nde yapılan algı haritaları, bireylerin mekân algılarını ve mahalle hakkındaki düşüncelerini görsel olarak temsil eden önemli araçlar olmuştur. Algı haritaları, katılımcıların mekânla ilgili görüşlerini daha somut bir şekilde ifade etmelerine yardımcı olmuştur. Çalışmada, algı haritalarının oluşturulması, mevcut yerleşik halkın kentsel dönüşüm sürecine katılımını ele almak açısından önemli bir yöntem olarak kullanılmıştır. Algı haritaları, bireylerin mekânla ilgili algılarını ve bu mekânlara yönelik tutumlarını görselleştirerek, kentsel dönüşüm projelerinde toplulukların ihtiyaçlarını ve beklentilerini daha iyi anlamaya yönelik kritik bilgiler sunmuştur ve bu haritalar, yerleşik halkın hangi alanlara daha fazla ilgi gösterdiğini, hangi bölgelerde müdahale gerektiğini ve mekânın hangi özelliklerinin önem taşıdığını belirlemekte etkili olmaktadır. Algı haritalarının yardımıyla, kentsel dönüşüm sürecinde halkın görüşleri ve deneyimleri doğrudan yerel

planlama ve tasarım kararlarına entegre edilebilmiştir. Bu yaklaşım, topluluk üyelerinin sürece aktif katılımını teşvik ederek, dönüşüm projelerinin daha yerel ve kullanıcı dostu çözümler üretmesine olanak tanımıştır. Kentsel dönüşüm sürecinde yerleşik halkın katılımını güçlendiren ve mekânın kullanıcılarının ihtiyaçlarına daha uygun çözümler geliştirilmesine katkı sağlamaktadır.

4. BULGULAR

4.1 Kuştepe'nin Mekânsal ve Ekonomik Değişimi

Kuştepe Mahallesi, İstanbul'un Şişli ilçesinde yer alması ve stratejik konumu nedeniyle önemli mekânsal ve ekonomik değişim süreçlerine tanıklık etmiştir. Mahallenin çevresinde bulunan alışveriş merkezleri, plazalar ve ana ulaşım akslarına yakınlığı, bölgedeki ekonomik baskıların ve yapılaşmanın artmasına yol açmıştır. Bu durum, mahallenin sosyal dokusunu ve yaşam kalitesini derinden etkilemiştir. Kuştepe Mahallesi'nin dönüşümü, kentsel dönüşüm süreçlerinin sosyal, ekonomik ve kültürel boyutlarını anlamak için önemli bir örnek teşkil etmektedir. Kentsel dönüşüm projeleri, yalnızca fiziksel mekânların iyileştirilmesini değil, aynı zamanda sosyal ve ekonomik yapıların da desteklenmesini hedeflemelidir. Bu süreçte, mahalle sakinlerinin katılımı ve toplumsal bağların korunması, başarılı bir dönüşüm için kritik öneme sahiptir (Kılınç ve Çelik, 2018). Kentsel dönüşüm süreçlerinde, yerel halkın ve diğer ilgili aktörlerin katılımı teorik olarak önemsenmesine rağmen, pratikte bu katılım genellikle yüzeysel kalmakta ve halkın karar süreçlerine gerçek anlamda dahil edilmediği görülmektedir. Özellikle dar gelirli mahallelerde, dönüşüm projeleri sonucunda mülksüzleşme ve ekonomik sıkıntılar yaşanmakta, sosyal dayanışma ağları zayıflamakta ve bu kesimler kent yaşamından dışlanmaktadır (Türkün, 2021). Yerel yönetim ise kolektif eylemi engelleyici ve politik fırsatları daraltıcı bir tutum sergilemekle birlikte, süreçte adaletsizlik ve hak kaybı gibi sorunlar ortaya çıkarmaktadır. Bu durum, yeni politik fırsatlar doğurabilir. Sonuç olarak, mahalledeki dönüşüm süreci, sosyal konut alanının özgün özellikleri ve yönetim politikaları arasındaki etkileşimi anlamak için önemli bir vaka sunmaktadır (Duman ve Coşkun, 2016).

Kuştepe Mahallesi örneği, kentsel dönüşüm projelerinin çok boyutlu etkilerini ve bu projelerin toplumsal ve kültürel dinamiklerle nasıl uyumlu hale getirilebileceğini göstermektedir. Bu bağlamda, akademik çalışmalar ve saha araştırmaları, dönüşüm süreçlerinin daha iyi anlaşılmasını ve planlanmasını sağlayacak değerli bilgiler sunmaktadır. Örneğin, Eseler ve diğerleri (2021) çalışmalarında Kuştepe Mahallesi'nde yaşanan sosyal ve ekonomik dönüşümleri analiz etmektedir. Göç, yoksulluk, işsizlik ve sosyal dışlanma gibi sorunların, kentsel dönüşüm projeleriyle nasıl ele alındığı ve çözümlendiği incelenmektedir. Ayrıca, mahalledeki toplumsal dinamikler ve kültürel pratikler üzerine de kapsamlı değerlendirmeler sunulmaktadır. Konut piyasasında dengeyi sağlamak için, sosyal konut projeleri ve sürdürülebilir konut politikaları geliştirilmelidir. Göç hareketlerinin konut üzerindeki etkilerini yönetmek için yerel yönetimlerin daha etkili politikalar üretmesi gerekmektedir. Göç ve konut piyasası üzerindeki etkileşimleri daha iyi anlamak için sürekli araştırma ve izleme yapılmalıdır. Bu, kentsel dönüşüm projelerinin etkilerini değerlendirmek ve gerektiğinde müdahalelerde bulunmak için önemlidir. Gelecekteki araştırmalar, bu dinamiklerin daha derinlemesine anlaşılmasına ve daha etkili politikaların geliştirilmesine yardımcı olabilir (Uzun, 2023).

Kuştepe Mahallesi, özellikle göçle gelen insanların yerleştiği, sosyo-ekonomik olarak dezavantajlı grupların yaşadığı bir alan olarak dikkat çekmektedir. Mahallede yaşanan yoğun göç dalgaları, demografik yapının sürekli olarak değişmesine ve bu durumun sosyal ve ekonomik yapıya etkilerine yol açmıştır. Ayık (2015) tarafından yapılan çalışmalar, Kuştepe Mahallesi'nin dönüşümüne dair mekânsal, sosyal ve ekonomik boyutlarıyla kapsamlı analizler sunmaktadır. Bu bağlamda, Kuştepe'nin mekânsal ve ekonomik değişimi, yalnızca fiziksel yapıların değil, aynı zamanda mahallede yaşayan toplulukların sosyal ve ekonomik yaşamlarını da derinden etkilemektedir.

4.1.1 Sosyal Yapının Korunması ve Geliştirilmesi

Kuştepe Mahallesi, 1950'lerden itibaren yoğun göç alan bir bölge olarak dikkat çekmektedir. Özellikle Anadolu'dan İstanbul'a göç eden insanların yerleştiği bu bölge, zamanla gecekondulaşarak mahallelerine ev sahipliği yapmıştır. Mahallenin tarihsel gelişimi, göç dalgaları ve buna bağlı olarak değişen demografik yapısıyla şekillenmiştir. Bu sürecin detayları, Canbulut ve arkadaşlarının (2018) çalışmasında da belirtildiği gibi, mahallenin demografik yapısı, göç hareketleri ve toplumsal bağları üzerine yapılan detaylı analizlerle desteklenmektedir (Canbulut vd. 2018).

Kentsel dönüşüm sürecinde, mahalle sakinlerinin katılımı ve toplumsal bağların korunması, başarılı bir dönüşüm için kritik öneme sahip olmaktadır (Kılınç ve Çelik, 2018). Kuştepe Mahallesi'nde yaşanan sosyal ve ekonomik dönüşümler, göç, yoksulluk, işsizlik ve sosyal dışlanma gibi sorunlar çerçevesinde incelenmiştir (Eseler vd., 2021). Ayrıca, mahallenin toplumsal dinamikleri ve kültürel pratikleri üzerine kapsamlı değerlendirmeler sunulmuştur.

Araştırmamızda da Kuştepe'deki sosyo-mekânsal dönüşüm sürecinin, mevcut sosyal yapının korunması ve geliştirilmesi açısından çeşitli zorluklar yarattığı görülmüştür. Mevcut sakinlerin ekonomik ve sosyal durumu göz önüne alındığında, yüksek gelirli yeni sakinler ile düşük gelirli mevcut sakinler arasında sosyal uyum sağlamak zor olmuştur. Bu durum, sosyal gerilimleri artırmış ve toplumsal bağların zayıflamasına neden olmuştur. Ayrıca, dönüşüm sürecinde mevcut sosyal hizmetlerin ve altyapının yetersiz kalması, bölgedeki sosyo-ekonomik dengesizlikleri daha da derinleştirmiştir. Bu, Kuştepe'nin hem fiziksel hem de sosyal yapısının sürdürülebilir bir şekilde geliştirilmesi için kapsamlı ve bütüncül politikaların gerekliliğini ortaya koymaktadır. Kuştepe Mahallesi'nin nüfusu yapısının genç ve yaşlı oranı, göçmen kökenli bireylerin varlığı ve aile yapısı gibi faktörler, bölgenin sosyo-ekonomik profili üzerinde belirleyici bir etkiye sahiptir ve mahallede göçmen nüfusun önemli bir oranı bulunmaktadır. Bu durum, yerel iş gücü piyasası, eğitim ve sağlık hizmetlerine erişim gibi alanlarda çeşitli sosyo-ekonomik zorluklar yaratabilmektedir. Kuştepe Mahallesi'nde hanehalkı gelir düzeyi genellikle düşük-memur gelir grubunda yer almaktadır. İşsizlik oranı ve düşük ücretli işler, bölge sakinlerinin ekonomik durumunu etkileyen başlıca faktörlerdendir (Palaz, 2021). Temel ihtiyaçların karşılanmasında zorlanma ve tasarruf yetersizliği gibi ekonomik zorluklar, hanehalkının yaşam kalitesini doğrudan etkileyebilmektedir ve Kuştepe Mahallesi'ndeki kentsel dönüşüm öncesi sosyo-ekonomik durum, çeşitli zorluklar ve fırsatlar sunmaktadır. Düşük gelir düzeyi, eğitim eksiklikleri ve kötü konut koşulları, dönüşüm sürecinde dikkate alınması gereken önemli faktörlerdir. Sosyo-ekonomik iyileşme sağlamak için, kentsel dönüşüm projelerinin sadece fiziksel

yenilemelerle sınırlı kalmaması, aynı zamanda sosyal ve ekonomik destek mekânizmalarını da içermesi gerekmektedir (Yapraklı ve Noksan, 2021).

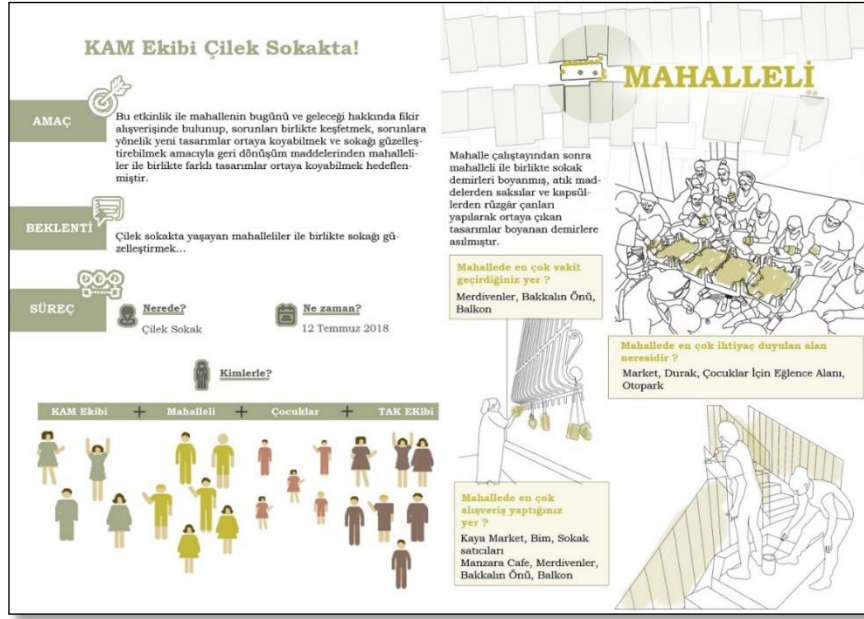
Mahallede yaşanan ekonomik baskılar ve kentsel dönüşüm süreci, sosyal adalet ve toplumsal bağlar açısından önemli sorunlar yaratmıştır. Kentsel dönüşüm projeleri, genellikle piyasa odaklı yaklaşımlar içerdiğinden, mevcut sakinlerin ihtiyaçları ve talepleri göz ardı edilebilmektedir. Bu durum, sosyal dışlanma ve toplumsal bağların zayıflaması riskini artırmaktadır.

4.2 Yerel Yönetim ve Belediye Hizmetleri: Kent Atölye Merkezi

Kuştepe, Şişli Belediyesi'nin idari sınırları içinde yer almakta olup, yerel yönetimle olan ilişkisi ve belediye hizmetlerinden nasıl etkilendiği açısından önemli bir örnek teşkil etmektedir. Şişli Belediyesi, mahalledeki kentsel dönüşüm projelerinde aktif rol oynamış ve çeşitli katılım süreçleri düzenlemiştir. Örneğin, Kent Atölyeleri Merkezi (KAM) aracılığıyla mahallede çeşitli sokak ve mahalle etkinlikleri düzenlenmiş, mahalle sakinlerinin sorunlarına çözüm önerileri geliştirilmiştir. Mahalle sakinlerinin katılımı, başarılı bir kentsel dönüşüm süreci için kritik öneme sahiptir. Kuştepe'de, Kent Atölyeleri Merkezi'nin düzenlediği etkinlikler aracılığıyla, mahalle sakinlerinin katılımı teşvik edilmiş ve toplumsal bağların güçlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu katılım süreçleri, mahalledeki sosyal dinamiklerin korunması ve geliştirilmesi açısından önemlidir.

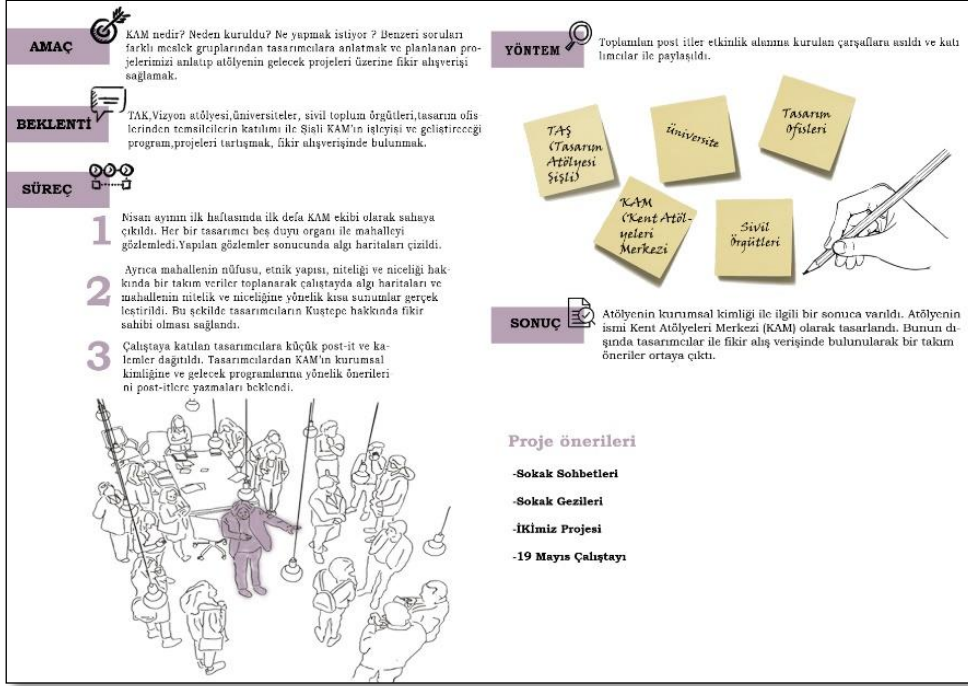
4.2.1 Kent Atölyeleri Merkezi (KAM) ve Katılım Süreci

Kent Atölyeleri Merkezi (KAM), Şişli Belediyesi'nin Kentsel Dönüşüm Müdürlüğü bünyesinde kurulan bir katılımcı odaklı tasarım ofisi olarak kullanılmaktadır. Atölyenin temel amacı, potansiyel bir kentsel dönüşüm sürecinde mekân ve yaşam üzerindeki sosyal etkileri belirlemektir., KAM çeşitli sokak ve mahalle etkinlikleri düzenleyerek tasarımcıları ve mahalle sakinlerini bir araya getirmiştir. Bu etkinlikler, hem mahalle sakinlerinin mevcut sorunlarına çözüm önerileri geliştirmelerine olanak tanımış, hem de mahalle sakinlerinin talep ettiği ve geleceğe dair öngörüler hakkında fikir alışverişinde bulunmalarını sağlamıştır. Sokak etkinlikleri sosyal etkileri belirlemede araç olarak kullanılmıştır. (Şekil 1). Bu bağlamda, sokak etkinlikleri mekân ve yaşam üzerindeki sosyal etkileri belirlemede bir araç olarak kullanılmıştır.



Şekil 1 KAM Ekibi Sokak Uygulamalarından Bir Örnek

Mekâna yönelik katılımcıların kendi değerleri ile mahalleyi inşa etmeyi, çözüm üretmeyi ve yaşadıkları mekân üzerinde düşünmeye teşvik etmeyi ve bu amaçlarla çeşitli etkinlikler yapılmıştır. Bu bağlamda çeşitli meslek grupları; mimarlar, şehir plancıları, akademisyenler, sosyologlar, antropologlar ve öğrencilerin katılımını sağlayarak karşılıklı deneyimlerin paylaşıldığı bir ortam oluşturulmuştur. Bu amaçları Kuştepe’de mahalle bazında da sürdürebilmek için amaçlı ek olarak Kuştepe Kent Atölyesi kurulmuştur. Mahallelinin ulaşabileceği, mahalle özelinde sorunları ve çözümleri tartışabileceği bir ortam oluşturulmuştur. Öncelikle Kuştepe mahallesinde yaşayan, mahalleyi iyi tanıyan, sorunları saptayabilen ve KAM ekibi ile çalışıp, mahalle hakkındaki sorunları ve beklentileri keşfedecek, çözüm önerilerini ise birlikte tasarlayacak genç yerel liderleri bulmak amaçlanmıştır. “Nasıl bir mahallede yaşamak istiyorsunuz?” sorusundan hareketle yerel liderler ile süreci tasarlamak, yerel liderler aracılığıyla mahalle hakkındaki sorunları, istekleri, çözüm önerilerini anlayabilmek, yerel liderleri mahalleleri üzerinde düşünmeye teşvik etmek ve çözüm önerileri üzerinde söz sahibi yapmak istenmiştir. Yerel liderleri bulabilmek için yaklaşık 3 haftalık bir süre içerisinde mahalleye geziler düzenlenerek, mahalle esnafı ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmeler sonucunda mahallede yaşayan 5 lider ile tanışılmış, toplantılar düzenlenmiştir. KAM ekibindeki her üye yerelde ikizini bulduğu bu uygulamada “ikimiz” projesi olarak adlandırılmış ve seçilen yerel liderlere anlatılmıştır.



Şekil 2 Mekânda Belirlenen Yöntemlerin Taslak Gösterimi

KAM, Şişli Belediyesi'nin Kentsel Dönüşüm Müdürlüğü bünyesinde kurulan bir katılımcı odaklı tasarım ofisi olarak, mahalle sakinlerinin yaşadıkları mekân üzerinde düşünmelerini ve bu mekânı kendi değerleriyle inşa etmelerini teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda, çeşitli sokak ve mahalle etkinlikleri düzenlenmiş, bu etkinlikler aracılığıyla tasarımcılar, akademisyenler, sosyologlar, antropologlar, öğrenciler ve mahalle sakinleri bir araya getirilmiştir. Bu etkinlikler, mahalle sakinlerinin mevcut sorunlarına çözüm önerileri geliştirmelerine olanak tanımış, geleceğe dair öngörüler hakkında fikir alışverişinde bulunmalarını sağlamıştır. Özellikle sokak etkinlikleri, mekân ve yaşam üzerindeki sosyal etkileri belirlemede bir araç olarak kullanılmıştır. Bu süreçte, mahallede yaşayan ve mahalleyi iyi tanıyan genç yerel liderlerle çalışılmış, "Nasıl bir mahallede yaşamak istiyorsunuz?" sorusu üzerinden mahalleye dair sorunlar ve çözüm önerileri belirlenmiştir. Bu çalışmanın önemi, mahalle sakinlerinin yaşadıkları yer üzerinde düşünmeye teşvik edilmesi ve bu sürece katılım sağlamasıyla, daha anlamlı ve sürdürülebilir çözümlerin geliştirilmesine olanak tanınmasında yatmaktadır. Kuştepe Mahallesi'nde yerel liderlerle yürütülen bu süreç, topluluk katılımının artırılması, yerel sorunların daha iyi anlaşılması ve mahalle sakinlerinin kendi yaşam alanları üzerindeki kontrolünü güçlendirmek adına önemli bir adım olarak değerlendirilmektedir.

4.2.2 Algı Haritaları ve Katılım Merdiveni Yaklaşımı

Algı haritaları, bireylerin veya grupların belirli bir konu hakkındaki algılarını görsel olarak temsil eden araçlar olarak kullanılmıştır (Gülmez ve Boyraz, 2022). Katılım merdiveni yaklaşımı, insanların organizasyona katılım düzeylerini temsil eden bir metafor olarak kullanılmıştır. Bu süreçte, bireylerle birebir görüşmeler yapılmış, yerel halkın katılımı sağlanmış ve mekânda taleplerin toplanması ve mekâna ait bireylerin sürece yön vermeleri sağlanmıştır (Yarar, 2018).

Algı haritası, bireylerin veya grupların belirli bir konu, ürün, marka veya konum hakkındaki algılarını görsel olarak temsil eden bir araç olarak kullanılmaktadır. Bu haritalar, belirli özellikler veya nitelikler etrafında algıların nasıl dağıldığını veya birbirleriyle ilişkili olduğunu göstermek amacıyla tespit edilmektedir. Genellikle puanlama veya derecelendirme ölçekleri kullanılarak oluşturulan algı haritaları, belirli bir konuya ilişkin algıların net bir şekilde görselleştirilmesini sağlamaktadır (Gülmez ve Boyraz, 2022). Algı haritaları, bireylerin veya grupların belirli bir konu hakkındaki algılarını görsel olarak temsil eden araçlar olarak kullanılır ve bu araçlar, projelerin ve karar alma süreçlerinin daha demokratik ve kapsayıcı olmasını sağlamaktadır. Kuştepe Mahallesi'nde yapılan algı haritaları çalışmaları, katılımcılık ilkelerini ve mekânın objektif bir şekilde tanımlanmasını sağlamış, bu sürecin etkileri somut bir biçimde ortaya konmuştur. Kuştepe Mahallesi'nde gerçekleştirilen algı haritaları, bireysel görüşmeler yoluyla elde edilen verilerle oluşturulmuştur. Bu süreçte, mahalle sakinleriyle yapılan birebir görüşmeler, onların mekân hakkındaki algılarını, düşüncelerini ve ihtiyaçlarını detaylı bir şekilde ortaya koymuştur. Görüşmeler sırasında toplanan bilgiler, belirli nitelikler veya özellikler etrafında puanlama ve derecelendirme ölçekleri kullanılarak görselleştirilmiş, böylece algı haritaları oluşturulmuştur.

Bireysel görüşmeler, katılımcıların mekân hakkındaki algılarını daha somut bir şekilde ifade etmelerine olanak tanımıştır. Bu görüşmeler, katılımcıların kişisel deneyimlerini ve mekâna dair görüşlerini doğrudan paylaşımlarını sağlamış, böylece algı haritalarında bireylerin mekân hakkındaki gerçek ve çeşitli perspektifleri yansıtılmıştır. Bu süreç, karar alma ve proje geliştirme aşamalarında önemli bir araç olarak kullanılmaktadır ve Kuştepe Mahallesi'nde gerçekleştirilen çalışmalar, bu yaklaşımın mekân yönetimi ve tasarımı nasıl etkili bir şekilde uygulanabileceğini göstermektedir.

Algı haritası, katılımcılık kapsamında da önemli bir araç olarak kullanılabilir. Katılımcı odaklı projelerde veya karar alma süreçlerinde, katılımcıların belirli bir konu veya durum hakkındaki algılarını anlamak ve görselleştirmek için algı haritaları önemli bir rol oynamaktadır. Atölye çalışmalarında veya topluluk toplantılarında, katılımcıların fikirlerini, düşüncelerini ve deneyimlerini paylaşmalarını sağlayan algı haritaları, katılımcıların görüşlerini daha net bir şekilde anlamak için belirlenmektedir. Bu, daha etkili iletişim, daha iyi anlayış ve daha katılımcı bir karar alma süreci sağlamaktadır (Yarar, 2018).

Algı haritaları, katılımcıların projeye veya konuya ilişkin düşüncelerini daha somut bir şekilde ifade etmelerine yardımcı olmuştur. Bu araç sayesinde, daha etkili iletişim kurulmuş, katılımcıların görüş ve önerileri daha iyi anlaşılmış ve bu süreç, karar alma süreçlerinde daha geniş katılım sağlanmasına katkıda bulunmuştur. Algı haritalarının kullanımı, katılımcılık ve karar alma süreçlerinde önemli bir yer tutmaktadır. Katılımcıların algılarını görsel olarak temsil etmesi, projelerin ve süreçlerin

7



SED raporları, kamu, özel sektör ve bankalar tarafından kullanılmaktadır. Kamu ve özel sektör, projelerin, yatırım ürünlerinin ve hizmetlerin toplum üzerindeki etkisinin değerlendirilmesinde öncüdür. Bankalarda ise büyük projelere verilecek hibe ve kredilerden önce SED raporu hazırlanması istenmektedir. Örneğin, Dünya Bankası büyük projelerde ÇED raporunun yanında SED raporunu da zorunlu tutmakta, Avrupa Yatırım Bankası ise büyük projelerde çevresel, sosyal ve iklimsel etkileri değerlendiren standartlara uyulmasını talep etmektedir. Özel bankalar da 20 milyon doların üzerindeki projelerde "Çevresel ve Sosyal Etki Değerlendirme Modeli" ilkelerine uyulmasını şart koşarak kredi vermektedir.

Sosyal Etki Tasarımı süreci, kentsel müdahale alanlarında yaşanabilecek olumsuz etkilerin en aza indirilmesi için şu aşamaları içermektedir (Özcan ve Peker, 2018):

- Sorunları araştırma ve keşfetme süreci,
- Empati kurulan uzlaşmacı bir katılım süreci,
- Çözüm odaklı stratejik tasarım süreci.

Bu süreçte tasarımcılar, sorunlara veya sorunları anlamaya yönelik etkinlikler tasarlar ve bu etkinliklerde mahallelinin sorunlarını analiz etmeye yarayan yöntemler seçilir. Etkinliklerin sonunda tasarımcılar, almak istedikleri bilgiyi elde ederken mahalleli de sürece dahil olur ve taleplerini/sorunlarını daha açık bir şekilde dile getirir.

Kent Atölyeleri Merkezi, Kentsel Strateji'nin oluşturduğu yöntem kartlarından seçtiği yöntemlerle tasarımcılar, çeşitli meslek grupları, öğrenciler ve öğretim görevlileriyle, Kuştepe Kent Atölyesi ise mahallelilerle bir araya gelmiştir. Atölyeler, 2018-2019 yılları arasında faaliyet göstermiştir. Bu süre zarfında pek çok etkinlik düzenlenmiş ve Kuştepe Kent Atölyesi'nin yaptığı üç mahalle etkinliği, Arnstein'in katılım merdivenine göre katılım derecesiyle değerlendirilmiştir.

19 Mayıs Gençlik Çalıştayı kapsamında, yerel liderler ile Kuştepeli gençlerin bir araya getirilmesi, mahallenin sorunlarını ve beklentilerini birlikte keşfetmek ve ortaya koymak amaçlanmıştır. "İkimiz" projesi kapsamında Kuştepeli yerel liderlerle buluşulmuş ve genç yerel liderler (ikizlerimiz) ile Kuştepe'nin sosyal ve fiziksel sorunlarının tartışılması ve çözüm bulunması hedeflenmiştir. Etkinlik sırasında katılımcılara yöneltilen "EN soruları" ile mahalle ve mahallelilerin derinlemesine analiz edilmesi amaçlanmıştır. Mahallenin EN'leri soruları belirlenmiş ve konu başlıkları gruplanmıştır. Bu konu başlıklarından bazıları:

- En çok kullandığınız mekânlar (sokak, cadde, kafe, AVM) nelerdir?
- En önemli sorun nedir?
- En sevdiğiniz karakter kimdir?
- En rahatsız olunan konu nedir?
- En çok konuşulan konu nedir?

Çilek Sokak Çalıştayı kapsamında, etkinlik öncesinde Çilek sokağın nicelik ve niteliksel yapısını ortaya koyabilmek amacıyla sokakta yaşayan mahalleliler ile derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler sonrasında sokağın aydınlatma, ilaçlama ve temizlik sorunları tespit edilmiş ve bu sorunlara yönelik müdahalelerde bulunulmuştur. Ayrıca gözlemler sonucunda sokakta çok sayıda korkuluk demirlerinin olduğu fark edilmiş ve sokak sakinlerinin istekleri doğrultusunda bu demirlerle ilgili boyama ve tasarım uygulamaları planlanmıştır. Etkinlikte öncelikle mahallenin bugünü ve geleceği hakkında fikir alışverişinde bulunulmuş, sorunları birlikte keşfetmek, sorunlara yönelik yeni tasarımlar ortaya koymak ve sokağı güzelleştirmek amacıyla dönüştürülebilir maddelerle mahallelilerle birlikte farklı tasarımlar gerçekleştirilmiştir. Etkinlik esnasında mahalleliye “EN soruları” yöneltilmiş ve bu etkinlikte yetişkinler ve çocuklar ayrı gruplar olarak değerlendirilmiştir:

- Mahallenin en önemli sorunu nedir?
- Mahallede en çok kullandığınız sokak ve merdivenler hangileridir?
- Mahallede kendinizi en güvenli hissettiğiniz yer neresidir? / neden?
- Mahallede en çok alışveriş yaptığınız yer?
- Mahallede en çok vakit geçirdiğiniz yer?
- Mahallede en çok ihtiyaç duyulan mekân nedir?
- Mahalle dışında en çok hangi semt ve ilçeleri ziyaret ediyorsunuz? Neden?
- En çok hangi semtte yaşamak isterdiniz?

Kumru Sokak etkinliğinde de diğerlerinde olduğu gibi mahallenin bugünü ve geleceği hakkında fikir alışverişinde bulunulmuş, sorunları birlikte keşfetmek, sorunlara yönelik yeni tasarımlar ortaya koymak ve sokağı güzelleştirmek amaçlanmıştır. Etkinlik esnasında mahalle sakinleri demografik özelliklerine göre kadınlar, çocuklar, erkekler ve yaşlılar olmak üzere dört gruba ayrılmıştır. Gruplara çeşitli sorular yöneltilmiş, mahalleleri hakkında sorun ve istekler her gruptan ayrı ayrı toplanmıştır. En çok ortaya çıkan sorunlar öncelik kazanmıştır. Tasarım sürecinde bu sorunlar göz önünde bulundurulmuş ve mahallelilerle birlikte çözüm önerileri tartışılarak uygulamaya geçilmiştir. Mahalledeki çocuk sayısının fazlalığı ve çocuk alanlarının yetersizliği nedeniyle mahallelilerle birlikte sokağa seksek çizilmesi planlanmıştır. Etkinlik sonrası yapılan denetimlerde seksek çizilen yerlere araç park edilmediği ve oyun alanlarının korunduğu görülmüştür. Sokağı güzelleştirmek için sokağın belli noktalarına saksılar yerleştirilmiş ve bu saksılar mahallelilerle birlikte boyanarak çiçekler dikilmiştir. Sokakta oturulabilecek birimler tasarlanarak mahallelilerle birlikte renklendirilmiştir.

Arnstein'in katılım merdiveni yaklaşımı, insanların bir organizasyona katılım düzeylerini temsil etmek için kullanılan bir metafor olarak uygulanmıştır. Bu yaklaşım, insanların katılım düzeylerini beş farklı seviyede değerlendirir ve her seviyenin kendine özgü özellikleri ve gereksinimleri bulunmaktadır. Uygulama kapsamında bireylerle birebir görüşmeler yapılmış, yerel halkın katılımı ile süreç yönetilmiş, geleceğe yönelik mekânda nelerin talep edildiği bilgisi toplanmış ve mekâna ait bireylerin sürece yön vermesi sağlanmıştır. Bu bağlamda, Arnstein'in katılım merdiveninin müzakere aşaması, bireylerin süreçteki mekâna yaklaşımında temel alınmıştır. Mekânda yapılan uygulamalar, katılımcı bir süreç yürüterek mekân odaklı olarak gerçekleştirilmiştir.

SONUÇ

Bu çalışma, Kuştepe Mahallesi'nde gerçekleştirilen bir eylem araştırmasının özgünlüğünü ve önemini vurgulamaktadır. Yönetim kademesi ile mahalle sakinlerini buluşturmanın yanı sıra, mekânı birden çok disiplinden araştırmacılarla birlikte keşfetmek, her alana özgü ihtiyaç analizlerinin çıkarılmasını sağlamıştır. Bu analizler, mekândaki yansımaların tartışılmasına ve geleceğe yönelik öngörülerin planlanmasına olanak tanımıştır. Disiplinler arası yaklaşım, mekânın ihtiyaçları ve potansiyeli hakkında daha kapsamlı bir anlayış geliştirmeye yardımcı olmuştur. Yönetim kademesi ve bireylerin sürecin her aşamasında yer alması, karar alma süreçlerine katılımı artırmış ve mekânın kullanıcılarına daha uygun çözümler üretilmesini sağlamıştır. İhtiyaç analizleri ve gelecek öngörüler, mekânın uzun vadeli planlamasına yönelik önemli ipuçları sunarak, mekânın sürdürülebilirliğini ve kullanıcılar üzerindeki olumlu etkisini artırmıştır.

Eylem araştırması kapsamında, sürecin bireylerle iletişim halinde olması katılım merdiveni yaklaşımı ile değerlendirilmiştir. Katılım düzeylerini belirlemek ve mekânın yansımaları çözümlemek büyük önem taşımaktadır. Yönetim kademesi ile bireyleri buluşturmak ve mekânı farklı disiplinlerden araştırmacılarla keşfetmek, mekânın ihtiyaçlarını ve potansiyelini daha iyi anlamaya ve geleceğe yönelik daha sağlam planlar yapmaya yardımcı olabilecek veriler sunmuştur. Bu yaklaşım, mekânın kullanıcılarına daha iyi hizmet verilmesini ve mekânın etkili bir şekilde yönetilmesini sağlamaktadır. Katılım merdiveni yaklaşımı, insanların bir organizasyona veya sürece katılımını daha iyi anlamak ve yönetmek için kullanılmıştır. Saha çalışması ile bireylerle birebir görüşmeler yapılması ve yerel halkın süreci yönetmesine olanak tanınması, katılımcı süreçleri teşvik ederek mekânın kullanıcılarıyla etkileşimi artırmış ve mekânın ihtiyaçlarına daha iyi yanıt verilmesini sağlamıştır.

Araştırma sürecinde oluşturulan algı haritaları, bireylerin mekânsal algılarını ve mekâna dair tutumlarını görselleştirmiştir. Bu haritalar, mekânın kullanıcıları tarafından nasıl algılandığını ve hangi alanların daha fazla ilgi veya müdahale gerektirdiğini ortaya koymuştur. Algı haritaları, mekânsal planlama ve tasarım süreçlerinde kritik bilgiler sağlayarak, mekânın kullanıcı dostu ve işlevsel olmasına katkıda bulunmuştur.

Kuştepe Mahallesi'nde gerçekleştirilen atölye çalışmaları, topluluk üyelerinin aktif katılımını sağlayarak, yerel sorunların tespit edilmesine ve çözüm önerilerinin geliştirilmesine katkıda bulunmuştur. Atölye çalışmaları sırasında, mahalle sakinlerinin mekâna dair algıları ve beklentileri derinlemesine incelenmiş ve bu süreçte toplumsal bağların güçlenmesine yönelik önemli adımlar atılmıştır. Katılımcı süreçlerin teşvik edilmesi, mahallede yaşayan bireylerin kendi yaşam alanları üzerinde daha fazla kontrol sahibi olmasına olanak tanımış ve topluluk dayanışmasını artırmıştır.

Kentsel dönüşüm sürecinde katılımcı yaklaşımlar, mekânın kullanıcılarına daha iyi hizmet verilmesini sağlayarak mekânın kullanımının daha etkili ve sürdürülebilir olmasına katkıda bulunmaktadır. Kuştepe Mahallesi, çok kültürlü yapısı ve değişken kent dokusuyla öne çıkmakta olup, bireylerin kültürel devamlılığının sağlanması açısından büyük önem taşımaktadır. Mahallenin merkezi

konumu, yapılacak her adımın mekân kimliğine etkisini artırmaktadır. Sürdürülebilirlik açısından, alanın kimlik kaybetmemesi ve mekân sahipleri ile kullanımının korunması gerekmektedir.

Bu araştırma, Kuştepe Mahallesi'nde katılımcı yaklaşım doğrultusunda yapılan çalışmaların büyük önem taşıdığını göstermektedir. Bireylerin ihtiyaç analizlerinin belirlenmesi, yapılacak düzenlemelerde bireylerin korunmasını sağlamaya yönelik katkılar sağlamıştır. Katılımcılık düzeyi arttıkça, mekân kazanımları da artmış ve mekânın kimliğinin korunması ön plana çıkmıştır. Mekânlar, bireylerin kendilerini ifade etmeleri için bir platform sağlamakta ve kişinin bu mekânlarla olan ilişkisi ve deneyimleriyle şekillenmektedir. Bu araştırma kapsamında, birey önceliklendirilerek mekân katılım düzeyi tespit edilmeye çalışılmıştır. Eylem araştırması, mekân odaklı katılımcı süreçlerin mekânın kullanıcılarına daha iyi hizmet verilmesini sağlayarak, mekânın kullanımının daha etkili ve sürdürülebilir olmasına katkıda bulunabileceğini göstermektedir.

Ayrıca, saha çalışması sırasında gerçekleştirilen birebir görüşmeler, yerel halkın süreci yönetmesine olanak tanımış ve bu katılımcı yaklaşım, mekânın kullanıcılarıyla etkileşimi artırarak mekânın ihtiyaçlarına daha iyi yanıt verilmesini sağlamıştır. Araştırmanın özgünlüğü, yönetim kademesi ile bireyleri buluşturmanın yanı sıra, mekânı birden çok disiplinden araştırmacılarla birlikte keşfetmeye dayanmakta olup, her alana özgü ihtiyaç analizleri çıkarılarak gelecek öngörüler planlanmıştır. Disiplinler arası yaklaşım, mekânın ihtiyaçları ve potansiyeli hakkında daha kapsamlı bir anlayış geliştirmeye yardımcı olmuştur. Bu bağlamda, Kuştepe Mahallesi'nin kent içinde zamanla gelişen ve genellikle sosyal ve ekonomik açıdan dezavantajlı grupların yaşadığı bir alan olarak tanımlanabilecek "varoş" kavramı ile ilişkilendirilmesi mümkündür. Varoşlar, kentsel dönüşüm süreçlerinde genellikle marjinalize edilmekte ve toplumsal dinamiklerin yeterince göz önünde bulundurulmadığı yerler olarak ele alınmaktadır. Bu çalışma, varoş olarak değerlendirilebilecek alanlarda yaşayan bireylerin, mekânsal dönüşüm süreçlerine aktif katılımını sağlama ve bu alanlarda toplumsal dayanışmayı güçlendirme amacı taşımaktadır. Varoşların dönüşümünde katılımcı süreçlerin önemi, bu tür alanlarda yaşayan bireylerin sosyo-ekonomik koşullarını iyileştirmenin yanı sıra, mekânın kimliğini koruyarak sürdürülebilir çözümler üretilmesine olanak tanımaktadır.

Sonuç olarak, bu eylem araştırması, Kuştepe Mahallesi'nde gerçekleştirilen kentsel dönüşüm sürecinde katılımcı yaklaşımların ve disiplinler arası işbirliğinin önemini vurgulamaktadır. Katılımcı süreçler, mekânın kullanıcılarına daha iyi hizmet verilmesini sağlayarak, mekânın kullanımının daha etkili ve sürdürülebilir olmasına katkıda bulunmaktadır. Araştırmanın bulguları, kentsel dönüşüm projelerinde toplumsal katılımın artırılması ve mekânın kimliğinin korunması gerektiğini ortaya koymaktadır. Gelecekteki çalışmalarda, bu yaklaşımların yaygınlaştırılması, kentsel dönüşüm süreçlerinin başarısını ve sürdürülebilirliğini artıracaktır.

Çalışmanın en özgün yönlerinden biri, yönetim kademesi ile mahalle sakinlerini bir araya getirerek katılımcı süreçleri teşvik etmesidir. Bu, geleneksel kentsel dönüşüm projelerinde sıkça göz ardı edilen bir yaklaşımdır. Mahalle sakinlerinin sürecin her aşamasında yer alması, karar alma süreçlerine daha fazla katılım sağlamış ve bu durum mekânın kullanıcılarına daha uygun çözümler üretilmesine olanak tanımıştır. Mekânın, birden fazla disiplinin bir araya gelmesiyle keşfedilmesi, çalışmanın diğer bir özgün yönüdür. Disiplinler arası bu yaklaşım, mekânın ihtiyaçları ve potansiyeli

hakkında daha kapsamlı ve derinlemesine bir anlayış geliştirilmesine yardımcı olmuştur. Bu da mekânın sürdürülebilirliği ve kullanıcılar üzerindeki olumlu etkisinin artırılmasına katkıda bulunmuştur. Eylem araştırması kapsamında, katılım düzeylerinin belirlenmesi ve mekânın yansımalarının çözümlemesi, katılım merdiveni yaklaşımı ile değerlendirilmiştir. Bu yaklaşım, bireylerin sürece olan katılımını anlamak ve yönetmek için kullanılmış ve bu da mekânın daha etkili bir şekilde yönetilmesini sağlamıştır. Çalışma, Kuştepe Mahallesi'ni varoş kavramı ile ilişkilendirerek, genellikle marjinalize edilen bu tür alanlarda yaşayan bireylerin mekânsal dönüşüm süreçlerine aktif katılımını sağlamaya yönelik özgün bir çaba sunmaktadır. Varoşların dönüşümünde katılımcı süreçlerin önemine vurgu yapılarak, sosyo-ekonomik koşulların iyileştirilmesi ve mekânın kimliğinin korunması amaçlanmıştır.

Türkiye'de kentsel dönüşüm süreçlerinde katılımcı yaklaşımların önemini vurgulayan bu çalışma, bu tür yaklaşımların etkilerini ve başarı faktörlerini detaylandırarak literatüre önemli bir katkı sağlamaktadır. Katılımcı süreçlerin, mekânın kullanıcılarıyla daha uyumlu çözümler üretilmesini sağladığı ve toplumsal dayanışmayı artırdığı kanıtlanmıştır. Kuştepe Mahallesi'ne benzer şekilde, diğer mekân türlerinde (örneğin, kırsal bölgelerde veya diğer dezavantajlı bölgelerde) katılımcı yaklaşımların etkilerini araştıran çalışmalar yapılabilir. Bu tür araştırmalar, farklı mekân türlerinin ihtiyaçlarını ve dönüşüm süreçlerini daha iyi anlamamıza yardımcı olabilir. Katılımcı süreçlerin ve mekânsal dönüşümün sosyo-ekonomik etkilerini detaylandıran çalışmalar, özellikle toplumsal dayanışmanın ve ekonomik gelişimin nasıl desteklenebileceği konusunda daha fazla bilgi sağlayabilir. Bu öneriler, hem Türkiye'deki kentsel dönüşüm literatürüne katkıda bulunmak hem de mekân yönetimi ve planlaması konusundaki bilgi birikimini genişletmek adına önemli bir yönlendirme sunmaktadır.

KAYNAKÇA

- Acaralp, Ö. 2009. Toplumsal Çeşitliliğe Bağlı Algısal Farklılıklar ve Kamusal Mekân Kullanımına Etkileri. İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı, Mimari Tasarım Programı. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- Ağbaba, D. 2022. Kültürel ve Mekânsal Farklılık Bağlamında Kimlik İnşası: Niğde Örneği. Anadolu ve Balkan Araştırmaları Dergisi. 5 (10). 697-725.
- Ağın, K. 2022. Grupların Genel Oluşumları, Yapıları ve Özellikleri Açısından Grup İçi İletişim Süreçlerinin İncelenmesi. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi. 10 (1). 494-518.
- Akgül, İ. 2009. Fiziksel ve Kişisel Özelliklerin Bilişsel Haritalar Üzerindeki Etkileri: Sanal Mekânlarda Deneysel Bir Çalışma. Dokuz Eylül Üniversitesi. Fen Bilimleri Enstitüsü. Şehir ve Bölge Planlama Bölümü, Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı. İzmir.
- Akkaya, M. 2019. Kentsel Tasarım Kapsamında Zamanın Mekân Algısı Üzerine Etkileri. Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı. Ankara.
- Alpman, P. S. 2019. Mekân, Kimlik, Sınıf: Farklar Neden Bir Arada Barınamazlar. İdealkent Dergisi. 26 (10). 373-401.
- Altındal, Y. ve Karatay, Y.A. 2022. Balıkesir Kentinin Saçaklanma Öyküsünün Toplumsal İzdüşümü. VII. Kent Araştırmaları Kongresi. 237-248.
- Arıkan, R. 2018. Anket Yöntemi Üzerine Bir Değerlendirme. Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. (1). 97-159.
- Arnstein, S. 1969. A Ladder of Citizen Participation. Journal of the American Institute of Planners. (35). 216-224
- Arslan, E. S. 2022. Katılımcı Yaklaşım ve Halk Katılımlı Coğrafi Bilgi Sistemleri. Türkiye Peyzaj Araştırmaları Dergisi. 5 (2). 87-92.
- Arslan, H.D., Çınar, K. ve Dinç, P. 2009. Mekâna Yönelik Algısal Farkların Ölçülmesinde Lens Model Yaklaşımı: Model Açılımı ve Kullanım Örnekleri. Selçuk Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi. (24) 4. 35-48.
- Aslan, F., Aslan, E. ve Atik, A. 2015. İç Mekânda Algı. İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi. 5 (11). 139-151.
- Aydemir Uslu, İ. ve Yılmaz, H. H. 2018. Yerel Yönetimlerde Katılımcılık: Kent Konseylerinin Rolü ve Bir Yapılandırma Önerisi. Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi. 27 (1). 113-145.
- Ayık, U. 2015. Dönüşümün Eşiğinde Bir Roman Mahallesi: Kuştepe’de Kentsel Dönüşüm. Turkish Studies. DOI: <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.9015>. 10 (14). 1-16.

- Aytaç, Ö. 2013. Kent Mekânları ve Kimlik/Farklılık Sorunu. *İdealKent Dergisi*. (9). 138-169.
- Bekar, İ. Konakoğlu, Z.N. ve Bulut, B. 2021. Cognitive Maps and Urban Equipment in Urban Spaces: The Case of Trabzon Meydan Park. *Kent Akademisi Kent Kültürü ve Yönetimi Dergisi*. 14 (4). 1100-1116.
- Benn, S.I. ve Gaus, G.F. 1983. *Public and Private in Social Life*. London.
- Canbulut, T., Kısa, A. ve Özüçelik, D. N. 2018. *Sosyoloji Dergisi*. 37. 1-20.
- Cevizoğlu, M. H. 2022. Foucault'nun "Toplumsal Denetim" ve Geertz'in "Kültürel Sistem" Kavramı Çerçevesinde Hristiyanlığın "İnanç Nesnelerinin" Kullanımı. Ankara Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı.
- Çağdaş, T. 2019. Federal ve Üniter Devletlerin Yerinden Yönetim Birimlerinin Benzerlik ve Farklılıkları Açısından İncelenmesi. *İstanbul Medipol Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. 6 (1). 161-179.
- Çakır, S. 2011. Türkiye'de Göç, Kentleşme/Gecekondu Sorunu ve Üretilen Politikalar. SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi SDU Faculty of Arts and Sciences Sosyal Bilimler Dergisi. 23. 209-222.
- Çelik, E. G. 2013. Yerel Yönetimlerin Sosyal Politikalara Etkisi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Programı. Yüksek Lisans Tezi. İzmir.
- Çetin, İ. 2011. Kentiçi Bir Çöküntü Alanı Örneği Kadifekale'de Mekân Sosyolojisi Denemesi. *Sosyoloji Dergisi*. (25). 53-80.
- Dalbay, R. S. 2018. 'Kimlik' ve 'Toplumsal Kimlik' Kavramı. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 2 (31). 161-176.
- Demirel, T. ve Sağ, N. 2019. Kentsel Dönüşümde Sosyal Etki Değerlendirmesi: Sümer Mahallesi Kentsel Dönüşüm Projesi. *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*. 21 (2). 350-368.
- Duman, B. ve Coşkun, İ. 2016. Politik Süreç Teorisi Çerçevesinde Tozkoparan'da Kentsel Dönüşüm Projesine Karşı Kolektif Bir Eylemin Olabilirliği. *Sosyoloji Dergisi*. 36 (2). 575-616.
- Durmuş, M. 2023. Türkiye'de Yerel Demokrasiyi Güçlendirme Bağlamında Vatandaş Katılımını Teşvik Edici Mekânizmalar. *Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi (İSMUS)*. 8 (1). 103-113.
- Erdönmez, M. E. ve Akı, A. 2005. Açık Kamusal Kent Mekânlarının Toplum İlişkilerindeki Etkileri. *Megaron Dergisi*. 1 (1). 67-87.
- Ertürk, M. ve Gökdemir, G. 2017. Sosyo-Kültürel Farklılıkların Mekân Kullanımına Etkilerine Karşılaştırılmalı Bir Örnek: Kültür ve Gülveren Mahalleleri. *Mediterranean Journal of Humanities*. 7 (1). 185-192. DOI: 10.13114/MJH.2017.329.

- Eseler, B., Sevinçli, B. G. ve Nalbant, F. 2021. Sosyal Bir Sorun Olarak Kentsel Yoksulluk ve Sosyal Dışlanma Üzerine Bir Değerlendirme. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*. 8 (3). 836-853.
- Farshi, R. 2012. Çevrenin Davranış Üzerinde Etkileri. Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı. Doktora Semineri. Ankara.
- Ghulyan, H. 2021. Tarihsel, Soyut, Çelişkili: 1923'ten Günümüze Türkiye'de Kentsel Toplumsal Mekân. Ankara Üniversitesi Yayınları (720).
- Gottdiener, M. 2005. Postmodern Göstergeler: Maddi Kültür ve Postmodern Yaşam Biçimleri. İmge Kitabevi. Ankara.
- Gönültaş, M. Ç. ve Gönültaş, Y. C. 2021. Bir Mekânsal Ayrışma Örneği: Favela ve Gecekondu Soslolojik Bakış. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*. 22 (49). 249-265.
- Güler, T., Şahnagil, S. ve Güler, H. 2016. Kent Kimliğinin Oluşturulmasında Kültürel Unsurların Önemi: Balıkesir Üzerine Bir İnceleme. *PARADOKS Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*. (12). 86-104.
- Gülhan, S. T. 2019. Toplumsal Mekân ve Düşünsel bir Kent Sosyolojisinin İnşası: Bourdieucülüğün Mekâna Müdahalesini Sorunsallaştırmak. *İdealkent Dergisi*. 26 (10). 83-127.
- Gülmez, Y. ve Boyraz, E. 2022. Marka Konumlandırmada Algılama Haritalarının Kullanımına Yönelik Teorik Bir İnceleme. *Artuklu Kaime Uluslararası Artuklu Kaime Uluslararası İktisadi ve İdari Araştırmalar Dergisi*. 5 (2). 252-277.
- Hayta, Y. 2016. Kent Kültürü ve Değişen Kent Kavramı. Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 5 (2). 165-184.
- Henden, B. H. ve Henden, R. 2005. Yerel Yönetimlerin Hizmet Sunumlarındaki Değişim ve e-Belediyecilik. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*. www.e-sosder.com. 4 (14). 48-66.
- Hırlak, B. 2023. Örgütsel Davranış, Kavramlar ve Araştırmalar-II. Özgür Yayınları. DOI: <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub224>.
- İnce, M. 2014. Merkezi Yönetim ile Yerel Yönetimler Arasında Görev Paylaşımı, Kamu Hizmetlerinin Görülmesinde Etkinlik ve Silifke Belediyesinde Bir Uygulama. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı Kamu Yönetimi Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi. Karaman.
- İnceoğlu, M. ve Aytuğ, A. 2009. Kentsel Mekânda Kalite Kavramı. *Megaron Dergisi*. 4 (3). 131-146.
- İzci, F. ve Sarıtürk, M. 2019. Demokratik Toplumlarda Halkın Yönetime Katılımı: Yönetime Katılım ve Yönetişim İlişkisi. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*. 2 (3). 498-517.

- Kancioğlu, M. 2005. Çevresel İmaj, Kimlik ve Anlam Kapsamında Turizm Binalarına İlişkin Kullanıcı Değerlendirmeleri. *Uludağ Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 10 (2). 2005
- Karaman, E. 2017. Roland Barthes ve Charles Sanders Peirce'in Göstergebilimsel Yaklaşımlarının Karşılaştırılması. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*. (34). 25-36.
- Kazgan, G. 1999. Kuştepe Araştırması. Vamos Kitap. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları. ISBN / SKU: 975843800X.
- Kılınç, Z. A. ve Çelik, A. 2018. Kentsel Dönüşüm ve Kültürel Dönüşüm. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*. 18. 145-163.
- Küçükcalay, A. M. 1997. Endüstri Devrimi ve Ekonomik Sonuçlarının Analizi. Süleyman Demiral Üniversitesi. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. (2). 51-68.
- Lefebvre, H. 1991. The Production of Space. Blackwell. London.
- Mambetalieva, N. 2013. Yerel Yönetimlerin Finansmanı. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Maliye Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- Mecek, M. ve Atmaca, Y. 2020. Yerel Yönetimlerin İdari Yapısına İlişkin Mevzuat Analizi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*. 19 (76). 2068-2087.
- Meydan Yıldız, S. G. 2018. Kültürün Mekânsal Değişimler Üzerindeki Etkisi. *Gazi İktisat ve İşletme Dergisi*. 4 (3). 173-184.
- Molotch, H. 1976. The City as a Growth Machine: Toward a Political Economy of Place". *American Journal of Sociology*. (82). 309-332.
- Özcan, B. ve Peker, A. E. 2018. Özel Sektör Yatırımlarının Belirleyenleri Üzerine Bir Analiz: Türkiye Örneği. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 8 (16). 150-166.
- Özdemir, Ü. A. 2011. Kültür Bağlamında Kent ve Mekânsal Örgütlenme. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*. (2). 62-76.
- Palaz, F. S. 2021. Sosyal Politikalarda Yaşlı ve Yaşlanan Göçmenleri Yeniden Tartışmak: Avrupa Örneği. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*. 21 (53). ISSN: 2148-9424
- Pol, E. 2002. The Theoretical Background Of The City-Identity Sustainability Network", *Environment and Behaviour*. 34 (1).
- Polat, S. 2020. Kamusal Mekân Kalitesinin Sağlanmasında Kentsel Tasarım Araçlarının Rolü. Bursa Uludağ Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Mimarlık Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi. Bursa.
- Rapoport, A. 1977. Human Aspects of Urban Form Towards a Man, Environment Approach to Urban Form and Design. Pergamon Press.

- Solak, S. G. 2017. Mekân-Kimlik Etkileşimi: Kavramsal ve Kuramsal Bir Bakış. MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi. 6 (1). 13-37.
- Tamer, M. G. 2014. Kimlik/lerin Seyrine Bir Keşif. Folklor/Edebiyat Dergisi. 20 (77). 83-99.
- Taylor, G. ve Spencer, S. 2004. Social identities: Multidisciplinary Approaches, New York: Routledge.
- Türkoğlu, İ. Yerel Yönetimlerin Mali Özerkliği. Dicle Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 17 (26). 41-70.
- Türkün, A. 2021. Konut ve Kent Krizi. Mimarlık Dergisi, 58 (422).
- Uzun, C. N. 2023. Göç, Konut ve Kentsel Dönüşüm. Cumhuriyet'in Göçlerle Dolu 100 Yılı, İzmir: Cem Yayınevi.
- Ünlü, T. S. 2017. Kent Kimliğinin Oluşumunda Kentsel Bellek ve Kentsel Mekân İlişkisi: Mersin Örneği. Planlama Dergisi. 27 (1). 75-93.
- Yarar, F. N. 2018. Sosyal Ağlar ve Dijital Etnografi, Bir Araştırma Sentezleme Çalışması. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon Sinema Anabilim Dalı. İstanbul.
- Vural, R. Z. 2021. Toplumsal Belleğin Taşıyıcı Payandası Olarak Hafıza Mekânları: 15 Temmuz 2016 Darbe Girişiminin Direnme Ortamları. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı. Doktora Tezi. İstanbul.
- Yapraklı, T.Ş. ve Noksan, E. 2021. Kentsel Dönüşüm Hizmetlerinin Kentsel Yaşam Kalitesi Algısı Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi: Erzurum Kent Merkezinde Yaşayanlar Üzerinde Bir Uygulama. Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. 11 (1). 69-93.
- Yeşildal, A. 2020. Sivil Toplum ve Yerel Yönetimlerde Katılımcı Yönetişim: Sivil Toplumcu Bir Yaklaşım. Sosyal Bilimler Metinleri Dergisi. (2). 31-44.
- Yılgür, E. 2015. Kuştepe Mahallesinde Geç-Peripatetik Gruplar: Katmanlar, Etkileşim ve Bütünleşme. Katkı Dergisi. 1. 25-43.
- Yükselbaba, Ü. 2017. Emile Durkheim'a göre Toplum, Düzen ve Hukuk: Hukukun ve Cezanın Evrimi. İstanbul Hukuk Mecmuası. (1). 191-226.

ERGENLERİN SOSYAL MEDYA FENOMENLERİNİ TAKİP ETME DAVRANIŞLARININ SOSYOLOJİK ANALİZİ

Mehmet Aksoy¹

Öz

Dijitalleşme süreci gönüllülüğe dayalı, herkesin herkesi gözetlediği, gözetleyenin de gözetlenen haline geldiği omniptik gözetim tipini inşa etmiştir. Sosyal medya platformlarını kullanan bireyler, bu mecraların aktörlerinden olan ‘sosyal medya fenomenlerinin’ paylaştığı içerikleri adeta eğlenerek, haz alarak takip etmektedirler. Dolayısıyla, omniptik gözetimin yeniden üretimine katkı yapan kitlelerden biri olan ergenlerin, sosyal medya fenomenlerini yoğun şekilde takip etmelerinin ve fenomenlerin yaptığı paylaşımlara beğeni yapmalarının arkasında bulunan saiklerin belirlenmesi bir problematik olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda araştırmanın amacı, ergenlik çağındaki lise öğrencilerinin sosyal medya fenomenlerini takip etme ve bu fenomenlerin çevrimiçi platformlarda paylaştığı içerikleri beğenme nedenlerini belirlemek; bu durumu kendi yaşamlarına nasıl ve niçin entegre ettiklerine ilişkin görüşlerini belirlemektir. Nitel yöntemin fenomenolojik deseniyle yürütülen ve amaçlı örnekleme yönteminin kullanıldığı bu çalışmada, 2023-2024 eğitim-öğretim yılında Eskişehir Cemal Mümtaz Sosyal Bilimler Lisesi’nde okuyan 25 öğrenci çalışma grubunu oluşturmuştur. Araştırmada 22 soruluk bir yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmış, veriler için betimsel içerik analizi yapılmıştır. Araştırmada, lise öğrencilerinin ‘sosyal medya fenomenlerini’ yoğun şekilde takip ettikleri ve fenomenlerin paylaştığı içerikleri saatlerce izledikleri belirlenmiştir. Fenomenlerin, öğrencilerin karar vermelerinde bir güç haline geldikleri; öğrencilerin, sosyal medya fenomenliğini ‘kazanç elde etme ve maddi anlamda güçlenme’ olarak algıladıkları görülmüştür. Öğrencilerin, fenomenler üzerinden dijital kimliklerini, statülerini ve saygınlıklarını inşa etme yoluna gittikleri; fenomenleri motivasyon kaynağı ve kanaat önderi olarak algıladıkları; benlik sunumlarını fenomenler üzerinden yaptıkları anlaşılmıştır. Dolayısıyla, kimliğin inşa edildiği ergenlik çağındaki bireylerin sosyal medya fenomenlerini hedonik tavırla izleme davranışlarının; onların çevrimiçi personalarıyla özdeşim kurmalarına ve kendilik algılarını yitirmelerine; örtülmüş benliklerin ve ambalajlanmış egoların ortaya çıkmasına yol açabileceği, vurgulanması gereken bir nokta olmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Omniptikon, Sosyal Medya, Sosyal Medya Fenomeni, Ergen, Parasosyal Etkileşim.

¹ Dr., mehmet2726aksoy@gmail.com, ORCID: 0000-0003-2098-9162

SOCIOLOGICAL ANALYSIS OF ADOLESCENTS' BEHAVIOR OF FOLLOWING SOCIAL MEDIA INFLUENCERS

Abstract

The digitalization process has constructed an omniptic surveillance type that is based on voluntarism, where everyone monitors everyone else, thus blurring the lines between the observer and the observed. Individuals using social media platforms avidly follow the content shared by 'social media influencers', deriving enjoyment and pleasure from it. Consequently, understanding the motivations behind adolescents' intensive followings of these influencers and their engagement through likes poses a significant problematic contributing to the reproduction of omniptic surveillance. In this context, the aim of the research is to identify why high school students in their adolescence follow social media influencers and like the content they share on online platforms; and to determine their views on how and why they integrate this phenomenon into their own lives. Conducted using a qualitative method with a phenomenological design and purposive sampling, the research formed a study group of 25 students from Eskişehir Cemal Mümtaz Social Sciences High School during the 2023-2024 academic year. A semi-structured interview form comprising 22 questions was utilized, and descriptive content analysis was performed on the data. The study found that high school students intensely follow 'social media influencers' and spend hours watching the content they share. It was observed that influencers have become a significant influence in students' decision-making processes; students perceive social media influencer status as a means to 'earn income and gain financial empowerment'. Students construct their digital identities, statuses, and reputations through influencers; perceive influencers as sources of motivation and opinion leaders; and present their selves based on influencers. Therefore, highlighting the hedonistic behaviors of adolescents in constructing their identities through following social media influencers may lead them to identify closely with their online personas, potentially losing their sense of self, revealing concealed identities, and presenting packaged egos.

Keywords: Omnipicon, Social media, Social media influencer, Adolescent, Parasocial interaction.

GİRİŞ

Sosyal medya hayatımıza her gün yeni kavramlar eklemekte ve *fenomen, influencer, instagram anneliği, yeşil fenomen pazarlama* (Kılıç ve Gürlek, 2023) gibi kavramlar bunlardan bazılarını oluşturmaktadır. Bu kavramların işaret ettiği içeriklerin kamuoyunca hem benimsendiği hem eleştirildiği gözlemlenmektedir. Örneğin, Ergür'ün (2023, s. 56-58) *'instagram anneliği'*, kimileri tarafından *'çağın vebası'* olarak addedilmektedir. Dijital kamusal alanda çocuklarının özel hayatını ya da mahremiyetini adeta hiçe sayarak, onların her haline ait fotoğrafları internet kullanıcılarına veya takipçilerine sunan *'köşe başı sosyal medya fenomeni anneler'* ortaya çıktı. Genellikle çocukların *'izni'* olmadan yapılan *'sharenting'* adlı bu sosyal medya fenomenliğinin, istismar ve sömürü başta olmak üzere çocuklar için geri dönüşü olmayan problemlere gebe olduğunu söylemek doğru bir çıkarım olacaktır. Öte yandan, toplumsal sorunlara dikkat çeken, kamuoyu oluşturmayı ve insanların bilinçlenmesi için farklı konularda içerik paylaşan *'sosyal medya fenomenlerinin'* sayısı da çoktur. Sosyal medya kullanıcıları bu kavramı *'sosyal medya platformlarında farklı konularda yaptıkları paylaşımlarla geniş kitleler tarafından takip edilen kişi'* şeklinde tanımlamaktadırlar. Yine dijital pazarlamanın yaygınlaştığı günümüzde bu kavram, bazen *'influencer'* terimi ile de karşılanmakta ve *'çevrimiçi içerik paylaşımlarıyla geniş kitlelere ulaşabilen ve onları etkileyebilen kişiler'* olarak açıklanmaktadır. Bu durum aslında bir tür pazarlama modeli doğurmuştur. Nitekim Gedik (2020, s. 362), bu pazarlama biçimini *influencer pazarlama* olarak adlandırmakta ve bir markanın mesajlarını geniş kitlelere iletmek amacıyla bu gruplara etki edebilecek karakterleri kullanmayı ilke edinmiş bir model olarak tanımlamakta; bu pazarlama tarzının küresel boyuttaki işletmelerin ilgisini çektiğini ve genel pazarlamanın önemsenen bir bileşeni haline geldiğini vurgulamaktadır. Bu çalışmada ise *'sosyal medya fenomeni'* ifadesiyle hem dijital pazarlama stratejisinde yer alan ve influencer olarak adlandırılan kişiler hem sosyal ağlardaki paylaşımlarıyla geniş kitlelerce takip edilen bireyler kastedilmektedir.

Sosyal medyadaki fenomenleri takip eden, onlara beğeni yapan gruplardan birini oluşturan ergenlik çağındaki lise öğrencileri, serbest zamanlarının çoğunu takip ettikleri fenomenlerin paylaşımlarını izlemekle harcamaktadırlar. Habitusalılarıyla çevrimiçi alanda faillik sergileyen ergenlerin; fenomenleri takip etme, beğenme ve onların paylaşımlarını saatlerce izleme davranışlarının altındaki dinamiklerin belirlenmesi önem arz etmektedir. Ayrıca, lise öğrencilerinin sosyal medya fenomenlerini takip etme pratiklerini irdeleyen araştırma sayısının çok az olduğu da görülmektedir. Mevcut çalışmaların ise özellikle işletme, pazarlama, halkla ilişkiler, iletişim vs. gibi alanlarda yapıldığı ve daha çok nicel desenli oldukları belirlenmiştir. Yine, bu konuyu sosyolojik bağlamda irdeleyen çalışma sayısının yok denecek kadar az olduğunu söylemek de mümkündür. Bu çalışma ise nitel desenle hazırlanmış ve *'sosyal medya fenomeni'* şeklindeki *'sosyal gerçekliğin'* lise öğrencileri tarafından nasıl inşa edildiğini belirlemeyi hedeflemiştir. Böylece çalışma ile *dijital yerli* olarak adlandırılan lise öğrencilerinin dijital mecralara ait olan bir olguyu (sosyal medya fenomeni) nasıl algıladıklarına ve

açıkladıklarına ilişkin düşüncelerine ulaşma fırsatı yakalanmıştır. Yine bu araştırma, sosyolojide yeni bir çalışma alanı olan tekno-sosyoloji (dijital sosyoloji) literatürüne katkı yapmayı hedeflediği için de önem taşımaktadır.

Sosyal ağlar üzerinden yapılanan ifşa ve teşhir kültürüyle birlikte fenomen, influencer, sosyal medya fenomeni, takip, takipçi sayısı, beğeni vs. gibi kavramlar hayatımıza girmiştir. Şimşek'in (2021, s. 207) de belirttiği gibi sosyal medyada '*ifşa, teşhir ve şeffaflık kültürü*' üzerinden yapılan ve Byung-Chul Han'ın '*olumluluk toplumu*' olarak ifade ettiği çevrimiçi dünyanın temel yargısı ise '*like*' yani '*beğendim*' olmuştur. Bu yargı, sosyal medya fenomenlerini takip eden insanların, çevrimiçi ağlarda yapılan paylaşımlara ilişkin duygu ve düşüncelerinin bir dışavurumu da olmaktadır. Dolayısıyla, ergenlik çağındaki lise öğrencileri örneğinde, bu durumun nasıl dillendirildiği ve temellendirildiği, araştırmanın çerçevesini oluşturmaktadır. Bu bağlamda, bu araştırmanın amacı, lise öğrencilerinin sosyal medya fenomenlerini takip etme ve bu fenomenlerin paylaştığı içerikleri beğenme nedenlerine; öğrencilerin bu durumu kendi yaşamlarına nasıl ve niçin entegre ettiklerine ilişkin görüşlerini ortaya koymak ve bu görüşleri sosyolojik paradigmadan değerlendirmektir. Araştırmada yanıtı aranan sorular şöyle ifade edilmiştir: 1. Katılımcı lise öğrencilerinin sosyal medya platformlarındaki fenomenleri takip etme nedenlerine ilişkin görüşleri nelerdir? 2. Katılımcı lise öğrencilerinin sosyal medya fenomenlerini takip etme ve fenomenler tarafından yapılan paylaşımları beğenme nedenlerine ilişkin görüşleri hangi başlıklar altında temalaştırılabilir; bu temalar ve alt temalar sosyolojik bağlamda nasıl okunabilir?

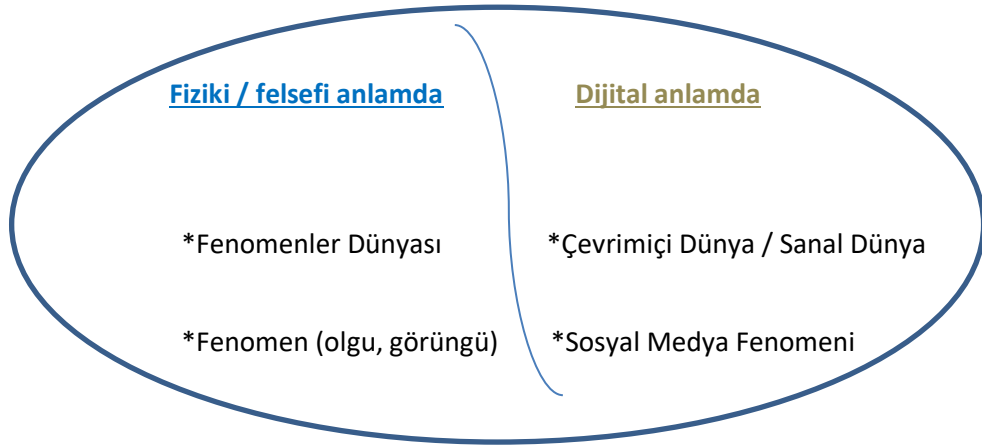
1. FENOMEN, FENOMENLER DÜNYASI, FENOMENOLOJİ VE SOSYAL MEDYA FENOMENİ KAVRAMLARI

Güncel Türkçe Sözlük'te (2024) 'fenomen' kavramı, sahip olduğu kimi nitelikleriyle dikkatlerin odağı olan, geniş insan gruplarını etkileyebilme gücüne sahip kişi ya da obje olarak tanımlanmaktadır. 20. yüzyılın önemli felsefi akımlarından biri olan fenomenolojinin (olgu bilim) merkezi kavramı olan '*görüngü*' kavramı, Cevizci'ye (1999, s. 341) ait Felsefe Sözlüğü'nde [Yunanca *görünüş* anlamına gelen *phainomenon*'dan; İngilizce *phenomenon*; Fransızca *phenomene*; Almanca *phanomen*], algı sürecinin objesi, algıya veya bilince görünen, gözlemlenen olay veya olgu; gözlem ve deney vasıtasıyla bilinmeye uygun olan şey şeklinde açıklanmaktadır. Dolayısıyla fenomeni, öznenin bilincine kendini sunan, bilginin inşa edilmesi sürecinde başlangıç noktasını oluşturan oluşum, durum, olay ve olgu olarak özetlemek mümkündür. Merdan'a (2023, s. 51) göre sosyal medyanın hayatımıza girmesiyle ruh bulan 'fenomen' kelimesi başlangıçta *tüketicilerin satın alma kararını açık şekilde biçimlendiren ve bu durumun da sorumluluğunda olan bir üçüncü taraf* şeklinde ifadesini bulmuştu. Bu konuda çalışan Kartajay, Setiawan ve Kotler'e göre ise fenomen; kendi kitlesinde bir şekilde saygı uyandırıp sadık bir takipçi topluluğuna sahip olan kişilere denmektedir.

Fenomenler dünyası ise duyumsanabilir ve gözlemlenebilir olan varlık alanı anlamına gelmektedir. Fenomenler dünyası, genel olarak duyularla gözlemi yapılabilen nesnelerin oluşturduğu duyusal dünyadır. Duyusal dünya, Platon'da akılla bilinebilir olan idealar evreninden farklı olarak, duyular aracılığıyla algılanabilir olan ve devamlı değişim içindeki görünüşler evreni anlamına gelen fenomenler dünyasıdır. Kant'a göre de fenomenler dünyası, insan tarafından bilinen ve algılanan dünyayı ifade etmektedir (Cevizci, 1999, s. 342). Demirli'ye (2023, s. 37) göre fenomen ve numen, son iki asrın dikkat çeken kavramları olmuş; fenomen kavramı yoluna güçlü adımlarla devam etmiş ve en nihayetinde modern dönemlerde en önemli yöntem bilimin adı olan fenomenolojiyi doğurmuştur. Sacıhan'a (2022, s. 526) göre ise kendisini fenomenin (görüngünün) kendisiyle sınırlayan, başka hiçbir unsuru bu fenomene dahil etmeyen ve kendisini fenomenleri betimleme işlevi üzerinden temellendiren fenomenoloji, Demirli'ye (2023, s. 37) göre Husserl ile felsefeye yerleşmiş, modern zamanlarda güçlenerek varlığını sürdürmüş ve yaşamın hemen her alanında izlenen güçlü bir analiz ve araştırma yöntemi olmuştur. Bu yüzden, fenomen ve numen² son iki asırdır en dikkat çeken kavramlardan biri durumuna gelerek felsefenin gelişim sürecinin en iyi takip edildiği kavram çifti olmuştur.

Dijital çağda, sosyal medyayla birlikte popülerleşen ve sıkça kullanılan sosyal medya fenomeni kavramı, sosyal ağlarda içerik paylaşan ve böylece geniş kitlelerce takip edilen; takipçilerini etkileme gücüne sahip kişiler için kullanılmaya başlanmıştır. Kotler ve Setiawan'a (akt. Merdan, 2023, s. 51) göre de sosyal medya fenomeni, kitlesinde saygı uyandırıp sadık bir takipçi grubuna sahip olan kişi anlamına gelmektedir. Demirli'ye (2023, s. 36) göre ise fenomen kavramının popüler bir anlam kazanması ve üne kavuşması felsefi yönelimle daha az ilgilidir. Buna karşılık, günümüz dünyasında 'fenomen' belli ya da belirsiz bir anlamda daha çok şöhret bulmuş insanların, temaların, yönelimlerin, belirli mesleklerde veya konularda dikkatleri toplayan insanların cazibesini anlatmak için kullanılmaktadır. Fenomen konusundaki mevcut felsefi görüşlerden ve yapılabilecek bir analogiden hareketle şunu söylemek mümkündür: Fenomenler dünyası, günümüz dijital toplumunda çevrimiçi dünyaya aktarılmış; kimi insanlar adeta bu sanal dünyada yaşamaktadırlar. Bu durum ergenler için de söz konusudur. Ergenlik çağındaki bireylerin, sosyal ağlardaki günlük iletişimlerini tek yönlü veya parasosyal bir şekilde sosyal medya fenomenlerini takip ederek gerçekleştirdiklerini söylemek abartı olmayacaktır. Bu bağlamda; günümüz dijital toplumunda şöyle bir benzerlik veya dönüşümden bahsetmek mümkündür:

² Yıldırım'a (2000, s. 151) göre salt anlaksal olarak bilinen şey; Kant felsefesinde gözlemle asla ulaşamayacağımız ama karşılaştığımız görüntü ve olguları açıklama açısından var sanması gereken asal şey.



Şekil 1. Fiziki Dünya ve Dijital Dünya Analogisi (Araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.)

Çevrimiçi dünyanın kelime hazinemize kazandırdığı bir kavram olan ‘sosyal medya fenomeni’, sosyal medya platformlarındaki öznelerle işaret etmektedir. Sosyal medya fenomeni, sosyal medya platformlarında nicel anlamda çok sayıda takipçiye sahip, ilgi çeken paylaşımlar yapan ve paylaşımlarının yüzlerce, binlerce hatta milyonlarca insan tarafından yeniden paylaşılmasından dolayı popülerleşen kişileri ifade etmek için kullanılmaktadır (İren, 2019; Tagay, Uzun ve Cırcır, 2024, s. 130). Blogger, youtuber, influencer, youtube ünlüsü, vlogger gibi isimlerle zikredilen bu kişiler, farklı konularda yaptıkları paylaşımlarla çevrimiçi gözetimin de bir nesnesi haline gelmektedirler. Peki, kim bu sosyal medya fenomeni? Aytuğ (2023, s. 31-32) bu soruyu, “...bence fenomenliğin ilk şartı aykırılıktır. Kimsenin cüret edemediğini, kimsenin dilinin varmadığını söylemek, kimsenin yakasını açmadığı işlere soyunmaktır. Aralarında yetenekli olanlar vardır ancak bir genelleme yapmak gerekirse bu işin ilk koşulu tuhaf, aykırı, sıra dışı ve garip olmaktır. Mizah, eğlence, ilginçlik ve aykırılık fenomenliğin belki motoru durumunda; zaten popüler kitle de belki bunları talep etmekte” şeklinde yanıtlamaktadır. Ecmercer’e (akt. Toksarı ve Mürütsoy, 2019, s. 598) göre de günümüzde ünlü olma hayali daha kolay bir şekilde başarılmakta, sosyal medyanın gücüyle üne kavuşmak için artık özel bir yetenek sahibi olmaya gereksinim duyulmamakta ve bu durum insanların sosyal medyalarında sahip oldukları takipçi sayısı ile ölçülmektedir. Matthews’e (akt. Tünay Doğan, 2019, s. 26) göre ise dijital çağın bu yeni kanaat liderleri, farklı kaynaklarda da etkili veya sosyal medya fenomenleri olarak ifade edilmekte ve geniş takipçi ağı bulunan, takipçileri üzerinde etkileme gücü bulunan, içerik ürettiği alanda (örneğin yemek, gezi, moda, güzellik, moda vb.) bilgi birikimine güven duyulan, takipçiler tarafından güvenilir bilgi kaynakları olarak görülen kişilerdir. Marwick (akt. Gül Ünlü ve Zeybek, 2020, s. 75) de sosyal medya

fenomenini; farklı spesifik konularda kişisel tecrübelerine göre içerik geliştiren, kendini takip edenlerle devamlı bir etkileşime sahip olan ve paylaşımları üzerinden büyük bir izleyici topluluğuna ulaşabilen kişiler şeklinde anlatmaktadır. Ona göre sosyal medya fenomenleri, geleneksel anlamda bilinen ünlülerden farklı şekilde, kendilerini takip edenleri tanımakta, takipçilere yanıt verebilmekte, popülerlik düzeylerini yükseltmek amacıyla izleyicileriyle kurdukları iletişimlerini devam ettirme mecburiyeti duymakta; bilinen izleyici-sanatçı veya gösteri-seyirci düalitesini de ortadan kaldırmaktadırlar. Satıcı (2021, s. 61) ise bu fenomenlerin, fotoğraf paylaşarak, video çekerek veya metin yazarak popülerlik kazandıklarını belirtmektedir. Sosyal medya fenomenlerinin, takipçilerinin hangi sosyal ağlarda daha yoğun olduğu ölçüt alınarak Influencerlar, Twitter fenomenleri, Instagrammerlar, Vine fenomenleri, TikTok fenomenleri ve YouTuberlar olarak farklı isimler altında anıldıklarını vurgulamaktadır.

Sosyal medya platformlarının adeta eşik bekçileri, dijital çağda yeni nesil algı inşa etme mekânları olan sosyal ağların özneleri olan bu '*yeni nesil kanaat önderlerini*' odağa alan çalışmaların sayısı gittikçe artmaktadır. İlgili çalışmalarda konunun daha çok 'pazarlama, satın alma ve satın alma niyeti, reklam, algı ve tutum inşa etme vs.' gibi temalarda irdelendiği görülmektedir. Tablo 1'de 'sosyal medya fenomeni' konusunda yapılmış bazı çalışmalara ait bilgiler verilmektedir.

Tablo 1. Sosyal Medya Fenomenleri Konusunda Yapılmış Bazı Araştırmalar

Çalışmayı Yapan	Çalışmanın Adı	Alanı	Çalışmanın Özü
G. İslamoğlu (Doktora, 2024)	Sosyal medya ile birlikte yıldızlaşan benlikler: Instagram fenomenleri	İletişim Bilimleri	Sosyal medya organizasyonlarından ödül alan popüler hesapların benliklerini instagramda nasıl inşa ettikleri incelenmiştir.
S. Demir (YL, 2024)	Kadın tüketicilerin online anlık satın alma niyetinde fenomen pazarlamanın etkisi	İşletme Yönetimi	Kadınların sanal anlık satın alma niyetinde fenomen pazarlamanın etkisi ele alınmıştır.
E. İncirkuş (YL, 2024)	Hedonik tüketimde sosyal medya fenomenlerinin etkisi	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	Hedonik tüketimde fenomenlerin etkisi incelenmiştir.
K. Koban (YL, 2024)	Parasosyal etkileşimin satın alma niyetine etkisi: Sosyal medya fenomenleri ve takipçiler üzerine bir araştırma	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	Sosyal medya fenomenleriyle izleyicileri arasında ortaya çıkan parasosyal etkileşim biçiminin takipçilerin satın alma niyetine etkisi araştırılmıştır.

Z. Oğuz (YL, 2024)	Karar verme sürecinde sosyal medya fenomenlerinin etkisi	Yönetim Bilişim Sistemleri	Fenomenlerin etkinliklerini artıran ve tüketicilerin tanıtılan ürünlerle ilgili algılarını ve satın alma kararlarını teşvik eden faktörler belirlenmeye çalışılmıştır.
N. Bagheri (YL, 2023)	Fenomen pazarlamasında kaynak güvenilirliğinin satın alma niyetine etkisinde fenomeni tavsiye etme niyetinin rolü: Instagram üzerine bir araştırma	İşletme	Fenomen pazarlama kapsamında, fenomeni tavsiye etme niyetinin satın alma davranışına etkisi incelenmiştir.
E. Paç Çelik (Doktora, 2023)	Sezgisel sistematik model perspektifinden fenomen annelerin satın alma niyeti üzerindeki etkisi: Instagram'da fenomen anne takipçileri üzerine bir araştırma	İşletme	Bir e-ağızdan ağıza iletişim kaynağı olan Instagram'daki fenomen annelerin takipçilerin bilgiyi benimseme ve satın alma niyetine etkisi irdelenmiştir.

Y. Aksöz (YL, 2023)	Sosyal medya fenomenlerinin narsisistik kişilik özellikleri, mükemmeliyetçilik ve kendini mükemmel sunma özellikleri ışığında çevrimiçi ve çevrimdışı kimlikleri	Klinik Psikoloji	İnfluencerların kimliklerinin gerçek hayattaki kimliklerinden sapma gösterip göstermediği incelenmiştir.
G. Özdemir (YL, 2023)	Sağlıklı yaşam fenomenleri, ürettikleri görsel-işitsel içerikler ve Türkiye'deki etkilerinin algılanması üzerine bir araştırma	İletişim ve Tasarım	“Bir Günde Neler Yiyorum” videolarındaki bazı temel mesajlara, idealize edilmiş görsellere ve görünüşe dayalı karşılaştırmalara maruz kalan bireylerin videolardan ne şekilde etkilendikleri incelenmiştir.

Kaynak: Ulusal Tez Merkezi, <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp> Erişim tarihi: 25.06.2024 (Tablo araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.)

Bu çalışmalardan farklı olarak, sosyal medya fenomenlerinin ergenler üzerinde nasıl bir etkiye bulunduklarını inceleyen araştırma sayısı yok denecek kadar azdır. Öte yandan, ergenlik çağındaki bireylerin, bu fenomenleri kendileri gibi sıradan kişiler olarak gördükleri için kendilerine daha yakın gördükleri düşünülmekte; bu yüzden ergenlerin, popüler olmuş bir sosyal medya fenomeninin yaşam stiliyle herhangi bir Hollywood yıldızına oranla daha çok ilgilendiklerini (Westenberg, 2016; Tagay, Uzun ve Cırcır, 2024, s. 130) söylemek doğru bir ifade olacaktır. Çünkü geldiğimiz noktada ‘sosyal medya fenomenleri’, ergenlerin dünyası için adeta birer ‘ayna’ konumuna gelmişlerdir. Hatta ‘*bana arkadaşını*

söyle sana kim olduğunu söyleyeyim' anlayışından *'bana fenomenini söyle sana kim olduğunu söyleyeyim'* noktasına geldiği de söylenebilir. Bu durum, ergenlerin, fenomenlerle bir tür özdeşim kurma yoluna gittiklerini; sosyal ağlardaki fenomen takibinin adeta bir rutin haline geldiğini yansıtmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada, sosyal medya platformlarını kullanan ergenlerin / lise öğrencilerinin sosyal medya fenomenlerini takip etme pratikleri sosyolojik paradigmadan irdelenmektedir.

2. YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Modeli

Nitel yöntemin fenomenolojik (olgu bilim) deseniyle yürütülen bu çalışmada, ergenlik çağındaki lise öğrencilerinin sosyal ağlarda içerik paylaşan ve kamuoyunda *'sosyal medya fenomeni'* olarak adlandırılan kişileri takip etme nedenleri ve bu yöndeki pratikleri ele alınmıştır. Fenomenoloji; günlük hayatta sorgulamadan kabul edilen gerçekliğin bilinç tarafından nasıl inşa edildiğini dile getirmektedir. Aracsız şekilde kesin bilgiye ulaşmayı hedefleyen fenomenolojinin amacı, özler ve özler arasındaki ilişkileri ortaya çıkarmaktır (Sacıhan, 2022, s. 525). Dolayısıyla, fenomenolojik desenli araştırmalarda gerçekliğe ilişkin öznel algıların netleştirilmesi ve yorumlanması amaçlanır (Yıldırım ve Şimşek, 2008; Ceylan, 2016, s. 33). Büyüköztürk vd. (2021, s. 22) göre de bu tür çalışmalarda veri kaynakları çalışmanın odaklandığı olguyu deneyimleyen ve bu olguyu dışı vurabilecek kişiler ya da gruplar olmaktadır. Yine bu desende, yalnızca algıya ve tecrübelerle değil, söz konusu algının ve tecrübelerin nasıl oluştuğuna da odaklanılmaktadır (Miller ve Salkind, 2002; Çitil Akyol ve Sumbas, 2023, s. 1284). Dolayısıyla, fenomenolojik yöntemin *'özü görüleme'*, *'fenomenin ne olduğu'* ve *'nasıl kavranabileceği'* tavrından (Öktem, 2005, s.29) hareket edilen bu çalışmada, lise öğrencilerinin sosyal medya fenomenlerinin paylaştığı içerikleri takip etme pratiklerine ilişkin düşüncelerinin belirlenmesi; böylece öğrencilerin *'sosyal medya fenomeni'* şeklindeki sosyal gerçekliği nasıl inşa ettiklerinin ortaya konması hedeflenmiştir.

2.2. Araştırmanın Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubu *amaçlı örnekleme* yönteminin *ölçüt / kriter örnekleme* türüyle belirlenmiştir. Bu bağlamda, çalışmada yer alacak öğrencilerin belirlenmesinde *'sosyal medya hesabının olması, en az bir tane sosyal medya fenomenini takip ediyor olması, fenomenlerin paylaştığı içeriklere beğeni yapması'* ve *'çalışmaya gönüllü şekilde'* katılması gibi kriterler göz önünde bulundurulmuştur. Böylece, 2023-2024 eğitim-öğretim yılında Eskişehir Cemal Mümtaz Sosyal Bilimler Lisesi'nde farklı sınıflarda okuyan 25 öğrenci çalışma grubunu oluşturmuştur.

Tablo 2. Araştırmanın Çalışma Grubuna Ait Bilgiler

Araştırmadaki Kodu	Cinsiyeti	Sınıf düzeyi
Ö1	Kız	10. Sınıf
Ö2	Kız	10. Sınıf
Ö3	Kız	10. Sınıf
Ö4	Kız	10. Sınıf
Ö5	Kız	10. Sınıf
Ö6	Erkek	10. Sınıf
Ö7	Erkek	10. Sınıf
Ö8	Kız	11. Sınıf
Ö9	Kız	Hazırlık
Ö10	Kız	12. Sınıf
Ö11	Kız	11. Sınıf
Ö12	Kız	11. Sınıf
Ö13	Erkek	Hazırlık
Ö14	Erkek	Hazırlık
Ö15	Erkek	11. Sınıf
Ö16	Kız	11. Sınıf
Ö17	Erkek	11. Sınıf
Ö18	Erkek	Hazırlık
Ö19	Erkek	9. Sınıf
Ö20	Kız	11. Sınıf
Ö21	Kız	10. Sınıf
Ö22	Kız	11. Sınıf

Ö23	Kız	11. Sınıf
Ö24	Kız	11. Sınıf
Ö25	Erkek	11. Sınıf

Araştırmacının söz konusu lisede görev yapması, araştırmaya katılımda gönüllülük ilkesinin esas alınması, zaman ve maliyet gibi değişkenler, 25 öğrenciden oluşan bir örneklem grubu üzerinde çalışılmasının gerekçelerini oluşturmaktadır. Yine, kız öğrencilerin araştırmaya katılma noktasında erkeklerden daha istekli oldukları da görülmüştür.

2.3. Veri Toplama Araçları ve Süreci

Araştırma kapsamında hedeflenen verilerin toplanması için *görüşme tekniği* kullanılmıştır. Bunun için 22 soruluk *yarı yapılandırılmış görüşme* formu kullanılmıştır. Görüşmeler için okul idaresinden gerekli izinler alındıktan sonra uygun zaman dilimlerinde (öğle arası ve ders bitiminde) görüşmeler yapılmıştır. Her görüşme yaklaşık 40 dakika sürmüştür. Yapılan görüşmelerde, katılımcı öğrencilerden izin verenlerin konuşmaları için ses kaydı yapılmış, izin vermeyen öğrencilerden alınan görüşler ise araştırmacılar tarafından not tutularak elde edilmiştir.

2.4. Verilerin Analizi

Bu araştırma nitel araştırma yaklaşımına göre yapılandırılmıştır. Bunun için araştırma kapsamında ulaşılan veriler için betimsel içerik analizi yapılmıştır. Öncelikle katılımcı öğrencilerle yapılan görüşmelerden elde edilen veriler yazılı hale getirilmiş ve böylece deşifre işlemi yapılmıştır. Ardından katılımcı öğrencilere Ö1, Ö2, Ö3, Ö4,.....Ö25 şeklinde rumuzlar verilerek analizler yapılmıştır. Yapılan analizler neticesinde *temalar* ve *alt temalar* oluşturulmuştur. Ulaşılan temalar ve alt temalar için iki uzmanın görüşü alınmış, bu kapsamda iki araştırmacı arasındaki kodlamaların uyumu incelenmiştir. Ayrıca görüşme formundaki 22 soruya verilen cevaplardan elde edilen temaların ve alt temaların uyumu Miles ve Huberman formülüyle (*Güvenirlilik: görüş birliği/görüş birliği / görüş ayrılığı*) gözden geçirilmiştir.



Şekil 2. Miles-Huberman Modeli (Miles ve Huberman, 1994; Baltacı, 2017, s. 4)

Bu modelde, sosyal olgular arasında, temellendirilebilir ve durağan sosyal olguları birleştirebilen bir düzene ve ardışıklığa sahip ilişkiler kurulabilmektedir. Modelle yapılan çözümleme; verilerin düzene sokulması veya azaltılması, verilerin ortaya konması, sonuçların betimlenmesi ve doğrulanması şeklinde üç ana aşamayı kapsamaktadır (Macdonald ve Tipton, 1996; Woffitt, 1996; Cresswell, 2003; Baltacı, 2017a; Baltacı, 2017, s. 4). Böylece araştırmacının ve her iki uzmanın oluşturduğu temalar ve alt temalar karşılaştırılmış ve son şekli verilmiştir. Temaların ve kategorilerin desteklenmesi için katılımcı öğrencilerin görüşlerinden doğrudan aktarmalar yapılmıştır.

2.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmada Eskişehir il merkezinde bulunan tek bir lisede ve bu lisedeki farklı sınıf düzeylerinde öğrenim gören öğrencilerin katılımıyla gerçekleşen saha çalışmasında veri toplanması ile araştırmanın kesitsel yapıda hazırlanması, araştırmanın genellenebilirliğini sınırlandırabileceği kabul edilmiştir.

2.6. Etik

Bu araştırma, kapsamı gereği etik kurul onayı gerektirmemektedir. Çalışma, araştırmacının görev yaptığı Eskişehir Cemal Mümtaz Sosyal Bilimler Lisesi Müdürlüğü'nün izniyle hazırlanmıştır. Dolayısıyla, 2023-2024 öğretim yılında bu okulda okuyan 25 öğrenci örnekleme oluşturmuş; katılımın gönüllü olduğu bildirilmiş ve öğrenci-veli onamları alınmıştır.

3. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Bu araştırma, 2023-2024 eğitim-öğretim yılında Eskişehir Cemal Mümtaz Sosyal Bilimler Lisesi'nde okuyan 25 öğrenciyle yapılan derinlemesine görüşmeler sonucunda ulaşılan bulgulara dayanmaktadır. Katılımcıların tümü en az bir sosyal medya hesabına sahiptir. Yine, katılımcıların tümü sosyal medya hesaplarında birden fazla 'sosyal medya fenomenini' takip ettiklerini; söz konusu fenomenlerin yaptıkları paylaşımları düzenli olarak izlediklerini ve paylaşımlara beğeni yaptıklarını ifade etmişlerdir. Bu bağlamda, yapılan görüşmelerde katılımcı öğrencilerin verdiği cevaplar analiz edilmiş, şu temalara ve alt temalara ulaşılmıştır:

Tablo 3. Verilerin Kodlanması Sonucunda Ulaşılan Tema ve Alt Temalar

Temalar	Alt temalar
Etki Kaynağı Olarak Fenomen	Karar verme Öneri
Maddi Kaynak Olarak Fenomenlik	Kazanç Fenomen olma isteği Maddi destek
Moda, Modelleme ve Özdeşleme Kaynağı Olarak Fenomen	Özenti Tüketim Taklit etme
Kaçış Limanı ve Motivasyon Kaynağı Olarak Fenomen	Moral Eğlence
Kişilik ve Kimlik İnşa Etme Kaynağı Olarak Fenomen	Gerçek yaşam Sanal yaşam
Vazgeçilen Bir Portre Olarak Fenomen	Takipten çıkma Farklı gerekçelerin etkisi

3.1. Etki Kaynağı Olarak Fenomen

Araştırmaya katılan öğrenciler, sosyal medya fenomenlerinin ‘karar verme davranışlarını etkilediğini ve onların yaptığı önerileri’ bazen dikkate aldıklarını belirtmişlerdir. Bu temaya bağlı olarak *karar verme* ve *öneri* alt temalarına ulaşılmıştır. Araştırmaya katılan lise öğrencileri, kendi hesaplarında takip ettikleri sosyal medya fenomenlerinin yaptıkları paylaşımlar ve konuşmalar ile sundukları içeriklerin, çeşitli konularda karar verirken kendileri için kolaylaştırıcı bir rol oynadığını düşünmektedirler. Bu bağlamda, erkeklere oranla kız öğrencilerin çoğu, takip ettikleri sosyal medya fenomenlerinin görsel, yazılı ya da sözlü olarak yaptıkları önerileri dikkate aldıklarını belirtmişlerdir. Nitekim katılımcılardan bazıları bu konuda şunları dile getirmişlerdir:

“İyi yönde etkiliyor önerdiği ürünleri alıyorum (Ö1).”

“Fikirlerini göz önünde bulundururum eğer tavsiye etmişlerse ürüne karşı daha olumlu olurum (Ö2).

“Onların tavsiyelerine uyup ona göre alışveriş yapıyorum (Ö3).”

“Onların daha bilgili olduğunu düşünüyorum o yüzden bu konuda bilgili olan kişilerden daha çok destek aldığımı düşündüğüm için onları dinliyorum (Ö4).

“Çok etkiliyor beni bir şey önerdiğinde ben de almaya başlıyorum sonra başkası derken iyice yayılıyor öyle olunca bende alma gereği duyuyorum (Ö11).”

“Önerdikleri şeye göre değişiyor özellikle sponsorlu ürünleri almamaya çalışıyorum ama günlük hayatta kullanılan bazı eşyaları öneriyorlarsa alıyorum (Ö19).”

“Çok fazla etkiliyor, 5 üzerinden 5 derim bu soruya etkileme konusunda. Mesela arkadaşım ile konuşmuştuk bu konuyu. O dedi ki mesela bir ürünü beğenmeyeyim sonra tiktakta patlasın ben o ürünü beğenmeye başlarım gerçekten’ dedi. O yüzden fazla influence oluyorum gösterdikleri şeylerden (Ö20).”

Sosyal medya platformlarının fenomenleri, genç bireyler tarafından takip edilmekte ve bu bireylere rol model olmaktadır. Gençlerin bu fenomenleri adeta hayranlıkla takip etmelerine, onların hayat tarzlarına özenmelerine ve onları bir tür kanaat önderi olarak görmelerine bağlı olarak söz konusu fenomenlerin genç bireyler üzerinde çeşitli etkiler bırakmaları kaçınılmaz (İren, 2019; Tagay, Uzun ve Cırcır, 2024, s. 131) hale gelmektedir. Bu bağlamda, bu tema ve alt temalara ilişkin veriler lise öğrencilerinin, çeşitli sosyal medya platformlarında takip ettikleri fenomenlerin etkisinde kaldıklarını göstermektedir. Dolayısıyla, son günlerde kamuoyunda geniş yer tutan sosyal medya fenomenlerinin, ergenlik çağındaki lise öğrencileri tarafından bir *etki kaynağı* veya bazı konularda adeta *kanaat önderi* olarak görüldükleri anlaşılmaktadır. Fenomen-takipçi ilişkisine algısal yakınlık üzerinden yaklaşan Örs (2018, s. 197) ise fenomenlerin birer etki kaynağı oluşunu, ilk olarak Merton ve Lazarsfeld (1954) tarafından dillendirilen homofoli teorisi bağlamında çözümlemektedir. Teoriye göre fenomenleri takip eden tüketici bireylerin satın alma kararlarına tesir eden ve önem arz eden niteliklerden biri, takipçilerin veya tüketicilerin fenomenlere karşı hissettikleri yakınlık, başka deyişle homofoli halidir. Takipçinin, kendisine demografik, değerler ve hayat biçimi açısından yakın olarak algıladığı sosyal medya fenomenlerini takibe alması bir anlamda takipçinin fenomeni bir rol model olarak görmesi ve homofolik olarak benimsemesiyle ilgili bir durumdur. Fenomenlerin bu kadar etkili olmasına eleştirel yaklaşan Merdan (2023, s. 50-51) ise bu ‘performans öznelerinin’ gereğinden fazla dikkate alınmasının, hakiki arzularını keşfedememiş insanlar inşa ettiğini belirtmektedir. Böylece mutsuz, neye sahip olursa

olsun tatminsiz olan bireylerin, basit bir tatil planı ve ayakkabı tercihi yapamadıklarını; âşık olduklarını sandıkları insanı ve ideallerini bile seçemediklerini ifade etmektedir.

3.2. Maddi Kaynak Olarak Fenomenlik

Araştırmaya katılan lise öğrencilerinden bazıları sosyal medya fenomenliğini ‘kazanç sağlama ve maddi anlamda güçlenme’ olgusu olarak görmektedir. Bu algının, katılımcı öğrencilerin birer fenomen olma düşüncesini pekiştirdiği ve yine bu algının katılımcı öğrencilerin söylemlerine de yansıdığı görülmektedir. Nitekim katılımcı öğrenciler; takip ettikleri sosyal medya fenomenlerinin maddi anlamda rahat olduklarını ve az emek harcayarak çok para kazandıklarını ifade etmişlerdir. Kimi katılımcılara ait görüşler bu durumu yansıtır niteliktedir:

“İstediklerine kolayca ulaşmalarını seviyorum, ayrıca sevdikleri şeylere kolayca ulaşabiliyorlar (Ö2).”

“Bir bakımdan isterim çünkü çok kolay para kazanıyorlar, daha kolay yani o kadar yıl okuyoruz hepimiz emek verip bir yerlere geliyoruz onlar da emek veriyorlar ama onların biraz daha farklı daha kolay ellerinin altlarında sosyal medya var o yüzden bazı açılardan isterdim. Ama bazı açılardan da istemem çünkü kendi emeğimle bir yerlere gelmek isterdim ama para kazanmak açısından onlarınki daha kolay (Ö8).”

“Kişisine göre değişir takip ettiğim kişilerin bazılarının hayatına sahip olmak isterdim. Çünkü onlar yayın yaparak vakitleri geçiyor hem kitleleri oluyor hem onu seven insanlar oluyor aklımızın alamayacağı seviyelerde para kazanıyorlar. Ben de isterdim, yani az uğraşla çok para kazanmak iyi olurdu (Ö19).”

Katılımcı öğrencilerden bazıları, özellikle tik tok platformunda takip ettikleri fenomenlerin paylaşımlarını izlediklerini ve onlara destek olmak için cüzi miktarda para desteği yaptıklarını söylemişlerdir. Bilindiği üzere ‘sponsorlu olan içerikler, reklam, satış ortaklıkları, dijital ürünler, farklı konularda yapılan etkinlikler ve takipçi bağışları (Dijital Medya Ajansı / Growbyshare, 2024)’ sosyal medya fenomenlerinin para kazanma yollarından bazılarıdır. Dolayısıyla ‘onlara destek olmak için cüzi miktarda para desteği’ ifadesi, katılımcı öğrencilerin kimi zaman takipçisi oldukları fenomenlere ‘bağış’ yaptıklarını göstermektedir. Örneğin, özellikle *streamerlar* adı verilen yayıncıların kendi platformlarında canlı yayın yaparak takipçilerinden *bağış* alarak para kazanma (Dijital Medya Ajansı / Growbyshare, 2024) yoluna gittikleri görülmektedir. Yine katılımcı öğrencilerin, fenomenlere yaptıkları destek karşılığında *rozet* kazandıklarını; kazandıkları rozetlerle sosyal medyada *fark edildiklerini* dile getirmişlerdir. Nitekim Ö6 kodlu katılımcı bu konuda şunları ifade etmiştir:

“Bulunuyorum evet ama çok fazla bulunmuyorum, maksimum 10 TL destekte bulunuyorum. Destek olmak için bakıyorum ve fiyatların 5-10 gibi olduğunu görüyorum ve destek oluyorum. Mesela bunların avantajları var chatte, rozet gibi... Bu rozetler sayesinde fark ediliyorum (Ö6).”

Yapılan maddi destek karşılığında elde edilen rozetlerle, öğrencilerin sosyal medya platformlarında adeta *dijital kimliklerini, sosyal statülerini ve prestijlerini* inşa ettiklerini söylemek doğru bir çıkarım olacaktır. Yine katılımcı öğrenciler, takip ettikleri fenomenlerin kolayca para kazandıklarını, bu durumun kendilerini de iştahlandırdığını ve yine bu durumun kendilerinin de bir *fenomen olma isteklerini* pekiştirdiğini belirtmişlerdir. Hatta bazı katılımcı öğrenciler, takip ettikleri fenomenlere özendiklerini, az uğraşla çok para kazanmanın kendileri için de iyi olacağını söylemişler ve şunları dile getirmişlerdir:

“Ben de isterdim çünkü kolay yoldan para kazanabiliyorlar (Ö4).”

“İsterim çünkü hayatları gayet iyi, paraları var ve sosyal bireyler, o yüzden (Ö6).”

“Evet, isterim. Çünkü fenomenler, istediklerini fazlaca elde edebiliyorlar, daha kaliteli yaşamları var, daha aktifler aynı zamanda bence (Ö9).”

“Fenomenler, çok kolay yurt dışına çıkabiliyorlar, sponsorlar sayesinde, en özendiğim yerleri o (Ö11).”

“Hedeflediğim hayata sahip olanları takip ettiğim için evet (Ö14).”

Sosyal medya fenomenlerinin sunduğu yaşam tarzının, ergenleri / lise öğrencilerini etkileyebildiği; çevrimiçi platformlarda yansıtılan iştahlı yaşamın, öğrencilerde bir tür imrenme veya özenme duygusuna yol açtığı anlaşılmaktadır. Ekinci’nin (2023) de ‘**dijital çağ fenomenlerinin ergenleri nasıl etkilediği’ konusunda şöyle bir analiz yaptığı görülmektedir**: Dijital çağda ergenler; ciddi bir emek harcamadan kısa yoldan toplumsal değer görmek ve bu değeri taşımayı, hem iyi bir yaşam sürmeyi hem de kendini yetkin bir insan olarak hissetmeyi empoze eden bir modelle karşı karşıya bulunmaktadır.

3.3. Moda, Modelleme ve Özdeşleme Kaynağı Olarak Fenomen

Hızlı tüketilen bir popüler kültür ürünü olarak değerlendirebileceğimiz moda; başkalarında görme ve başkalarından duyma sonucunda benimsenen bir kültür biçimidir. Bu bağlamda, görsellik ve ses üzerine kurulmuş olan sosyal medya platformlarında fenomenler tarafından sunulan moda; çok kolay şekilde alıcı bulmakta ve ergenlik çağındaki bireyleri hızlı bir biçimde etkilemektedir. Bu durum, ergenlik çağındaki lise öğrencilerinde aynı zamanda bir özdeşleşmeye de yol açmaktadır. Nitekim araştırmaya katılan öğrencilerden bazıları, takip ettikleri sosyal medya fenomenlerini ‘*moda kaynağı*’

olarak gördüğünü belirtmişlerdir. Araştırmada yer alan öğrencilerden bir kısmı, takip ettikleri fenomenlerin kendileri için bir *özenti* kaynağı olduğunu ve çeşitli noktalarda onlara *özendiklerini* şu sözleriyle belirtmişlerdir:

“Beğendiğim yönleri modayı takip etmeleri ve bunu her zaman yapmaları hoşuma gidiyor bunu her zaman yapıyorlar, istikrarlılar (Ö1).”

“Onları gündemden haber almak ve modayı takip etmek için takip ediyorum (Ö12).”

“Bazılarının güzelliklerine, bazılarının yetenekleri benim çok özendiğim bir şey (Ö16).”

“Dediğim gibi, mesela, D. Özaslan havalı geliyor bana, zengin olması da ilgimi çekiyor ve parasını mesela güzel yerlere harcıyor hani böyle güzel kıyafetler de alıyor. Mesela bazılarının parası var onlar kötü giyiniyor ama güzel de giyiniyor kadın (Ö20).”

“Benim en çok özendiğim fenomen özelliği kesinlikle diksiyon. Başta beni en çok etkileyen şey fenomenlerde diksiyondur. Diksiyonları iyi olduğu için onları daha çok dinlemek istiyorum ve açıkçası onların bilgileri beni çok etkiliyor. Görünüşü, görünüşü dediğim derli toplu olmak. Davranışı, hal ve hareketleri beni etkiliyor (Ö21).”

Dijitalleşme süreciyle birlikte dikkat çeken noktalardan biri şüphesiz dijital tüketim şeklinin yaygınlaşmasıdır. Özellikle Covid-19 süreci, dijital araçlar üzerinden yapılan tüketimi hızlandırmıştır. Benzer şekilde, araştırmaya katılan lise öğrencileri, takip ettikleri sosyal medya fenomenlerinin *tüketim davranışlarını* etkilediğini şu sözlerle ifade etmişlerdir:

“Çoğu zaman onların tavsiyelerine uyup ona göre alışveriş yapıyorum (Ö3).”

“Mesela bir ürün önerdiğinde onu gidip satın alabiliyorum (Ö4).”

“En basitinden makyaj malzemesi alacaksam onların önerdiklerini alıyorum (Ö12).”

“Hani özellikle dediğim gibi moda ve makyaj konusunda böyle takip ettiğim kişiler bir şey linkleyince ya da yeni bir ürün çıktığını falan gösterince çok ilgimi çekiyor ve hani alıyorum eğer hoşuma da giderse o ürün (Ö20).”

“Giyim konusunda fenomenlerin önerdiklerinden beğendiklerimi almaya çalışıyorum genelde (Ö25).”

Yeni nesil olarak adlandırılan bireyler ve aynı şekilde ergenler, sosyal medya mecralarında takip

etikleri fenomenleri bir *modelleme* ve *özdeşleşme* ögesi yapmakta, onların sunduğu yaşamları taklit etme ve fenomenlerin sundukları kimi davranışları kendi hayatlarına uyarlama yoluna gidebilmektedirler. Bu durum zamanla bir tür *istekli özdeşleşmeye* (Öztürk, 2023, s. 126) de yol açmaktadır. İstekli özdeşleşme, ünlü bireyler ya da medya karakteri gibi olma ya da bu insanlar gibi davranışta bulunma isteğidir. Bu ise çoğunlukla bir medya karakterinin izlenmesinin ötesine geçmekte ve dolayısıyla uzun süreli bir özdeşleşmeyi temsil etmektedir (Hoffner ve Buchanan, 2005; Shoenberger ve Kim, 2019; Öztürk, 2023, s. 126). Nitekim kimi lise öğrencileri sosyal medya fenomenlerini taklit ettiklerini şöyle ifade etmişlerdir:

“Şakaları kullanıyorum davranışlarını kullanmıyorum (Ö9).”

“Bazen evet bazen hayır olumlu yönlerini daha çok kullanıyorum (Ö10).”

“Bazen evet kullandığı kelimeler dilime dolanabiliyor (Ö12).”

“Yaptıkları esprileri kullanıyorum bazen (Ö14).”

“Mesela bir twitch yayıncısı var, S. Belkıs diye. Böyle hani bir şaka yapıyor bir söz söylüyor hemen patlıyor, onun gerçekten kullandığı kelimeleri kullanıyorum (Ö20).”

Sosyal medya fenomenlerinin onları takip eden lise öğrencileri için bir tür model olma potansiyeli taşıdığını söylemek yanlış olmayacaktır. Lise öğrencilerinin sosyal medya mecralarını yoğun şekilde kullanması bu durumu daha da pekiştirmektedir.

3.4. Kaçış Limanı ve Motivasyon Kaynağı Olarak Fenomen

Dijitalleşme çağında lise öğrencilerinin gittikçe bireyselleşen ve kendi kendine yeten bir duruma doğru gittikleri gözlemlenmektedir. Hayatı adeta sosyal platformlarda yaşayan ergenler, çoğu zaman gerçek dünyayı ıskalamakta ve sosyal medya mecralarında ortaya çıkan durumları daha çok önemser hale gelmektedirler. Bu noktada, lise öğrencileri sosyal medya platformlarını bir tür ‘*kaçış limanı*’ ve bu platformlardaki aktörleri (fenomenleri) ise birer motivasyon kaynağı olarak görmektedirler. Bu durum aslında yeni neslin atomize olmasıyla da ilgili bir durumdur. Bu bağlamda, araştırmaya katılan lise öğrencilerinden bazılarının, sosyal medya fenomenlerini ve onların paylaşımlarını bir kaçış mekânı olarak görmektedirler. Bu durumu kendileri için adeta bir moral kaynağı olarak algılamaktadırlar. Nitekim katılımcı öğrencilerden bazıları şunları anlatmışlardır:

“Daha çok boş vaktimi öldürmek ve eğlenmek için takip ediyorum (Ö6).”

“Kişiliğimi olumlu yönde etkilediğini düşünüyorum onları takip ettikten sonra şu an önceki hayatım ve şu anki hayatım arasında büyük bir fark görüyorum. Şu an kendimi çok daha zeki

hissediyorum. Gerçekleri öğrendikten sonra huzursuzluk oluyor (Ö7).”

“Fenomenler çok güzel yaşıyorlar o hayatı ben de yaşamak isterim (Ö12).”

“Fenomenin birçok özelliğine ister istemez sahip oluyorsun ve kendi benliğinden çıkıyorsun (Ö15).”

“Psikolojimi olumlu yönde etkilediği zamanlar da oluyor genellikle moralimin bozuk olduğu zamanlarda vakit geçirdiğimde biraz daha kafa dağıtıyorum (Ö24).”

Öte yandan, lise öğrencileri, takip ettikleri fenomenleri kendileri için bir tür *motivasyon kaynağı* olarak da görmektedirler. Fenomenlerin paylaştığı içerikleri önemsediklerini ve onların kimi zaman *kendilerini yönlendirdiklerini* ifade etmişlerdir. Öztürk’e (2023, s. 137) göre de fenomenlerin, kendilerini takip eden kişilerin yaptıkları yorumlara yanıt vermeleri, kimi zaman bazı takipçileriyle buluşmaları, çevrimiçi görüşmeler ve çekilişler yapmaları veya hediyeler vermeleri türünden faaliyetler düzenlemeleri, iki taraf arasında daha güçlü parasosyal ilişkilerin kurulmasına ve fenomenlerin takipçi sayısının artmasına yol açmaktadır. Yine öğrenciler, fenomenlerin yaptığı paylaşımları bir tür *eğlence kaynağı* olarak da görmektedirler. Nitekim bazı katılımcı öğrenciler bu konuda şunları ifade etmişlerdir:

“Takip ettiğim fenomen(ler) beni güldürsün, eğlendsin, mutlu etsin yeter (Ö3).”

“Mizahını beğenmem ve içeriklerinin güzel olması bana yeter (Ö5).”

“Fenomenlerin genelde beni eğlendirmesi önemli (Ö6).”

“Eğlenceli olması yüksek mizah anlayışında olması kaliteli içerik üretmesi kâfi (Ö9).”

“Fenomenlerin eğlenceli ve iyi bir insan olmaları (Ö13).”

Lise öğrencileri, sosyal medya platformlarında takip ettikleri fenomenleri moral ve motivasyon kaynağı olarak görebilmekte; onların paylaşımlarını ciddiye almakta ve söz konusu paylaşımlara hayatlarında yer verebilmektedirler. Bu tema ve alt tema altında ve katılımcı görüşlerinde dikkat çeken noktalardan birinin, ergenlerin mizah anlayışında meydana gelen değişimdir. Dijital dünyanın içine doğan ve interneti yoğun şekilde kullanan günümüz ergenlerinin mizah anlayışlarının dijital süreçle birlikte yapılandığı anlaşılmaktadır. Toplumsal yapıya ve zamana bağlı olarak farklılaşabilen mizah, teknolojik gelişmelerle birlikte yeni anlatım teknikleri kazanmıştır. İletişim sürecine koşut olarak teknoloji odaklı mizah da evrensel iletişim modu halini almış durumdadır (Tay, 2012; Kırık ve Saltık, 2017, s. 100). Nitekim Kırık ve Saltık (2017, s. 100), teknoloji odaklı mizahın evrensel nitelik taşıyan yeni anlatım tekniğinin ‘meme’ olduğunu; farklı olaylardan ve durumlardan esinlenerek üretilen ‘internet meme’ kavramının ülkemizde daha çok ‘caps’ adıyla bilindiğini belirtmektedir. Günlük gözlemlerden

hareketle, sosyal ağlarda paylaşılan ‘caps’lerin ergenlerin / lise öğrencilerinin mizah anlayışlarında önemli bir yer tuttuğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Dolayısıyla, sosyal medya fenomenlerinin bu yöndeki paylaşımlarının, kendilerini takip eden ergenlerin mizah anlayışlarını da inşa ettiğini ifade etmek doğru bir saptama olacaktır.

3.5. Kişilik ve Kimlik İnşa Etme Kaynağı Olarak Fenomen

Dijitalleşme süreciyle birlikte bireyler, dijital kimlik inşa etme yoluna gitmiş; şizofrenik bir durum arz eden dijital kimlik yapılandırma kaygısı ergenlik çağındaki bireyler için adeta bir varoluşsal mücadeleye dönüşmüştür. Bu bağlamda, ergenlik çağındaki lise öğrencileri de sahip oldukları sosyal medya hesapları üzerinden dijital kimliklerini inşa etmenin çabası içine girmişler; bu platformlarda idealize ettikleri benlik ile gerçek benlik algısı arasında ortaya çıkan bir ikilemin içine düşmüşlerdir. Başka bir ifadeyle, sosyal ağları yoğun şekilde kullanan lise öğrencileri, gerçek yaşam ile sanal yaşam arasında gidip gelmekte; gerek kendilerinin yaptığı paylaşımlar ve gerekse takip ettikleri sosyal medya fenomenlerinin paylaşımları (söz konusu paylaşımlara like atarak veya paylaşımlara beğeni yaparak) üzerinden bir tür ‘benlik sunumu’ yapmaktadırlar. Dolayısıyla, takip ettikleri sosyal medya fenomenlerinin bu konudaki etkilerini bazı katılımcı öğrenciler şöyle ifade etmişlerdir:

“Kişiliğim üzerine yeniden düşünmeme ve kendi kişiliğimi tekrar bulmama yardımcı oluyorlar (Ö10).”

“Onların yaşam tarzlarını örnek alıyorum ve onlar gibi olabilmek için kişiliğimi geliştiriyorum (Ö12).”

“Fenomenin birçok özelliğine ister istemez sahip oluyorsun ve kendi benliğinden çıkıyorsun (Ö15).”

“Fikirlerimi geliştirdiği için bence kişiliğimi de geliştiriyor her yönde (Ö16).”

“Kişiliğimi olumlu yönde etkilediklerini düşünüyorum bana çok şey kattıklarını düşünüyorum tabii ki takip ettiğim alanlarla da ilgisi vardır bu şekilde (Ö17).”

“Takip ettiğim kişiler iyi olunca kişiliğimi de iyi etkilediğini düşünüyorum (Ö25).”

Sosyal ağların hayatın merkezine oturduğu günümüz toplumlarında, ergenlik çağında bulunan lise öğrencileri benlik sunumlarını dijital kimlikler üzerinden yapmanın çabası içine girmektedirler. Lise öğrencileri, *Goffman’ın deyimiyle günlük yaşamda benliklerinin, kimliklerinin sunumunu bir tiyatro sahnesi olan sosyal ağlarda yapmaktadırlar. ‘Dijital ağlarda benliğin sunumu’ olarak adlandırılabilir bu davranışın, fenomenlerin örtük etkisi altında gerçekleştiğini söylemek mümkündür. Öte yandan,*

Yazıcı Sezgin'e (2023, s. 71) göre de yeni medya çağında performanslarımız günlük hayattan sanal yaşama ve sosyal medya kanallarına taşınmış durumdadır. Ona göre sahne önü, sosyal medya paylaşımlarımızın kendisi, sahne arkası da belki o paylaşımın hazırlandığı asıl yaşamımız olmuştur. Goffman'ın günlük yaşantımızdaki performanslarımızı anlatmak için kurduğu analogi günümüz dünyasında sosyal medya mecralarında gerçek olmuş durumdadır. Toy'un (2023, s. 82) da altını çizdiği gibi ilişkilerimiz, bilgi kümelerimiz, dış dünyaya ilişkin tasavvurlarımız, benlik bilincimiz artık sosyal ağlar tarafından meşruiyetini sürdürmektedir. Dolayısıyla sosyal ağları yoğun kullanan ve bu ağların özneleri arasında yer alan fenomenleri takip eden ergenlerin, sosyal medyada 'görünür oldukça anlam kazanmanın, beğeni yaptıkça varlık kazanmanın' çabası içinde olduklarını söylemek yanlış olmayacaktır.

3.6. Vazgeçilen Bir Portre Olarak Fenomenler

Sosyal ağlarda uzun bir süre takip edilen ve paylaştıkları içerikleri takip edilen fenomenler, yeri geldiğinde vazgeçilen ve takip edilmeyen bir duruma da gelebilmektedirler. Bu durum, sosyal medya fenomenlerinin sürekli şekilde takip edilen kişiler olmadığı anlamına da gelmektedir. Nitekim ergenlik çağındaki lise öğrencilerinin de farklı gerekçelere bağlı olarak uzun süre takip ettikleri fenomenlerden vazgeçebildiklerini ve onları takipten çıktıklarını görebiliyoruz. Farklı nedenlerle takipten çıkma konusunda katılımcı öğrencilerden bazıları şunları anlatmışlardır:

"Evet, bazen bıraktıklarım da olmuştur, çünkü başta takip ettiğim özelliğini sonradan kaybettiyse veya sonrasında değiştiğini düşündüysem ve beni artık mutlu etmiyorsa takipten çıkmışımdır (Ö10)."

"Bıraktım evet çünkü bir süre sonra kişilikleri bozuldu ve artık eskisi gibi davranmamaya başladılar ben de takipten çıktım (Ö11)."

"Evet, çünkü artık eskisi gibi olmadığını fark ettim yani hem ünlendikçe ve para kazandıkça değiştiğini fark ettim her yönde o yüzden evet bıraktım (Ö16)."

"Evet, çünkü küçük yaşta takip ettiğim kişilerin büyüyünce mizahlarını ya da davranışlarını beğenmediğim oldu (Ö19)."

"Kendisini uzun süredir takip ediyordum daha sonra çocuğu falan oldu ve gittikçe böyle birazcık daha çocuk kanalına döndü gibi hissettim. Hayatı yani doğal olarak çocuğunu falan paylaşıyordu ama artık ilgimi çekmemeye başladı. Sürekli bebeğini paylaşıyor. Beni de sıkmaya başladı bu durum açıkçası. Bir de o kişinin işte başka ünlü arkadaşları da vardı, o arkadaşlarıyla bazı böyle kavgalı olayları falan çıktı ve birazcık daha o kişiye karşı samimiyetimi kaybettim çünkü o kavga olayında bence o haksızdı. Birazcık daha sinsi gelmeye başladı o kişi bana ve

mesela Twitter’da da insanlar o takip etmeyi bıraktığım kişiye de böyle yine onların da benim gibi düşündüğünü gördüm. Twitter’da da o şeyleri görünce o kişiye karşı soğudum ve takipten çıktım (Ö20).”

“Daha önce bırakmıştım, evet. Saçma içerikler üretmeye başlamıştı ve açıkçası ara sıra böyle argo veya dikkat çekmek için kötü hal ve hareketleri olduğunu düşünüyorum. O yüzden fenomenin birini takipten çıktım, beğeni yapmamaya başladım (Ö21).”

Çalışmasında, sosyal medya fenomenleri tarafından yapılan ürün reklamlarına ilişkin takipçilerde ortaya çıkan şüpheli tutumun satın alma niyetini nasıl etkilediğini ele alan Semiz (2020, s. 130), sosyal medya fenomenlerince yapılan reklamlara yönelik tüketici ya da takipçi kuşkuculuklarının yol açtığı abartılı reklam vaatleri ortadan kaldırıldığı zaman hedef grubun olumsuz tavrının da yok olacağını söylemektedir. Görüldüğü üzere araştırmaya katılan lise öğrencilerinin, takip ettikleri fenomenlerin farklılaşan davranışları ve yaptıkları paylaşımlarda içerik değişikliğine gitmeleri karşısında takibi bıraktıkları veya tamamen vazgeçtikleri anlaşılmaktadır.

4. SONUÇ

Tecrübe ettiğimiz dijital çağda ‘sosyal medya fenomenlerinin’ adeta birer kanaat önderi haline geldiği bir süreci yaşıyoruz. Kamuoyunda yoğun bir şekilde yer tutan sosyal medya fenomenleri, adeta çağın vebası haline gelmekte; fenomen olma hayali de sosyal medya hesabı olan çocuklar tarafından dillendirilen konulardan biri olmaktadır. Ayrıca, sosyal medya fenomenlerini takip eden kişi sayısı her geçen gün artmakta, bireyler takip ettikleri fenomenlerle kendilerini inşa etmeye devam etmektedirler. Şüphesiz bu gruplardan biri ergenlik çağındaki lise öğrencileridir. Sosyal ağları kullanan lise öğrencileri, benlik sunumlarını ve dijital kimliklerini adeta takip ettikleri fenomenler üzerinden yapılandırmaktadırlar. *Bu yüzden, ergenler, takip ettikleri fenomenlerle kendilerini özdeşleştirebilmekte ve kendilerini onlar üzerinden anlatma yoluna gidebilmektedirler. Uysal’a (2023, s. 72) göre de bireyler, sosyal medyada kendini yansıtabildiği ölçüde varoluşunun güçlendiği biçiminde genel bir algıya sahiptir. Bu ise doğal olarak herkesi bu sosyal mecralarda var olma ve sosyal ağlardaki varoluşlarını destekleme yönünde güdülemektedir. Dolayısıyla bu araştırmada, sosyal ağlarda saatlerce vakit geçiren lise öğrencilerinin sosyal medya fenomenlerini takip etmeleri ve onlara ait paylaşımları hiç sıkılmadan izlemeleri; paylaşımlara beğeni yapmaları ve kimi zaman onlarla parasosyal etkileşim kurmaları, omniptik gözetim kapsamında yapılan davranışlar olarak kabul edilmiştir. Dolayısıyla bu araştırmada; gönüllülük, eğlence ve haz temelinde gerçekleştiği varsayılan bu edimlerin faili olan katılımcı lise öğrencilerinin, en az bir sosyal medya fenomenini takip ettikleri; onların yaptığı paylaşımları izledikleri belirlenmiş ve bu davranışı temellendiren önemli sonuçlara ulaşılmıştır.*

Katılımcı lise öğrencilerinin tümü, takip ettikleri fenomenlerin kendilerinin çeşitli konularda aldıkları kararları etkilediklerini belirtmiştir. Ayrıca, fenomenlerin farklı konularda yaptıkları önerileri çoğu zaman dikkate aldıkları; fenomenlerin, çevrimiçi sosyal etki yaratarak bir tür sosyal kolaylaştırıcı rol oynadıkları tespit edilmiştir. Bu durumu, fenomenlerin, öğrencilerin *öneri alma ve karar verme zincirine* tesir eden bir güç haline geldikleri şeklinde değerlendirmek mümkündür. Kim vd. (2015'ten akt. Gümüş, Karaca ve Onurlubaş, 2021, s. 759) göre de fenomenler ve takipçiler arasındaki parasosyal ilişkide fenomenlerin genel itibarı, takipçilerin satın alma niyetlerini olumlu yönde etkilemektedir. Yine, Gümüş, Karaca ve Onurlubaş (2021, s. 769), yaptıkları araştırmada, katılımcıların başta giyim, yemek ve teknoloji alanında daha fazla sosyal medya ünlüsünü / fenomenlerini takip ettiklerini tespit etmişlerdir. Paç Çelik'e (2023, s. 75) göre de takipçileriyle güçlü etkileşim bağları sebebiyle takipçiler, fenomenleri kendilerine daha yakın görebilmekte, fenomenlere daha çok güvenebilmekte ve onların yaptıkları tavsiyeleri daha çok dikkate alabilmektedirler.

Sosyal ağlarda *'dijital kimliklerini, statülerini ve saygınlıklarını inşa etme'* yoluna giden katılımcı lise öğrencilerinin önemli bir bölümü, sosyal medya fenomenliğini bir *'gelir elde etme'* olgusu olarak algılamakta; fenomenlerin kolay yoldan para kazandıklarını düşünmektedirler. Sezen'e (2016'dan akt. Tam, 2020, s. 1330) göre de takipçi kitlesi açısından bakıldığında; bir sosyal medya fenomenine duyulan hayranlık, esasında kitlenin söz konusu fenomene yüklediği değerden ziyade, fenomenin; öyküsü, hayat şekli, kültürü vb. unsurlarını kendisininmiş gibi benimsemesiyle ilişkili bir durumdur. Tam'a (2020, s. 1330) göre ise sosyal medya etkileyciliğini belirleyen ve bu düşüncenin ortaya çıkmasını sağlayan bir diğer dinamizm; takipçilerin, fenomenlerin yaşamlarında kendilerini görme ve hissetme isteğidir.

Katılımcı lise öğrencilerinden bazılarının, takip ettikleri fenomenleri *'moda ikonu'* olarak gördükleri; fenomenlerin lise öğrencilerinin tüketim davranışlarını da önemli ölçüde etkilediği tespit edilmiştir. Buradan, lise öğrencilerinin, takip ettikleri fenomenlerle bir tür özdeşleşme yoluna gittikleri, kimi noktalarda onları taklit ettikleri anlaşılmaktadır. Çevrimiçi sosyal öğrenmenin söz konusu olduğu bu durumda, teknolojinin içine doğan, vakitlerinin önemli bir kısmını sosyal ağlarda geçiren öğrencilerin, fenomenleri rol model olarak alabildikleri de anlaşılmaktadır. Bu ise bize *'bana arkadaşını söyle, sana kim olduğunu söyleyeyim'* atasözünü çağrıştıran *'bana fenomenini söyle, sana kim olduğunu söyleyeyim'* sözünü dillendirme fırsatı sunmaktadır. Nitekim günlük hayattaki sohbetlerde yer verilen *'takipçi, beğeni yapma ve alma, like atma, stalklama vs. gibi'* kavramlarla bireylerin kendilerini nicel ifadelerle sunmaları, fenomenlerin *'mümkün olduğu kadar çok takipçiye sahip olma'* stratejisiyle benzerlik taşıdığı görülmektedir.

Katılımcı öğrencilerin sosyal medya ağlarını bir tür güvenli liman olarak gördükleri de belirlenmiştir. Bunun ise *'yeni neslin sosyalleşme sürecine ait dinamiklerin değiştiği, sosyal ağların bu sürecin adeta birincil mekânı haline geldiği'* yönündeki değerlendirmeleri desteklediği söylenebilir. Nitekim katılımcıların, fenomenleri aynı zamanda motivasyon kaynağı olarak algıladıkları belirlenmiştir.

Bu durum, dijitalleşme süreciyle pekiştirilen modern dünyada ‘yalnızlaşan ve atomize olan bireyi’ de akla getirmektedir. Sosyal ilişkilerden kopan bireyler, kendine yetebilen ve sosyal ağlarda mutluluğu yakaladığına inanan bir duruma gelmektedirler. Dolayısıyla fenomen takibi bu durumu pekiştirici bir etki yaratabilmektedir. Yine, katılımcı öğrencilerin, fenomenleri birer sözü dinlenen, bilgili figürler olarak gördükleri; eğlence, gülme ve mizah anlayışlarını sosyal medya fenomenleri üzerinden yapılandırıkları da belirlenmiştir. Nitekim sıkça duyduğumuz ‘caps’ kavramı, mizah anlayışındaki değişimi yansıtmaktadır. Basılı mizah dergilerinin neredeyse hiç okunmadığı veya yok olmaya yüz tuttuğu günümüzde, yeni neslin ‘caps’lere olan yoğun ilgisi üzerinden yeni bir mizah anlayışı yapılanmakta ve ‘caps’ler, yazılı mizah ürünlerinin yerine ikame edilmektedir.

Sosyal ağlar kısa bir süreçte kendi aktörlerini, fenomenlerini de doğurmayı başarmış durumdadır. Fotoğraf ve resimle başlayarak bireyin görünür olma arzusunun bugünkü sonucu olduğu söylenebilir (Eraslan, 2013; Sezgin, 2016, s. 2147). Bu araştırmada da lise öğrencilerinin gerçek yaşam ile sanal yaşam arasında biçimlenen bir çabanın içinde oldukları; sosyal ağlarda *benlik sunumlarını* ve *dijital kimliklerini* takip ettikleri fenomenler üzerinden inşa etme yoluna gittikleri belirlenmiştir. Öte yandan, sosyal medya paylaşımlarındaki fotoğraflar, kimliklere farklı bir boyut kazandırmıştır. Bireylerin kültürel olarak yaşadıkları çevrelerdeki sosyal mevki ve statülerinin karşılığı olan ve inanç, tutum, değer yargıları gibi yaşam şekillerini sembolize eden kimlik kavramı (Karaduman, 2010; Sezgin, 2016, s. 2147); Sezgin’e (2016, s. 2147) göre görünür olma arzusuyla birlikte, sosyal medya paylaşımına açık olan yapıyla yeniden yapılandırılmaktadır.

Katılımcı lise öğrencilerinin farklı nedenlere bağlı olarak, fenomenleri takipten vazgeçtikleri de belirlenmiştir. Katılımcılar, fenomenlerin farklılaşan davranışlarını, sayfalarında içerik değişikliğine gitmelerini, beklentilerine cevap veremez duruma gelmelerini bu durumun gerekçeleri olarak belirtmişlerdir. Yani, öğrencilerin, takip ettikleri fenomenleri ve onların paylaştığı içerikleri beğenmemeye başladıkları zaman fenomenlerle olan iletişime son verebildikleri anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, sevilen bir karakter programdan ayrıldığında veya program sonlandığında; izleyici ile karakter arasında kurulan parasosyal etkileşimin bozulması durumu *parasosyal ayrılık* olarak tanımlanmaktadır (Cohen, 2003; Şeker, 2018, s. 23). Bu çalışmada da ulaşıldığı gibi lise öğrencileri, sosyal medya fenomenlerini çeşitli nedenlerle takipten çıkabilmekte; parasosyal bir ayrılığın içine girebilmektedirler. Ancak bu durum, ergenlerin sosyal medyayı kullanmada kendilerini kısıtladıkları veya bu yönde bir azaltmaya gittikleri anlaşılmamalıdır. Aksine, sosyal medya bağımlılığının arttığını gösteren çok sayıda araştırma mevcuttur.

Bu araştırma özelinde, ergenlik çağındaki lise öğrencilerinde sosyal medya fenomenlerine bir bağlanmışlığın varlığından da bahsetmek mümkündür. Çünkü sosyal ağlarda ilgiyle karşılanan, uzman olduğu düşünülen ve takipçileriyle benzer özellikler taşıyan sosyal medya fenomenleri, takipçileriyle iletişim kurarak onlarla duygusal bağ oluşturabilmektedir (Uğurhan ve Yaşar, 2021; Yıldırım ve Eldeniz,

2022, s. 405). Nitekim Yaylagül (2017, s. 232) de araştırmasında, sosyal ağlarda günlük geçirilen sürenin artmasıyla fenomenlere bağlanışlığın artış gösterdiğine yer vermektedir. Yine bu çalışmada, kız öğrencilerin fenomenleri daha çok takip ettikleri; moda, beden algısı, fenomenler tarafından sunulan yaşama ulaşabilme, tüketim davranışı, dış görünüş, mizah, jargon gibi konularda takip etme davranışlarını sürdürdükleri belirlenmiştir. Bu durumu, ergenlik çağındaki kızların kimlik arayışı ve kimlik gelişimi süreçlerine ve Öztürk'ün (2023, s. 132) vurguladığı 'kimlik benzerliği, kimlik ayırt ediciliği, kimlik itibarı, istekli özdeşleşme' gibi durumlara bağlamak mümkündür. Dolayısıyla kızlar, sosyal medya fenomenlerini rol model olarak alabilmekte; güzellik, yaşam tarzı, kişisel gelişim gibi konularda fenomenleri ilham verici bulabilmektedirler. Olumlu beden imgesinin inşası, güzellik algısı, yeme tutumu, sosyal kabul ve aidiyet, eğlence ve bilgi, merak vs. gibi konular nedeniyle de kızlar, sosyal medya fenomenlerini takip etmektedirler. Sosyal medya fenomenlerini bir tür 'rol modelleyici' olarak gören kızların bu davranışı, Öztürk'ün (2023, s. 123) 'fenomen yapışkanlığı'³ gibi bir yapının ortaya çıkmasına da yol açabilmektedir.

Katılımcı lise öğrencilerinin takip ettikleri fenomenlerle bir tür '*parasosyal etkileşim*' içinde oldukları da anlaşılmıştır. 1956 yılında Horton ve Wohl tarafından yapılan çalışmada ilk kez kullanılan 'parasosyal etkileşim kavramı', başlangıçta radyo-televizyon ve tiyatro olmak üzere seyircilerin medya vasıtasıyla etkileşime girdikleri karakterlerle yaşadıkları ilişki anlamında kullanılmıştır (Horton ve Wohl, 1956; Gümüş, Karaca ve Onurlubaş, 2021, s. 754). Medyadaki figürlerin ya da karakterlerinin izleyicilere dönük gerçekleştirdiği davranışların yüz yüze gerçekleşen bireyler arası iletişimle benzerlik göstermesi kavramın zeminini oluşturmakta ve bu yüzden hayali bir iletişimin varlığından söz edilmektedir. Medyadaki karakterlerin jest, mimik ve beden dillerini kullanmaları; kameraya bakışları ve selamlama gibi edimleri ile seyircilerle arasında bir iletişim kurduğu algısı yaratılmaktadır. İzleyiciler, karakterlerin bu ritüelleri sonucunda onlarla sanki aynı mekânda bulunuyormuş gibi hissederek bu etkileşimde tepki gösterme eğiliminde bulunmaktadır. Dolayısıyla izleyici-medya karakteri arasında kurulan bu etkileşim hali ise parasosyal etkileşim olarak adlandırılmaktadır (Hartmann, 2008; Koban, 2024, s. 57). Yeni medyayla birlikte parasosyal ilişki tipinde adı geçen izleyici sözcüğü takipçiye, izlenen sözcüğü ise takip edilene evrilmiş haldedir. Bu biçimde Instagram, Facebook, Twitter gibi mecralarda yer alan fenomenlerin yaptıkları paylaşımlar, takipçileri tarafından izlenebilmektedir (Yayla, 2019; Gümüş, Karaca ve Onurlubaş, 2021, s. 756). Dolayısıyla yeni medyayla birlikte ortaya çıkan interaktif ilişki potansiyeli ve çift taraflı etkileşimler neticesinde tek taraflı işleyen bu ilişkiler dönüşüm geçirmiş ve çift taraflı olarak gelişmeye başlamıştır (Oyman ve Akıncı, 2019; Koban, 2024, s. 68). Sosyal ağlarda fenomen ile takipçi arasında gerçekleşen parasosyal etkileşimin düzeyi arttıkça takipçilerin davranışsal, dilsel, bilişsel, duygusal vb. gibi alanlarda etkinlenme durumlarının da devam edeceğini söylemek

³ Öztürk'e (2023, s. 125) göre bu kavram, bir sosyal medya fenomenini takip eden kişilerin, söz konusu fenomenin kişisel sayfalarını ya da online sitelerini tekrar ziyaret etme ve bu sitelerde kalma sürelerini uzatma istekliliğidir.

mümkündür.

Öte yandan; popüler olma arzusu, sosyal kabul görme onaylanma gereksinimi, sosyal etki, aidiyet, çevrimiçi dünyada yapılanan normlar ve kabul gören trendler, çevrimiçi sosyalleşme dinamikleri, akran etkisi, fomo korkusu, dopamin arayışı, beğeni ve mizah anlayışındaki değişim, sosyal karşılaştırma duygusu, beğeni alma ve takdir görme isteği, çevrimiçi itibarın inşası, reel dünyadan dijital mecralara aktarılan habituslar, sosyal ağlar aracılığıyla sosyal, kültürel ve simgesel sermayeyi güçlendirme arzusu, tüketim alışkanlıklarının değişime uğraması, dijital kamusal alanda mahremiyetin dönüşümü, interaktif toplumun bir parçası olma güdüsü, fenomenler aracılığıyla sosyal hiyerarşi merdiveninde yukarı çıkma arzusu, tanınma isteği vs. gibi birçok durum, ergenlerin söz konusu fenomenleri takip etme dinamikleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla, dijital kültürle birlikte mahremiyetin dönüşüme uğradığı dijital kamusal alanda çocukların ve ergenlerin sosyal medya fenomenlerini takip etme davranışları; parasosyal etkileşim ve iletişim ile karar verme bağlamında incelenebilir. Sosyal medya fenomenlerinin ergenler tarafından niçin takip edildiğini odağa alan nicel ve karma desenli araştırmalar da planlanabilir. Sosyal ağlarda 'takipçi-fenomen' zincirinde gerçekleşen 'çevrimiçi parasosyal etkileşimin', ergenlerin tüketim davranışına etkisini irdeleyen çalışmalar da yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Aksöz, Y. (2023). *Sosyal medya fenomenlerinin narsistik kişilik özellikleri, mükemmeliyetçilik ve kendini mükemmel sunma özellikleri ışığında çevrimiçi ve çevrimdışı kimlikleri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Aytuğ, Y. (2023). Bu ülkede fenomenliğin mafyasını da türetti. *Lacivert Yaşam Kültürü Dergisi*, (106), 30-35.
- Bagheri, N. (2023). *Fenomen pazarlamasında kaynak güvenilirliğinin satın alma niyetine etkisinde fenomeni tavsiye etme niyetinin rolü: Instagram üzerine bir araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Baltacı, A. (2017). Nitel veri analizinde Miles-Huberman modeli. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(1), 1-15. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/318527>
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2021). *Eğitimde bilimsel araştırma yöntemleri* (31. baskı). Pegem Akademi.
- Cevizci, A. (1999). *Felsefe Sözlüğü* (3. basım). İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Ceylan, A. (2016). *Aile kavramına ilişkin metaforik algıların belirlenmesi* [Yüksek lisans tezi]. Sakarya Üniversitesi.
- Çitil Akyol, C., Sumbas, E. (2023). Sosyal medyada ebeveyn olmak: Babalar nerede?. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(3), 1282-1292. doi: 10.11616/asbi.1265506
- Demir, S. (2024). *Kadın tüketicilerin online anlık satın alma niyetinde fenomen pazarlamanın etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Mersin: Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Demirli, E. (2023). Bu fenomenin numeni nerede? *Lacivert Yaşam Kültürü Dergisi*, (106), 36-39.
- Dijital Medya Ajansı / Growbyshare (2024). *Influencerlar Nasıl Para Kazanıyor?* <https://www.growbyshare.com/blog/tr/influencerlar-nasil-para-kazaniyor> Erişim Tarihi: 27.07.2024
- Ekinci, Ö. (2023, 22 Haziran). Sosyal Medya Fenomenleri Ergenlik Çağındakileri Nasıl Etkiliyor? *TRT Haber*, <https://www.trthaber.com/haber/cocuk/sosyal-medya-fenomenleri-ergenlik-cagindakileri-nasil-etkiliyor-776806.html>

- Ergür, G. (2023). Çağın vebası: Instagram anneliği. *Lacivert Yaşam Kültürü Dergisi*, (106), 56-59.
- Gedik, Y. (2020). Sosyal medyada yükselen bir trend: Influencer pazarlama üzerine kavramsal bir değerlendirme. *Pamukkale Üniversitesi İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 362-385. <https://doi.org/10.47097/piar.825325>
- Gül Ünlü, D. ve Zeybek, B. (2020). Sosyal medya fenomeni ve marka işbirliği: işbirliği paylaşımlarına ilişkin instagram kullanıcı yorumları üzerinden bir değerlendirme. *AJIT-e:Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 11(41), 72-95. DOI: 10.5824/ajite.2020.02.004.x
- Gümüş, N., Karaca, Ş, ve Onurlubaş, E. (2021). Sosyal medya fenomenleri ile kurulan parasosyal etkileşimin online tüketici davranışlarına etkisi. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (25), 752-773. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/igdirsosbilder/issue/66833/1045379>
- İncirkuş, E. (2024). *Hedonik tüketimde sosyal medya fenomenlerinin etkisi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- İslamoğlu, G. (2024). *Sosyal medya ile birlikte yıldızlaşan benlikler: Instagram fenomenleri*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kılıç, İ. ve Gürlek, M. (2023). Green influencer marketing: conceptualization, scale development, and validation: an application to tourism products. *Journal of Sustainable Tourism*, 1–26. <https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2273755>
- Kırık, A. M. ve Saltık, R. (2017). Sosyal medyanın dijital mizahı: İnternet meme/caps. *Atatürk İletişim Dergisi*, (12), 99-118. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/atauniiletisim/issue/32754/374552>
- Koban, K. (2024). *Parasosyal etkileşimin satın alma niyetine etkisi: Sosyal medya fenomenleri ve takipçiler üzerine bir araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Merdan, Z. (2023). Fenomenler ve hakiki arzu arasında. *Lacivert Yaşam Kültürü Dergisi*, (106), 50-52.
- Oğuz, Z. (2024). *Karar verme sürecinde sosyal medya fenomenlerinin etkisi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Bilişim Enstitüsü.

- Öktem, Ü. (2005). Fenomenoloji ve Edmund Husserl'de apaçıklık (Evidenz) problemi. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 45(1), 27-55. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/dtcfdergisi/issue/66771/1044165>
- Örs, M. (2018). İnternet fenomenlerini neden takip ediyoruz? Tüketici-fenomen ilişkisini güçlendiren nedenlerin ampirik bir çalışma ile değerlendirilmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10 (4), 187-209. DOI: 10.20491/isarder.2018.519
- Özdemir, G. (2023). *Sağlıklı yaşam fenomenleri, ürettikleri görsel-işitsel içerikler ve Türkiye'deki etkilerinin algılanması üzerine bir araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi Ekonomi ve Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Öztürk, O. (2023). Fenomen yapışkanlığı ve öncülleri arasındaki ilişkilerin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Business and Economics Research Journal*, 14(1), 123-140. <http://dx.doi.org/10.20409/berj.2023.406>
- Paç Çelik, E. (2023). *Sezgisel sistematik model perspektifinden fenomen annelerin satın alma niyeti üzerindeki etkisi: Instagramda fenomen anne takipçileri üzerine bir araştırma*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Tokat: Gaziosmanpaşa Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Sacıhan, D. (2022). Fenomenoloji geleneğinde Edmund Husserl. *Jass Studies-The Journal of Academic Social Science Studies*, 15(91), 523-532. DOI: 10.29228/JASSS.52782
- Satıcı, H. (2021). *Türkiye'de sosyal medya influencerlarının sinemaya olan etkisi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Semiz, B. B. (2020). Sosyal medya fenomenleri tarafından yapılan reklamlara yönelik tüketici şüpheciliğinin tutumlar ve satın alma niyeti ile ilişkisinin incelenmesi. *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 6(2), 115-136. Erişim adresi: <https://www.betadergi.com/patu/yonetim/icerik/makaleler/78-published.pdf>
- Sezgin, A. A. (2016). Türkiye'de instagram fenomenleri: Sosyal paylaşım ağlarında inşa edilen yaşamların kültürel analizi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(43), 2144-2150. DOI:10.17719/jisr.20164317779
- Şeker, S. (2018). *Parasosyal etkileşim: Kişilik özellikleri, sosyal destek ve bazı psikolojik ve sosyo-demografik değişkenler açısından bir inceleme*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Şimşek, Ş. (2021). Byung-Chul Han şeffaflık toplumu tartışmaları. *Medya ve Kültür*, 1(2), 206-210. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2356755>
- Tagay, Ö., Uzun, K. ve Cırcır, O. (2024). Ergenler için sosyal medya fenomenlerinden etkilenme algısı ölçeğinin geliştirilmesi: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 20(1), 128-147. DOI: 10.17860/mersinefd.1281155
- Tam, M. S. (2020). Sosyal medya etkileyicilerinin kanaat önderliği rolü. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 8(2), 1325-1351. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.726057>
- Toksarı, M. ve Mürütsoy, M. (2019). Instagramdaki sosyal medya fenomenlerinin tüketicilerin satın alma davranışlarına etkisi. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 2(8), 586-603. DOI:10.26677/TR1010.2019.201
- Toy, M. E. (2023). Sosyal medyada fenomen olmak ya da olmamak. *Lacivert Yaşam Kültürü Dergisi*, (106), 80-83.
- Tünay Doğan, N. N. (2019). *Sosyal medyada marka sayfaları takibi üzerinde fenomen etkisi: Instagram örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Denizli: Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Türk Dil Kurumu (2024). Fenomen. *Güncel Türkçe Sözlük*, Erişim adresi: <https://sozluk.gov.tr/>
- Ulusal Tez Merkezi (2024). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Uysal, B. (2023). Fenomenlik lüks yaşamın anahtarı. *Lacivert Dergisi*, (106), 72-74.
- Yaylagül, Ş. (2017). Sosyal medya fenomenlerine bağlanışlığın belirlenmesi: Yükseköğretim öğrencileri üzerine bir uygulama. *Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(3), 219-235. <https://doi.org/10.30803/adusobed.349934>
- Yıldırım, L. ve Eldeniz, L. (2022). Sosyal medya ünlülerinin takipçi davranışlarına etkisi. *Yeni Medya Dergisi*, (13), 401-417. <https://doi.org/10.55609/yenimedya.1122914>
- Yazıcı Sezgin, S. (2023). Fenomenlerin gerçek hayatları sosyal medyada gösterdikleri hayatın prova alanı oldu. *Lacivert Dergisi*, (106), 71-72.
- Yıldırım, C. (2000). *Çağdaş Felsefe Sözlüğü* (1. Basım). Bilgi Yayınevi.

‘AKILLI KÖY’ PROJESİNDE TEKNOLOJİK BİR YANILSAMA

Ceren Tunay¹

Öz

Akıllı Köy modeli, geleneksel köy yaşamının, bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanıldığı uygulamalarla donatıldığı bir kırsal yaşam modelidir. Akıllı Köyler, tarım ve hayvancılığı akıllı sistemlerle yeniden örgütleyerek kırsal alanlarda mevcut yaşam standartlarını iyileştirmeyi ve sürdürülebilirliği sağlamayı hedefler. Yaşam standartlarının iyileştirilmesi, mevcut yaşam standartlarının değişime uğraması anlamına gelmektedir. Bu değişim, sosyal ilişkilerde meydana gelebilecek değişimin de habercisi niteliğindedir. Dolayısıyla Akıllı Köy Projeleri, salt teknik uygulamalar olmanın ötesinde, sosyal yapıdan bağımsız düşünülemez ve bütünsel bir yaklaşım gerektirir. Bu makale, teknolojik uygulamaları, salt teknik birer uygulama olmalarının ötesinde, sosyo-kültürel boyuta nasıl yansıyabileceğini Türkiye’de uygulanan ilk Akıllı Köy Projesi üzerinden ele almayı amaçlamaktadır. Ayrıca, kapitalizmin şekillendirdiği yeni insan tipi de bu bağlamda analiz edilmektedir. Küreselleşmenin etkisiyle endüstriyel kapitalizm yeni bir boyut kazanmış; geleneksel olarak maddi varlıklara odaklanan sermaye, uluslararası finansal piyasaların etkisiyle artık finansal araçlara yönelmeye başlamıştır. Üretim tarzının finansal hareketlere dayandığı bu düzen, bireylerin ekonomik kararlarını öngörülemez bir düzleme yönlendirmiştir. Sürekli değişen piyasa koşulları bireyleri de dönüştürmüş ve yeni bir insan tipi yaratmıştır. Bireyler, yatırım fırsatları karşısında dürtüsel tepkiler vermeye daha yatkın hale gelmiştir. Dolayısıyla bu makale, geleneksel değerlerin hâkim olduğu kırsal bir yaşam alanında kurulan Akıllı Köy Projesinin sosyal, ekonomik ve teknolojik yönleri çerçevesinde, bu yeni insan tipinin nasıl tanımlandığı konusunda bir anlayış sağlamayı amaçlamaktadır.

Anahtar Sözcükler: Teknoloji ve toplum, akıllı sistemler, bilgi ve iletişim teknolojileri, köy sosyolojisi.

¹ Doktora öğrencisi, Galatasaray Üniversitesi Sosyoloji Bölümü, cerenntunay@gmail.com, ORCID: 0009-0009-1938-081X

A TECHNOLOGICAL ILLUSION IN “THE SMART VILLAGE” PROJECT

Abstract

The Smart Village concept is a rural life model where traditional village life is equipped with applications using information and communication technologies. Smart Villages aim to improve existing living standards in rural areas and ensure sustainability by reorganizing agriculture and animal husbandry with smart systems. Improving living standards means that existing living standards are subject to change. This change is also a precursor to changes in social relations. Therefore, beyond being purely technical applications, Smart Village Projects cannot be considered independent of the social structure and require a holistic approach. This article aims to examine how technological applications, beyond being mere technical implementations, can reflect on the socio-cultural dimension through the first Smart Village Project implemented in Turkey. Furthermore, the new human type shaped by capitalism is also analyzed in this context. With the impact of globalization, industrial capitalism has gained a new dimension; traditionally focused on material assets, capital has now shifted towards financial instruments under the influence of international financial markets. This system, where the mode of production is based on financial movements, has directed individuals' economic decisions towards an unpredictable terrain. The constantly changing market conditions have also transformed individuals and created a new human type. Individuals have become more prone to impulsive reactions in the face of investment opportunities. Therefore, this article aims to provide an understanding of how this new human type is defined within the social, economic, and technological aspects of the Smart Village Project established in a rural living area dominated by traditional values.

Keywords: Technology and society, smart systems, information and communication technologies, village sociology.

GİRİŞ

Küreselleşme, başlangıcı açıkça tarihlendirilemeyen, ancak 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren dünya çapındaki artan etkileşimler nedeniyle sıkça atıfta bulunulan bir olgu haline gelmiştir. Kapitalist ekonominin faaliyet alanını genişletmesine olanak tanıyan küreselleşme, telekomünikasyon araçlarının mesafeleri sıfıra indirmesiyle birlikte somut bir anlam kazanmaya başlamıştır (Ferrandéry, 1998, s.3). Mekân ve zaman üzerindeki geleneksel sınırların aşılması (Giddens, 1990; Harvey, 1989), ülkeler, ideolojiler, ekonomiler ve kültürlerin birbirini etkileyen ve birbirinden etkilenen unsurlar haline gelmesine neden olmuştur. Artan etkileşimle birlikte karşılıklı bağımlılığın yoğunlaşması, bilgi ve iletişim teknolojilerinin yayılmasına ve bilginin doğasının değişmesine neden olmuştur. Toplumun işleyişinde önemli bir rol üstlenen bilgi, artık somut deneyimin ötesinde, soyut sistemler, semboller ve teorilere dayanmaktadır ve bu durum bilginin geniş ölçüde uygulanabilir hale gelmesini sağlamaktadır (Bell, 1999, s. 20). Artık bilgi, bir meta olarak üretilebilmekte, yenilenebilmekte ve paylaşılabilmektedir. Daha da önemlisi, bilgi artık ekonomik ve sosyal faaliyetlerin merkezindedir. Bilimin teknoloji üzerindeki bu artan etkisi, teknolojiye dayalı bilimsel yaklaşımların toplumsal yapılar üzerinde dönüştürücü bir etki yarattığı noktada belirginleşmektedir.

Bu durum, otomasyon teknolojilerinin üretim ve yönetim süreçleriyle bütünleşmesini kaçınılmaz hale getirmektedir. Küresel etkileşimin artmasıyla birlikte, ortaya çıkan sorunlar da küresel bir boyut kazanmış ve endüstriyel süreçlerin akıllı sistemlerle yeniden ele alınmasını gerektirmiştir. Çevre kirliliği, doğal kaynakların tükenmesi ve iklim değişikliği gibi hayati sorunlara yol açan endüstriyel yöntemler, üretim süreçlerinin daha pratik, esnek ve otomatik hale geldiği yöntemlerle değiştirilmektedir. Bu gelişmeler tarım sektörünü de etkilemiş; dijitalleşme eğilimleri, geleneksel tarım yöntemlerinde önemli değişikliklere yol açmıştır.

Sanayileşme ve teknolojik ilerlemelerin hızlandığı ikinci sanayi devrimine paralel olarak tarım sektöründe bir 'yeşil devrim' yaşanmıştır. 1960'lı yıllarda fosil yakıt türevli girdilerin (gübre, zirai ilaç, makine) yaygınlaşması, tarım sektöründe birim araziden elde edilen verimin artmasını ve 'yeşil devrim' döneminin başlamasını mümkün kılmıştır. Piyasa odaklı tarımın yükselmesiyle birlikte küçük aile işletmeleri temelinde faaliyet gösteren geleneksel tarım, yerini büyük ölçekli tarım işletmeleri ve endüstriyel tarım uygulamalarına bırakmıştır. Bu dönemde uygulanan endüstriyel yöntemler, tarımsal verimliliği önemli ölçüde artırmış; ancak bu yöntemlerin benimsenmesi, çevresel sürdürülebilirlik açısından ciddi sorunlar doğurmuştur. Kimyasal kirlilik, ekolojik tahribat, aşırı enerji tüketimi ve doğal kaynakların israfı gibi olumsuz etkiler (Zhai, Martínez, Beltran ve Martínez, 2020, s. 1) göz önünde bulundurularak 20. yüzyılda *hassas tarım* dönemi başlamıştır.

Önceki dönemlerle kıyaslandığında, bu dönemde yalnızca girdilerin maliyetlerini azaltmak değil, aynı zamanda girdilerin verimliliğini ve sürdürülebilirliğini artırmak da ön planda tutulmuştur. Bu bağlamda, GPS teknolojisi, tarım arazilerinin verimliliğini artırmayı hedefleyen hassas tarım uygulamalarının bir parçası olarak arazilerin hassas izlenmesini ve analizini sağlarken; akıllı sensörler ise tarımın her aşamasında gerçek zamanlı veri toplama süreçlerine katkıda bulunmaktadır. Bu ilerlemeler, *akıllı tarım* modelinin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır.

Hassas tarımda kullanılan teknolojiler büyük miktarda veri (big data) üretmektedir. Bu yapılandırılmamış veri setleri, 'akıllı tarım' teknolojileriyle bütünleştirilerek, sahada toplanan bilgilerin en etkin biçimde kullanılmasını sağlamaktadır. Geleneksel yöntemlerin sürdürülebilirlik açısından yetersiz kalabileceği durumlarda, akıllı tarımın gelişmiş yönetim sistemleri, pratik çözümler ve sistematik araçlar sunarak çiftçilere gözden kaçırılacak sorunları tanımlama ve çözme konusunda yardımcı olmaktadır (Sáiz ve Más, 2020, s.2). Bu nedenle sensör teknolojileri, veri analitiği, yapay zeka ve IoT gibi ileri teknolojiler tarımsal süreçlerin dönüşümüyle ilişkilendirilmektedir (Kocaoğlu, Gümüşlü, Güven, Baz, Erol Barkana ve Soğutmaz Özdemir, 2021, s.3). Akıllı tarımın sunduğu yeni teknolojiler sayesinde tarımsal faaliyetlerin daha az doğal kaynak kullanılarak daha fazla verimliliğe göre düzenlenebildiği (Tawseef Ayoub, Rasool ve Lone, 2022, s.2) göz önüne alındığında, akıllı tarımın hassas tarımın bir evrimi olduğu söylenebilir (Mazzetto, Gallo ve Pasqualina, 2020, s.1).

Dolayısıyla, sanayi devrimlerinin üretim süreçlerinde yarattığı dönüşümler ve uluslararası ekonomik etkileşimlerin piyasa dinamiklerini biçimlendiren etkileri, tarım sektörünün gelişimini şekillendirmiştir. Bu bağlamda, Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) tarafından belirlenen 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi, BM üye ülkeleri tarafından benimsenmiş 17 Sürdürülebilir Kalkınma Hedefini içermektedir (United Nations, 2015). Bu gündemde özellikle yoksulluğu ve açlığı sona erdirmek, sürdürülebilir tarımı teşvik etmek, biyolojik çeşitlilik kaybını durdurmak, su ve sanitasyonu² sürdürülebilir bir şekilde yönetmek, ekonomik, sosyal ve teknolojik ilerlemenin doğayla uyum içinde gerçekleşmesini sağlamak ve sürdürülebilir kalkınma için küresel ortaklığın yeniden canlandırılması gibi hedeflere odaklanılmaktadır.

Sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmak için ekonomik eşitsizlikler, iklim değişikliği, modern teknolojilere erişim ve diğer altyapı sorunlarıyla başa çıkmak gerekmektedir (Zavratnik, Kos ve Duh, 2018, s.1). Bu sorunların çözümünde en etkili yaklaşım, akıllı sistemlerin uygulanmasıdır. Küresel sürdürülebilirlik çabalarının bir parçası olarak akıllı yerleşim birimlerinin ortaya çıkışı, bu sorunların küresel ölçekte yayılmasının ve çözüm geliştirme gereksiniminin doğal bir sonucudur. Nitekim, sorunların küresel ölçekte etki alanını genişletmesi, bireylerin mevcut düzene uyum sağlayarak

² Sanitasyon, bireylerin sağlığını korumak amacıyla temiz su temini, hijyenik atık yönetimi ve genel çevre temizliğini sağlamak için alınan önlemlerin toplamını ifade eder.

dönüşüm geçirmelerini zorunlu kılmaktadır. Bu dönüşüm, bireyin çevresiyle ilişkili her şeyin, yaşam alanları da dâhil olmak üzere, dönüşümünü kaçınılmaz olarak beraberinde getirmektedir.

Bu bağlamda, yenilikçi ve bütünleşik bir ortamda etkileşimleri maksimize eden 'akıllı köyler' bu dönüşümün bir ürünü olarak ortaya çıkmaktadır. Akıllı köy modeli, seyrek nüfuslu bölgelerde yaşayan bireylerin modern teknolojilere ve sosyal gelişmelere erişimini sağlayarak, altyapıyı sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda geliştirmektedir (Zavratnik vd., 2018, s.3). Büyük altyapı ağlarının dışında kalan ve genellikle kendi elektrik, su ve atık yönetim sistemlerini geliştiren kırsal topluluklar için bu dönüşüm, kentsel alanlara kıyasla daha belirgin ve dikkate değer sonuçlar doğurabilmektedir.

Dünyada, akıllı sistemler aracılığıyla tarımı yeniden yapılandırmayı hedefleyen çeşitli akıllı köy girişimleri mevcuttur. Bu girişimlerin en dikkat çeken, Institute of Electrical and Electronics Engineers (IEEE) tarafından yürütülen akıllı köy programıdır (IEEE Smart Village). Bu program çerçevesinde, IEEE, Afrika, Asya ve Kuzey Amerika'nın ağ bağlantısı olmayan bazı bölgelerinde akıllı enerji üretimini teşvik etmektedir (Adesipo, Fadeyi, Kuca, Krejcar, Maresova, Salamat ve Adenola, 2020, s. 3). 2009 yılında başlatılan bu akıllı köy programını, Cork Deklarasyonu (2016) takip etmiştir. Bu bildiride, katılımcılar kırsal bölgelerin ekonomik, sosyal ve çevresel potansiyellerinin daha kapsamlı bir şekilde desteklenmesini; yaşam standartlarını yükseltmek amacıyla bu bölgelere yatırım yapılmasını; sonuç odaklı, basit ve esnek kırsal ve tarımsal politikaların geliştirilmesini; diğer politikaların kırsal bir perspektiften değerlendirilmesini ve on maddelik program vizyonunun gelecekteki politika geliştirme süreçleriyle bütünleştirilmesini talep etmişlerdir. 2019 yılında, Avrupa'nın kırsal bölgelerinin geliştirilmesi için gerçek bir kırsal gündem oluşturulması gerekliliği, 4. Avrupa Kırsal Parlamento'su sonrası Candás Asturias'ta yayımlanan Kırsal Halk Bildirgesi'nde vurgulanmıştır (Rural People's Declaration of Candás Asturias, 2019).

Bu farkındalık, kırsal bölgelerin dijitalleşme yoluyla gelişimini teşvik eden birçok yatırım ve projeye yol açmıştır. Nitekim toplumlar teknolojiyi doğrudan belirlemeseler de devlet müdahalesi aracılığıyla teknolojinin gelişimini engelleyebilir veya yönlendirerek ekonomik, askeri ve sosyal refah üzerinde önemli etkiler yaratabilirler (Castells, 1996, s. 7). Örneğin, Finlandiya, 2016 yılında gerçekleştirilen akıllı köy araştırması sonucunda kırsal köylerde sosyal sorunların çözümüne ve hizmetlerin dijitalleştirilmesine yönelik 7 temel hizmet ve 19 proje önermiştir (Park ve Cha, 2019, s. 179). Öte yandan, Almanya'da, yerel hizmetlerin dijitalleştirilmesi ve topluluklar ile yerel yetkililer arasındaki iletişimi güçlendirmeyi amaçlayan projelere 2019 yılına kadar toplamda 4,5 milyon euro yatırım yapılmıştır (Debnath, 2022, s. 284). Fransa'da ise 2020 yılına kadar Bress ve Bretton kırsal bölgelerinde ekonomik kalkınma, sosyal katılım, sağlık, kültür, çevre ve enerji kaynaklarının iyileştirilmesi için toplamda 2 milyon euro yatırım gerçekleştirilmiştir (s.284).

Sosyal mekanizmaların teknik değişimin yönünü ve hızını izleyip denetlemesi, bilim ve teknoloji alanında daha şeffaf ve kapsamlı politika geliştirilmesini elzem hale getirmiştir (Freeman ve Soete,

1997, s. 17). Bu bağlamda, Türkiye'nin sekizinci beş yıllık kalkınma planı, uluslararası düzeyde rekabeti artırmayı amaçlayan bilimsel ve teknolojik gelişmelere uygun hedefler belirlemektedir. Türkiye'nin ekonomik yapısında önemli bir rol oynayan tarım sektörü, gıda üretimi, ihracat ve kırsal kalkınma açısından stratejik öneme sahip olmakla birlikte, teknolojik gelişmeler ve modern yönetim uygulamaları açısından geri kalmıştır. 1980'lerden itibaren ve özellikle 2000'li yıllardan sonra tarımda uygulanan neoliberal politikalar, devlet desteklerinin azaltılması, tarımsal sanayilerin özelleştirilmesi ve koruyucu ithalat vergilerinin kaldırılması kırsal nüfusun hızla azalmasına yol açmıştır (Öztürk, Topaloğlu, Hilton ve Jongerden, 2018, s.516).

Bu gelişmeler, yalnızca ekonomik dengeleri değil, toplumun sosyal ve demografik yapısını da önemli ölçüde değiştirmiştir. Kırsal nüfusun azalması, toplumsal yapıda önemli değişiklikler yaratmış; tarımsal üretim süreçlerindeki yapısal dönüşümler, toplumsal dayanışma biçimlerini yeniden şekillendirmiştir. Bu bağlamda, akıllı köy projelerinin başarılı bir şekilde hayata geçirilmesi, sosyal kabul süreçlerinin dikkatle yönetilmesini gerektiren bir yaklaşımı zorunlu kılmaktadır. Nitekim, teknolojik uygulamaların yalnızca teknik açıdan etkin olmaları yeterli değildir; bu uygulamaların gerçek bir yenilik olarak kabul edilebilmesi, toplumsal kabul süreçlerinden geçmelerini gerektirmektedir (Sfez, 2002, s. 108). Bu süreç, yerel toplulukların norm ve pratikleri ile teknolojik yenilikler arasında bir uyumun sağlanmasını zorunlu kılar; aksi takdirde, bu yeniliklerin topluluk tarafından benimsenmesi güçleşebilir.

Liberal değerler doğrultusunda şekillenen bilgi toplumunda, teknoloji tamamen teknik bir mesele olarak sunulmaktadır. Bu durum, Ellul'ün (1964, s.84) *teknisyen zihniyet* tanımıyla örtüşmektedir. Bu yaklaşım, teknik bir güce karşı koyabilecek tek gücün başka bir teknik güç olduğunu savunarak toplumsal ve kültürel unsurları göz ardı eder. Teknolojinin yalnızca makinelerin ve sistemlerin maddi işleyişine odaklanarak sosyal ve kültürel bir fenomen olarak değerlendirilememesi, teknolojik gelişmelerin toplumsal etkilerini anlamakta önemli bir eksiklik yaratmaktadır.

Öte yandan, bilgi toplumuna geçiş süreci doğrusal ve kesintisiz bir ilerleme olmaktan ziyade, karmaşık ve çelişkilerle dolu bir dönüşüm olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu süreç, teknolojik ilerlemenin sadece bir araç değil, aynı zamanda toplumsal dinamikleri yeniden şekillendiren bir güç olarak nasıl algılandığı, kullanıldığı ve toplumsal yapılar içinde nasıl konumlandığı ile doğrudan ilişkilidir. Teknolojinin bu dönüşümdeki rolü, belirli bir kesim tarafından geliştirilen inovasyonların, toplumun geri kalanı tarafından nasıl anlamlandırıldığı ile şekillenir. Nitekim, Goffman'ın (1956) dramaturji kuramı bağlamında, teknoloji uygulayıcıları ve kullanıcıları, sahneyi kurgulayan pasif birer aktör olmaktan öte, toplumsal düzeyde kolektif performansın dinamik ve aktif öznesi haline gelmektedir. Dolayısıyla, teknolojinin sosyal inşası, yalnızca bireysel deneyimlerin değil, aynı zamanda bu deneyimlerin kolektif söylemlerle nasıl kesiştiği ve bu söylemler etrafında inşa edilen güç ilişkilerinin nasıl dönüştüğü ile şekillenmektedir. Bu bağlamda, teknoloji ve toplum arasındaki ilişki, sürekli olarak yeniden müzakere edilen bir sahne olarak değerlendirilebilir.

1. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışmada, uygulanan teknolojinin başarısında toplumsal dinamiklerin rolü incelenmektedir. Teknolojinin toplumsal yapıyı dönüştürme potansiyelini, yerel aktörlerle girdiği etkileşimler üzerinden analiz eden bu çalışma, teknolojik inovasyonların toplumsal bağlamda nasıl anlam kazandığını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırmanın temel problemi, teknolojinin yalnızca teknik bir yenilik olarak ele alınamayacağı, bunun yanı sıra toplumsal yapı ve aktörlerle olan etkileşimleri sonucunda şekillendiği varsayımına dayanmaktadır. Bu bağlamda, Türkiye’de hayata geçirilen ilk Akıllı Köy projesi kapsamında, teknolojik uygulamaların yerel topluluk tarafından nasıl kabul edildiği ve bu süreçte hangi kültürel uyum ve direnç mekanizmalarının ortaya çıktığı analiz edilmektedir. Araştırma, şu soruları yanıtlamayı hedeflemektedir: (1) Akıllı Köy Projesi öncesinde köyün sosyo-sistemi nasıl bir yapıdaydı? (2) Bu sosyo-sistem, proje ile gelen teknoloji ve aktörlerle nasıl etkileşime girdi? (3) Akıllı Köy projesinin köye gelmesi, mevcut sosyal ilişkileri nasıl etkiledi?

Saha çalışması, Galatasaray Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu tarafından 14.12.2023 tarihli ve E65364513-650-74070 numaralı kararla onaylanmıştır. Onayın alınmasının ardından, araştırma amacıyla projenin gerçekleştirildiği bölgeye gidilmiş ve toplamda 70 saat saha çalışması gerçekleştirilmiştir.

1.1. Katılımcılar

Aralık 2023'te gerçekleştirilen saha çalışması için, Türkiye İstatistik Kurumu'nun Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi'nden elde edilen 2022 yılı il ve ilçe bazında mahalle nüfus verilerine göre köyün nüfusu 445 kişidir. Bu nüfusun 369'u 18 yaşın üzerindedir. Çalışmada örneklem, 32 kişi ile sınırlı tutulmuştur. Bu 32 kişiden dördü, projeyi yürüten şirket bünyesinde çalışmakta olup bunlar arasında iki kurucu ortak, bir işletme müdürü ve bir araştırma ve geliştirme müdürü bulunmaktadır. Diğer 28 kişi ise köy sakinlerinden oluşmaktadır. Görüşülen erkek köylülerin sayısı 16'dır ve yaş aralığı 31 ile 78 arasında değişmektedir; ortalama yaşları ise 52,43'tür. Görüşülen kadın köylülerin sayısı ise 12 olup, yaş aralığı 27 ile 69 arasında değişmektedir ve ortalama yaşları 50,25'tir.

Araştırmaya katılanların sayısı, kar topu tekniği kullanılarak artırılmış ve görüşme sorularının içeriği bu süreçte geliştirilmiştir. Saha çalışması sürecinde, köyün aktif yaşamına katılan herkesle görüşme yapılmış ve elde edilen bilgilerin tekrarlanması nedeniyle ulaşılan kişi sayısının doyuma ulaştığı belirlenmiştir. Bu bağlamda, örnekleme dahil edilen kişiler, analiz açısından etkili sonuçlar elde etme potansiyeline sahiptir.

Tablo 1. Görüşülen kişilerin demografik bilgileri

	Sosyal Grup	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Seviyesi	Meslek
G1	Kurucu Ortak	Erkek	62	Yüksek Lisans	Girişimci
G2	Kurucu Ortak	Kadın	42	Yüksek Lisans	Girişimci
G3	Müdür	Erkek	36	Yüksek Lisans	Ar&Ge Müdürü
G4	Müdür	Kadın	32	Yüksek Lisans	İşletme Müdürü
G5	Eski Muhtar	Erkek	59	Lise	Çiftçi
G6	Köylü	Erkek	58	Lise	Çiftçi
G7	Köylü	Erkek	39	Lise	Çiftçi
G8	Köylü / Çalışan	Kadın	46	Lise	Aşçı
G9	Köylü	Kadın	51	İlkokul	Çiftçi
G10	Köylü / Eski Çalışan	Erkek	31	Lise	Çiftçi
G11	Köylü	Erkek	67	İlkokul	Çiftçi
G12	Köylü / Eski Çalışan	Erkek	43	İlkokul	Çiftçi
G13	Köylü / Eski Çalışan	Erkek	58	İlkokul	Çiftçi
G14	Köylü	Erkek	39	İlkokul	Kahvehane sahibi
G15	Köylü	Erkek	78	İlkokul	Kahvehane sahibi / Çiftçi
G16	Köylü	Erkek	58	İlkokul	Çiftçi
G17	Köylü	Kadın	55	İlkokul	Çiftçi
G18	Köylü / Eski Çalışan	Kadın	57	-	Bakkal
G19	Köylü	Kadın	51	-	Çiftçi
G20	Köylü	Kadın	32	Üniversite	Bakkal
G21	Köylü	Kadın	27	Üniversite	Bakkal

G22	Köylü / Eski Çalışan	Kadın	27	Lise	Çiftçi
G23	Köylü / Eski Çalışan	Erkek	32	Lise	Çiftçi
G24	Köylü / Eski Çalışan	Erkek	51	İlkokul	Çiftçi
G25	Muhtar	Erkek	54	Lise	Çiftçi
G26	Köylü	Erkek	64	İlkokul	Çiftçi
G27	Muhtar Adayı	Erkek	54	İlkokul	Çiftçi
G28	Muhtar Adayı	Erkek	54	Lise	Demirci / Çiftçi
G29	Köylü / Eski Çalışan	Kadın	45	İlkokul	Çiftçi
G30	Köylü	Kadın	69	İlkokul	Çiftçi
G31	Köylü	Kadın	47	İlkokul	Pazarcı / Çiftçi
G32	Köylü	Kadın	42	İlkokul	Çiftçi

1.2. Veri Toplama Teknikleri

Bu çalışmada, ilgili taraflarla kişisel gözlemler yoluyla hipotezlerin test edilmesini mümkün kılan tündengelim yaklaşımı kullanılmıştır. Bu bağlamda, köy sakinlerinin proje kapsamındaki teknik ve sosyal etkileşimlerini analiz etmek amacıyla yüz yüze görüşmeler ve katılımcı gözlem gibi nitel veri toplama teknikleri uygulanmıştır. Saha çalışmasının başlangıcında, mevcut muhtar ve eski muhtarla iletişime geçilmiştir. Bu kişilerle yapılan ön görüşme, köylülerin güvenini kazanmak ve araştırmaya daha etkin bir şekilde dahil olmak için önemli bir adım olarak değerlendirilmiştir. Ardından, proje hakkında bilgi almak amacıyla projeyi yürüten şirketin araştırma ve geliştirme müdürü ile bir ön toplantı gerçekleştirilmiştir.

Her katılımcıyla köyün farklı yerlerinde görüşmeler yapılmıştır. Şirket bünyesinde çalışan katılımcılarla şirketin ana binasında görüşülürken, köylülerle yapılan görüşmeler bazen katılımcıların evlerinde, bazen evlerinin avlusunda, bazen köy kahvehanesinde ve bazen de köy bakkalında gerçekleştirilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşmeler sayesinde, belirli konular hakkında bilgi toplanabilmiş ve katılımcıların kendi deneyimlerini ve görüşlerini özgürce ifade etmelerine olanak tanınmıştır. Görüşmeler ortalama bir saat sürmüştür ve sürekli gözlem ile bilgi paylaşımı bu görüşmelere eşlik etmiştir. Böylece, görüşmelerin yanı sıra, köyde geçirilen süre boyunca kesintisiz gözlemler çerçevesinde saha notları alınmıştır. Bu sürece ayrılan zaman, daha samimi söylem ve davranışların gözlemlenmesini sağlamıştır.

Elde edilen kayıtlar, internet erişimi olmayan bir elektronik ortamda saklanmıştır. Bu verilerin gizliliği, verilerin anonimleştirilmesi, verilere sınırlı erişim ve takma ad sistemi gibi yöntemlerle sağlanmıştır. Bu bağlamda, makale boyunca projenin gerçekleştirildiği köy 'X Köyü', projeyi gerçekleştiren şirket 'Agrovelle' ve projenin ana sponsoru 'Nexus' olarak ifade edilecektir.

1.3. Verilerin Analizi

Diktafonla kaydedilen görüşmeler, araştırma sürecinde elde edilen verileri analiz etmek amacıyla deşifre edilmiştir. Görüşmeler, deşifre aşamasının ardından MAXQDA24 yazılımı kullanılarak tematik analize tâbi tutulmuştur. Bu süreç, elde edilen verilerin sistematik bir biçimde incelenmesini sağlayarak, katılımcıların deneyimlerini ve bakış açılarını yansıtan belirgin temaların ortaya çıkmasını mümkün kılmıştır. Analiz sürecinde, belirlenen temalar üzerinden özgül kodlar atanmış ve bu kodlar aracılığıyla veriler, benzer kavramlar etrafında gruplandırılarak anlamlı ve bütünlük bir yapı oluşturulmuştur. Elde edilen analiz sonuçları, belirlenen temaların mevcut teorik çerçevelerle ilişkilendirilmesi yoluyla daha geniş bir bağlamda anlam kazanmış ve araştırmanın genel amacına hizmet edecek şekilde yorumlanmıştır.

2. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

1.4. Akıllı Köy Projesinin Organizasyonunu ve Uygulanmasını Yöneten Şirket

Akıllı Köy Projesi'nin organizasyon ve uygulanmasından sorumlu olan Agrovelle şirketi, projenin hedeflerine ulaşma çabalarında merkezi bir rol üstlenmektedir. Agrovelle, teknolojik gelişmeler, stratejik kararlar ve pazar dinamiklerinin etkisiyle şekillenen 20 yıllık bir gelişim sürecinden geçmiştir. 2012 yılında, teknolojinin tarımda çiftçilerin yaşam kalitesini iyileştireceği inancıyla başlattıkları çeşitli girişimlerin etkisinin beklenenden düşük olduğunu fark eden şirket, yeni bir strateji geliştirme kararı almıştır. Bu süreç, çiftçilerin sorunlarına yönelik çözümler sunan bir merkez oluşturma fikrine yol açmış ve böylece Akıllı Köy projesinin fikrî temeli atılmıştır.

Proje fikrinin ortaya çıkmasının ardından, Agrovelle, projeyi gerçekleştirmek için uygun bir yer seçmek amacıyla çeşitli kriterler belirlemiştir. Bu kriterler arasında, seçilecek bölgenin iklim ve toprak koşullarının çeşitli ürünlerin yetiştirilmesi için uygun olması, uluslararası havaalanına yakın ancak emlak ve turizm rantından uzak olması ve bölgenin demografik özelliklerinin Türkiye ortalamasına yakın olması yer almaktadır. Bu kriterler doğrultusunda 12.000 köy ziyaret edilmiş ve 56 köy belirlenmiştir. Bu 56 köy arasında, kriterlere en uygun köyün, X Köyü olduğu saptanmıştır. Akıllı Köy Projesi'nin kurucu ortağı, bu seçimin sebebini şu şekilde ifade etmektedir:

“Gerçek bir köyün teknolojikleşmesini göstermek istedik.” (G2, kadın, kurucu ortak)

Öte yandan, Agrovella şirketi, Akıllı Köy Projesi'nin uygulanacağı köy arazisi ile ilgili belirli kriterlere dikkat etmiştir. Bu kriterlerin en önemlisi, köyün merasına yakın bir arazi seçmektir. Nitekim bu mera, akıllı sistemlerle donatılarak köylülerin kullanımına sunulacaktır. Ayrıca, şirket, tarımın zorlu koşullarda akıllı sistemlerle nasıl uygulanabileceğini göstermek amacıyla, projenin gerçekleştirileceği arazinin tarıma uygun olmayan bir arazi olmasını tercih etmiştir. Bu bağlamda, projenin uygulanacağı arazi, X Köyü'nün bağlı olduğu belediye tarafından Agrovella şirketine 25 yıl süreyle kiralanmıştır. Akıllı Köy Projesi'nin köydeki uygulama aşamasına 2012 yılında başlanmış, altyapı çalışmaları 2015 yılında tamamlanmış ve teknolojik uygulamalara 2016 yılında geçilmiştir. Bu nedenle, 2016'dan itibaren geçen süre, devam eden bir projeyi analiz etmek için uygun bir fırsat sunmaktadır.

1.5. Sponsor Şirketin Aracı Aktör Olarak Rolü

Günümüz piyasa koşullarında bir şirketin piyasada yer edinmesi ve müşteri tabanını genişletmesi yalnızca üretim kalitesiyle değil, aynı zamanda şirketin topluma karşı duyarlılığıyla da ölçülmektedir (Gezgin, 1997, s.9). Artan çevre bilinciyle birlikte, özel sektörde faaliyet gösteren bazı şirketler, sürdürülebilirliği desteklemeyi bir görev olarak kabul etmekte ve bu kapsamda gerçekleştirilen projeleri desteklemektedir. Toplumsal beklentilere duyarlı bir tutum sergilemek, yoğun rekabet ortamında bir başarı faktörü haline gelmiş ve bu durum, ahlaki değil aynı zamanda fırsatçı bir strateji sonucu ortaya çıkan *araçsal* bir etik anlayışını beraberinde getirmiştir (Persais, 2002, s.198). Bu bağlamda, özel şirketler, tüketicilerin beğenisini kazanan bir etkinlik ile ilişki kurarak, etkinliğe yönelik olumlu duyguların sponsor markaya aktarılmasını umut etmektedir (Reisinger, Grohs ve Eder, 2024, s.1). Dolayısıyla, sponsorluk yoluyla toplum nezdinde itibar oluşturmak, markaların *sembolik sermayelerini* artırmak için kullandıkları bir strateji niteliği taşımaktadır.

Bir köyü 'akıllı' hale getirmek için gereken bilgi ve iletişim teknolojilerine erişim, genellikle telekomünikasyon sektöründe faaliyet gösteren bir markanın sponsorluk desteği ile mümkün olmaktadır. Değişime uyum sağlamak, sanal dünyada artan faaliyetler nedeniyle artık bir fırsattan ziyade bir zorunluluk haline gelmiştir ve bu uyumun başarısı internetin erişilebilirliği ve kalitesine bağlıdır (Komorowski ve Stanny, 2020, s.1). Bu bağlamda, Akıllı Köy projesi fikrinin oluşmasından itibaren sponsor arayışında olan Agrovella, telekomünikasyon sektörüne hizmet eden Nexus şirketinden sponsorluk talep etmiş ve olumlu yanıt almıştır. Böylece, düşük performanslı internet bağlantısına sahip bir köy bölgesine yüksek hızlı internet erişimi sağlanmıştır.

Küçük ölçekli şirketlerin, büyük ölçekli şirketlerden sponsorluk talep etmeleri çeşitli faktörlerle açıklanabilir. İlk faktör ekonomik niteliktedir; büyük ölçekli şirketlerin mali destek ve kaynaklara erişim gücü, küçük ölçekli şirketler için önemli bir fırsat yaratmaktadır. Bir diğer faktör ise, finansman ve kaynak desteği alan şirketlerin toplumsal kabulüdür. Büyük ölçekli şirketlerin geniş müşteri tabanı, projelerin tanınmasını ve geniş bir kitleye ulaşmasını sağlamaktadır. Bu durum, küçük ölçekli şirketlerin sosyal alanda görünürlüklerini artırarak itibar kazanmalarına katkıda bulunmaktadır.

Çevresel sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda girişimlerde bulunan küçük ölçekli şirketlerin, büyük ölçekli şirketlerden sponsorluk talep etmesi, her iki tarafın da uzun vadeli fayda sağlayacağı bir *kazan-kazan* dinamiği oluşturmaktadır. Küçük ölçekli şirketler için büyük ölçekli şirketlerin sponsorlukları, ekonomik destek ve toplumsal kabul açısından bir çekim zinciri oluştururken; büyük ölçekli şirketlerin başarısı, ekonomik ve sosyal destek sağladıkları projenin faaliyet alanında yatmaktadır. Öte yandan, küçük ölçekli şirketlerin sponsorluk ilişkilerinden kazandığı kurumsal itibar, belirli bir hassasiyet gerektirmektedir. Nitekim, köydeki bilgi ve iletişim teknolojilerine erişimin kolaylaştırılması, projenin gerçekleştirilmesi açısından bir ön koşul olmakla birlikte, tek başına yeterli değildir. Nexus gibi büyük ölçekli bir şirket, köylüler nezdinde güvenilir bir referans olarak kabul edilse de bu durum uygulanabilirlik açısından bazı endişelere yol açabilir. Bu, çift yönlü bir güven duygusu yaratmaktadır: köylüler, büyük ölçekli bir şirketin desteğini alan projeye yönelik olumlu duygular beslerken, bu şirketin varlığı karşısında kendi kapasiteleri konusunda tereddüt yaşayabilmektedir.

“Köylünün bu yöntemleri içselleştirebilmesi için çok modern şeyler yapamayız, çünkü o zaman 'Paraları var, arkalarında Nexus var, biz bunları yapamayız' diyorlar. Basit bir şey yapıp kârının arttığını gösterirsen, ilham alması daha kolay oluyor.” (G1, erkek, kurucu ortak)

Şirketler, sundukları sponsorluk kapsamında yürütülen projeleri takip etmekte ve bu uygulamaları kendi parametreleriyle değerlendirmektedir. Sponsorluk faaliyetlerini sistematik bir şekilde değerlendiren şirketler, bu faaliyetlerin güçlü ve zayıf yönlerini analiz ederek gelecekteki sponsorluk başarılarını artırabilmektedir; değerlendirme yapmayan şirketler ise önceki hataları tekrarlama riskiyle karşı karşıya kalabilmektedir (Çağlar Demir, 2023, s. 209). Bu bağlamda, Nexus ile Agrovella arasındaki sponsorluk ilişkisi birkaç yıl önce sona ermiştir. Bu sponsorluk ilişkisinin sona erme sebebini projenin kurucu ortağı, bir Rus atasözü ile açıklamaktadır:

“Eğer ayıyı dansa kaldırırsanız, dansın ne zaman biteceğine siz değil, ayı karar verir.” (G1, erkek, kurucu ortak)

1.6. Akıllı Köyün Sosyo-Sistemi

Küçük ve sakin bir ovada yer alan X köyü, özgün sosyal yapısı ve dinamikleri ile karakterize olan bir topluluğa ev sahipliği yapmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) adres bazlı nüfus kayıt sistemi sonuçlarına göre, X köyünün 462 kişilik nüfusunun 220'si erkek, 242'si kadındır. Köyde yaşayan çocuk sayısının fazla olması nedeniyle köyde bir ilkokul bulunmaktadır. Kadınlar genellikle tarım, hayvancılık ve ev işleri gibi faaliyetlerle ilgilenirken, erkekler tarım, hayvancılık ve köydeki diğer üretim süreçlerine katkıda bulunmaktadır.

Köyün sosyo-sistemi, yaş ve cinsiyet dağılımının yanı sıra, bazı bireylerin sosyal dinamikler üzerindeki etkisiyle de şekillenmektedir. Genel olarak, resmi liderlik pozisyonlarının köyün sosyal

yapısında etkili olduğu varsayılmaktadır. Ancak, X köyünde durum biraz farklıdır; okul müdürü, köy imamı ve muhtar resmi liderlik rollerini üstlenseler de asıl etki gücü ekonomik güce sahip olan bireylerin elindedir. Ekonomik sermaye, başlangıçta toplumsal ilişkilerden bağımsız gibi görünen toprağa ve kana dayansa da sosyal yapıyı derinlemesine etkilemektedir (Bourdieu, 2013, s. 24).

“Burada okul müdürü okulda, imam camide, muhtar makamındadır. Eğer paran varsa, sözün geçer!” (G5, erkek, eski muhtar)

Köyün ana gelir kaynağını geniş tarım arazileri nedeniyle tarım faaliyetleri oluşturmaktadır. Ancak, 2015 yılında belediye tarafından Agrovella şirketine 25 yıllığına kiralanın bu köydeki arazi, köylülerin geçim kaynaklarını etkilemiş ve ekonomik dengeyi sarsmıştır. Şirketin ana binası bu arazinin üzerinde inşa edilmeden önce, köy muhtarı tarafından açık artırmalar yoluyla beşer dönümlük parseller halinde köylülere kiralanmakta ve parsellerin değeri konumlarına bağlı olarak değişmektedir. Bu yöntemle, farklı ekonomik seviyelerdeki köylüler bu topraklardan yararlanabilmektedir. Ancak, 6360 sayılı Kanun kapsamında X Köyü'ne mahalle statüsü verilmiş ve bu arazi üzerindeki yetki muhtardan alınarak ilgili birimlere devredilmiştir. Arazinin belediyenin kontrolüne geçmesi, mekânın hâkimiyeti ve kontrolünün belirginleşmesine yol açmıştır. Lefebvre'nin belirttiği gibi, “mekân (sosyal) bir üründür ve sosyal ilişkiler ile güç dinamikleri tarafından şekillendirilir”. Bu bağlamda, köydeki arazi kullanımındaki değişiklik, ekonomik değil, aynı zamanda sembolik ve kültürel boyutlar da içermektedir. Arazi kullanımındaki bu dönüşüm, şirket yetkilileri ile köylüler arasında iki farklı görüşün ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Şirket yetkilileri, bu toprakların proje öncesinde kullanılmadığını, tarıma elverişsiz bir bataklık olduğunu iddia etmektedir:

“Burası bir bataklıkta. Burada ciddi bir drenaj ve deşarj çalışması yaptık ve toprağı verimli hale getirdik.” (G3, erkek, şirket çalışanı)

Köylüler ise, Akıllı Köy Projesi'nin uygulanmasından önce söz konusu arazinin ekip biçtikleri ve sosyal etkinlikler için kullandıkları bir ortak yaşam alanı olduğunu savunmaktadır:

“Burası bir bataklık değildi. Yazın patlıcan, domates, pamuk, mısır; kışın pancar, turp, lahana, ıspanak ekerdik. Ayrıca burası bizim oyun alanımızdı, burada eğlenirdik.” (G19, kadın, köylü)



Şekil 1: Proje öncesi arazinin durumu. Kaynak: G21'in fotoğraf arşivi.

Arazi mülkiyeti ve kullanımındaki değişiklikler, köydeki hayvancılık faaliyetlerini de etkilemiştir. Köydeki birçok hane en az bir ineğe sahiptir ve bu ineklerden elde edilen süt, peynir ve yoğurt gibi ürünler, köy ekonomisinin temel unsurlarını oluşturmaktadır. Bu durum, proje kapsamında köye kazandırılan *sağımhane* sistemiyle bağlantılıdır. Bu sistem, süt sağma işlemini detaylı ve verimli bir şekilde düzenlemektedir. Her inek, sahiplerinin kimlik bilgilerinin kaydedilmesiyle tanımlanmakta ve ayaklarına takılan pedometre adlı cihazlar sayesinde izlenebilmektedir. Sağımhaneye giren ineklerin kimlikleri belirlenmekte ve toplamda 10 özel hat ile aynı anda sağım işlemi gerçekleştirilmektedir. Bu hatlar tarafından toplanan süt, belirli bir noktada birleştirilmekte ve toplu bir depolama alanında saklanmaktadır. Sağım sırasında kullanılan otomatik süt sayaçları, her 300 gramda bir süt miktarını ölçmekte ve kaydetmektedir. Bu sistem, her ineğin süt miktarını ve kalitesini hassas bir şekilde kontrol etmeyi mümkün kılmakta, ineklerin östrus dönemleri³ gibi döngülerini takip ederek hayvan yönetimini daha verimli hale getirmektedir. Sağım sisteminin sağladığı konfor, köylüleri yetiştirdikleri hayvan sayısını artırmaya teşvik etmiştir.

³ Östrus (kızgınlık) dönemi, dişi memelilerin ovulasyona hazır olduğu ve çiftleşme davranışlarının sergilendiği üreme döngüsündeki dönemdir.



Şekil 2: Sağımhane

Bu akıllı sistemlerin etkin kullanımı için gerekli olan düzenli bakım ve güncellemeler, X köyünde gerçekleştirilen Akıllı Köy Projesi için sağlanamamıştır. Sponsorların iş birliğinden çekilmesi sonucunda, pedometre uygulaması kaldırılmış ve manuel kayıt tutma yöntemine geçilmiştir. Ayrıca, projenin ilk üç yılında ücretsiz olan sağıım hizmetinden ücret alınmaya başlanmış ve bu ücret her geçen gün artış göstermiştir. Artan sağıım ücretine karşın, hizmet kalitesi düşmüştür.

“Süt kilogram olarak ölçülüyor, litre olarak dökülüyor, litre olarak satılıyor. Litre ve kilogram arasındaki ayrıştırma farkı yedi tonda bir tondur. Bu fark köylülere pay edilmeli ama şirket bunu yapmıyor.” (G10, erkek, eski çalışan)

“İneğin mastitis⁴ olmaması için sağıımdan sonra bir ilaç sürülür. Önceden en iyi ilacı kullanırlardı, şimdi ilacı suyla karıştırıyorlar.” (G17, kadın, köylü)

Sağıım fiyatlarındaki artış ve şirkete yönelik güvensizlik duygusu, köylüleri alternatif çözümler aramaya yöneltmiştir. Sağıımhane sistemi sayesinde inek sayısını üç katına çıkararak 18 ineğe sahip olan bir köylü, bulduğu çözümü şu şekilde ifade etmektedir:

⁴ Mastitis, süt üreten hayvanların meme bezlerinde enfeksiyon sonucu oluşan iltihaplanmadır.

“Aynı teknolojiyi kendim kurmaya çalışıyorum. Şu anda çevre illerdeki şirketlerle görüşüyorum. Bu sistemi kendi çiftliğime yaptıracağım.” (G6, erkek, köylü)

1.7. Akıllı Köy Çevresindeki Sosyal Etkileşim Türleri

Her yenilik, toplumsal yapıyı etkileyen ve dönüştüren bir süreç olarak ortaya çıkmakta ve toplum içinde etkiler yaratmaktadır. Bu yenilikler, köy gibi sosyal ilişkilerin güçlü olduğu bir yapıda gerçekleştiğinde, bu toplumsal sonuçlar daha belirgin bir şekilde gözlemlenebilmektedir. Bu karmaşık sosyal sahne, çeşitli grupların farklı roller oynadığı bir arenadır. Sahne, projenin açık ve görünen yüzü; sahne arkası, karmaşık etkileşimler ve çatışmaları temsil eder.

Agrovelle ekibi, durum tanımını sürdürebilmek için yakın iş birliği gerektiren bir grup oluşturmaktadır; ancak, bu grup sosyal bir yapıya dayanmaktan ziyade, durumu belirlemede rol oynayan etkileşimler üzerine kuruludur (Goffman, 1956, s.64). Ekip, proje kapsamında köydeki faaliyetlerin yürütülmesinde baş aktör olarak sahneye çıkmakta ve teknoloji yöneticisi rolünü üstlenmektedir. Bununla birlikte, sahne arkasında, köylülerle iyi bir ilişki kurulamaması ve köylülerin ihtiyaçlarına tam anlamıyla cevap verilememesi gibi olumsuzluklarla yüzleşmektedir. Sahne arkasındaki bu yüzleşme, Agrovelle ekibinin sahnedeki rolünün güvenilirliğini ve etkinliğini zayıflatmakta, dolayısıyla köylülerle kurulan ilişkilerin niteliğini olumsuz etkilemektedir.

Proje kapsamında köye gelen aktörler ile köylüler arasındaki beklenen uyumun sağlanamaması, köylülerin şirketle kurdukları ilişkilerin niteliğini analiz etmeyi gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda, köylüler, şirketle kurdukları ilişkilerin niteliğine göre üç grupta değerlendirilmektedir: Menfaatçiler, aktarıcılar ve denetleyiciler. Menfaatçiler, köylü nüfusunun çoğunluğuna uyum sağlama çabası içerisinde olan ve bu süreçte onların güvenini kazanmayı hedefleyen bir gruptur. Bu grup, köydeki sosyal statülerini güçlendirmek amacıyla şirket ekibiyle iş birliği yapma niyetindedir. Sahne önünde ve sahne arkasında aktif bir rol üstlenememekle birlikte, sahnede boş bir rol arzulamaktadırlar. Aktarıcılar hem sahne önünde hem de sahne arkasında yer alabilmektedir. Şirket bünyesinde çalıştıkları için proje hakkında bilgi edinme fırsatına sahip olmakla birlikte, diğer köylülerin düşünce ve tutumları hakkında da önemli bilgilere ulaşabilmektedirler. Bu çok yönlü etkileşim, aktarıcılarının köydeki sosyal ilişki dinamiklerini yönlendirmesine olanak tanırken, bu grubun rol ve etkilerini kritik hale getirmektedir. Denetleyiciler ise, şirket ekibinin eylemlerini titizlikle gözlemleyen ve bu eylemleri eleştirel bir perspektiften değerlendiren bir köylü grubunu temsil etmektedir. Bu grup, sahnede aktif bir rol üstlenememekle birlikte, sahne arkasında etkin bir varlık göstererek proje yönetimi ve uygulanması hakkında kapsamlı bilgi sahibidir. Bu sosyal etkileşim türleri, bir ilişkiler matrisi aracılığıyla daha görünür hale getirilebilir:

Tablo 2. Akıllı Köy çevresindeki ilişkiler matrisi

	Menfaatçiler	Aktarıcılar	Denetleyiciler
Şirketin Kurucuları ve Yöneticileri	Olası iş birliği	Ortak çıkarlar	Çatışma
Köylü Grubu 1 – (Menfaatçiler)	Ortak çıkarlar	Olası iş birliği	Olası iş birliği
Köylü Grubu 2 – (Aktarıcılar)	Olası iş birliği	Ortak çıkarlar	Güvensizlik
Köylü Grubu 3 – (Denetleyiciler)	Olası iş birliği	Güvensizlik	Ortak çıkarlar

1.7.1 Menfaatçiler

Bu grup, yalnızca muhtarlık pozisyonu ile ilişkili kişileri içermektedir. Eski muhtar, saha çalışması sırasında görevde bulunan muhtar⁵ ve iki muhtar adayı bu grupta yer almaktadır.

Eski muhtar

Eski muhtar, kendini özgürce ifade edebileceği bağımsız bir ortamda görüşme talebini reddederek Agrovella'nın ana binasının bulunduğu arazide görüşmek istemiştir. Dolayısıyla, kendisini sosyal olarak tanımladığı grup ve savunduğu değerlerin, şirketin değerleri olduğunu bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde ifade etmiştir. Eski muhtar, özel hayatı, sosyal hayatı ve profesyonel hayatıyla ilgili araştırma kapsamında önemli olmayan konularda samimi bir şekilde ek bilgiler verirken, Akıllı Köy projesiyle ilgili konularda temkinli cevaplar vermeyi tercih etmiştir. Şirketin faaliyetlerine yönelik kısıtlı yorumları şu şekilde özetlenebilir:

“Şu oluyor, bu oluyor, işler devam ediyor.” (G5, erkek, eski muhtar)

⁵ Saha çalışması, 31 Mart 2024 yerel seçimlerinden önce gerçekleştirilmiştir.

Eski muhtarın görevde olduğu dönemde, arazi belediye tarafından kiraya verilmiş olmasına rağmen, şirket bir imza toplama süreci yürütmüştür. Köylülerden sosyal kabul beyanı olarak toplanan bu imzalar, muhtarın izniyle gerçekleştirilmiştir. Ancak, bu sürece tüm köylüler dahil edilmemiş; pek çok köylü, sürecin varlığını duyumlar yoluyla öğrenmiştir. Köylüler, muhtarın bu süreçte şirketin işlerini kolaylaştırarak kendi kişisel çıkarlarını korumaya çalıştığına inanmaktadır:

“O zamanlar muhtar kendi çıkarları için imza topluyordu. Eğer istemeseydi, biz de imzalamazdık. Çıkar meselesi!” (G26, erkek, köylü)

Öte yandan, eski muhtar, imza toplama sürecinin sadece bir formalite olduğunu, bu süreçteki rolünün bir anlam ifade etmediğini dile getirmektedir:

“Köylüler bana 'Neden karşı çıkmadın?' diye soruyorlar. Nasıl karşı çıkabilirim? Bu araziyi onlara ben vermedim, belediye verdi.” (G5, erkek, eski muhtar)

Mevcut Muhtar

Mevcut muhtar, arazi kiralandıktan sonra başlayan altyapı çalışmaları sırasında görevine başlamış ve iki dönem üst üste muhtar seçilmiştir. Bu bağlamda, 2014-2019 döneminde muhtarlık yapmış, 2019 yılında tekrar muhtar seçilmiş ve 2019-2024 dönemi için görevine devam etmektedir.

Saha çalışması sırasında muhtarla kurulan ilk temasta, görüşme talebine cevaben iletişim kanallarını kapatmaya veya sınırlamaya çalışmıştır. Muhtarın bu tutumu, diğer köylülerin ifadelerine göre, şirket kurucuları ile ilişkisinin bozulması nedeniyle muhtarlığa yeniden aday olmamasıyla ilişkilidir. Nitekim köylülerin iddialarına göre, şirket, kendi lehine hareket edebilecek kişileri belirlemekte ve onların muhtar olmasını sağlamaktadır.

“Şirket, istediği kişiyi muhtar yapar. ‘Senin yönetiminde kardeşin, amcan, yengen burada çalışacak.’ der.” (G26, erkek, köylü)

Agroville'in muhtarlık seçimlerindeki baskın rolüne yönelik iddialar, şirketin Araştırma ve Geliştirme Müdürü'nün muhtar adaylarından birine yönelik sözleriyle de örtüşmektedir:

“Mevcut muhtar, bir sonraki seçimlerde aday olmayacak, yeni bir muhtar adayımız var.” (G3, erkek, çalışan)

Bu iddiaların ardından muhtar, görüşme talebini kabul etmiş ve projeyle ilgili çeşitli yorumlarda bulunmuştur; ancak şirketle kurduğu ekonomik ilişkilere dair herhangi bir bilgi vermemiştir:

“Akıllı Köy’ün kurucuları buraya gelip ne yapacaklarını söylediklerinde, ‘Eğer gerçekleşirse harika olur’ dedim ama söyledikleri gibi olmadı. Söylediklerinin sadece %10 veya %20’sini yapabildiler.” (G25, erkek, köy muhtarı)

Muhtar, güçlü sosyal sermayesini köylülerden aldığı oylarla kanıtlamış ve bu sermayenin avantajlarından Agrovella’in faydalanmasına izin vermiştir. Karşılığında, Agrovella’in ekonomik sermayesinden faydalanmayı talep etmiştir. Bu sermaye alışverişi başarılı bir şekilde sürmüştür ve muhtar, Agrovella’in desteğiyle ikinci dönem için yeniden seçilmiştir. Ancak, Agrovella’in sponsor desteğini kaybetmesi sebebiyle ekonomik sermayesinin azalması ve muhtarın köylülerin eleştirileri sebebiyle sosyal sermayesinin zayıflaması ilişkili dinamiklerini olumsuz yönde etkilemiştir.

Muhtar Adayı (1)

31 Mart 2024 yerel seçimleri için muhtarlığa aday olan dört kişiden ikisi öne çıkmaktadır. Muhtar Adayı (1), öne çıkan iki adaydan bir tanesidir. Bu adayın gücü, sosyal sermayesine dayanmaktadır. Nitekim X Köyü’nde doğup büyüyen ve bu köyde elektrikçilik yapan bu aday, çoğu köylü tarafından sevilmektedir. Öte yandan, bir süre boyunca bir siyasi partinin ilçe başkanlığını yapması sebebiyle, parti üyeleri, yerel yöneticiler ve yerel sivil toplum kuruluşları ile geniş bir iletişim ağı kurmuştur. Bu durum, X Köyü’nde birçok haneyle samimi bir ilişki kuran bu adayın sosyal tanınırlığına prestij kazandırmıştır.

“Asıl mesleğim elektrikçilik, bu köydeki evlere çok kez girip çıktım. Ayrıca bir siyasi çevrem var ve bürokratları tanıyorum. Seçilirim köyüme hizmet getiririm.” (G27, erkek, muhtar aday)

Tüm bu avantajlı konumuna rağmen, bu aday “en güçlü aday” olarak tanımlanmamaktadır. Nitekim X Köyü’nde sosyal statü doğrudan ekonomik sermaye ile ilişkilidir. Bu sistemde ekonomik güce sahip olanlar söz sahibidir ve muhtar seçimlerinde adaylar ekonomik güçlerine bağlı olarak siyasi destek bekledikleri kişilere mali avantajlar sağlamaktadır.

“Bir adayın çok parası var, ona oy verecek olanlar para alıyor. Bizde ne var? Bizde dürüstlük var.” (G27, erkek, muhtar aday)

Söz konusu aday, köylülerin desteğinden umutsuz olduğu için Agrovella’e yakınlaşmak istemektedir. Agrovella ise, bu adayın beklenmedik bir şekilde seçilme olasılığını göz önünde bulundurarak, adayın sunduğu proje vaatlerini mütevazı bir düzeyde desteklemektedir.

Muhtar Adayı (2)

Öne çıkan iki adaydan biri olan ve diğer aday tarafından ‘daha güçlü’ olarak tanımlanan bu aday, Agrovella Şirketi’nin araştırma ve geliştirme müdürü tarafından açıkça “bizim adayımız” olarak

nitelenmektedir. Nitekim, saha çalışmasından sonra gerçekleşen yerel seçimlerde köyün yeni muhtarı olarak seçilen kişi de bu adaydır. Ana gelir kaynağı köyün girişindeki demirhanesi olan ve şirketin desteği olmadan güçlü bir ekonomik sermaye edinmiş olan bu aday, Agrovella ile iş birliğine açık olsa da proje kapsamında gerçekleştirilen faaliyetleri eleştirmekten çekinmemektedir. Nitekim köylülerin gözünde, sponsorlarını kaybeden ve ekonomik olarak zor durumda olan Agrovella karşısında bu aday daha güçlü bir imaja sahiptir.

“Başlangıçta iyi şeyler yaptılar, ama Nexus ile sponsorluğu bitirdikten sonra, para olmadıkça nasıl iş yapabilirler? Burada Akıllı Köy var, evet. Ama ilk kurulduğu zamandaki ihtişamlı dönem artık yok.” (G28, erkek, muhtar aday)

Dolayısıyla, ‘menfaatçiler’ olarak tanımlanan köylü grubu, sahip oldukları sermaye türlerini Agrovella’ye tahsis ederek bir getiri sağlamaya çalışmaktadır. Ancak bu yatırım ani bir yatırım fırsatı karşısında dürtüsel bir şekilde gerçekleştirilmiş ve gelecekteki koşul değişikliklerinde yaşanabilecek olası kayıplar dikkate alınmamıştır.

1.7.1. Aktarıcılar

Şirket ile aktarıcılar grubu arasındaki ilişki karşılıklı çıkarlara dayanmaktadır. Şirket, projenin sürekliliğini aktarıcılar sayesinde sağlamaktadır; aktarıcılar ise eylemleri karşılığında çeşitli avantajlar elde etmektedir. Sponsorları sayesinde güçlü bir ekonomik sermayeye sahip olan Agrovella, aktarıcılar grubu tarafından yatırım yapmaya değer bir *sermaye bileşeni* olarak algılanmaktadır. Bu gruba ait köylüler, aynı davranışları farklı motivasyonlarla sergilemektedir. Bu nedenle, aktarıcılar grubu üç başlık altında analiz edilmektedir.

Şirketin eski kahyası

Agrovella’in proje kapsamında istihdam ettiği köylülerden beklenen performans, mesleki yetkinliklerinin ötesinde ek nitelikler içermektedir. Köylüler, enformasyon aktarma yeteneklerine göre konumlandırılmış ve bu doğrultudaki başarılarına göre terfi ettirilmiştir. Şirket, sunduğu projeye yönelik hedef kitlenin olası itirazlarını önceden tespit ederek faaliyetlerin sürekliliğini sağlamayı amaçlarken, aktarıcılar grubu ise ekonomik çıkarlarını maksimize etmeyi ve şirket aracılığıyla prestij elde etmeyi amaçlamaktadır. Bir dönem şirket bünyesinde çalışmış olan bir köylü, bu durumu şu şekilde ifade etmektedir:

“Kurucu ortak bana casusluk teklif etti, ‘köylüler arasında olanları gel bana anlat, gereğini yapacağım’ dedi. Zaten, kahya da onun adamıydı, casustu.” (G10, erkek, eski çalışan)

Görüşülen bu köylünün bahsettiği eski kahyanın, şirket bünyesindeki diğer köylülerin patronu olarak atanmasının başlıca nedeni muhtarın kardeşi olmasıdır. Eski kahya, yalnızca çalışan köylüler

arasında en yüksek maaşı almakla kalmamış, aynı zamanda köylülerin şirkete yönelik söylemlerini şirket kurucularına ileten bir profil oluşturmuştur.

“Muhtarın kardeşi oradan faydalandığı için şirket hakkında kötü konuşamaz. Şirket, köyün suyunun yetersiz olacağını düşündüğü için onun tarlasının kenarına iki tane artezyen kuyu açtırdı. Bunların faturası Akıllı Köy’ün kasasından çıktı.” (G10, erkek, eski çalışan)

Ancak, eski kahyanın işten ayrılma nedeni diğer köylülerin işten ayrılma nedenlerinden farklıdır. Eski kahya, işten çıkarılmamış; şirketten beklediği mali desteği alamadığı için istifa etmeye karar vermiştir. Başka bir deyişle, yatırım yaptığı sermaye bileşeni olan Agrovelle, sponsorlarını ve ekonomik sermayesini kaybetmeye başladığında, yatırımını geri çekmiştir.

“Benim anlaşılmama göre, tarlamdaki işleri şirketten bir eleman yapacaktı. Ayrıca, cumartesi ve pazar günleri benim tatil günlerim olacaktı. Bu anlaşma gerçekleşmeyince benim tarlam yen kaldı, zarar ettim. Bu yüzden işten ayrıldım.” (G24, erkek, eski çalışan)

Dolayısıyla eski kahya, zayıf olan sosyal sermayesini daha da zayıflatma riskini göze alarak, davranış modellerini şirketin lehine dönüştürüp ekonomik sermayesini güçlendirmeye yönelik *dürtüsel bir yatırımda* bulunmuştur. Beklediği geri dönüşü alamadığı için bu menfaat odaklı ilişkiden çekilmiştir.

Şirketin Aşçısı

Şirket bünyesinde aktif olarak çalışan tek köylü, şirketin aşçısıdır. Daha doğrusu, bu köylü Agrovelle’in yalnızca aşçısı değil, aynı zamanda temizlikçisi ve bahçıvanıdır.

“Onlar ‘Köyden en az on beş kişi çalışacak’ demişti. Şu anda sadece bir kişi çalışıyor. O da çok tehlikeli bir kadın, köydeki herkes onun casusluğu yüzünden işten atıldı.” (G10, erkek, eski çalışan)

Şirketin aşçısı, eşinin ölümünün ardından iş bulma umuduyla başka bir şehre taşınmış ve Akıllı Köy Projesi’nin köyünde uygulanacağını öğrendikten sonra köyüne dönerek muhtar aracılığıyla şirket bünyesinde işe alınmıştır. Kendisine iş sağlayan ve şirketteki çalışma süreci boyunca çocuklarının eğitimi ve sağlık problemlerinin tedavisi için mali yardımda bulunan şirket kurucuları ile samimi bir ilişki geliştirmiştir.

“Destekleri olmasaydı, çocuklarımı okula gönderemezdim. Bana yardımcı oldular, ben de onlara yardımcı oldum, böyle devam etti. Burada sekiz yıldır çalışıyorum.” (G8, kadın, çalışan)

Öte yandan, şirketin geniş bir sponsorluk ağına sahip olduğu dönemden, mevcut durumda sponsor bulmakta zorlandığı döneme kadar bu çalışanın maaşında kayda değer bir değişiklik olmamış, üstelik şirket bünyesinde birçok konumda görevlendirilmiştir. Ayrıca, saha çalışması sırasında elde edilen bilgilere göre, burada çalışmak için başvuran bir diğer aşçının yüksek maaş talebi nedeniyle işe

alınmadığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda, bu köylünün yüksek mali avantajlar karşılığında enformasyon aktardığını söylemek açıklayıcı olmayacaktır. Nitekim, kritik dönemlerde aldığı finansal yardımlar sürekli olmamıştır. Zorlu bir süreçte finansal destek garantisini sürdürme isteği, yaşadığı köyde çoğunluk tarafından olumsuz karşılanan bir şirkette çalışmasının nedeni olarak açıklanabilir.

Muhtar Adayı (1)

‘Menfaatçiler’ grubuna dahil edilen muhtar adaylarından biri, aynı zamanda ‘aktarıcılar’ grubuna da dahildir. Bu kişi, yalnızca kişisel menfaatlerini gözetmekle kalmaz, aynı zamanda köydeki güç dengesini etkileme rolünü de üstlenir.

Bahsi geçen muhtar aday, sosyal sermaye açısından güçlü bir profile sahip olmakla birlikte, bu güç, köydeki ekonomik sermayenin öncelikli değer atfettiği sermaye türü karşısında zayıf kalmaktadır. Nitekim, adayın sahip olduğu sosyal sermaye, köy muhtarı olarak seçilmediği sürece somut bir değer taşımamaktadır. Bu nedenle, söz konusu aday, güçlü bir sermaye bileşeni olarak kabul edilen Agrovell’in desteğini elde etme çabasıdadır. Aday, şirketin stratejik hedefleri doğrultusunda köydeki sosyal dinamikleri etkin bir şekilde yöneterek, muhtarlık adaylığını destekleyecek bir konum kazanmayı hedeflemektedir. Bu motivasyon doğrultusunda, şirketin olası karşıt hareketlere ilişkin bilgi edinme talebine yanıt vererek, köylüler ile şirket arasında bir köprü işlevi üstlenmektedir.

“Bir gün, kahvehanede köylülerden biri kurucu ortağa ‘Köyümüzü sattın’ dedi. Bir adama bu kadar sert davranılmaz. Köylülerin söylediği her şeyi ona tek tek anlatacağım. Pes etmeyeceğim.” (G27, erkek, muhtar aday)

1.7.1. Denetleyiciler

Yukarıda bahsedilen diğer iki grubun aksine, ‘denetleyiciler’ grubu şirkete yönelik benzer motivasyonlarla hareket etmektedir. Bu grubun eleştirileri, esas olarak şirketin vaat ettiği ancak yerine getirmediği uygulamalara yöneliktir. Saha çalışması sırasında, şirketin köylülere verdiği vaatler, köylülerden elde edilen bilgiler doğrultusunda şu şekilde derlenmiştir:

- Köy merası rehabilite edilerek ‘akıllı’ hale getirilecektir.
- Tarlalarda akıllı sulama sistemi kullanılacaktır.
- Köylülere damla sulama sistemi öğretilecektir.
- Ücretsiz veteriner desteği sağlanacak, halk sadece ilaçlar için ödeme yapacaktır.
- Ücretsiz ziraat mühendisi desteği sağlanacak, sürdürülebilir tarım uygulamaları gerçekleştirilecektir.
- Köyde arıcılık faaliyetleri yürütülecektir.
- Köyde bir pazar kurulacak ve çiftçilerin el emeğiyle ürettiği ürünler burada satılacaktır.

- Köy, tüm yönleriyle geliştirilecek ve dünyanın dört bir yanından ziyaretçilere açık hale getirilecektir.
- Köydeki 15-20 haneden köylüler, şirket tarafından istihdam edilecektir.
- Çiftçilere seracılıkla ilgili faaliyetler öğretilecektir.
- Köyde bir ambar inşa edilecek; köylülerin un ve yem gibi ihtiyaçları, sağımhanede sağılan sütten elde ettikleri gelirden karşılanacaktır.
- Köyde bir yürüyüş yolu inşa edilecek, bir sosyal yaşam alanı oluşturulacaktır.
- Kadınlar ve çocuklar için bilgisayar, dikiş ve nakış gibi çeşitli kurslar düzenlenecektir.
- Köy okuluna voleybol ve basketbol sahaları inşa edilecek, bilgisayarlar yenilenecek ve satranç oyunları ile bilişim malzemeleri temin edilecektir.
- Tüm bu faaliyetler neticesinde, köydeki her haneye yıllık 40.000 lira gelir sağlanacağı belirtilmiştir⁶.

Ancak, şirket tarafından köylülere verilen vaatlerin çoğu yerine getirilmemiştir. Köylülerden ve şirket kurucularından elde edilen bilgilere göre vaatlerin bir kısmı şu şekilde gerçekleştirilmiştir:

- Köyde bir sera yetiştiriciliği girişimi başlatılmış, ancak bu girişim sınırlı bir süre devam edebilmiştir.
- Köyde kurulan sağımhane halen faaliyettedir; ancak projenin ilk üç yılı boyunca bu hizmet ücretsiz sunulmuşken, şu anda yüksek bir ücret talep edilmektedir.
- Köyde çocuklar için bir oyun parkı inşa edilmiştir; ancak ekipmanların ahşap olması sebebiyle, park kısa sürede kullanılamaz hale gelmiştir.
- Köy merası, sponsorların desteğiyle rehabilite edilmiş ve akıllı sistemlerle donatılmıştır. Ancak, düzenli bakımın yapılmaması nedeniyle bu akıllı sistemler günümüzde işlevini yitirmiştir.
- Çocuklar ve kadınlar için düzenlenen kurslar bir dönemle sınırlı kalmıştır.
- Köyde inşa edilen futbol sahası, kısa bir süre içinde şirketin otoparkı olarak kullanılmaya başlanmıştır.
- Şirket bünyesinde istihdam edilen köylüler, çeşitli nedenlerden ötürü kısa bir süre içinde işten çıkarılmıştır. Tazminat taleplerinin karşılanmaması nedeniyle birçok köylü, şirkete karşı yasal yollara başvurmuştur.

"Köye bir yardımları yok, kendi ihtiyaçlarını karşılamak için varlar. Yavaş yavaş varoluş nedenlerini kaybettiler." (G17, kadın, köylü)

Öte yandan, şirket yetkililerinin köylülere karşı tutumu, vaatlerin yerine getirilmemesi kadar hayal kırıklığı yaratmıştır. X köyünde komşuluk ilişkileri büyük önem taşıırken, şirketin kurucuları, şirket binasının en üst katında yaşamalarına rağmen, komşuluk ilişkilerini güçlendirmek yerine izole olmayı

⁶ Bu vaat, asgari ücretin 1.600 lira olduğu dönemi kapsamaktadır.

tercih etmişlerdir. Şirket yetkililerinin bu tutumu, köylüler arasında kaygı ve memnuniyetsizlik yaratmıştır. Bu durum, yerel topluluğun projeyi kabulünü zorlaştırmıştır.

“Gelinim hamileydi, bahçelerinin önünden geçerken kayısı ağacını gördü; canı çekti. Ücretsiz vermeyeceklerinden emindim ama ücret karşılığında bile almakta zorlandık.” (G9, kadın, köylü)

“Köylüler projenin yararlı olacağını düşündüler. Aslında, köylüleri sırtından vurdular. Önce köylüleri kucaklayıp buraya yerleştiler, sonra yüzlerini çevirdiler.” (G21, kadın, köylü)

“Beni tazminatsız işten çıkarmak istediler. Mahkemelik olduk. Tazminatımı birkaç taksitte ödediler.” (G23, erkek, eski çalışan)

Sonuç olarak, şirket kurucularının köylülere karşı tutumu, yalnızca maddi kaynak eksiklikleri gibi sorunlarla sınırlı kalmamakta, aynı zamanda sosyal boyutları da içermektedir. Bu durum, köylülerin projeye yaklaşımlarını etkileyerek iş birliği ruhunu zedelemektedir.

SONUÇ

Bu araştırma, Türkiye’de uygulanan ilk Akıllı Köy projesinin sekizinci yılında, projenin gerçekleştirildiği X Köyü’ndeki sosyal yapının mevcut durumunu analiz etmektedir. Bu bağlamda, X Köyü’nde 28’i köylü ve 4’ü şirket yetkilisi olmak üzere toplam 32 kişi ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler neticesinde, Akıllı Köy projesinin bir *teknisyen zihniyet* (Ellul, 1964) çerçevesinde tasarlandığı sonucuna varılmıştır. Her türlü sorunu teknolojik yöntemlerle çözmeye eğilimli bu zihniyetin bir ürünü olarak değerlendirilebilecek proje, teknolojinin toplumsal ve kültürel yapılarla etkileşim içerisinde olduğunu göstermektedir. Nitekim, teknolojinin topluma adaptasyonu, yalnızca sosyo-kültürel yapılarla bütünleşmeyi değil, aynı zamanda bu yapıların dönüşümünü de kapsamaktadır. Bu bağlamda, Akıllı Köy projesini uygulayan Agrovella, teknolojinin sosyal inşasının doğrusal bir süreç olmadığı gerçeğiyle karşı karşıya kalmıştır.

Mekân, fiziksel bir alanın ötesindedir; aynı zamanda var olduğu sosyal bağlamın ürünüdür. Mekânın üretimi, belirli ideolojiler ve temsillerle karakterize edilen sosyal grupların mevcut üretim güçleri ve tekniklerine müdahalesini gerektirir; bu nedenle mekân politiktir (Lefebvre, 2000, s. 133). Akıllı Köy projesi, sunduğu yeni teknikler ve bu tekniklerin uygulayıcısı olan Agrovella aracılığıyla X Köyü’nü yeniden üretmektedir. Proje, X Köyü’ndeki geleneksel sosyal ilişkileri tahrip ederek, piyasa odaklı ve rekabete dayalı bir sosyal yapıyı egemen kılmaktadır.

Yapıların insan eylemlerini hem sınırlayan hem de olanak tanıyan işlevi (Giddens, 1990) göz önünde bulundurulduğunda, projeyi yürüten Agrovella’in yeni bir sosyal grup, ideoloji ve güçlü bir sermaye bileşeni olarak rol oynadığı ve köyün hareket alanını çok boyutlu bir şekilde genişlettiği ifade edilebilir. Ekonomik sermayenin kişiye prestij kazandırdığı X Köyü’nde bir projeyle varlık gösteren

Agrovelle ekibi, sahip olduğu güçlü sermaye bileşeniyle sosyal ilişkilerin belirlenmesi ve kontrolünü ele geçirmiştir. Bu durum, köylülerin gruplara ayrılmasına ve parçalanmış bir sosyal yapının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu araştırmada, parçalanmış sosyal yapıyı daha belirgin hale getirmek amacıyla bir tipoloji geliştirilmiş ve köylüler üç tipe ayrılmıştır: Menfaatçiler, aktarıcılar ve denetleyiciler.

‘Menfaatçiler’, kendi çıkarları doğrultusunda, Agrovelle şirketi ile olan ilişkilerini iyi bir seviyede sürdürmek için çaba göstermektedir. Bu gruba dahil edilen köylüler, muhtarlık konumuyla doğrudan ilişkili kişilerdir. Eski muhtar, mevcut muhtar ve 31 Mart 2024 yerel seçimleri için muhtarlığa aday olan ve köylüler tarafından “güçlü adaylar” olarak adlandırılan iki adaydan oluşmaktadır. Bu gruba dahil ettiğimiz tüm köylülerin muhtarlıkla bir ilişkisi olması tesadüf değildir. Nitekim Agrovelle şirketi, X Köyü’nde devletin tüzel kişiliğinin temsilcisi olan muhtarlık konumunu sosyal sermaye açısından önemsemekte ve bu konuma gelen kişilerle ilişkilerini iyi bir düzeyde sürdürmek istemektedir. Dolayısıyla Bourdieu’cü anlamda tüm sermaye türlerine (ekonomik, sosyal, kültürel ve sembolik sermaye) sahip olan Agrovelle şirketi, sosyal sermayesini artırmayı hedeflerken, ‘menfaatçiler’ olarak adlandırılan grubun üyeleri de gerek ekonomik gerekse sembolik sermayelerini artırmak hedefindedir. Dolayısıyla bir sermaye alışverişi söz konusudur.

‘Aktarıcılar’ olarak tanımlanan köylü grubu, ‘menfaatçiler’ ile benzer bir yaklaşım sergileyerek, kendi çıkarları doğrultusunda Agrovelle şirketi ile olan ilişkilerini iyi bir seviyede sürdürebilmek için çaba göstermektedir. Ancak bu grup ile menfaatçiler arasında önemli bir fark bulunmaktadır; aktarıcılar, ekonomik, sosyal ve kültürel sermaye, dolayısıyla da simgesel sermaye açısından güçlü bir konumda değildir. Bu sermaye biçimlerinden kazanç elde etmenin yolunu ise, bu biçimlere zaten sahip olan Agrovelle’e yaklaşmakta bulmuşlardır. Bununla birlikte, Agrovelle ile bir sermaye alışverişi yapmaları mümkün değildir; nitekim aktarıcılar, alışveriş yapabilecekleri bir sermaye biçimine sahip değildir. Dolayısıyla Agrovelle’in talepleri doğrultusunda davranışlarını şekillendirerek bu yakınlığı kurabilmişlerdir. Bu bağlamda, Agrovelle şirketi kurucuları ve yöneticileri, köylüler ve çalışanlar arasındaki diyalogları, projenin sürekliliğini sağlamak için öğrenmeyi talep etmektedir. Bu talebin karşılanması durumunda, köylü grubuna, sahip oldukları sermaye biçimlerinin avantajlarından yararlanma vaadi sunulmaktadır. Dolayısıyla, burada farklı biçimdeki sermayelerin değişiminden ziyade, enformasyonun sermayeyle değişimi söz konusudur.

‘Denetleyiciler’ olarak tanımlanan köylü grubu ise, geleneksel değerlere bağlı ve bu değerleri muhafaza etmek isteyen köylülerden oluşmaktadır. Akıllı Köy Projesi ile başlangıçta çeşitli sebeplerle kurdukları bağlantılarda, köyün hâkim normlarına ve değerlerine aykırı hareket ettiklerini düşündükleri şirket kurucuları ve yetkilileriyle herhangi bir etkileşimi reddetmektedirler. Proje öncesinde var olan sosyal yapının devamlılığını talep eden bu grup, kendi sınırlarını koruyarak şirketin sahip olduğu değerlerle ilişkilendirilmekten kaçınmaktadır. Reddettikleri bu ilişki bağlamında elde ettikleri bağımsızlık, cesur bir tutumu beraberinde getirmektedir.

Bu tipolojiden çıkarılan sonuç, küreselleşme ve finans kapitalizminin etkisiyle sürekli değişen piyasa dinamiklerine uyum sağlayan insan tipinin, âni ve dürtüsel kararlar almaya yatkın hale gelmesiyle açıklanabilir. Üretim tarzının belirsiz finansal hareketlere dayandığı, sosyal alanın parçalılık, akışkanlık, tutarsızlık gibi değerlerini öne çıkaran bu dönem (Ergur, 2020, s.7), bireylerin değişkenlik ve belirsizlikle başa çıkma yeteneğini geliştirmelerini zorunlu kılmaktadır. Özellikle, turizm ve emlak rantından uzak bir kırsal alanın Akıllı Köy Projesi ile ani bir dönüşüm sürecine girmesi, köylüler nezdinde önemli bir fırsat oluşturmaktadır. Bu fırsat karşısında köylüler, kendilerini bulundukları toplumsal yapı içerisinde yeniden konumlandırmışlardır. ‘Denetleyiciler’ sosyal yapının gruplara bölünmesinden sorumlu tuttıkları Agrovella şirketine karşı kendi sınırlarını muhafaza ederken, ‘Menfaatçiler’ ve ‘Aktarıcılar’, Agrovella’in sahip olduğu *cezbedici* sermaye biçimlerinden yararlanmak amacıyla, şirket kurucuları ve yöneticileriyle iyi bir ilişki kurmayı tercih etmiştir. Bir başka deyişle, Agrovella’in sahip olduğu sermaye biçimlerine yatırım yapmışlardır. Bu yatırım biçimi, *dürtüsel yatırım* olarak adlandırılabilir. Dürtüseldir, çünkü uzun vadeli bir planlamayı değil, spontane ve anlık dürtülere dayalı bir karar sürecini içerir. Yatırımdır, çünkü elde bulunan kaynaklar, gelecekteki faydaları artırmak veya bir amaç için kullanmak üzere tahsis edilmektedir.

Sonuç olarak, elde edilen bulgular, teknolojik bir uygulamanın başarısının yalnızca teknik unsurlara bağlı olmadığını; bununla birlikte, toplumsal kabul, kültürel bağlam ve yerel dinamiklerin de belirleyici bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Nitekim, sosyal yapıyı yeniden şekillendirme potansiyeline sahip teknolojinin sadece teknik bir süreç olarak ele alınması, önemli bir yanılıgyı beraberinde getirmekte ve bu durum, toplumların ihtiyaçlarına duyarsız kalma riskini taşımaktadır. Bu yanılıgya düşen bir teknolojik uygulama, yarattığı parçalanmış sosyal yapı içinde misyonunu tamamlayamadan yok olma riski taşımaktadır.

Akıllı Köy projeleri kapsamında mevcut toplumsal ve iktisadi ilişkilerin dönüşümü ile ortaya çıkan yeni ekonomik değerlerin paylaşımı bağlamında yaşanan çıkar çatışmalarına yönelik literatürde herhangi bir analiz bulunmamaktadır. Bu durum, çalışmanın alana sunduğu katkıların, literatürdeki bu boşluğu doldurma potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla, çalışmanın sonuçları, benzer projelerin tasarımı ve uygulanmasında dikkate alınması gereken unsurların belirlenmesine katkı sağlayarak sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmada stratejik unsurların saptanmasına yardımcı olabilir. Bu bağlamda, çalışmanın bulguları, akademik literatüre katkıda bulunmasının yanı sıra, pratik uygulamalarda da faydalı olabilecek öneriler sunmaktadır.

KAYNAKÇA

- Adesipo, A.; Fadeyi, O.; Kuca, K.; Krejcar, O.; Maresova, P.; Selamat, A. ve Adenola, M. (2020). “Smart and climate-smart agricultural trends as core aspects of smart village Functions”, *Sensors*, 20(21), 5977. DOI : 10.3390/s20215977.
- Ayoub, S. T.; Rasool, T. ve Lone, F. R. (2022). “Towards leveraging the role of machine learning and artificial intelligence in precision agriculture and smart farming”, *Computers and Electronics in Agriculture*, 198, 107119, DOI: 10.1016/j.compag.2022.107119.
- Bell, D. (1999). *The coming of post-industrial society*, New York: Basic Books.
- Bourdieu, P. (2013). “Séminaires sur le concept de champ, 1972-1975”, *Actes de la recherche en sciences sociales*, 200(5), 4-37. DOI : 10.3917/arss.200.0004.
- Castells, M. (1996). *The information age : Ecoomy, society and culture. Volume 1 : The rise of the network society*, Oxford: Blackwell.
- Cork 2.0 Declaration “A better life in rural areas”. (2016). https://ec.europa.eu/enrd/sites/default/files/cork-declaration_en.pdf
- Çağlar Demir, B. (2023). Halkla İlişkilerde Sponsorluk. G. Çalışır, E. Diker ve İ. Türkal (Ed.), *Halkla İlişkiler Uygulamaları* içinde (s.191-211). Ankara : Eğitim Yayınevi.
- Debnath, M. (2022). “Smart villages : Need for future sustainable rural development of emerging Bangladesh”, *International Journal of Progressive Sciences and Technologies*, 36(1), 282- 287. DOI : 10.52155/ijpsat.v36.1.4859.
- Ellul, J. (1964). *The technological society*, New York: Vintage Books.
- Ergur, A. (2020). “Gerilimden bileşime doğru modern ve postmodern : Tanımlar, kavramlar, toplumsal bağlam”. *Journal of Modernism and Postmodernism Studies*. 1(2), 1-9. DOI : 10.47333/modernizm.2020265913
- Ferrandéry J. L. (1998). *Le point sur la mondialisation*, Paris : Presses universitaires de France.
- Freeman, C. ve Soete, L. (1997). *The economics of industrial innovation*, New York : Routledge.
- Gezgin, S. (1997). “Uzun dönemli kâr artırımı”, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 6, 5-9. DOI : 10.17064/iüifhd.91729.
- Giddens, A. (1990). *The consequence of modernity*, Oxford: Polity Press.
- Goffman, E. (1956). *The presentation of self in everyday life*, Edinburgh : University of Edinburgh, Social Sciences Research Centre.

- Harvey, D. (1989). *The condition of postmodernity: An enquiry into the origins of culture change*, Oxford: Blackwell.
- IEEE Smart Village. (2018). <https://smartvillage.ieee.org/>
- Kocaoğlu, B.; Gümüşlü, E.; Güven, B.; Baz, İ., Erol Barkana, D. ve Soğutmaz Özdemir, B. (2021). "Sürdürülebilir tarımsal kalkınma için akıllı tarım teknolojileri: Tarım 4.0", *harmantime*, 100, 2-8. <https://eng.yeditepe.edu.tr/sites/default/files/u343/harmantime.pdf>
- Komorowski, L. ve Stanny, M. (2020). "Smart villages : Where can they happen?", *Land*, 9(5), 151. DOI : 10.3390/land9050151.
- Lefebvre, H. (2000). *Espace et politique : Le droit à la ville II*, Paris: Anthropos.
- Mazzetto, F.; Gallo, R. ve Pasqualina S. (2020). "Reflections and methodological proposals to treat the concept of 'information precision' in smart agriculture practices", *Sensors*, 20(10), 2847. DOI: 10.3390/s20102847.
- Öztürk, M.; Topaloğlu, B.; Hilton, A. ve Jongerden, J. (2018). "Rural-urban mobilities in Turkey: Socio-spatial perspectives on migration and return movements". *Journal of Balkan and Near Eastern Studies*, 20(5), 513-530. DOI : 10.1080/19448953.2018.1406696.
- Park, C. ve Cha, J. (2019). "A trend on smart village and implementation of smart village platform", *International Journal of Advanced Smart Convergence*, 8(2), 177-183. DOI : 10.7236/IJASC.2019.8.3.177.
- Persais, E. (2002). "L'écologie comme atout stratégique : une validation de l'approche ressources par la méthode PLS", *Revue Finance Contrôle Stratégie*, 5(3), 195-230. <https://www.researchgate.net/publication/4874966>
- Reisinger, H.; Grohs, R. ve Eder, M. (2006). "Adverse effects of sponsorship", *36th European Marketing Academy Conference*, Reykjavik, 1-6. <https://www.researchgate.net/publication/254406800>
- Rural People's Declaration of Candás Asturias. (2019). <https://www.arc2020.eu/wp-content/uploads/2019/11/declaration.pdf>
- Sfez, L. (2002). *Technique et idéologie: Un enjeu de pouvoir*, Paris: Editions du Seuil.
- United Nations. (2015). "Transforming our world the 2030 agenda for sustainable development". <https://sdgs.un.org/2030agenda>
- Zhai, Z; Martínez, J. F.; Beltran, V. ve Martínez, N. L. (2020). "Decision support systems for agriculture 4.0: Survey and challenges", *Computers and Electronics in Agriculture*, 170, 1-16. DOI: 10.1016/j.compag.2020.105256.

Sáiz, R. V.; Rovira-Más, F. (2020). "From smart farming towards agriculture 5.0: A review on crop data management", *Agronomy*, 10(2), 1-21. DOI : 10.3390/agronomy10020207.

Zavratnik, V.; Kos, A. ve Duh, E. S. (2018). "Smart Villages: Comprehensive Review of Initiatives and Practices", *Sustainability*, 10(7), 1-14. DOI: 10.3390/su1007255

DİASPORADA İSLAM'IN BARIŞA AÇILAN YÜZÜ: İSLAMİ HİP-HOP¹

Betül Duman Bay², Zuhal Güler³

Öz

Hip-Hop, gençlerin kendilerini ifade etmelerine, sahici ve samimi şekilde toplumsala ve düzene karşı muhalif bir tutum sergilemelerine ve kendilerine özgü bir kimlik oluşturmalarına imkân sunan kentli ve muhalif bir kültürü temsil etmektedir. Yakın dönemde Hip-Hop'ın yaygınlaşması ve kültür endüstrisi içerisinde yer bulmasıyla birlikte muhalif niteliğini kaybetmeye başladığı iddia edilmektedir (Kadioğlu ve Sözeri-Özdal, 2020). Bununla birlikte, diaspora Müslüman topluluklar arasında hem dini inancın hem de kültürel kimliğin yansıtılmasında İslami Hip-Hop halen önemli bir yer tutmaktadır (Chan-Malik, 2011a). Bu bağlamda, Avrupa'da Müslüman göçmenlerin kentli kuşaklarının, içinde doğup büyüdüğü ve belli derecede entegrasyon sağladıkları toplumda yaptıkları ve aynı zamanda doğuşunda 2001 sonrası yükselen İslamofobi'nin etkili olduğu bu müzik türünde İslam'ın nasıl temsil edildiği ve bu müziğin ne derece muhalif nitelik taşıdığı önem kazanmaktadır.

Bu çalışma, diasporada gelişen İslami Hip-Hop'a odaklanmakta ve şarkı sözlerinde İslam'ın nasıl temsil edildiği ve bu müziğin ne derece muhalif nitelik taşıdığı sorularını sormaktadır. Çalışmanın kapsamını, Poetic Pilgrimage, Nasihat ve Islamic Force Hip-Hop grupları oluşturmaktadır. Adı geçen bu grupların çalışmanın kapsamına dahil edilmesinin nedeni, İslamofobinin yaygın olduğu Avrupa ülkelerinde rap yapan genç Müslümanlar arasında söz konusu grup üyelerinin etnik kimlik ve cinsiyet açısından çeşitlilik sergilemeleri ve yanı sıra popüler olmalarıdır. Çalışmada nitel araştırma desenlerinden içerik çözümlemesi kullanılmıştır. Rapçilerin yazdıkları şarkı sözleri -kendileri ile yapılan mülakatlar ve sosyal medya paylaşımları içerik çözümlemesine tabi tutulmuştur. Bu grupların, Sufizme ve evrensel değerlere dayalı, yerleşik kurumsal din ve dindarlığa mesafeli, bireysel bir maneviyat anlayışını benimsedikleri ve bunun da daha geniş bir dinleyiciye erişimi sağlayan önemli bir unsur olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Şarkı sözlerinde hem anavatanlarında ve İslam ülkelerinde yerleşik Müslümanlık anlayışına hem de İslam'ın Batı'daki temsiline ciddi itirazların yöneltildiği görülmektedir. Bu yönüyle de muhalif niteliğini koruyan 2000'lerin kentli kuşak Müslüman Hip-Hop'çuların barışçıl bir İslam'ı temsil etmelerinde Doğu-Batı arasındaki kültürel konumlanmalarının ve melez kimliklerinin etkili olduğu vurgulanmaktadır.

Anahtar Sözcükler: İslami Hip-Hop, İslamofobi, Maneviyat, Sufizm, Kesişimsellik Perspektifi, Melezlik

¹ Bu çalışmanın giriş kısmında Betül Duman ve İsmail Coşkun tarafından 26 Ekim 2017 tarihinde Kahramanmaraş'ta yapılan 3. Asos Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi'nde sunulmuş "Muhalif bir Kültürel Kimlik: İslami Hip-Hop" başlıklı bildiriden yararlanılmıştır. Giriş kısmı genişletilmiş ve yeniden düzenlenmiştir.

² Doç. Dr., Yıldız Teknik Üniversitesi, bduman@yildiz.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4616-0432

³ Dr. Öğretim Üyesi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, zuhalguler69@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-7995-5699

The Peaceful Face of Islam in the Diaspora: Islamic Hip-Hop

Abstract

Hip-Hop represents an urban and countercultural stance that enables young people to express themselves, to display a genuine and sincere oppositional attitude towards society and order, and to create a unique identity for themselves. Recently, it has been argued that Hip-Hop has started to lose its oppositional character with its widespread use and presence in the culture industry (Kadioğlu & Sözeri-Özdağ, 2020). On the other hand, while Islamic Hip-Hop has an important place in reflecting both religious belief and cultural identity among diaspora Muslim communities, it is possible to talk about the emergence of black and immigrant tensions within the Muslim American community (Chan-Malik, 2011a). In this context, it is crucial to examine the representation of Islam and the degree of opposition in this music genre, a product of urban Muslim immigrants in Europe who were born, raised, and partially integrated. The rise of Islamophobia after 2001 was influential in the emergence and development of Islami Hip-Hop.

This study examines the representation of Islam in the lyrics of emerging Islamic Hip-Hop in the diaspora and explores the extent to which this music is oppositional. The study included three distinct rap groups, Poetic Pilgrimage, Nasihat, and Islamic Force, which are popular among young Muslims in European countries with high levels of Islamophobia, considering their ethnic and gender diversity. We conducted content analysis in this qualitative study using the rappers' lyrics, interviews, and social media posts. We discovered that these groups embraced an individualistic spirituality grounded in Sufism and universal values, setting themselves apart from established institutional religion and religiosity, a crucial factor facilitating their outreach to a broader audience. These lyrics raise serious concerns about the established understanding of Islam in their homeland and Islamic countries, as well as the representation of Islam in the West. In this regard, the urban generation of Muslim Hip-Hoppers of the 2000s effectively represents a peaceful Islam through their cultural positioning between East and West and their hybrid identities, all while maintaining their dissident character.

Keywords: Islamic Hip-Hop, Islamophobia, Spirituality, Sufism, Intersectionality Perspective, Hybridity.

1. GİRİŞ

Bu çalışmanın amacı, yükselen islamofobi karşısında diasporada yaşayan yeni kuşak İslami Hip-Hop müzisyenlerinin tümüyle kendi öznelliklerini yansıtan şarkı sözlerinde ve söylemlerinde belirginleşen İslam anlayışlarına dair bir değerlendirme yapmak ve muhalif karakterini koruyup korumadıklarını belirlemektir. Bu amaçla Avrupa'da diasporada hayat bulan İslami Hip-Hop grupları çalışmanın kapsamına dahil edilmiştir.

İslam'da müziğin yerinin ne olduğu itilafli bir konudur (Thoma, 2011, s. 75). İslam'da müziğe izin verilmediği ve yasaklı/haram faaliyet olduğuna dair azımsanmayacak bir görüş olmakla birlikte, Sufizm/tasavvuf geleneğinde ses ve müziğin Allah'a yaklaşmak ve maneviyat açısından zikir pratikleri de düşünüldüğünde önemli bir işlevi olduğu kabul edilir (Nasr, 1987, s. 153–154). Hip-Hop⁴ konusunda uluslararası ve ulusal nitelikte⁵ çok çalışma yapılmış olsa da Hip-Hop ve İslam⁶ arasındaki ilişkiyi konu alan çalışmaların daha sınırlı sayıda olduğu söylenebilir⁷. Egemen bir görüş Hip-Hop'ın Amerika'daki doğumundan beri İslam'la ilişkili olduğudur (Chan-Malik, 2011a). Hatta Harry Allen (1991, s. 48) İslam'ın, Hip-Hop'un resmi dini olduğu iddiasındadır. Samy Alim ise (2006, s. 22) Hip-Hop ve İslam'ın birlikte var olduğunu ve melez bir kültür olduğunu belirtir. Diğer bir görüş ise, Hip-Hop içinde uzun süre İslam'ın yer bulmadığı ve 11 Eylül sonrası dönemde şarkı sözlerinde kendisini gösterdiğidir (Nasir, 2020). Bu çerçevede Hip-Hop, genç Müslümanlar için İslami kimliklerini koruma, bu kimliklere yeni alanlar üretme ve Müslüman olmayanları İslam ve Müslümanlar hakkında eğitime işlevli bir müzik kültürü olmanın yanında (Khabeer, 2007, s. 125), kurumsal ırkçılığa ve ırkçı şiddete, İslamofobik ayrımcılığa karşı mücadelede savunma aracı olarak görülür (Swedenburg, 2001, s. 76; Thoma, 2011, s. 75).

⁴ Rap bir müzik tarzı iken, Hip-Hop rap, grafiti, break dans, DJ'lik gibi unsurları içeren kültüre verilen addır (Thoma, 2011, s.75).

⁵ Hip-Hop üzerine yapılan Türkçe çalışmalar ve tezler de mevcuttur. Bu çalışmalar büyük oranda Türkiye'de yapılan Hip-Hop ile sınırlıdır. Bu çalışmalar içerisinde Mert, C. (2003). Kültür endüstrisi, Hip-Hop ve direniş politikalarını ele alması bakımından sayılmalıdır. Ayrıca rap müzik üzerine yapılan Türkçe tezler de bulunmaktadır: Örneğin müzik sosyolojisi bağlamında bir ifade ve kültür biçimi olarak rap müziği irdeleyen Sarıköse'ye ait (2021) yüksek lisans tezi. Ayrıca, İlahiyat öğrencilerinin rap müzik dinlemelerinin sebebini araştıran Şanlıbayrak'a ait tez (2023) ve dışlanma ve rap müzik siyasetini İstanbul örneğinde araştıran Mişe (2018) tarafından yazılan yüksek lisans tezinden söz edilmelidir.

⁶ İslami pop, İslami Hip-Hop, İslami rock, İslami türkü, İslami arabesk gibi farklı müzik türlerinin olduğu da ifade edilmelidir. Bu konuda yapılmış bir çalışma için bkz. Kaniyolu, (2010).

⁷ İslam ve Hip-Hop ilişkisi bağlamında yapılan uluslararası çalışmalar için bkz. Aidi, 2004; Alim, 2006; Chan-Malik, 2011a, 2011b; Khabeer, 2007; McMurray, 2008; Lohkor, 2014; Miah ve Kalra, 2008; Swedenburg, 2001; Thoma, 2011, Nasir, 2020.

Bu müzik için nasıl bir adlandırma yapılmasının uygun olduğu konusunda da literatürde bir tartışma vardır. Örneğin Prudent Üniversitesi'nde Antropolog Su'ad Abdul Khabeer (2007, s.126) Müslüman Hip-Hop ve İslami Hip-Hop arasında ayırım yapar ve ikincisini Amerikalı Müslümanlar tarafından yaratılan, dinleyicisi Müslümanlar olan, İslami kurallar ve pratiklerle uyumlu Hip-Hop müzik türü ve kültürü için kullanır. Ancak Müslüman ve İslami Hip-Hop ayırımı daha politik ve radikal tutum alan ve Lirik Cihatçılar olarak tanımlanan Soldiers of Allah gibi kimi grupları dışarıda bırakır (Miah ve Kalra, 2008, s. 15)⁸ ki 1990'larda aktif olan bu grup daha Selefi⁹ bir anlayışı benimser ve bu nedenle geçmişi yücelten, akli devre dışı bırakan, politik ve köktenci duruşu ağır basan bu tür İslami gruplar bu çalışmanın kapsamı dışında tutulmuşlardır.

İslami müzik ve İslami bilinçli müzik ayırımı yapanlar da vardır (Bkz. Morris, 2016). Bu tipolojiye göre İslami müzik yerel ve topluluk bağlarına odaklanan, İslami söylemi olan ve Müslüman kimliği güçlendiren bir müzik iken, İslami bilinçli müzik İslami inanış ve değerlere yaslanırsa da bireysel ifade ve bireyciliğe daha fazla vurgu yapmakta, Müslüman olmayanlar dahil daha geniş bir dinleyici kitlesine İslami inanış ve değerleri evrensel bir maneviyat ve ahlak çerçevesi olarak sunma çabası gütmektedir. Bu müzik, sosyo-politik meselelerle çok yakından ilgilenmekte olup, Müslüman ağlara, bağlantılara sahiptir. Çalışmanın kapsamına dahil edilen gruplar bu ikinci tür içindekiler olacaktır.

Bilindiği gibi bir müziği ortaya çıktığı ve dönüştürücü olduğu tarihsel bağlam içinde değerlendirmek onu konumlandırmak bakımından oldukça önemlidir (Ergur, 2022). Bu çerçevede, Hip-Hop'u tarihsel kökeni ve bağlamı içine yerleştirmek onun aynı zamanda muhalif bir kültürü temsil iddiasının günümüzde ne derece geçerli olduğu sorusunu sorma imkânı da sunar. Hip-Hop bir kültürü temsil ederken, İslamofobi'ye işaret etmek ve marjinal yaşamlar hakkında alternatif bir anlatı oluşturmak rolünü de üstlenir. Bu muhalif kültür, doğuşundan itibaren beyazların ırk ayrımcılığına karşıt

⁸ Bu ayırımı netleştiren iki grup ve onların şarkı sözlerini karşılaştırmak olanaklıdır: Soldiers of Allah ve Native Deen. Her ikisi de Amerika merkezli gruplardır. Ancak ilki daha politize bir direniş geliştirmişken, ikincisi daha ruhsal, gelişimsel, bireysel-politik bir mesaj üretir. Soldiers of Allah internet üzerinden yayın yapmakta ve grubun tüm müziklerine ücretsiz ulaşmakta iken, Native Deen ticari bir rota izlemektedir. Müzik endüstrisi ile bu farklı ilişkilene biçimleri taşıdıkları mesaj ve hedefleriyle yakından ilgilidir. Soldiers of Allah Los Angeles kökenli 1990'lı yılların sonlarında ortaya çıkmış bir gruptur. Şarkı sözleri karşı hegemonik bir söyleme odaklanır. Dünyanın merkezinde Batı yerine tek bir ümmetin yer almasını önemser. İdealleştirilmiş bir geçmişe yaslanarak, Müslümanların sıkıntısını Osmanlı halifeliğinin Batılı sömürgeci güçler tarafından ortadan kaldırılmasında görmektedir. 1924 isimli albümleri halifeliğin kaldırılma tarihine işaret ederek grubun bu politik duruşunu açıkça gösterir. Ayrıca, tüm şarkı sözlerinde Müslüman olmayanlar küffar olarak nitelenip, iki din arasında haclı seferlerine referans verilirken, Atatürk tarafından gerçekleştirilen halifeliğin kaldırılması, Latin alfabesine geçiş, laiklik yönlü düzenlemeler İslam'dan ve Allah'ın kurallarından kopuş olarak değerlendirilmektedir (Bkz. Soldier of Allah, 2009). Native Deen ise Afrikalı Amerikalı, Washington D.C.'de büyümüş üç kişiden oluşan bir gruptur. Kuvvetli bir fan grupları vardır ve bu grup etnik-dini köken bakımından oldukça çeşitlidir. Şarkılarının sözleri şahsi ve sosyal meseleleri ele alır. Sözlerde iyi ameller işlemeye, küçük şeyler yapmaya yönlendiren mesajları vardır (Miah ve Kalra, 2008, s. 16–22).

⁹ Selefilik ya da selefi zihin aklın devre dışına çıkarıldığı, tarihin belli bir dönemine ve o dönemdeki İslami uygulamalara dönmeyi önermektedir. Siyaset bilimi literatüründe de politik İslam ve fundamentalizm başlıkları altında incelenmektedir (Ünal, 2015, s. 55).

olarak kendisini konumlandırmıştır. 1970'lerde New York, Bronx'ta (gettolarda) kentsel yenileme projeleri sonrasında artan işsizlik, kötü konut kalitesi, kamusal hizmet eksikliği ve özel sektör yatırımlarının kaçışına tepki-isyan ve "rağmen yaşamak" olarak Afro-Amerikalı kültür içinde ve dilinde doğan Hip-Hop (Khabeer, 2007), sonraki süreçte Güney Amerika'da karşılık bulmuştur. Burada örneğin Brezilya'nın favelalarında¹⁰ yaşayan yoksul ve dışlanmış toplumsal kesimlerin hayat hikayelerini anlatan temaları konu edinmiştir (Lohlker, 2014, s. 121). Sonrasında Orta Doğu'ya ve Avrupa'ya yayılmıştır. Orta Doğu'da ciddi bir siyasi işlev yüklenmiştir (Duman ve Coşkun, 2017, s. 260). Örneğin Arap Baharı olarak adlandırılan dönemin sembollerinden biri Tunuslu Hip-Hop müzisyeni El Général'in şarkıları olmuştur (Dallaji, 2013; Lohlker, 2014, s.133). Avrupa'da 11 Eylül 2001 sonrası dönemde ise Hip-Hop, göçmen Müslümanların ikinci ve üçüncü kuşaklarının İslamofobi karşısında kendi dışlanmışlıklarını, umutsuzluklarını, maruz kaldıkları ayrımcılıkları dile getirdikleri bir protest kültür olarak öne çıkmış ve kısmen İslam'a davet çağrısı olarak değerlendirilmiştir (bkz. Swendeburg, 2001; Lohlker 2014; Nasir, 2020). Örneğin, Islamic Force isimli Alman-Türk Hip-Hop grubu bu ismi seçme nedenlerini, Almanların İslam'a karşı gösterdikleri önyargılı tutumu protesto etmek olarak dile getirmiştir¹¹. Nasihat, 11 Ekim 2017 tarihli Facebook sayfasında yaptığı paylaşımda İslamofobi'nin etkisine dikkat çeker: 'Dagegn'¹², Avusturya'da günden güne yoğunlaşan yabancı ve İslam düşmanlığına karşı yaptığım bir parça. Avusturya halkına hitap ettiğim için Almanca söylüyorum" (Nasihat, 2017).

İslami Hip-Hop'un yükselişinde 1990'lı yıllarda İslam'ın canlanışının etkisi olmuştur. Bu yıllarda Avrupa'da örneğin İngiltere'de genç Müslümanların İslam'a dönüşü, kendi yaşamlarını sorgulamaları bir vakadır. İslam'a dönüşle birlikte Hip-Hopla tanışma söz konusu olmuştur ancak bu kavuşma çok daha eski tarihlere, 1960'lara kadar uzanmaktadır. Şöyle ki, ilk örneği olarak 1960'ların Harlem'inde ortaya çıkan Five Percenters grubundan söz etmek olanaklıdır (Knight, 2023, s. 516). İlk kuşaklar, 1960'larda ev sahibi toplum tarafından reddedildikleri için geleneksel müzik tarzlarını icra etmişlerdir. Bunlar kendi kültürlerinden ayrılmış ancak göç ettikleri yere ve kültürüne intibak edemedikleri için kendilerini yersiz hissetmişlerdir. İkinci kuşak ise 1980'lerin ırkçılık karşıtı mücadelesi ve çokkültürlü politikası içerisine doğmuşlardır ve bunların etnik bağlarını dinsel kimliklerinden daha fazla benimsedikleri söylenebilir. Bu dönemde Müslüman bir tüketim piyasası ve kamusal alanın oluşması, helal gıda, evde yemek pişirme, Müslüman giyim endüstrisi, Müslümanların iletişim kanallarının, başka bir deyişle gazete ve medyanın gelişimi İslami Hip-Hop'u beslemiştir. Bu bağlamda da bazı

¹⁰ Favela, Brezilya'daki gecekondu mahallelerine verilen addır.

¹¹ 3 Kasım 2020 tarihli Facebook paylaşımında Nasihat "yine bir terör saldırısı ve yine önüne koyulan 'İslami', 'radikal İslamcı' vs. kelimeleri" postunu paylaştıktan sonra doğup büyüdüğü Avusturya-Salzburg'da kendisini yüzde yüz kabul edilmiş hissetmediğini ve yükselen İslamofobi ile memleketinden ayrılmayı düşünecek düzeyde hoşnutsuzluğunun arttığını ifade etmektedir (Nasihat, 2020). Yine 23 Şubat 2018 tarihli paylaşımında İslam ülkelerinde yaşanan zulme sessiz kalmamak adına ve Avusturya/Almanya/İsviçre'de yaşayan gençlere gerçekleri rap ile anlatmak için Almanca albüm yaptığını belirtmektedir (Nasihat, 2018)

¹² 'Dagegn' kelimesinin Türkçesi "karşı olmak, karşı çıkmak" anlamına gelmektedir.

araştırmacılara göre Avrupa’da 1980 sonlarından itibaren başlayan Müslüman kurumlar, ağlar, anlatılar, alternatif alt kültür oluşturma hareketi vardır ve Hip-Hop da bu sosyo-kültürel eğilimin bir parçasıdır¹³.

11 Eylül 2001 sonrasında Avrupa’da ve Amerika’da yaşayan Müslümanlara ise en azından asimile edilememiş öteki olarak yaklaşıldığı, büyük oranda terörist olarak bakıldığı, gündelik hayatlarında Müslümanların yaşadıkları ayrımcılık ve önyargının ise kimlik tartışmalarını alevlendirdiği bilinmektedir. Bu kapsamda, Slyvia Chan-Malik (2011b, s. 11) Amerika’da İslam’ın birbirine karşıt iki ayrı damarının etkili olduğu değerlendirmesindedir. Bunlar: Bir tarafta siyahi Müslüman topluluktaki gibi beyaz üstünlüğünün insanlık dışı etkileri ve ulusal ayrışmayı dengelemek için imana sarılanların İslam’ı, diğer tarafta İslam’ı dini ve kültürel miras olarak gören, ancak Amerika’yı da fırsatlar ülkesi olarak değerlendiren göçmen Müslümanların İslam’ıdır. Chan-Malik’e göre (2011b, s. 12) 11 Eylül ile göçmen Müslümanlar da ırkları ile karşı karşıya getirilmişler, 1965 göçmen yasasının sağladığı “hukuki beyazlıktan” uzakta olduklarını¹⁴ anlamışlardır. Avrupa’da ise 2010’da radikal İslami terör örgütlerinin Avrupa başkentlerini hedef almasıyla yükselen İslamofobi’nin karşısında Müslümanlara yönelik daha sert tedbirlerin alındığı ve Hip-Hop’ın bu bağlamda daha önemli bir işlev kazandığı söylenebilir. Diasporadaki azınlık durumundaki genç ve madun Müslüman göçmenler arasında Hip-Hop’ın yaygınlaşmasını, örneğin Aidi (2011, s. 25), göç ve entegrasyon politikalarıyla, işsizlikle, sanayisizleşmeyle, sosyal devletin geri çekilmesi ve neoliberal dönüşüm ile ilişkilendirirken, Mark LeVine (2009, s. 34) İslami heavy metal, Hip-Hop gibi müziklerin hem Batı emperyalizmini hem de Orta Doğu’da statükoyu eleştirmenin ve bununla eşit derecede önemli alternatif/pozitif bir gelecek tahayyülünün popüler aracı olduğu kanaatindedir.

Nasir’e (2020) göre, İslami Hip-Hop ayırt edici bir küresel müzik kültürü oluşturur ve 11 Eylül kuşağının yeni Müslüman kimliğinin önemli bir bileşenidir. Amerika’da ve Avrupa’da yaşayan birçok Müslüman gencin Hip-Hop’u kendi endişelerini, hayal kırıklıklarını ve görüşlerini ifade etmenin bir aracı olarak gördükleri ve diasporada gelişen göçmen Müslümanların geç kuşaklarının ürettiği müziğin, yoksullukla, eşitsizlikle, şeytanlaştırmayla süregiden mücadelenin stratejik sembolik bir aracı haline geldiği genel olarak kabul görmektedir (Miah ve Kalra, 2008, s. 13). Bu kapsamda da Fraser’ın (1990) ifade ettiği madun karşı-kamusallıklar üretilmesinden söz etmek olanaklıdır. Bilindiği gibi madun karşı-

¹³ Örneğin Samy Alim (2005, s. 264) ve Hishaam Aidi (2004, s. 107) Hip-Hop müziğin küresel düzeyde genç Müslümanlar arasında ortak bir dil ve kültürel pratik sağladığını belirtirler ve ‘Hip-Hop Ümmeti’ adlandırması yaparlar. Khabeer’e göre (2007, s. 127) ise Amerikan Müslüman kimliği için Hip-Hop sembolik bir işaret ve mekanizmadır. Her üç yazar da müzik, din, popüler kültür ve ulusötesilik kesişiminde değerlendirmelerde bulunmuşlardır.

¹⁴ 1965 tarihli Göç ve Vatandaşlık Yasası ile büyük bir kırılma yaşanmış ve Doğu Avrupa ve Asyalılara yönelik ayrımcılık kaldırılmış ve bu halkların Amerika’da göçmen olmalarının önü açılmıştır.

kamusallıklar tabi konumdakilerin muhalif ve alternatif yorumlarını, söylemlerini ifade edebildikleri, yeni kimlik pozisyonlanmaları geliştirdikleri söylemsel alanlardır (Araujo, 2019, s. 236).

İslami Hip-Hop üzerine yapılan çalışmalar ayrıca kimlik inşası ile erken ve geç kuşak Hip-Hop müzisyenlerin kimlikleri arasındaki ayrıma işaret etmekte ve bu kapsamda özellikle Paul Gilroy'un (1993) "çift katmanlı bilinç"¹⁵ ya da Homi Bhabba'nın (1994) "melezleşme" kavramsallaştırmasının sunduğu katkılara dikkat çekmektedirler (Thoma, 2011). Bhabba'nın katkısı, yeni kültürel anlamların ve melez kültürel formların yaratılmasının mevcut kültürel kimlikler arasındaki temas noktasında meydana geldiğidir. Başat kültürel söylemin çeperinde meydana gelen yeniliklerle, sürekli melezleşme süreciyle kültür yeniden inşa edilir ve Bhabba'nın (1994: 53) melezlik dediği şey göçmenin kültürel arada kalmışlığı ya da araftalığıdır. Bu biz/onlar şeklindeki kültürel karşıtlıkların ve ayrımların tehlikelerini bertaraf eden bir konumlanmadır.

"Diasporada İslam'ın Barışa Açılan Yüzü: İslami Hip-Hop" adlı bu çalışma ile ortaya konulmaya çalışılan Avrupa'da diasporadaki geç kuşak İslami Hip-Hop müzisyenlere ilişkin önerme ise şöyledir: İslami Hip-Hop, ev sahibi toplumda gelişen İslamofobi ve çokkültürlülüğten vazgeçilmesi karşısında, Müslüman dışı kesime İslam'ın evrensel ve oldukça barışçıl bir imajını sunmaktadır. Bu gruplar, hem ev sahibi toplumda temsil edilen hem de Müslüman ülkelerde ve anavatanlarında başat olan Müslümanlık anlayışlarıyla İslam'a yaklaşımları ve göçmen kültürü ile ayrılmışlardır ve muhalif bir kimliği temsil etmeye devam etmektedirler.

Giriş Bölümünde yapılan bu genel kavramsal ve kuramsal açıklamalardan sonra, çalışmanın bundan sonraki akışı şu şekildedir: İlk olarak Yöntem Başlığı altında çalışmanın konusu, amacı, kapsamı ve kullanılan veri toplama tekniğine değinilecektir. Ardından içerik analizinden hareketle oluşturulan bulguların analizi yapılacak ve bu çalışmanın bulguları, literatür ve kavramsal- çerçeveye birlikte ele alınarak hem Hip-Hop müzikte temsil edilen İslam'ın niteliği hem de bu müziğin muhalif karakterine dair değerlendirmelerin yer aldığı sonuç bölümüyle çalışma sona erecektir.

2. YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı, yükselen İslamofobi karşısında diasporada yaşayan yeni kuşak İslami Hip-Hop müzisyenlerinin tümüyle kendi öznelliklerini yansıtan şarkı sözlerinde ve söylemlerinde belirginleşen İslam anlayışlarına dair bir değerlendirme yapmaktır. Bu kapsamda şarkı sözlerinde nasıl

¹⁵ Gilroy (1993, s.126), Du Bois'in "çift katmanlı bilinç" kavramsallaşmasını ele alır ve bu kavramsallaştırmanın ilk önce Amerikan kimliğinin siyahi içselleştirilmesinden açığa çıkan çeşitli zorlukları anlatmak için kullanıldığını belirtir: hem Amerikalı hem Negro, tek bir koyu bedende birbiriyle uzlaştırılmaz iki ruh, iki düşünce. Gilroy'a göre Du Bois'in bu değerlendirmesinde 3 unsur etkilidir: kölelikten çıkmış ancak ulus devletin henüz yurttaşı olmayı başaramamış, Irk olarak tikelci, milliyetçi ve diasporik varoluş, görüş, düşünce. Bu üçlü Du Bois de etkili olmuştur (s. 127).

bir İslam anlayışının temsil edildiği araştırmanın ilk sorusudur. Afro-Amerikalıların değil de Avrupa’da diasporadaki geç kuşak Müslüman göçmenlerin yaptıkları Hip-Hop’un, ayrıca muhalif niteliğini koruyup korumadığı, araştırmanın diğer temel sorusunu oluşturmaktadır. Bu araştırma soruları, bu müzik türünün İslamofobi, çokkültürlülükten geri çekilme, ırkçı göçmen politikası bağlamında özellikle etkisini artırması nedeniyle daha önemli hale gelmektedir.

Öncelikle, çalışmanın kapsamına dahil edilecek örneklerin belirlenmesinde hem muslimhiphop.com gibi çeşitli sitelerde hem de Google arama motorunda tarama yapılmıştır. Bu taramada içerme-dışlama stratejileri bakımından İslami Hip-Hop, Müslüman Hip-Hop veya İslami Hip-Hop, İslami bilinçli Hip-Hop ayrımı korunmuştur. Bu çalışmada, literatürde sınırlı sayıda çalışmaya konu edilen diasporada yaşayan Hip-Hop grupları tercih edilmiştir. Çalışmanın kapsamı bu nedenle İslamofobi’nin yüksek olduğu Batı Avrupa ülkeleri ile sınırlandırılmıştır¹⁶. Ayrıca bu gruplar, çokkültürlülük politikaları içinde yetişmiş ve 1990’ların ikinci yarısı ve özellikle 2001 sonrası çokkültürlülükten geri çekilme ve İslamofobi’nin yükselişi sürecinde İslami Hip-Hop yapan genç kuşak olmaları nedeniyle de çalışmanın amacı ve araştırma soruları bağlamında tercih edilmiştir. Bu göçmen diaspora gruplar içinde oldukça büyük bir nüfusa sahip ve özellikle İngilizce ve Türkçe İslami Hip-Hop yapan temsilciler ayırt edilmiştir. Ayrıca, oldukça sınırlı çalışma olması (Lohkor, 2014, s. 127) ve aynı zamanda kadınların yaptığı müziğin en temelde haram/helal kategorileri etrafında tartışılması ve Müslüman ülkelerde tesettürlü kadınlarca yapılan bu türden icraya olumsuz yaklaşılması nedeniyle bir kadın grubu da çalışmanın kapsamına dahil edilmiştir. Bununla birlikte, seslendikleri kitle itibarı ile belli bir dinleyici ve izleyici kitlesine erişmiş ancak kültür endüstrisinin baskısından uzak durabilen grupların çalışmanın kapsamına alınmasına özen gösterilmiştir.¹⁷ Bilindiği gibi YouTube, SoundCloud, kişisel web sitesi, Facebook hesapları Hip-Hop müzisyenlerin kendi müziklerini yaymaları ve fanları ile etkileşimlerini korumaları için önemli mecralar haline gelmiştir. Müzikleri büyük ölçüde internet üzerinden yayın akışı ve indirmelerle yaygınlaşmaktadır. Sosyal medyada yeni linkler, video paylaşımları, konser turne ve programlarını yayımlamakta ve görünürlükleriyle birlikte izlenirliklerini de bu sayede sağlamaktadırlar. Bu nedenle veri toplamanın önemli araçlarından biri sosyal medya hesapları olmuştur.

Çalışmanın amacı ve araştırma soruları bağlamında, yukarıda belirtilen örneklem seçimi ölçütleri doğrultusunda diasporadaki İslami Hip-Hop kategorisi altında yer alan İngilizce sözlü müzik yapan Poetic Pilgrimage, Türkçe ve Almanca sözlü müzik yapan Nasihat Kartal ve Türkçe sözlü müzik yapan Islamic Force grupları çalışmanın kapsamına dahil edilmiştir. Bu gruplara ait şarkıların sözleri 2023 yılı içinde çeşitli aralıklarla ve en son 2024 yılı Nisan ayı içerisinde taranarak içerik çözümlemesine tabi tutulmuştur. Çünkü şarkı sözleri, bu sözlerde tercih edilen ifadeler ve kavramlar, kişi ve grupların

¹⁶ Pew Araştırma Merkezi’nin 2018 yılı raporuna göre ailesinde Müslüman ve Yahudi istemeyen Avrupalılar listesinde İtalyanlar ilk sırada iken, bunu İngiltere, Avusturya ve Almanya takip etmektedir (Stratejik Düşünce Enstitüsü [SDE]. 2018).

¹⁷ Örneğin İngiltere’de 1997’den beri aktif olan Mecca2Medina ve Amerika’da Native Deen, Baraka Blue, Anas Canon, Public Enemy, Pearls of Islam gibi ünlü gruplar vardır ve (kültür endüstrisine hizmet eden merkez firmalar yerine) bu müzik türünde uzmanlaşmış prodüksiyon firmaları ile çalışmaktadırlar.

kendilerini ve kimliklerini en iyi ifade ettikleri, ayırt edici nitelikte sembollerdir. Bu üç grubun şarkı sözleri üzerinden yapılan içerik çözümlemesine dayalı olarak Müslümanlığa, İslam'a ve maneviyata bakışları, düzene muhalif yönleri ve bu bağlamda birbirleriyle ortaklaştıkları ve ayrıştıkları noktalar ortaya konulmaya çalışılmıştır. Temelde bu Hip-Hopçular göçmen olmakla ve dini ve etnik kimliklerinin birlikte etkinleştiği kesişimsel kimlikleriyle öne çıkmaktadırlar. Poetic Pilgrimage, sadece kadınlardan oluşmasıyla değil aynı zamanda sonradan Müslüman olmasıyla da ayrılmaktadır. Nasihat Kartal ve Islamic Force ise göçmen ailelere mensup, yurt dışında yaşayan Türk kökenli Hip-Hop müziğinin temsilcileridir.

Poetic Pilgrimage iki kadın üyeden oluşan bir İngiliz grubudur. Bunlar Karayip asıllı, Hristiyan ailelerin kızları olup Bristol doğumludurlar. Sukina Abdul Noor ve Muneera Rashida isimli bu kadınlar daha sonra Müslümanlığı seçmişler ve isimlerini Muneera Tanya Williams ve Sukina Owen-Douglas olarak değiştirmişlerdir. Williams bir mülakatta ("I'm a black", 2016), 1980'lerde Jamaikalı bir ailenin çocuğu olarak yetiştiğini ve İslam'ın zihnindeki en uzak şeylerden biri olduğunu, kilisede büyüdüğünü ancak hem ırk hem de cinsiyete dair cevaplanmayan soruları nedeniyle kiliseyi bıraktığını, reggie müzikle ilgilendiğini, (ki bunu bir tür direniş olarak değerlendiriyor), Malcom X ve Faslı feminist yazar Fatimi Messini'nin bir kitabı ile dönüşüm yaşadığını anlatmaktadır. 2002'de Hip-Hop grubunu kurmakla birlikte, ancak 2005'te İslam'ı seçmişler ve isimlerini değiştirip, tesettüre girmişlerdir. Her ikisi de eğitilmiş olup, İslami Çalışmalar alanında yüksek lisans yapmışlardır ("Poetic Pilgrimage rappers", 2015).

Gerçek ismi Yasin Ulu olan Nasihat Kartal, Avusturya-Salzburg doğumludur ve hala orada yaşamaktadır. Poetic Pilgrimage mensupları gibi o da yüksek lisans yapmıştır. 1994'te Cartel grubu ile kendi dilinde Hip-Hop dinlemeye başlayan, 10-11 yaşlarında grafiti yapan Nasihat, bu etki ile olsa gerek, Cartel'i çağrıştıran Kartal ismini de kullanmaya başlar. Nasihat, grafiti ile başladığı rap ile tanışıklığına 12-13 yaşlarında kendi sözlerini yazarak devam etmiş ve konserler, beatler üzerinden para kazandıkça kendi müzik altyapısını ve plak şirketini kurmuştur ("Avusturya'da yaşayan", 2016). Kendisine ait yaklaşık 6000 kişinin takip ettiği bir Facebook hesabı vardır. SoundCloud'a, Spotify ve Faceook hesabına düzenli olarak/sıklıkla videolarını yüklemektedir. Youtube videolarına bakıldığında örneğin "Arakan"ın (2012) şarkı sözleri 5,9 milyon görüntülemeye; "Son Nefes"inki ise 40.000 görüntülemeye erişmiştir.

Islamic Force ise 1986 yılında Boe B. ve Maxim tarafından Almanya-Berlin Kreuzberg'te kurulmuş, İngilizce şarkı sözleri ile başladıkları müzik hayatlarında sonradan Türkçeye yönelerek ilk Türkçe rap kaydını yapan grup olmuşlardır. 1992'de "Benim Melodim" (*İstanbul, My Melody*), 1993'te "Tüm Dünya Senin Evindir" (*The Whole World is Your Home*) albümlerini çıkartmışlardır (İlgiç ve Pilcz, 2021). 1990'lı yıllarda Killa Hakan'ın gruba katılması sonrasında Türkçe sözlü *Mesaj* (1997) isimli bir albüm yapmışlardır. Boe B.'nin ölümü üzerine grup dağılmıştır. Önemli temsilcilerinden 1973 Trabzon doğumlu Killa Hakan'ın ailesi 1960'lı yıllarda Almanya'ya göç etmiş, kendisi genç yaşta Türk kimliği üzerinden bir polisin ayrımcı tavrına muhatap olmuş, hapis yatmıştır (Meriç, 2018). Bu otobiyografik

ayrımcılık deneyimi albüm ya da şarkı içeriklerinin oluşumunda etkili olmuştur. Grup dağıldıktan sonra yoluna bağımsız devam etmiş ve 1997'den beri şarkıları MTV Almanya'da 15 hafta ilk on listesinde kalarak bir rekora imza atmış, *Mesaj* isimli albümleri 2016 yılında yeniden piyasaya sürülmüştür (İlgiç ve Pilcz, 2021).

Yukarıda da belirtildiği üzere çalışmada, nitel araştırma desenlerinden içerik çözümlemesi kullanılmıştır. Bu amaçla Hip-Hop şarkıların sözleri çalışmanın iki yazarı tarafından oluşturulan kod cetveline göre ayrı ayrı içerik analizine tabi tutulmuş ve gözlemci tutarlılığı sağlanmıştır. Poetic Pilgrimage grubunun İngilizce transkripsiyonlarının videoların yüklendiği sitelerde yer almamasından dolayı, farklı uzunluklardaki şarkı sözleri 2023 yılı içinde defalarca dinlenmiş ve şarkıların sözleri bu çalışmanın yazarlarından biri tarafından Türkçeye çevrilmiştir. Islamic Force ve Nasihat Kartal'a ait şarkıların ise büyük oranda Türkçe transkripsiyonlarına ulaşılmıştır. Verilerin doğruluk ve güvenilirliği için şarkı sözlerinin yanı sıra ele alınan grupların sosyal medya sayfaları geriye dönük taranmıştır. Örneğin Poetic Pilgrimage (<https://www.facebook.com/poeticpilgrimagemusic/>) ve Nasihat Kartal'a ait Facebook sayfaları (<https://www.facebook.com/nasihatoofficial/>) 1 Ocak 2016 tarihinden günümüze taranmıştır. Ayrıca medyada Islamic Force, Nasihat ve Poetic Pilgrimage üyeleriyle yapılan mülakatlardan da yararlanılmıştır. Nasihat Kartal'a ait "Hiç Nasihat Veren Yok Mu" (2010), "Son Nefes" (2011), "Son Söz" (2010, 2021), "Özdenetim" (2021), "İnsanoğlu" (2022), "Arakan" (2012) ve "Hayattayım" (2024) isimli şarkıları veri analizinde kullanılırken, Poetic Pilgrimage'a ait "Modern Day Marys" (2007), "No More War" (2009), anavatanları Jamaika için yazdıkları "Land Far Away" (2010a), "A Star Women is Born" (2010b) ve Muhammed Yahya ile birlikte yaptıkları "Silence is Consent" (2011) şarkıları analize dahil edilmiştir. Islamic Force'un ise 1997 yılı çıkışlı ve 2016 yılında yeniden piyasaya sürdükleri "Canlardır", "Gurbetçi Çocuğuyum" ve "Bütün Dünya" isimli şarkılarının sözleri kullanılmıştır.

Verilerin analizi, Nitel Veri Analiz Programı Maxqda Analytics Pro (2018) programı kullanılarak yapılmış ve bu kapsamda hem şarkı sözleri hem mülakatlar kodlanmıştır. Söz konusu kodlar, şarkı sözlerinden hareketle içerik çözümlemesi verileri, İslam'ın nasıl temsil edildiği ve muhalif niteliğinin korunup korunmadığı araştırma soruları bağlamında, temalar, kategoriler, kodlar belirlenerek değerlendirilmiştir.

3. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Bulgular, sistematik olması açısından çalışmanın amacı doğrultusunda, “Maneviyat Anlayışı”, “Eşitlik Anlayışı” ve “Adalet, Barış ve Ümmet Anlayışı” temaları altında verilmiştir. Şekil 1’de Maxqda Analytics Pro (2018) programında Nasihat, Islamic Force ve Poetic Pilgrimage gruplarına ait araştırma kapsamına alınan şarkıların sözlerinde ortak olarak ve sıklıkla geçen kod etiketlerine ilişkin kelime bulutu verilmektedir. Kelime bulutu, grupların hem Kuran’ın yol göstericiliği, Allah, Hz. Muhammed vurgusu hem de adalet, eşitlik, sevgi, barış ve şiddet karşıtlığı gibi evrensel değerlere dayanan ve hayatın anlamını inşa eden İslami anlayışta ortaklaştıklarını göstermektedir. Mülakatlarla birlikte değerlendirildiğinde bu gruplarca akla ve eleştiriye önem verildiği ve oldukça bireysel bir dindarlık anlayışı içerisinde bulunduğu anlaşılmaktadır.



Şekil 1: Kod etiketlerinden oluşan kelime bulutu

3.1. Maneviyat Anlayışı¹⁸

Maneviyat kavramının belki de en genel ortak tanımlayıcı unsurunun kişinin hayata dair bir amaç ve anlam arayışı olduğu ifade edilebilir (Tanyi, 2002, s. 500). Şekil 1'deki kelime bulutunda yer alan hayatın anlamının sorgulanması, nefsin terbiyesi ve kibrin temel bir kötülük olarak sayılması, Kuran'ın yol göstericiliği, Allah ve Hz. Muhammed ile örülü aracısız, bireysel bir dindarlık ve nihayet adalet, eşitlik gibi diğer değerlere yaklaşımlarının bir bütün olarak değerlendirilmesi "maneviyat anlayışı" olarak sınıflandırılmış ve mülakatlar ile bu anlayışın içeriği zenginleştirilmiştir. İslami Hip-Hop gruplarında belirginleşen maneviyat anlayışı resmî din ve dogmadan sıyrılmış şekilde ancak dindarlığını koruyarak, daha bireysel ve mistik bir varoluş ihtiyacına işaret etmektedir. İslam'ın mistik yönü Sufizm ya da Arapça ifadesi ile tasavvuf üzerinde yükselmekte (Storrdat, 2012, s. 3) ve bu eğilimin önemli bir yansıması Hip-Hop müzisyenlerin şarkı sözlerinde görülmektedir (Morris, 2016, s. 393–395, 398). Hip-Hop şarkıların sözleri baskın şekilde evrensel insani değerlere dayalıdır ve egemen yaklaşım ağırlıklı tasavvufa yaslanmaktadır. Temel kaynaklara yönelim, Besmele ve Allah ve isimlerinin kullanımı bu maneviyat anlayışında oldukça belirgin, şarkı sözlerinde ilham kaynakları olarak Kuran, hadis, Mevlana'nın sözlerinin öne çıktığı söylenebilir. Örneğin grubun resmi Facebook hesabında 13 Aralık 2016 tarihli postunda Poetic Pilgrimage üyesi Sukina Douglas "Hayatta en sevdiğim şeylerden biri, sevgili Peygamberimiz Muhammed'e (sav) sevgi ve övgü dolu şiirler yazmak ve okumaktır" şeklinde bunu ifade etmektedir (Poetic Pilgrimage, 2016). Yine Sufizmi ile ayırt edilen Muhyiddin İbn Arabi, onun vahdet-i vücud anlayışı ve Fütihat-ı Mekkiyye isimli eseri başka bir ilham kaynağıdır¹⁹ (Knight, 2023, s. 522). İnsanın varoluş amacını gerçekleştirmesi, bu dünyadaki yolculuğunu bu amaca hizmet edecek şekilde tasarlaması ve Tanrı'nın kendilerine verdiği yeteneği kullanarak bir ruhsal yolculuğa çıktıkları şeklinde cisimleşen maneviyat anlayışı Poetic Pilgrimage'de oldukça baskındır. Örneğin "Biz Allah'a inanıyoruz ve her şeyde onun işaretlerini görüyoruz, ancak inşa edilmiş dinin bize uyduğunu düşünmüyoruz. Ama amacımızın Yaradan olduğunu biliyorduk. Biz gerçekten feminizmle ve Allah'a ilgilimiz" ("Interview with", 2013). Hip-Hop onlar için ruhsal bir yolculuktur. Belirtildiği üzere, maneviyat ruhla ilgilidir ve Semitik kültürlerde Arapça nefes kelimesini çağırır (Racy, 2023, s. 437).

Poetic Pilgrimage grubunun her iki üyesi de "*kendini bilen Rabbini bilir*" hadisi doğrultusunda kendi kimliklerini keşfetme ve kendilerini ifade etme arayışındayken aynı zamanda siyahi İngiliz kadının sesinin duyulmadığını, ana akım medyada yer verilmediğini fark ederek, Hip-Hop müziği hem kendilerini ifade edebilecekleri hem de kendileri ve diğer kadınlar adına mücadele edebilecekleri bir ortam, bir araç olarak değerlendirmektedirler (Elkayouhi, 2015). Her ne kadar "*kendini bilen Rabbini bilir*" sözünün 'hadis' olma niteliği tartışılıyor olsa da Gazzali ve devamında İbn Arabi ile birlikte yoğun bir şekilde

¹⁸ Maneviyat İngilizce "spirituality" kelimesinden türemiş olup, kökü olan 'spirit' "ruh, tin, nefes" anlamlarına gelmektedir (Racy, 2023). Spirituality ise "kiliseye, papaza vb. ait olan, ruhban sınıfı, dini değerlere karşı hassasiyet ve bağlılık" gibi anlamlara gelmektedir (Başak, 2022, s. 15). Maneviyat kavramının belki de en genel ortak tanımlayıcı unsurunun kişinin hayata dair bir amaç ve anlam arayışı olduğu ifade edilebilir (Tanyi, 2002, s.501).

¹⁹ Örneğin Emir Süleyman, 2011 yılındaki albümüne dair İbn-i Arabi'den ilham aldığından bahsetmektedir (Knight, 2023, s. 522).

maneviyatın merkezine alındığı ve varlığın birliğini (vahdet-i vücud) ispat ve ontolojisi için delil olarak kullanıldığı belirtilmelidir (Morris, 1987; Karadaş, 1994). Bu söz, kişinin kendindeki noksanları görmesi, kendisini tanımaya yöneldiğinde “neden ve niçin yaratıldığı, nereden geldiği, mutluluğunun ve mutsuzluğunun ne ile gerçekleşeceği” gibi sorular sorarak batını ve zahiri birçok hakikate ulaşması şeklinde bir manayı ifade etmektedir.

Poetic Pilgrimage üyelerinin “inşa edilmiş din” ile uyumsuzlukları ya da kurumsal din ve dindarlık anlayışı ile mesafeleri esasen kendi topluluk/cemaatlerinin yaşadığı deneyimden ayrı tutulamaz. Tüm Afrikalı-Amerikalılar, Porta Rikolu ve Karayip kökenliler gerek yaşadıkları ayrımcılığı eşitlikçi süreçlere çevirmekteki başarısızlık ve gerekse daha radikal/milliyetçi İslami akımların doğması sonucunda o güne kadar dindarlığın ve ibadetin merkezinde yer alan kilisenin otoritesinden uzaklaşmışlardır. Genç kuşakların bireysel ve seküler bir maneviyat arayışının dinden daha etkin olduğu bu dönemde, başkaca bir dini otoritenin de kilisenin yerine koyulmadığı görülmektedir (Waters, 2012). Nitekim, maneviyat ve din ilişkisine değin 1990’lardan itibaren yapılan çalışmalarda, örneğin Wade Clark Roof (1993) kurumsal dine olan inancın zayıfladığı ve kişisel inançlara ve manevi ihtiyaçlara yönelim olduğu; Reginald Bibby’nin (1999, s. 157–158) maneviyat/dindarlık üzerine Kanada’da 1713 kişinin katılımıyla 1995 yılında yaptığı çalışmada katılımcıların ancak %52’si için maneviyatın din ile ilgili ihtiyaçlar üzerinden tanımlandığı, geri klanlar için ise meditasyon, insan ruhu, tefekkür gibi terimlerin kullanıldığı tespit edilmiştir. Dindarlık ile kiliseye katılım, ibadet, otoriteyi benimseme gibi nitelikler öne çıkarken, maneviyat arayışının bireysel mistik tecrübelerle, dua ve manevi ritüellerle, en genelde anlam arayışı ile tanımlandığı görülmektedir. Burada aşkın olana dair şahsi inanışlar ve bir iç yaşam yolculuğu olarak deneyimlenen maneviyatın örgütlü dinden kopuş ve mesafelilik olarak yorumlanması konusunda aceleci olmamak gerektiği konusunda Carl Morris’in uyarıları önemlidir (2016). Morris’in iddiası (2016, s. 391), “manevi sermayenin” Müslüman müzisyenlerin sanatsal ve dini profilini yükselttiği ve aynı zamanda farklı kültürler arasında yeni bağlantılar kurmakta yararlı olduğudur. Ayrıca, bu maneviyatın geleneksel İslami cemaat ve aidiyet biçimlerine bir meydan okuma olduğu değerlendirmesini yapmaktadır. Jon Anderson (2003, s. 47) da sıradan insanın İslam yorumlarının geleneksel ulema otoritesine meydan okuyarak internet vasıtasıyla şekillendiğini ifade ederek, bunları “yeni yorumcular” olarak adlandırmaktadır.

Müslüman Hip-Hopçular, takipçileri için rol modeli olmakta, çeşitli din alimlerinden alıntılar yaparak, İslami akademisyenlere yönlendirmelerde bulunarak ve tavsiyeler vererek kendi fanlarının da bilgileneşine yardımcı olmaktadır. Poetic Pilgrimage yaptıkları müziğin ilham veren, bilgilendiren, uyandıran, mesaj ulaştırıcı, birleştiren ve güçlendiren bir rolü olduğunu belirtirken (“Rap dünyasında”, 2017), *Söylenmemiş Sözler* albümünde daha yoğun bir İslami dil ve tüm şarkılarında İslami ahlâka yer verdiğinden bahseden Nasihat Kartal, tarzını daha dolaylı ve simgesel bir anlatıma ve daha çok manevi mesajlar verme yönünde dönüştürmüştür (“Avusturya’da yaşayan”, 2016). İsim olarak Nasihat’ın seçilmesi bir yandan kendi İslami kimliğini dışa vurmaktadır diğer yandan Hip-Hop’a yüklediği anlamı

göstermektedir ki nasihat, İslâm'ın gündelik yaşama aktarılması, ahlaklı ve erdemli bir hayatın yaşanması amacıyla bilenlerin bilmeyenlere öğretmesi amacıyla yapılan öğütlerdir. Bu ismi seçmesinde Hz. Muhammed'in "*Din Nasihattır*" hadisinin yol gösterici olduğu anlaşılmaktadır. Nasihat'ın "*Son Nefes*" (2011) isimli şarkısının sözleri Kuran ve Hz. Muhammed'in hadis ve hayatını merkezine alıp, hayatını bu çerçevede yaşadığını ifade ederken egemen İslami pratiklere mesafeli yaklaşımını gösteren önemli bir materyal sunmaktadır.

Öğrendim ben ezbere; Kuran dolu hafızam & bedeldir her servete; geçti üstünden asırlar ve dünya verse el ele; bir benzer ayet yazılmaz & okursa her beden; bahsettiğim yoldan şaşmaz & kimi inanır cevşene onun için uymam herkese; çünkü çok var azıtan ve ehli sünnete ters gelen. (Nasihat, 2011)

Bununla birlikte Nasihat (2011) 'özdenetim' adlı geç dönem şarkısında maneviyat arayışını Sufist geleneği içinde; nefis terbiyesi ve İnsan-ı Kâmil mertebesine erişim amaçlı bir bireysel ruhsal yolculuk olarak sürdürdüğünü, örneğin "konu nefsi tezkiye, etmeli kendini terbiye" sözü ile göstermektedir. Diğer yandan kendisini dinleyicileri karşısında bir öğretmen olarak konumlandırarak bildiği her şeyi öğrettiğini belirtmekte olup, başlangıcından itibaren bu niyeti taşıdığı tespit edilebilmektedir: Örneğin "*Son Nefes*" (Nasihat, 2011) isimli şarkısında "Bu albümün amacı anlayana dinleyene emanet/benden sonra da dağıtmaya bilmeyene devam et/bu parçam buna dair herkese bir vekalet/işe yarar inşallah gelmeden bir gün felaket" şeklinde bu niyet belirtilmektedir. Genel olarak Hip-Hop gruplarının dinleyicileri/fanları ile kurdukları ilişkinin, özelde ise pedagojik ilişki biçiminin bu çalışmanın sınırlarını aşmakla birlikte, ayrıca çalışılması gerektiği düşünülmektedir.

3.2. Eşitlik Anlayışı

Çalışmada içerik çözümlemesi bağlamında belirlenen bir diğer tema eşitliktir. Grupların maneviyat anlayışının önemli ayaklarından birini "eşitlik" anlayışı oluşturmaktadır. Eşitlik anlayışıyla, "cinsiyet ya da milliyet gibi kategorileri" Müslümanlık karşısında ikincilleştirilirken, İslam'ın tek olmadığı, içerisinde farklı dini, kültürel pratiklerin ve yorumların var olduğu da kabul edilmektedir. Bu yönüyle de geleneksel fay hatlarını kesen ve onları aşan daha kozmopolit bir ulusal ve ulusötesi topluluk fikri referans alınmaktadır. Söz konusu topluluk fikrinin inşasında insanları, takvaları dışında, ayrıştırıcı bir unsur olmadığı, ruhun her insan tekinde Yaradan'ın nefesi olarak belirdiği, tevhit akidesinin yani "Allah'a iman ve onu birleme inancının" İslam'ın temelinde olduğu değerlendirilmesi yer almaktadır ki bu da Sufist bir yorumdur (Morris, 1986, s. 544-545). Nitekim Kuran'ı Kerim'de her insanı yargılamanın veya 'Allah dostu' olmanın iki ilahi esası vardır: İman ve salih amel. Örneğin Poetic Pilgrimage'ın "*Land Far Away*" isimli şarkılarında "Tanrı bizi insan olarak eşit yarattı. Bölünmelerin hiçbir anlamı yok. Kötülüğü aramamak lazım. Tanrıya dua et. Onu methet. Şükret, günde 5 vakit. Neyi bekliyorsun. Manevi hal peşinde koşup Tanrıyı yücelt, şükret" (Poetic Pilgrimage, 2010a) şeklinde ifadesini bulan maneviyat anlayışının bu eşitlik anlayışına dayandığı söylenebilir.

İslam geleneği içinde ve egemen yorumlarda kadın olmaya dair, farklı toplumsal cinsiyet anlatıları olmasına rağmen, tasavvufun manevi yol anlayışının ve Muhyiddin İbn Arabî'de temsil edilen, 'insanı merkeze alarak geliştirilen Sufi geleneğin temelde eşitlikçi olduğu savunulmaktadır (Morris, 1986, 1987). Toplumsal cinsiyet temelli eleştiri açık bir şekilde Poetic Pilgrimage tarafından yapılmakta olup, Islamic Force "Canlar", Nasihat "birlik içinde çeşitlilik" temaları altında eşitlikçiliği kabul etmekle birlikte cari İslami yorum ve uygulamalara açık bir toplumsal cinsiyet temelli eleştiri yer almamaktadır.

Bu kapsamda örneğin Poetic Pilgrimage grubunun mensubu Sukina Douglas'a göre ruh Allah'ın hizmetinde olmakla ayrılmakta olup, içinde Allah'ın olduğunu fark eden ve buna tanıklık eden Müslüman'dır. Douglas'ın bu zaman ve mekanla ya da herhangi bir dinle ilişkilendirilmemiş, daha çok Yaradan'a teslimiyet manası ile tanımlanmış Müslümanlığının ancak cari feminizmle uyuşması da olanaklı değildir. Bu yaklaşımda evrensel bir Müslümanlık tanımı yapıp, maneviyat yolunda Tanrıyı tefekkürün kendini bilmekle ve kendiliğini ortadan kaldırmakla (Ene'l Hak) olduğu ifade edilirken, aynı zamanda Batının Ortadoğu, Afrika gibi coğrafyalarla ilişkilendirdiği İslam anlayışına da mesafe koyduğu ifade edilebilecektir. Yeni bir epistemolojik arayışa ve anti-kolonyal kadın mücadelesine işaret eden bu yaklaşım aşağıdaki alıntıda çok açık bir şekilde görülmektedir.

Ruh düzeyinde kadın ve erkek ayrımı yok. İslam'daki Sufi yolunu takip ediyorum, Sufizmle ilgilendiğinde cinsiyet ikiliğini aşıyorsun. Benim kadın senin erkek olmanla ilgili değil. Manevi bir yol yürüdüğünüzde ve belli bir bilgiyi ve aydınlanmayı edindiğinizde, artık sana cinsiyet olarak seslenilmeyordur. Sana 'sen Allah'ın adamısın' diyeceklerdir. Bu erkek anlamında değil, erkeklikle gerçekte ilgisi yoktur. Hakkaniyetle ilgilidir. Yani bu yolculuğu sürdürdükçe sen, bu cinsiyet ayrımı gerçekte yitecektir. Afganistan'da, Suudi Arabistan'da olan budur demiyorum, bunlar Müslüman Afrikalı ülkelerdeki patriarka meseleleridir, sadece bu ülkelerin kolonyal öncesi dönemlerine bakmak gerektiğini söylüyorum...Elbette Müslüman kadının kendini ortaya koyması, haklarını öğrenmesi ve eşitliğe sahip olması önemli mi, kesinlikle. Ama bunları kazanması için Sufrajatlerin kitabını takip etmesi gerekmiyor. (Amogu, 2016)

Bununla birlikte Poetic Pilgrimage grubunun "Star Women" (Poetic Pilgrimage, 2010b) isimli şarkısı bu maneviyat anlayışlarını yansıttığı gibi Batı dünyası içerisindeki Müslüman kadınların daha özgüvenli hareket edip, mevcut gelenekler üzerine düşünmesi gerektiğine ve kız kardeşlik idealine de sahip çıkmaktadır.

"Star women" bizim kutsalla spiritüel bağımız olduğu bilgisinden geliyor. Biz, ayrıca, kadın olarak hayatın bir armağanına sahibiz, doğuruyoruz, yani bizimle cennet arasında bağlantı var... Hiçbir şekilde biçim veya şekil olarak kadınların erkeklerden daha üstün olduğunu söylemiyoruz. Ama kadınlar gerçekten bağlılar ve gerçekten özeller. Kendimizi böyle görmeyi

hakediyoruz. Ve sanırım biz kadınların büyüklüğü hakkındaki bu projeyi yapmaya çalıştık. ("Interview with", 2013)

Poetic Pilgrimage üyeleri, hem müziğin hoş karşılanmadığına inanan Müslüman akranları hem de kendilerine Müslüman bir kadının nasıl olması gerektiğine dair bir imaj atfetmeyi seçen gayrimüslim akranları olmak üzere her iki kamptan 'kadın oldukları' ya da 'müzik yaptıkları' için gelen basmakalıp yargılarla mücadele etmek zorunda kaldıklarını belirtmektedir ("Poetic Pilgrimage rappers", 2015; Elkayouhi, 2015). Ancak diğer yandan Batılı topluluk da büyük oranda Müslüman bir dinleyici kitlesine hitap ettikleri için bu noktaya kadar gelebildikleri iddiasındadır. Ayrıca, Batı medyasında kendilerinin sunulma biçiminin İslam'a ve İslam'da "kadının ikincil konumuna" dair önyargılar üzerinden biçimlendiği ve bu nedenle de kendilerinin "kötü erkek çocukları yenmeyi başarmış kadın kahramanlar olarak ve her zaman Müslüman kadın olarak" takdim edildiklerini dile getirmektedirler (Sharree, 2013; Elkayouhi, 2015). Aslında İngiltere'de Müslüman kadın olmak üç katmanlı bir eşitsizlik ve marjinalleşme duygu ve deneyimi ile baş etmeyi gerekli kılmaktadır (Collins, 2016). Poetic Pilgrimage ten renkleri, kökenleri, din ve cinsiyetleri üzerinden hem Müslüman hem de gayrimüslim kesimlerden karşılaştıkları ırkçılık ve ayrımcılık karşısında ırkçılık, İslamofobi ve ataerkillik karşıtı pozisyonlarını sadece şarkı sözlerinde değil, örneğin en açık şekilde "Modern Day Marys" (Poetic Pilgrimage, 2007) şarkısında, ayrıca aşağıda alıntısı verildiği gibi birçok mülakatta da dile getirerek alternatif bir kamusalılık yaratmaya çalışmaktadır.

Biz Müslüman kadının ve İslam'ın sömürgeci temsillerini patriarkal ve baskıcı olarak gösterdik ve karşı bir anlatı sunduk. Hem şarkılarımız hem dünyanın her yerine yaptığımız seyahatler ve atölye çalışmaları ile bu yanlış temsile meydan okuyoruz. (Adefioye, 2016)

Islamic Force *Mesaj* albümündeki "Canlardır" (1997a, 2016) şarkısının sözlerinde de Nasihat'ın "Son Nefes" (2011) adlı şarkısında da belli bir derecede empati ve kendisi gibi olmayana yer açma vurgusu bulunmaktadır. Esasen Müslüman Hip-Hopçuların birçoğunun kendi inançlarına ve pratiklerine ciddi bir güvenleri söz konusu olmakla birlikte, bu durum kendi inanma şeklini dayatan sekter bir yaklaşıma yol açmamakta, aksine başka dinlere ve mezheplere açıklık ve hoşgörü beslenmektedir. Burada Poetic Pilgrimage tümüyle takva esasında evrensel bir teslimiyet anlayışı içerisinde Müslümanlığa yaklaşım, eşitliği benimserken, Islamic Force mezhepsel farklılık, zenginlik-fakirlik ayrımı yapmadan Yaradan'ın kulu olmak bakımından aynı eşitliği dile getirmektedir. Islamic Force'un sürekli tekrarladığı alıntısı bu kapsamda dikkate değerdir: "Ha büyük şehirde bir zengin genci /ha da sokaklarda garip dilenci/ farketmez ya Sünni ya da Alevi/ mademki insandır saygımız vardır/ e canlardır..." Nasihat eşitlikçi yaklaşımını "Son Söz" (Nasihat, 2010, 2021) başlıklı şarkısında, "Kürt, Arap, Bosnalı arada yok bir rekabet/her çiçek bir bitki ama bak hepsi rengarenk/O Kürt'tü, bu Türk'tü, Azeri'ydi, Arap'tı ve ama cevap hep aynı sorunca kim bizi yarattı" ya da "Kürt, Arap, Bosnalı arada yok bir rekabet/her çiçek bir bitki ama bak hepsi rengarenk" şeklinde dile getirirken, bu hoşgörü ve kendisinden olmayana yer açtığı

görülmektedir. Şarkı sözlerini biraz daha geniş alıntılarsak burada Yaradan'a teslim olmuş bir ümmete hitap edildiği, bu hoşgörünün ateistleri kapsamadığı gözlemlenir.

Bölündük sana layık bir ümmet olamadık & bıraktığın hazine elimizde olduğu halde uyamadık & hep beraber bir olmak için veremedik el ele & halbuki dağılmayı başarmıştık dünyada her yere...Kur'anı kerim olduğu halde hepimizin kitabı & kullanılmaz aramızda kardeş hitabı & o Kürt'tü; bu Türk'tü; Azeri'ydi; Arap'tı & ama cevap hep aynı sorunca kim bizi yarattı & ırkçılık yapmayın dedin biz yaptık & ters yola sapmayın dedin biz saptık & para mülk servet gözlerimizi boyadı & harama bakmayın dedin biz baktık. (Nasihat, 2010, 2021)

Poetic Pilgrimage, Nasihat ve Islamic Force isimli grupların adalet arayışı kayıtsızlığı, görmezden gelmeyi, izlemeyi değil müdahaleyi ve aktivizmi önerir. Bu tutum şarkı sözlerinde referans verilen Hadislerden de tespit edilebilmektedir. Bilindiği gibi, “Bir yanlış görürsen elinle düzeltmeye çalış, buna gücün yetmezse, dilinle düzelt, ona da gücün yetmezse kalbinle buğz et” Hadisi adaletsizlikle mücadelenin en zayıf biçimidir ve Nasihat örneğin, “elimle engel olamadığım kötülöklere dilimle engel olmaya çalışıyorum” cümlesiyle İslam'ın adaleti sağlamak konusunda kendisine yüklediği bu sorumluluğa işaret etmektedir. Adalet temasının bir alt temasını ise şiddet karşıtlığı ve barış çağrısı oluşturur. Örneğin Nasihat, *Söylenmemiş Sözler*²⁰ albümü içinde yer alan “Son Söz” isimli şarkısında, “Karanlığa karşı beraber tutalım bir meşale/güzel söz olsun kullandığımız cephane” sözlerinde de ya da “Arakan” (2012) isimli şarkısında “elim kolum bağlı, tek silahım dualarım...çaresizce kalemi kılıç yerine sallarım” sözleriyle barışçıl ama kötölük ve adaletsizlik karşısında suskun kalmamayı seçen bu duruş teyit edilmektedir. Islamic Force “Gurbetçi Çocukları” (1997b, 2016) adlı şarkılarında “Şiddete değil müziğe baş vuruyorum” diyerek benzer duruşu sergilemektedir. Benzer şekilde Annette Kögel'in Islamic Force grubu üyesi Maxim B ile yaptığı bir mülakatta “Birbirinize bulaşmayın! Bıçakları kınında tutun, şiddete başvurmak yerine konuşun! Silahınız mikrofon, uyuşturucunuz sprey kutusu olsun!” şeklinde aktarılan ifade de şiddet karşıtlığı ve barışçıl duruşu örnekler (aktaran, İlgiç ve Pilcz, 2021). Dursun (2016, s. 226), erken dönem Türkçe sözlü İslami Hip-Hop şarkı sözlerinde birlik ve barış mesajı veren Avrupalı Müslüman-Türk kimliğinin, yakın dönem şarkılarında ise neo-Osmanlı söylemin öne çıktığı değerlendirmesindedir.

Poetic Pilgrimage'da benzer şekilde “No More War” [“Artık Savaş Yok”] isimli şarkısının aşağıdaki sözlerinde de görüldüğü gibi sevgi, hoşgörü ve nihayet barış talebini kuşatan bir içerik sunar. Çalışma kapsamına dahil edilen Hip-Hop gruplarının müziklerinde evrensel değerleri ve temaları kullanmalarının, maneviyat anlayışlarının bir sonucu olduğu söylenebilir. İslam'ın bu şekilde temsilinin dinleyici kitlelerini, Müslüman olmayan kesimlere doğru genişleten bir etki doğurduğu da ifade edilebilir. Dolayısıyla evrensel manevi mesajlarının, ümmete yaklaşıp geleneksel dini bölünmeleri

²⁰ Söylenmemiş Sözler albümü 2010'da çıkmış ancak 2021'de bazı parçalar seçilerek yeniden piyasaya sürülmüştür.

aşan bir nitelik kazandırmak olduğu söylenebilir. Aşağıda yer alan Poetic Pilgrimage'nın ifadeleri de bu yorumu destekler niteliktedir.

Rahman ve Rahim Allah'ın adıyla

Biz Poetic Pilgrimage, barış, adalet ve eşitlikten yanayız. Kan dökülmesine, şiddete karşıyız. Artık savaş yok diyoruz. Ben hepsini daha önce gördüm; ölüm ve yıkımı, ben hepsini daha önce duydum; açgözlülük ve yolsuzluğu. Artık yok, artık savaş yok. Sevgi, ışık, dürüstlük, kendine saygı. Anneni sevdiğin gibi sev birbirini.

Aydınlık günler için dua et, Yeni bir yarın için dua et, barış için dua et, barış için dua et.

(Poetic Pilgrimage, 2009)

Benzer şekilde, Islamic Force "Bütün Dünya" (1997c, 2016) isimli şarkısının sözünde "Hemşerim memleket nere? Yanlışın, bütün Dünya memleketimdir... Dünya benim semtimdir" ifadelerinde ve devamında temel ayrımın iyiler/kötüler arasında olduğunu belirtirken, çalışma kapsamında yer alan diğer gruplarda olduğu gibi, evrensel değerlere, eşitliğe ve sevgiye dayalı bir dünyayı dile getirdiği söylenebilir.

Poetic Pilgrimage, "Silence is Consent" ["Sessizlik Rıza Olmaktır"] (Poetic Pilgrimage ve Muhammed Yahya, 2011) isimli Arap Baharı ile aynı dönemde yazdıkları şarkılarında aşağıda yer aldığı gibi özgürlük ve devrimciliği yüceltip, müdahale etmenin, belli bir aktivizme sahip çıkmanın önemine işaret ederler.

Bir devrimciyi cezaevine koyabilirsin ama devrimi zindana koyamazsın. Ülkedeki özgürlük savaşçısını kovalayabilirsin ama özgürlüğü kovamazsın. Bir özgürlükçüyü katledebilirsin ama özgürlüğü katledemezsin. Özgürlük zorunludur. Suskunluk rıza vermektir. Direnmek terörizm değildir. (Poetic Pilgrimage ve Muhammed Yahya, 2011)

Ancak bu şarkı sözü içinde esas olarak mevcut Müslüman liderlere ve İslami pratiklere eleştirilerini yönlendirirler. Suudi Arabistan, Tunus, Somali, Mısır, Yemen liderlerine, ABD gibi etkin güçlerle kendi ülkelerinde sivil çatışmaları kışkırtmak için gizli ittifak yaptıkları eleştirisi yöneltirken, kıyamet gününün mutlaka geleceği, insanlar ve çocuklar ölmesine rağmen Müslüman ülkelerin liderlerinin sergiledikleri sessizliğinin aynı zamanda 'savaş suçlarını' da onaylamak anlamına geldiği belirtilir. Poetic Pilgrimage'ın bu tutumunun, her ne kadar İngiltere'deki Müslüman topluluk onların fikirlerini ve müziklerini reddetse de ulusötesi bir Müslüman toplulukla etkileşim içinde olmaları ve bunun da ötesinde Müslüman olmayan bir dinleyici kitlesine hitap etmesiyle ilişkili olduğu da ifade edilmelidir. Kültür endüstrisinin ve ticari kaygıların baskısından uzakta durabildikleri ve evrensel/barışçıl mesajlara dayandıkları ölçüde

bu durumun süreceği de öngörülebilir. Müslüman ümmet, adaletsizlikler karşısında birlik olmaya ve dayanışmaya davet ederken başvurdukları bir topluluktur.

Poetic Pilgrimage gibi Nasihat da Müslüman coğrafyalarda ve yönetimlerde ortaya çıkan samimiyetsiz ve çelişkili pratiklere ilişkin oldukça keskin eleştiriler yöneltirler: “Son Nefes” (2011) adlı şarkısında Nasihat’ın geleneksel şekilde yaşanan cari Müslümanlık anlayışı ve medeniyetine ciddi bir eleştirisi söz konusudur. “Ümmetin durumu bugün gerçekten bir sefalet/onları geri kazanmak amaç, zamanını feda et!” sözünde görüldüğü gibi hem cari duruma bir eleştiri hem de değişim talebi birlikte yer almaktadır. Benzer durum Islamic Force’un “Canlardır” (1997a, 2016) adlı şarkısının “iyi insan olmayı dene”, “adi gelmişsin insan git” gibi sözlerinde de görülebilmektedir. Benzer biçimde “Son Söz” (Nasihat, 2010, 2021) şarkısında geçen “son olarak bir hatan varsa onu telafi et/bunun için başına koyduğun en iyi yer seccade” sözlerinin de ortaya koyduğu gibi kendini bilmenin ve işe kendinden başlamanın önemi ortaya konulmaktadır. Bu kapsamda da bireysel değişimin yolu insanın tövbe etmesi ve kendini kınaması olarak ortaya çıkmaktadır ki bu değişim Sufi gelenek içinde nefis terbiyesi olarak adlandırılmakta ve kendini kınamak ve özeleştirici ile başlamaktadır. Nasihat’ın “Özdenetim” (2021) isimli şarkısı yine bu sorunu işlemektedir.

Öte yandan Poetic Pilgrimage süreç içerisinde önceki ve sonraki şarkı sözleri arasında ‘özgürlük’, ‘barış’, ‘sosyal adalet’ ve benzeri temaların kullanımı bakımından önemli bir değişim olduğunu ve önceki şarkı sözlerinde bu temalara dair oldukça net mesajlar verirlerken, yakın dönemde daha çok ruhsal yolculuğa odaklandıklarını belirtmektedirler (“Rap dünyasında”, 2017). Nasihat da benzer bir değişim yaşamakla birlikte, uluslararası insanlık sorunu yaşanan coğrafyalara ve meselelere dikkat çeken şarkılar üretmiştir. Bu bağlamda iki önemli şarkısından söz edilebilir. Bunlardan birisi “Arakan” (Nasihat, 2012) bir diğeri ise İsrail’in Filistin’deki katliamına ilişkin “Hayattayım” (Nasihat, 2024) adlı şarkılarıdır. Bu şarkıların da gösterdiği gibi, evrensel insanlık ve hak ihlalleriyle ilgilenme, tüm Müslüman ümmetini bu sorunlar etrafında birlik olmaya çağırma ve adaletsizlik karşısında aktif bir tutuma davet, oldukça belirleyicidir. Bu gibi ortak Müslüman deneyimlerinin şarkı sözlerinde aktarılması ve aynı zamanda İslamofobi ve ayrımcılıkla şarkı sözleri ile mücadele yürütülmesi politik bir konumlanma sağladığı gibi; ortak sorunları yaşıyoruz, birlikte davranırsak meydan okuyabiliriz şeklinde Müslüman topluluk içerisindeki etnik ve ırki ayrımları da ortadan kaldırabilmektedir.

4. SONUÇ

Bu çalışmada İngiltere, Almanya ve Avusturya örneklerinde Müslüman diasporası içinde faaliyet gösteren üç farklı İslami Hip-Hop temsilcisinin sırasıyla Poetic Pilgrimage, Islamic Force ve Nasihat gruplarının hem şarkı sözleri hem sosyal medyada yer alan paylaşımları, videoları ve mülakatları üzerinden içerik çözümlemesi yapılarak daha bireysel yoruma dayalı, Sufi geleneğe yaslanan, evrensel değerleri esas alan barışçıl bir İslam’ı temsil ettikleri ortaya konmuştur. Kurumsal din ve dindarlardan

uzakta inşa edilen bu maneviyat anlayışı hem Batılı ve Müslüman toplumların İslam’a ve Müslümanlığa yaklaşımlarına itiraz eder, hem de Müslüman olmayanlara açılma ve onlar üzerinde tesirlerini artırma olanağı sunar. Bu kapsamda çeşitli yazarlar (bkz. Grillo 2004; Alim 2005, s. 264; Aidi, 2004, s. 107) ulus ötesi bir İslam kamusalılığı ve ağ oluştuğundan bahsederler. Bu bulgunun politik olarak önemi özellikle İslamofobi’nin yükseldiği ve çokkültürlü politikalardan vaz geçildiği, daha sağcı ve ırkçı bir politik iklimin ve ortamın inşa edildiği 2000 sonrası dönemde Batıda yaşayan genç kuşak Müslümanların aynı zamanda umudun da adresi olabileceklerini göstermesidir. Ayrışmaya rağmen entegrasyondan, nefret ve korkuya karşı eleştirel ancak barışçıl bir kültürden pay alan bu İslami Hip-Hop gruplar, Gordon Lynch’in *The New Spirituality* (2007, s. 20) adlı çalışmasında ifade ettiği Batı’da yükselen yeni kuşak ilerici dini mütefekkirler, aktivistler ve örgütlenmelerin ve en temelde yeni maneviyat anlayışının da bir parçası olarak görülebilecektir.

Elbette çalışmanın kapsamında yer alan Poetic Pilgrimage, Nasihat ve Islamic Force’un Avrupa Müslüman diasporasını temsil eden gruplar olmadığı ve buradaki yorumların genellenemeyeceği belirtilmelidir. Diasporada yaşayan, ev sahibi toplumun çokkültürlülük politikaları içinde yetişen ve içinde yaşadıkları topluma bir derece entegre olan, ancak söz konusu toplumlarda çokkültürlülüğten uzaklaşıp, İslamofobi’nin yükselişine tanıklık ederken İslami Hip-Hop ile deneyimlerini ve duygularını aktarmayı seçen, bu popüler grupların kendilerinden önceki kuşaklardan farklı bir müzik yaptıkları açıktır. Bu yeni kentli kuşağın ciddi sorgulamalar ve eleştiriler içeren sözleri ile kendinden emin, özgüvenli ve maneviyata dayalı müziği ise kültür endüstrisinin baskısına maruz kalmadan Müslüman olmayan bir dinleyici kitlesine hitap etmelerine imkân sağlamıştır. Elbette dinleyici kitlesinin bu genişlemesinin sekülerleşme-modernleşme, büyüü bozulmuş dünyanın yeniden büyülenmesi, kutsalın geri dönüşü, dinsel canlanma ve post-modernleşme gibi makro dinamikler çerçevesinde tüm dünyada yaşanan maneviyat arayışından da beslendiği öngörülebilecektir.

Bu müzik grupları ve temsil ettikleri diasporaların kimliklerinin şekillenmesinde çoklu diller, çoklu kültürler/etniklikler ve topluluklar etkili olmaktadır. Bu nedenle de hem iç hem de dış topluma ve onlardan gelen baskı ve önyargılara karşı mücadele yürüttükleri görülmektedir. Örneğin Poetic Pilgrimage, kendi müziği, sözleri, renkli kıyafetleri ve imajı ile köklerinden yani Karayip miraslarından vazgeçmediği gibi İngiliz aidiyetlerinden ve on yıl önce din değiştirdikleri İslami inançlarından da vazgeçmemektedirler. Dahası, Batı ve İslam’ı birbirini tümüyle dışarıda bırakan yaklaşıma itiraz etmektedirler (“Meet the first”, 2015). Kesişimsel ayrımcılık perspektifleri İslam içindeki çeşitliliği göstermekte ve oryantalist önyargılara meydan okumaktadır (Araujo, 2019). Hem sanatsal üretimleri hem de çevrimiçi platformlarda ve medyada konumlanmaları, madun kamusal alanlar yaratmayı (Fraser, 1990) ve genişletmeyi amaçlayan siyasi aktivizm biçimleri olarak öne çıkmaktadır (Araujo, 2019, s. 236).

Diğer taraftan yurtdışına göçmen olarak gitmiş Türk ailelerin geç dönem kuşakları bir yandan kendi varlıklarını özgün bir etnik kimlik olarak sürdürmekle ve bir evrensel insan/ümme fikriyle, diğer yandan azınlık olmak ancak azınlık olarak içinde yer aldıkları toplumla entegre olabilmek için istikrarlı diyalog kurmak arasındaki gerilimde konumlanırlar (Thoma, 2011, s. 76–77). Avrupa’da örneğin Almanya’da 2,5 milyon Türk, misafir-işçi statüsü ile gitmiş, anavatanına geri dönme miti ile iki kültür arasında kalmış iken, ikinci ve üçüncü kuşaklar dil becerileri ve eğitimleri ile geri dönme mitinden uzaklaşmış, ev sahibi topluma daha fazla entegre olmuştur. Bu nedenle de ev sahibi toplum kendilerini ve kimliklerini tanımlamakta artık önemli bir referans değere sahiptir. Bhabba’ya göre (1994: 37–38) melez kimlik sömürgeci ve yerli kimliklerin karşılaştığı ve itilafli hale geldiği üçüncü mekânı işgal eder ki burada köksüzlük ve göçerlik değerli hale gelir ve kutlanırken, saf kültür ve anavatan mitleri zayıflar. Gilroy da (1993, s. 25, 83), bir yandan çift katmanlı bilinç ile “kültürel aradılığa” işaret ederken, asimile olamamış, köklerinden de kopamamış bu diaspora topluluğunun karşılaştıkları kültürü buna göre yorumlayıp kaçınılmaz şekilde dönüştürdüklerini ve yerleştikleri her yerde huzursuz olduklarını belirtir. Bu kapsamda örneğin ‘Afrikalı’, ‘Amerikalı’, ‘Karayipli’, ‘İngiliz’ bunlardan herhangi birine ait olmayan, bunların hepsini aşan bir yeni kültür olarak Siyahi Atlantik kültüründen bahseder. Bu kapsamda eski kuşaklardan yeni kuşaklara böyle bir geçiş yaşanırken bu kuşağın icra ettiği Hip-Hop müziğinin sahip oldukları bu melez kimliklerini yansıttığı düşünülmektedir. Bir yanda şarkı sözlerindeki “Yo!” gibi ifadelerin temsil ettiği Afro-Amerikan etki, diğer yanda Besmele ile başlama ancak aynı zamanda anadilini ve ev sahibi toplumun dilini ve özenli seçilmiş sözcüklerini kullanma melezliğin dildeki yansımasıdır. Nasihat ve Islamic Force ayrıca şarkılarına yerliliğini /milliliğini kanıtlayacak şekilde sadece bulundukları ülkelerde yaşayanların anlayabileceği çeşitli kavramları eklerler. Bu çerçevede Müslüman Hip-Hopçulara uyarlandığında diasporadaki milliyetçilik ve İslam arasında temas noktaları olduğu görülmektedir. Sömürgeci söylemin çokkültürlü söylemden geri çekilip İslam’ı radikallikle ve terörle işaretlediği yeni dönemde, Hip-Hop ile inşa edilen kültür ve kimlik hem kendi geleneksel değerleri hem de sömürgeci söylemin vazettiği değerler üzerinde düşünmeyi ve mesafelenmeyi olanaklı kılmaktadır. Bir yandan ırkçılık meselesini konuşmaktan imtina eden Avrupa’yı, kesişimsellik perspektifi yüzleşmeye davet ederken, diğer yandan Arap milliyetçiliğinin, liderliğinin ve Müslümanlığın eleştirisiyle birlikte Arap milliyetçiliğinin tek aktivizm kaynağı olmasına da itiraz etmektedir. Hip-Hop grupların kendi kültürlerine ve geleneklerine yönelik itirazları da bu noktada devreye girmekte ve bu yönden Hip-Hop ayrıca kentli bir kültür olarak da öne çıkmaktadır (Miah ve Kalra, 2008; Araujo, 2019, s. 235). İslami Hip-Hop aynı zamanda birinci kuşak göçmen olan ebeveynlerle aralarındaki kuşak farkını da göstermekte, onlardan farklı bir kimlik oluşumuna işaret etmektedir. “Hiç Nasihat Veren Yok Mu?” (Nasihat, 2010) isimli şarkının sözleri önceki kuşaklara yönelen eleştirel tutumu oldukça netleştirmektedir: Bu noktanın çalışma kapsamında ayrıca vurgulanması geç kuşakların şarkı sözlerinde evrensel değerlere dayalı, bireysel ve barışçıl bir İslam’ın temsil edilmesinin nedenlerinden biri olarak içinde yaşadıkları topluma entegre olmuş olmalarını görmemizden kaynaklanmaktadır. Ev sahibi topluma entegre olmak için bir şey yapmamak, örneğin dilini öğrenmemek, dikkatleri anavatanına yöneltmek, işsizlik ve sosyal

yardımlara bağımlı olmak vb. şarkı sözlerinde bu kapsamda dile getirilmektedir. Bu eleştiriler elbette kent kökenli, genç, ev sahibi toplumun değerlerini, dilini ve kültürünü önemseyerek “entegrasyon” yolunda adım atan bir kuşağın eleştirileridir. Hem göçmenlik hem Müslümanlık perspektifinden hem batıya hem kendi toplumlarına ve genel olarak Müslüman yönetimlere ve dini kurumsallıklara yöneltilen itirazlar ve sorgulamalar diasporadaki Müslüman Hip-Hop temsilcilerinin muhalif bir kimlik olma niteliğini de devam ettirdiğini teyit etmektedir.

Bu çalışmanın kapsamı dışında tutulmakla birlikte İslami Hip-Hop müzisyenlerinin sınıfsal konum ve kültürel sermaye ile toplumsal cinsiyet ve etniklik dinamiklerine odaklanan karşılaştırmalı çalışmalar kimlik-kültür ve din/dindarlık/maneviyata dair başkaca sonuçlar ortaya koyabileceğinden bu yönde araştırma tasarımlarının yapılması yararlı olacaktır²¹.

²¹ Yakın zamanda İngiltere bağlamında Müslüman müzisyenlerin kimliklerinin şekillenmesinde sınıf ve etnikliğin rolü üzerinde yapılan çalışmalardan biri için bkz. Morris, C. (2020, s. 628–648).

KAYNAKÇA

- Adefioye, T. (2016, 11 Aralık). Deconstructing feminism with Sukina of Poetic Pilgrimage, *Muslim*. Erişim adresi (01.08.2024): <https://mvslim.com/deconstructing-feminism-with-sukina-of-poetic-pilgrimage/?fbclid=IwAR2sksn8WYsmK5wrHmFR7urJe6al9WC2dA0OD0TPnWufH4mGUK7R5j2ebE>.
- Aidi, H. D. (2004). Verily, there is only one 'hip-hop umma': Islam, cultural protest and urban marginality. *Socialism and Democracy* 18(2), 107–126.
- Aidi, H. D. (2011). The grand (hip-hop) chessboard: race, rap and raison d'état. *Middle East Report*, 260, 25-39.
- Alim, H. S. (2005). A new research agenda: Exploring the transglobal hip-hop umma. M. Cooke & B. B. Lawrence (eds). *Muslim Networks: from Hajj to Hip Hop* içinde. (ss. 264–274). Chapel Hill: The University of North Carolina Press.
- (2006). *Roc the mic right. The language of hip-hop*. NewYork, London: Routledge.
- Allen, H. (1991). Righteous indignation: Rappers talk about the strength of hip-hop and Islam. *The Source*, 48, 48–53.
- Amogu, K. (2016, 9 Aralık). Dear Bristol, let's have a conversation. *Thebristolcable.org*, Erişim adresi (01.08.2024): <https://thebristolcable.org/2016/12/dear-bristol-lets-have-a-conversation-and-get-off-the-fence/>.
- Anderson, J. W. (2003). The internet and Islam's new interpreters. D. F. Eickelman & J. W. Anderson (eds). *New Media in the Muslim World: The Emerging Public Sphere* içinde. (ss. 43–60). Bloomington: Indiana University Press.
- Araujo, C. (2019). Women's voices in diaspora: Hip-hop, spoken word, Islam and web 2.0. *Communicacao E Sociedade*. Special Issue, 231–247.
- Avusturya'da yaşayan MC-prodüksör 'Nasihat' ile hip-hop Üzerine. (2016, 26 Ekim). *Ayasofya Dergisi*. Erişim adresi (01.08.2024): <http://ayasofyadergisi.com/nasihat-hiphop-roportaj/>.
- Başak, D. (2022). *Dindarlık ve maneviyat tutumlarında başını örtüp örtmeme tercihi üzerine karşılaştırmalı nitel bir araştırma*. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Din psikolojisi. İstanbul.

- Bhabha, H. K. (1994). *The location of culture*. London: Routledge. 01.08.2024, Erişim adresi: <https://ia802702.us.archive.org/23/items/TheLocationOfCultureBHABHA/the%20location%20of%20culture%20BHABHA.pdf>.
- Bibby, R. W. (1999). On boundaries, gates, and circulating saints: A longitudinal look at loyalty and loss. *Review of Religious Research*, 41(2), 149–164.
- Chan-Malik, S. (2011a). Music: Hip-Hop, spoken word and rap: United States of America. Souad Joseph (eds.) *Encyclopedia of Women & Islamic Cultures* içinde. Brill Online. University of California. Erişim adresi: https://sylviachanmalik.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/06/chanmalik_womenhiphop.pdf.
- Chan-Malik, S. (2011b). Common cause: On the Black-American debate and constructing the Muslim American. *Journal of Race, Ethnicity and Religion*, 2(8), 1-39.
- Collins, S. (2016, 21 Eylül). *After converting, Islamic Afro-Jamaican rapper challenges feminism*. Erişim adresi (05.04.2024): <https://www.vibe.com/music/music-news/black-jamaican-rapper-converts-to-islam-453742/>.
- Dallaji, I. (2013). Tunisian rap music and the Arab Spring: Revolutionary anthems and post-revolutionary tendencies. *Orient Institut Studies* 2. Paper presented in the Congress Inverted Worlds - Cultural Motion in the Arab Region. Beyrut, Lübnan. Erişim adresi: https://perspectivia.net/servlets/MCRFileNodeServlet/ploneimport_derivate_00012326/dallaji_rap.doc.pdf.
- Duman, B. ve Coşkun, İ. (2017). *Muhalif bir kültürel kimlik: İslami hip-hop*. 3. Uluslararası Assos Sosyal Bilimler Kongresi'nde sunulan bildir, Kahramanmaraş. 26 Ekim 2017.
- Dursun, Z. I. (2016). Uluslarötesi birlikten ecdada: Türkçe sözlü İslami hip-hop. *Moment Dergi* 3(1), 207–227.
- Elkayouhi, S. (2017, 17 Nisan). Poetic Pilgrimage breaks stereotypes. *Mvslim*. Erişim adresi (01.08.2024): <https://mvslim.com/poetic-pilgrimage-breaks-stereotypes/>.
- Ergur, A. (2022, 1 Aralık). Kentleşme, müzik ve Ruhi Su. 01.08.2024, Erişim adresi: <https://www.sanattanyansimalar.com/yazarlar/ali-ergur/kentlesme-muzik-ve-ruhi-su/2887/>.
- Fraser, N. (1990). Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy. *Social Text*, 25/26, s. 56–80. doi:10.2307/466240.
- Grillo, R. (2004). Islam and transnationalism. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 30(5), 861–878.

- Gilroy, P. (1993). *Black Atlantic: Double consciousness and modernity*. Cambridge: Harvard University Press.
- İlgiç, S. ve Pilcz, N. S. (2002, 24 Kasım). Tamer Yiğit ile röportaj: Kreuzberg hip-hop kültürü: “Silahınız mikrofon, uyuşturucunuz sprey kutusu olsun!”. Çev: Zeynep Beler. Erişim adresi (01.05.2024): <https://www.istanbulberlin.com/kreuzberg36/>.
- Interview with Poetic Pilgrimage. (2013, 17 Şubat). *Wordpress*. Erişim adresi (25.05.2024): <https://imagineblogazine.wordpress.com/2013/02/17/interview-with-poetic-pilgrimage/>.
- I’m a black female Jamaican hip-hop rapper- and I converted to Islam. (2016, 19 Aralık). *Independent*. Erişim adresi (01.05.2024): https://www.independent.co.uk/voices/converting-to-islam-woman-black-female-jamaican-hip-hop-rapper-a7316996.html?fbclid=IwAR0NJw8ZVy16M_W_KZ3uYqPseown1hI61O1dG-8vdA8UPk5Lw1Y2chHNnE.
- Islamic Force. (1997a, 2016). “Canlardır”. *Mesaj* albümü içinde. [Video dosyası] Erişim adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=mntMv1bxtp0>.
- (1997b, 2016). “Gurbetçi Çocukları”. *Mesaj* albümü içinde. [Video dosyası]. Erişim adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=UgUZwp4Bm8M>.
- (1997c, 2016). “Bütün Dünya”. *Mesaj* albümü içinde. [Video dosyası]. Erişim adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=hdCNkbZBtHY>.
- Kadioğlu, S. ve Sözeri Ö. C. (2020). From the streets to the mainstream: Popularization of Turkish rap music. *Turkish Studies*, 1–19.
- Kaniyolu. C.E. (2010). *Popüler müzikte din teması*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi. Güzel Sanatlar Enstitüsü. Müzik Bilimleri Ana Bilim Dalı.
- Karadaş, C. (1996). Hadisciler, kelamcılar ve Sufilerin hadis anlayışlarına iki örnek. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 6(6), 261–265.
- Khabeer, S. A. (2007): Rep that Islam. The rhyme and reason of American Islamic hip-hop. *The Muslim World*, 97, 125–141.
- Knight, M. M. (2023). The Islamic spirituality of hip-hop. Vincent J. Cornell & Bruce B. Lawrence (eds.) *The Wiley Blackwell Companion to Islamic Spirituality* içinde, (ss. 515–530). John Wiley & Sons Ltd.

- LeVine, M. (2009). Flowers in the desert. *Viewpoints* [Special Edition: The state of the arts in the Middle East, s. 34–37. Erişim adresi: (03.04.2024). <https://epdf.tips/the-state-of-the-arts-in-the-middle-east-2009-the-middle-east-institute-viewpoin.html>.
- Lohlker, R. (2014). Hip-hop and Islam: An exploration into music, technology, religion, and marginality. *Wiener Zeitschrift Für Die Kunde Des Morgenlandes*, 104, 115–135.
- Lynch, G. (2007). *The new spirituality: An introduction to progressive belief in the twenty-first century*. I.B. Taurus.
- McMurray, A. (2008): Hotep and hip-hop. Can black Muslim women be down with hip-hop. *Meridians: feminism, race, transnationalism*, 8(1), 74–92.
- Meet the first British female Muslim hip-hop duo – “Poetic Pilgrimage”. (2015, 1 Nisan). *Girltalkhq*. Erişim adresi: (01.05.2024). <https://www.girltalkhq.com/meet-the-first-british-female-muslim-hip-hop-duo-poetic-pilgrimage/>.
- Meriç, M. (2018, 21 Ekim). Kreuzberg sokaklarından yükselen ses: Killa Hakan, *Duvar*, Erişim adresi: <https://www.gazeteduvar.com.tr/yazarlar/2018/10/21/kreuzberg-sokaklarindan-yukselen-ses-kill-hakan>.
- Mert, C. (2003). *The Vigorous local: Culture industry, hip-hop and the politics of resistance in the age of globalization*. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. ODTÜ, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Bölümü, Ankara.
- Miah, S. & Virinder S. K. (2008). Muslim hip-hop: Politicisation of kool Islam. *South Asian Cultural Studies*, 2(1), 12–25.
- Mişe, U. (2018). *The politics of rap: Rap music as a tool for expressing exclusion in İstanbul*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Boğaziçi Üniversitesi. Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Ana Bilim Dalı. İstanbul.
- Morris, C. (2016). ‘Look into the book of life’: Muslim musicians, Sufism and postmodern spirituality in Britain. *Social Compass*, 63(3), s. 389–404. [doi: /10.1177/0037768616652333](https://doi.org/10.1177/0037768616652333).
- (2020). The rise of a Muslim middle class in Britain: Ethnicity, music and the performance of Muslimness. *Ethnicities*, 20(3), 628–648. [doi:10.1177/1468796818822541](https://doi.org/10.1177/1468796818822541).
- Morris, J. W. (1986). Ibn Arabî and his interpreters Part I. *Journal of the American Oriental Society*, 106, 539–551.
- (1987). Ibn Arabî and his interpreters, Part II-A. *Journal of the American Oriental Society*, 107, 101–119.

- Nasihat. (2011). "Son Nefes". [Video dosyası]. Erişim adresi (01.04.2024): <https://www.youtube.com/watch?v=WAm2UX9Xt5A>.
- (2010, 2021). "Son Söz". *Söylenmemiş Sözler* albümü içinde. [Video dosyası]. Erişim adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=YaK88DCmy4A>.
- (2010). "Hiç Nasihat Veren Yok Mu". *Söylenmemiş Sözler* albümü içinde. [Video dosyası]. <https://www.youtube.com/watch?v=YaK88DCmy4A>. (Transkripsiyonu için Erişim adresi (09.04.2024): <https://sarki.alternatifim.com/sarkici/nasihat-kartal/hic-bir-nasihat-veren-yok-mu>).
- (2012). "Arakan". [Video dosyası]. Erişim adresi: https://www.youtube.com/watch?v=8Kod9_Q9Gcl.
- (2017, 11 Ekim). "Dagegn". Erişim adresi: (05.04.2024) <https://www.facebook.com/nasihatofficial/posts/pfbid02usAoEkoB4eJojYJGY5UFrGLLoeSSNHbaeLpPg8kFFaYhXTv3GtTZiNoNXQbGgRjol>.
- (2018, 23 Şubat). İslam ülkelerinde yaşanan zulme sessiz kalmamak adına ve Avusturya/Almanya/İsviçre de yaşayan gençlere gerçekleri rap ile anlatmak için yaptığım Almanca albümüm, CD ve PLAK olarak, Almanya ve Avusturya'da bütün müzik marketlerde. Erişim adresi: (05.04.2024.) <https://www.facebook.com/nasihatofficial/posts/pfbid0wCMv2jx4iPCEqFKJrA3gGCLb8zTtQNwmBUX1JNDVBwz15431d2mSDZgRhBsb3X9Vl>.
- (2020, 3 Kasım), Yine bir terör saldırısı ve önüne koyulan "İslami", "radikal İslamcı" vs. kelimeleri. Erişim adresi (10.04.2024): <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1553624904840058&set=a.445057655696794>.
- (2021). "Özdenetim" [Video dosyası]. Erişim adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=Qy6dpRhM9fc>.
- (2022) "İnsanoğlu", [Video dosyası]. Erişim adresi: https://www.youtube.com/watch?v=QabJNZRYE_I.
- (2024) "Hayattayım". [Video dosyası]. Erişim adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=pu6xbwmpe0l>.
- Nasir, K. M. (2020). *Representing Islam: Hip-hop of the September 11 generation*. Bloomington: Indiana University Press.
- Nasr, S. H. (1987). *Islamic art and spirituality*. New York: State University of New York Press.
- Poetic Pilgrimage rappers strike a chord with Islam. (2015, 5 Mart). *Al Jazeera*. [Video dosyası]. Erişim adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=t1kV1aVaOH4>.

- Poetic Pilgrimage (2007). "Modern Day Marys" [Video dosyası]. Erişim adresi: <http://www.youtube.com/watch?v=VRImzRuUaql>.
- (2009). "No More War". [Video dosyası]. Erişim adresi: <https://soundcloud.com/poetic-pilgrimage/02-poetic-pilgrimage-and-marc-mac-no-more-war>.
- (2010a) "Land Far Away" [Video dosyası]. Erişim adresi: <http://www.youtube.com/watch?v=-mdLvy8o1cU>.
- (2010b, 10 Ekim) "Star Women is born" [Video dosyası]. Erişim adresi: <http://poeticpilgrimage.bandcamp.com/album/star-women-the-mixtape>.
- (2016, 13 Aralık). Join Sukina from Poetic Pilgrimage for her second workshop series Rumi's Cave called Poems in Praise of the Beloved (saw). Erişim adresi (10.04.2024): <https://www.facebook.com/poeticpilgrimagemusic/posts/pfbid069mN7rNMULZBwaR7vB1ZoU71DRjdLU2MvDqEGuz9K2nN7qoYEiKf1SUSoEUGaLRjl>.
- Poetic Pilgrimage ve Muhammed Yahya. (2011). "Silence is Consent": [Video dosyası]. Erişim adresi: <http://www.youtube.com/watch?v=z1orCqZg4SA>.
- Racy, A. J. (2023). Spirituality in an art musics of the Islamic World. Vincent J. Cornell ve Bruce B. Lawrence (Ed.) *The Wiley Blackwell Companion to Islamic Spirituality* içinde, (ss. 435–453). John Wiley & Sons.
- Rap dünyasında iki Müslüman kadın: Poetic Pilgrimage. (2017, 18 Ekim). *Fikriyat*. Erişim adresi (01.05.2024): <https://www.fikriyat.com/muzik/2017/10/18/rap-dunyasinda-iki-musulman-kadin-poetic-pilgrimage>.
- Roof, W. C. (1993). *A generation of seekers: The spiritual journeys of the baby boom generation*. San Francisco: Harper San Francisco.
- Stratejik Düşünce Enstitüsü (SDE). (2018, 5 Haziran). İşte Avrupa'nın ülke ülke İslamofobi haritası. *Stratejik Düşünce Enstitüsü*. Erişim adresi (21.05.2024): <https://www.sde.org.tr/avrupa/iste-avrupanin-ulke-ulke-islamofobi-haritasi-haberi-4738>.
- Şanlıbayrak, H. (2023). *İlahiyat öğrencilerinin rap müzik dinlemelerinin sebebi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Felsefe ve Din Bilimleri Ana Bilim Dalı. Rize.
- Sarıköse, M. (2021). *Müzik sosyolojisi bağlamında bir ifade ve kültür biçimi olarak rap müzik*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sosyoloji Ana Bilim Dalı. Ankara.

- Sharree (2013, 15 Nisan). Hip-hop hijabis: Catching up with Muneera Of Poetic Pilgrimage. Erişim adresi (29.04.2024): <https://www.patheos.com/blogs/mmw/2013/04/hip-hop-hijabis-catching-up-with-muneera-of-poetic-pilgrimage/>.
- Soldier of Allah, (2009). 1924. Sözleri için: Erişim adresi (09.04.2024): <https://www.songlyrics.com/soldiers-of-allah/1924-lyrics/>, [Video dosyası]. Erişim adresi (09.04.2024): <https://www.youtube.com/watch?v=dBOIORrojK0>.
- Storrdat, W. (2012). *Outline of Sufism: The essentials of Islamic spirituality*. Indiana: World Wisdom.
- Swedenburg, T. (2001). Islamic hip-hop versus Islamophobia: Akl Nawaz, Natacha Atlas, Akhenaton. T. Mitchell (ed). *Global Noise: Rap and Hip-Hop Outside the USA içinde*. (ss. 57–85). Middletown: Wesleyan University Press.
- Tanyi, R. A. (2002). Towards clarification of the meaning of spirituality. *Journal Of Advanced Nursing*, 39(5), 500–509.
- Thoma N. (2011). Identity construction strategies in Muslim hip-hop: A multimodal analysis of the work of Germanrapper Sahira, *Pax Islamica*, 1(6), s. 72–88.
- Ünal, Y. (2015). Selefi zihnin doğuşu ve gelişimi üzerine. *Dini Araştırmalar*. 18(47), 55–78.
- Waters, M. M. (2012). *Hip-hop spirituality as contextualizing agent towards revitalizing Christian worship in the African American urban contemporary contex*. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Methodist Üniversitesi.

ÇALIŞMANIN YAPAY ZEKÂyla DÖNÜŞÜMÜNE DAİR ANLATILAR: GELECEK SOSYOLOJİSİ ÇERÇEVESİNDE BİR İNCELEME

Anlam Filiz¹, Neşe Voyvoda Keskin²

Öz

Bu makalenin amacı yapay zekâyla beraber çalışmanın dönüşümüne dair küresel alanda oluşturulan gelecek tahayyüllerini incelemektir. Makale bu incelemeyi Türkiye’de sosyolojinin bir alt alanı olarak henüz varlık göstermeyen gelecek sosyolojisi çerçevesinde yaparak alana katkı sağlar. Böylece Türkiye sosyolojisine hem yapay zekâ ve çalışma hayatının dönüşümü konularında uluslararası düzeyde yapılan araştırmaları hem de gelecek sosyolojisi alanını tanıtmayı hedefler. Bu sayede, yapay zekâ konusunda son zamanlarda oluşmaya başlayan literatüre katkı yapmayı hem de Türkiye sosyolojisinde gelecek sosyolojisine bir giriş niteliği sağlamayı amaçlar. Makalede küresel kurumların raporlarında yapay zekânın çalışma hayatına gelecekte getireceği değişikliklerin nasıl tartışıldığı incelenecek, bu bağlamda iş gücünün dönüşümü üzerine oluşturulan gelecek tahayyülleri gelecek sosyolojisi literatürü çerçevesinde değerlendirilecektir. Bunun için küresel alanda yapay zekâ konusunda söylem yaratma gücü olan üç kurum ve grup seçilmiştir. Bunlar, Uluslararası Para Fonu (IMF), Dünya Ekonomik Forumu (WEF) ve Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) ev sahipliğinde çalışmalar yürüten ve farklı alanlardan uzmanlardan oluşan Yapay Zekâ Küresel Ortaklığı (GPAI)’dır. Makalenin kullandığı metodolojik yaklaşım küresel kurumlar tarafından oluşturulan gelecek senaryosu çalışmalarını metin analizi yoluyla yapışöküme uğratmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Yapay Zekâ, Çalışma Hayatı, İşin Geleceği, Gelecek Sosyolojisi, Gelecek Anlatıları

¹ Türk Alman Üniversitesi, anlamfiliz@gmail.com, ORCID: 0000-0002-5415-7156

² Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, nese.voyvoda@msgsu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1371-9893

NARRATIVES ON THE TRANSFORMATION OF WORK THROUGH ARTIFICIAL INTELLIGENCE: AN EXAMINATION IN THE FRAMEWORK OF THE SOCIOLOGY OF FUTURE

Abstract

The purpose of this article is to examine the future imaginations regarding the transformation of work through artificial intelligence created in the global arena. The article contributes to the field by making this analysis within the framework of the sociology of future, which does not yet exist as a subfield of sociology in Turkey. Thus, it aims to introduce the international research on artificial intelligence and the transformation of working life as well as the field of the sociology of future to Turkish sociology. In this way, it aims to contribute to the literature on artificial intelligence that has recently begun to form and to provide an introduction to the sociology of future in Turkish sociology. The article will analyze how the reports of global institutions discuss the changes that artificial intelligence will bring to working life in the future, and in this context, future imaginations focusing on the transformation of the workforce will be evaluated within the framework of the literature on the sociology of the future. For this purpose, three institutions and groups that have the power to create discourse on artificial intelligence in the global arena were selected. These are the International Monetary Fund (IMF), World Economic Forum (WEF) and Global Partnership on Artificial Intelligence (GPAI), which is hosted by the Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) and which consists of experts from different fields. The methodological approach used in the article is the deconstruction of future scenario studies created by global institutions through text analysis.

Keywords: Artificial Intelligence, Working Life, Future of Work, Sociology of the Future, Future Narratives

1. GİRİŞ

Yapay zekâyla beraber çalışma hayatının gelecekte nasıl şekil alacağı hem kamusal tartışmalarda hem de çalışma ekonomisi ve çalışma sosyolojisi alanlarında gittikçe daha fazla incelenen bir soru haline gelmiştir. Türkiye’de de “otomasyon ve dijitalleşmenin yaygınlaşmasıyla” beraber 2030 yılına kadar 7.6 milyon civarında bir iş gücü yitimi ihtimali öngörülmektedir (Adaş ve Erbay, 2022, s. 330). Yapay zekâ konusu Türkiye sosyolojisinde henüz yeni yeni ele alınmaya başlamış; araştırmacılar bu yeni alana literatür değerlendirmeleri ve gelecek öngörülerıyla önemli katkılar sunmuşlardır (Adaş ve Erbay, 2022; Bozkurt ve Gürsoy, 2023; Derin, 2023; Diktaş, 2023; Ersözlü, 2023; Gezgin, 2023; Özbey, 2023; Uyanık, 2022). Bu yeni ortaya çıkan sosyolojik araştırmalar arasında yapay zekâyla çalışma hayatının dönüşümü henüz merkezi olarak ele alınmış bir konu değildir. Bu makale, bu yeni oluşmakta olan sosyolojik yazına yapay zekâyla beraber çalışma hayatının dönüşümünü gelecek sosyolojisi çerçevesinde inceleyerek katkı sağlamayı amaçlar. Makale, Türkiye’de ve Türkçe yazında henüz kendisine yer edinememiş olan gelecek sosyolojisi alanını da Türkiye sosyolojisiyle tanıştırmayı amaçlamaktadır. Makale bunu yapay zekânın çalışma hayatına ve işgücü piyasasına etkisi üzerinden kurulan gelecek tahayyüllerini inceleyerek yapmayı hedefler.

Gelecek sosyolojisi; iklim krizi, dijitalleşme, akıllı kentler, iş hayatındaki dönüşümler gibi toplumsal ilişkileri gelecekte yeniden şekillendireceğine inanılan konulara odaklanan bir alan olarak uluslararası sosyoloji yazınında önemli bir yer almaya başlamıştır. Alan son yıllarda geleceğe dair anlatıların incelenmesinin önemine dikkat çekmiş (Bazzani, 2023); bu anlatıları oluşturabilmenin kendisinin aktörlerin iktidar ilişkileri içindeki konumlarıyla bağlantılı olduğunu göstermiştir. Bu bağlamda aktörler geleceğe dair öngörülerde bulunarak ve bu sayede geleceğin şekillendirilmesi için stratejiler geliştirerek toplumsal güç elde edebilirler (Urry, 2016). Makalede gelecek sosyolojisi alanında geliştirilmiş olan “geleceksizlik” (Tutton, 2023) kavramı kullanılarak, küresel kurumların gelecek anlatılarının hangi toplumsal aktörlerin çıkarlarını, gereksinimlerini ve arzularını, hangi aktörlerin pahasına gözettiği yorumlanacaktır. Bu çerçevede yapay zekânın yol açtığı dönüşümler oluşacağı varsayılan büyük işsizlik dalgasına ve “büyük bilinmeyen” olarak kavramsallaştırılan, otomasyona uğrayıp uğramayacağı henüz kesin olmayan ve bu nedenle de gelecekleri bugün alınacak kararlara bağlı olan meslek gruplarına (GPAI, 2023, s. 5) vurgu yapılacaktır.

Geleceği şekillendirecek en önemli yenilikler arasında sayılan yapay zekânın çalışma hayatına etkisine dair uluslararası kuruluşlar tarafından yazılan raporlar önemli anlatı kaynakları olarak ortaya çıkar. Bu anlatı kaynakları küresel güç ilişkileri içinde önemli noktalarda konumlanmış bu kurumların küresel geleceği nasıl tahayyül ettiklerini gözler önüne serer. Böylece de hangi yaklaşımlarla, hangi

tür değerleri gözeterek gelecek imgeleri oluşturdıklarını gösterirler. Bu nedenle uluslararası düzeyde önemli üç oluşum olan Uluslararası Para Fonu (IMF), Dünya Ekonomik Forumu (WEF) ve Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) ev sahipliğinde çalışmalar yürüten Yapay Zekâ Küresel Ortaklığı'nın (GPAI) yapay zekâ ve çalışmanın dönüşümüne odaklanan raporları seçilmiş, bu raporların geleceğe dair nasıl anlatılar sundukları incelenmiştir. Bu raporlar sırasıyla şunlardır: "Gen-AI: Yapay Zekâ ve Çalışmanın Geleceği" (IMF), "İşlerin Geleceği 2023" (WEF), "Çalışmanın Geleceği Çalışma Grubu Raporu 2023" (GPAI).

Makalenin kullandığı metodolojik yaklaşım küresel kurumlar tarafından oluşturulan gelecek senaryosu çalışmalarını (scenario studies) metin analizi yöntemiyle ele almaktır. 20. yüzyılda sosyoloji, felsefe ve antropoloji gibi disiplinlerde etkili olmaya başlayan dilsel dönemeç (linguistic turn) insanı anlamaya yönelik çabada dilin rolünü analize dâhil etmektedir (Steiner, 1998). Dilsel dönemeç sosyolojik analizde örneğin Peter Berger ve Thomas Luckmann'ın toplumsal gerçekliğin nasıl kurgulandığına dair soruşturmalarında cinsiyet rollerinde, ırk kavramının üretiminde, ekonomik sistemlerde ve gündelik hayatta dilin rolüne verilen dikkatte kendisine yer bulmuştur (Berger ve Luckmann, 1991). Michel Foucault'nun (2014) da dile yönelttiği dikkati söylem analiziyle (discourse analysis) ilişkilidir. Söylem analizi metinlerin yalnızca nasıl yorumlandığıyla alakalı değildir; dil ve iktidar arasında kurulan ilişkide iktidara uyumlu özne, nesne ve bilgi pratiklerinin nasıl sistematik olarak inşa edildiğini ortaya çıkarmayı içermektedir (Foucault, 2014). Foucault'nun bilgi üretiminde söylem ve iktidar arasındaki ilişkiye yaptığı vurguda da olduğu gibi metin analizi, dili yalnızca iletişim aracı olarak ele almanın ötesinde, toplumsal hakikatin/gerçekliğin ve anlamın dilde nasıl kurgulandığını, yayıldığını ve bu kurguların iktidar yapılarıyla nasıl iç içe geçtiğini anlamaya yönelik bir yaklaşımdır. Norman Fairclough, dili eleştirel söylem analizi yoluyla (critical discourse analysis) sosyolojik analize dâhil etmesinde iki nedenden bahsetmektedir: ilki dilin "iktidar ilişkilerinin inşasında, sürdürülmesinde ve değişiminde dilin hafife alınan gücüne" dikkat çekmektir (Fairclough, 1989, s. 1). İkincisi ise, "dilini bazı insanların diğerleri tarafından tahakküm altına alınmasına nasıl katkı sağladığına yönelik farkındalığın artırılmasına yardım etmektir" (Fairclough, 1989, s. 1). Bu farkındalığın artırılması Fairclough için "özgürleşme yolundaki ilk adımdır" (1989, s. 1).

Bu makalenin metin analizine yaklaşımı Jacques Derrida'nın (2011) yapısöküm yaklaşımından önemli ölçüde etkilenmiştir. Derrida, metinlerin sabit ve tekil bir anlam taşımadığını, aksine içerdiği çelişkiler ve varsayımlar yoluyla sürekli olarak anlamın yeniden üretildiğini tartışmaktadır. Derrida'ya göre dilin kendisi istikrarsızlıktan, çoğul anlamlardan muaf değildir. Metne yönelik böylesi bir yaklaşımda Derrida, analizinde metnin hiyerarşik olarak kurulmuş anlamlarını, anlamın çelişkili ve bağlamsal kurgusunu; teknik-doğa, geçmiş-gelecek, ütöpik-distöpik, söz-yazı gibi ikili karşıtlıkların

(binary oppositions) nasıl kurgulandığını açığa çıkarmaya, yapısını sökmeye çalışır (Derrida, 2011; tekniğin yapısökümü konusunda daha ayrıntılı bilgi için bkz. Ertuğrul, 2023). Derrida'nın ikili karşıtıklara dair vurgusu bu ikililiğin her zaman "şiddetli bir hiyerarşi" ilişkisi içerisinde olmasına yöneliktir (Derrida, 1981, s. 41, aktaran Royle, 2000, s. 5). Yapısöküm bu hiyerarşiyi de sorunsallaştırır. Ancak Derrida'nın yapısöküm yaklaşımı, hedef odaklı, sonuca, ileriye, yarına ve geleceğe götüren bir metodolojiden, bir uygulamadan ziyade bugün olan ve olmakta olmandır: "Yapısöküm ne bir teori ne de bir felsefedir. Ne bir okul ne de bir yöntemdir. Hatta ne bir söylem ne bir eylem ne de bir pratiktir. O, toplum, politika, diplomasi, ekonomi, tarihi gerçeklik olarak adlandırılarda bugün olan ve olmakta olan şeydir" (Derrida, 1990b, s.85, aktaran Royle, 2000, s. 10).

Yapısökümün kapsayıcılığı, anlamın çok katmanlılığı ve sürekli olarak yeniden üretimi Derrida'da her şeyin bir metin gibi analiz edilebilme imkânına doğru açılmaktadır (Royle, 2000, s.7). Böylece yazılı dilden başka, toplumsal, politik, ekonomik, tarihsel olan her şeyde bir metin gibi okunabilecek, çelişkileri ve anlam hiyerarşileri ortaya çıkarılabilecek imkânlar mevcuttur. Böylesi bir metin analizi geleceği ve gelecek tahayyüllerini analiz etmeyi de mümkün kılmaktadır.

Bu bağlamda yukarıda bahsi geçen uluslararası kurumların geleceğe dair anlatıları, geleceğin bugünden nasıl kurgulandığının, hesaplandığının, ön görüldüğünün ve programlandığının soruşturulmasında önemli kaynaklar olarak öne çıkmaktadır. Gelecek sosyolojisi perspektifinden yapılandırılabilir, planlanabilir bir gelecek fikrinin kimin geleceğinin olduğunun soruşturulması, küresel raporlar söz konusu olduğunda küresellik ve herkesin geleceğinin tahayyülü iddiasını da sorunsallaştırmaktadır. Tahayyülün nasıl kavrandığına daha yakın bir bakış, onun yapısökümüyle ilişkisini de ortaya çıkarır: "Tahayyül", köken olarak hayal kelimesiyle ilişkilidir ve bu kavram filozofların ele aldığı haliyle, insan zihninin kuvvetlerinden hayal gücüyle ilişkilidir. Anlam suretlerine bir şekil vermek bu kuvvetin özelliğidir (hayâl, 1805-1810, Kâmûsu'l Muhit çevrimiçi sözlük içinde). Bu makale anlama sürekli bir kalıp ve şekil verme iddiasında, onu kat kat giydiren insanın gelecek tahayyüllerini yapısökümüne tabi tutarak, metinlerin hiyerarşik anlamlarına ve kurulan ikili karşıtıklara dikkat çekerek, gelecek sosyolojisi perspektifinden bu tahayyülün kimin olduğunu sorunsallaştırır. Bu geleceğe yön verme, onu tasarlama ve planlamadan çok; henüz gelmemiş olana, programlanmamış bir gelecek olarak özgürlüğe ve siyasete, "imkânsızın deneyimi" olarak yapısökümüne açılmaktadır (Derrida, 1990b, s. 85, aktaran Royle, 2000, s. 6). Yer küreyi kapsayan, hiçbir canlı hayatı dışarıda bırakmayan "küresel", gelecek tahayyülünde kendisine yer bulabilmekte midir?

Böylece yalnızca küresel kurumların raporları değil, yapay zekâ ve çalışmanın geleceğine dair alanyazındaki küresel öngörüler ve ikili karşıtlıklar da sorunsallaştırılır. Küresel kurumların gelecek tahayyülü ve bu tahayyülün anlamları kat kat soyularak hangi toplumsal aktörlerin ne surette arzu ettiği bir gelecek olduğuna dair soruşturulması, metnin anlatılarında, ayrıntılarında, tercih edilen kelimelerden gramere böylesi bir geleceğin dilde nasıl kurulduğuna dikkat çekmektedir. Geleceğin planlanmasında, tahayyülün sınırlarının nerede, nasıl ve kimler tarafından çizildiği metnin ikili ve hiyerarşik anlamlarında ortaya çıkmaktadır. İlerleyen kısımlarda öncelikle gelecek çalışmaları ve gelecek sosyolojisi tanıtılacak, bunun ardından söz konusu raporlar incelenecek, sonuç olarak da bu raporlar çerçevesinde ve eleştirel literatürden yararlanılarak yapay zekâ ve çalışmanın dönüşümüyle ilgili anlatılar, gelecek sosyolojisi yaklaşımından değerlendirilecektir.

2. Gelecek Çalışmaları

Geleceğin nasıl şekilleneceği, insanların uzun süredir üzerine düşündükleri bir konudur. Thomas More, Jules Verne gibi yazarlardan Jean-Jacques Rousseau ve Karl Marx gibi düşünörlere kadar gelecek hakkında edebi ve felsefi anlatılar üretmiş isimler gelecek çalışmalarının kökenleri olarak işaret edilir. Yine Platon'un Devlet'i gibi iyi yönetim tasavvurlarını içeren eserler de bugünün gelecek tahayyüllerinin beslendiği kaynaklardır. Gelecek sosyoloğu Wendell Bell (1996), gelecek üzerine düşünen ve plan yapan örgütlü bilgi üretiminin köklerini ise 1. Dünya Savaşı ve Büyük Buhran sırasındaki ulusal planlama çabaları; Sovyetler Birliği, Faşist İtalya ve Nazi Almanya'sındaki planlama politikaları ile 2. Dünya Savaşı sonrasında kurulan devletlerin ulus-devlet inşa süreçlerine kadar götürür (s. 40). Eleonora Masini (2006) de gelecek çalışmalarının köklerinden biri olarak Gaston Berger, Pierre Masse gibi 2. Dünya Savaşı sonrası devlet kurumlarında, özellikle de planlamayla ilgili görevlerde yer almış Fransız gelecekçilerini (fütüristleri) işaret eder (s. 1159).

Akademik alanda ise gelecek bilimi ya da gelecek çalışmalarının bir disiplin olarak ortaya çıkışı 19. Yüzyıl'ın ortalarında gerçekleşmiştir. John Urry (2016), 20. Yüzyıl öncesinde gelecekçi düşüncenin sosyal bilimlerle iç içe geçmiş olduğunu gösterir. 20. Yüzyıl ile birlikte bu iki alan birbirinden ayrılmıştır. Gelecekçi düşünce, geleceğe dair yargılar vasıtasıyla kurgular oluşturan değer odaklı bir alan olarak ortaya çıkarken sosyal bilimler değer yargılarıyla değil gerçeklik odağında hareket eden bir alan olarak konumlanır. Bu nedenle de sosyal bilimciler spekülatif bir alan olarak gördükleri gelecekçilikten kaçınma eğilimi göstermişlerdir (Urry, 2016).

Gelecek çalışmaları son elli yılda ise bu tür eleştirileri dikkate alarak kendisini dönüştürmüş, geleceği tahmin edip, bu doğrultuda planlama yapma çabalarının ötesine geçmiş ve konuya sorgulayıcı yaklaşımlar getirmiştir. Alanın önemli köşe taşlarından birini oluşturan ve akademisyenler, iş insanları gibi farklı gruplardan meydana gelen “Club of Rome” (Roma Kulübü) isimli uluslararası organizasyon ve bu organizasyonun yayımladığı “The Limits to Growth” (Büyümenin Sınırları) (Meadows vd., 1972) başlıklı rapor bu sorgulayıcı yaklaşımlara bir örnek olarak alınabilir. Bu raporda ekonomik büyümenin sürdürülebilir olmadığı ve geleceğin ekonomik büyüme hedefiyle planlanamayacağı savunulmuştur. Bunun nedeni de kullanılan kaynakların yerine aynı hızda yenilerinin konulamıyor olmasıdır (Meadows vd., 1972).

Gelecek çalışmalarının dönüşümüne işaret eden bir diğer gelişme de alanın önceleri daha ziyade geleceğe dair tahminlerde bulunmaya (forecasting) odaklanması, yakın zamanda ise geleceği tahmin etme pratiğinin yerini geleceğe dair öngörülerde bulunmaya (foresight) bırakmış olmasıdır (Di Zio vd., 2023, s.1). Bu dönüşüm, tek bir gelecek olduğu varsayımı ve bu geleceğin ne olduğunun tahmini yerine “çoklu” ve “arzu edilen” geleceklerin neler olabileceğine dair öngörüler geliştirme çabasının yerleştiğine işaret etmektedir (Sardar, 2010, aktaran Di Zio vd., 2023, s.1). Bu çerçevede gelecek çalışmaları İngilizcede bugün sıklıkla çoğul geleceklere işaret edecek şekilde “futures studies” şeklinde ifade edilir.

Simone Di Zio ve meslektaşları (2023) gelecek çalışmaları alanının bugünkü odak noktalarını tespit etmek için yaptıkları çalışmada bu çeşitliliği ve parçalılığı ortaya koymuşlardır. Alanın önde gelen altı dergisini inceleyen yazarlar gelecek çalışmaları alanının özellikle de son 32 yılda oldukça genişlediğini gözlemlemişlerdir. Scopus veri bankasından yararlanarak European Journal of Futures Research, Foresight, Futures, Futuribles Analyse Et Prospective, Journal of Futures Studies ve Technological Forecasting and Social Change dergilerindeki içerikleri inceleyen yazarlar, “kamu politikalarında stratejik öngörü”, “iklim değişiklikleri (küresel senaryolar)”, “yenilenebilir enerjiler”, “akıllı kentler (hareketlilik ve altyapı)” gibi yirmi bir adet tema saptamışlardır (Di Zio vd., 2023, s. 11). Bu çeşitlilik, alanın gelecekle ilgili farklı senaryoların çalışılmasına imkân sağladığına işaret etmektedir. Bu çeşitlilik kendisini gelecek sosyolojisi alanında da gösterir.

2.1. Gelecek Sosyolojisi

Sosyoloji içinde gelecek sosyolojisi alt disiplininin ortaya çıkmasını sağlayan en önemli isimlerden biri olan Wendell Bell (1996), bireylerin bugünkü tercih ve eylemlerinin geleceği şekillendirdiğine dikkat çekerek gelecek sosyolojisi alanının önemine vurgu yapar. Toplum “demir kafes” ya da “sadece zihnin modelleri değil[dir], her günün her saniyesi, dakikası ve saati boyunca

hareket eden insanların toplam gerçek eylemleri tarafından inşa edil[ir] ve yeniden yapılandırıl[ır]” (Bell, 1996, s. 51). Benzer şekilde Barbara Adam (2023) da insanların toplumsal eylemlerini gelecekte “ne olacağı, ne olabileceği ve ne olması gerektiği” hakkındaki tasavvurları çerçevesinde gerçekleştirdiğini vurgular (s. 279). Bu nedenle toplumsal eylemler gelecek algılarına bağlı olarak şekillenir. Toplumsal eylem ve gelecek fikri arasında böyle bir ilişki kurmak, toplumun “geleceğe dair bir fırsatlar potpurisi” şeklinde düşünülmesini sağlayacaktır (Bell, 1996, s. 51). Bu da disiplinin araştırma nesnesinin geçmiş ve şimdiki zamanın ötesinde geleceği de içerecek şekilde yeniden tanımlamasına imkân verecektir. Farklı toplumsal, ekolojik etmenlerle şekillenen ve doğrusal olmayan geleceğin bugünün toplumsal koşullarıyla ilişkili olarak ortaya çıkabilecek olası versiyonlarının sosyolojik bilgisi, günümüz toplumları üzerine eleştirel yaklaşımlar geliştirilmesini ve böylece arzu edilecek geleceklerin imkânlı kılınmasını da sağlayabilir.

Bu nedenlerle Wendell Bell, James A. Mau ile birlikte editörlüğünü yaptığı *The Sociology of the Future* (1971) kitabında gelecek sosyolojisinin sosyolojinin ana alt alanlarından biri olarak kendini kabul ettirmesi gerektiğinin altını çizmiştir. Fakat bunun henüz gerçekleşmediğini 1996 tarihli “*The Sociology of the Future and the Future of Sociology*” makalesinde belirtmiştir. Bu vurguyu çok daha yakın bir tarihte İngiliz sosyolog John Urry, *What is the Future?* (2016) başlıklı kitabında da yapmıştır. Kısacası, gelecek aslında toplumsal ilişkilerin merkezindedir fakat henüz sosyolojinin önemli bir araştırma nesnesi olarak kabul görmemiştir.

Geçmişteki planlama çabalarının yarattığı sorunlar bu mesafenin bir nedenidir. Nedenlerden bir diğeri ise geleceğe dair öngörülerin yalnızca geçmişin bilgisine dayanılarak yapılabiliyor olması ve geleceğin bilinemezliğinin metodolojik sorunlar yaratıyor oluşudur (Adam, 2023). Bell’in bu soruna getirdiği çözüm gelecek imgelerine odaklanmaktır (Aligica, 2011, s. 610). Giacomo Bazzani (2023) de gelecek sosyolojisinin odaklanabileceği alanlardan biri olarak gelecek anlatılarını ortaya koyar.

Son yıllarda ise sosyoloji disiplinde gelecek konusuna ilgi giderek artmaktadır. Bu gelişme, alanda yayımlanan kitapların ve özel sayıların artışında kendini göstermektedir. Örneğin British Sociological Association’ın dergisi *Sociology*, 2023 yılında “*Sociologies of the Future and the Future of Sociology*” temalı bir özel sayı yayımlamıştır. Bu çerçevede gelecek sosyolojisi alanında yapılan yeni çalışmalar gelecek hakkında üretilen anlatıları, bu anlatıların üretiminde etkin olan aktörleri, bu anlatılar ve planlamaların hangi tür eşitsizlikleri ve adaletsizlikleri yeniden ürettiği gibi konuları inceleyerek gelecek çalışmalarındaki planlama odağının ötesine geçer ve geleceği toplumsal bağlamı içinde ele alır. Böylece gelecek üzerinden bugünün toplumlarının da bir eleştirisi yapılmış olur.

Bu çerçevede hem toplumsal hayatın bugünü hem de geleceğiyle en yakından ilişkilendirilen toplumsal grup olan gençlerin gelecek algıları ve onların geleceğe nasıl hazırlanmaları gerektiğiyle ilgili söylemler sosyolojik çalışmaların önemli bir konusu olmuştur. Örneğin Avustralya’da yapılan bir araştırma gençlerin gelecekteki çalışma hayatlarını tahayyül ederken “girişimci” ve “istekli” olmaları konusunda yönlendirildiklerini ortaya koymaktadır (Goring vd., 2023). Danimarkalı gençlerle yapılan bir diğer araştırma da genç bireylerin geleceklerini garantiye alabilmek için olabildiğince çeşitli yetkinlikler biriktirmeleri konusunda bir baskı olduğunu göstermiştir (Pors ve Kishik, 2023). Fakat bu gençler, akademik ve mesleki performansı önceleyen bu bireyselleştirici neo-liberal baskılara bir oranda direnebilmekte ve geleceklerinin inşasını başkalarıyla beraber şekillendirebilmektedir (Pors ve Kishik, 2023, s. 398).

Geleceği tahayyül edebilmek ve tahayyül edilen geleceği gerçek kılabilmek aktörlerin toplumsal güç ilişkilerinde konumlandıkları yerlerle doğrudan ilişkilidir (Urry, 2016). Örneğin Morgan ve Tutton (2024) geleceğin tahayyül ediliş biçimlerinin engellilerin dezavantajlı konumlarını daha da keskinleştirme eğiliminde olduğunu gösterir. Hatta engellilik distopik bir öge olarak ortaya çıkar. Ütopyalar ise engellilerin toplumun bir parçası olduğu gerçeğini görmezden gelerek, anlatılarda onları yok sayar (Morgan ve Tutton, 2024).

Bu bağlamda gelecek tahayyülleri, var olan hiyerarşileri yeniden üreten ve yeni hiyerarşiler yaratan bir zemindir. Örneğin Ivana Milojević ve Sohail Inayatullah (2003), Batı bilim kurgu literatürüne odaklanan makalelerinde bu literatürün alanda kurduğu hegemonyayı eleştirirler. Yazarlara göre Batı bilim kurgu geleneği bir evrensellik iddia etmesine rağmen aslında yereldir. Batı bilim kurgu literatürü geleceği “ileri zaman” (forward time) olarak kabul eder. Fakat gelecek, çizgisel bir zaman algısı içinde şekillenmek zorunda değildir. Hatta geleceğin döngüsel bir zaman algısı içinde anlaşıldığı kültürel ve dini bağlamlar mevcuttur. Batı bilim kurgusunun evrensellik iddiası hem Asya’daki bilim kurgu geleneklerini yok sayar hem de Batı toplumlarının çeperlerindeki aktörleri dışlar (Milojević ve Inayatullah, 2003, s. 493).

Wendell Bell’e göre (1996) sosyoloji geleceğe odaklanması sayesinde yalnızca tüm bu meseleleri araştırma konuları arasına almayacaktır; aynı zamanda bu birleşme sayesinde epistemolojik açıdan kazanacakları da vardır. Örneğin, Bell’e göre gelecek çalışmalarının gerçekliğe dair bilgi edinme isteği, sosyolojide “eleştirel gerçekçilik” (critical realism) yaklaşımının güçlenmesini sağlayabilir. Bu yaklaşım, tüm bilimsel bilginin ön kabullere dayandığını ve toplumsal ve tarihsel bağlam içinde şekillendiğini kabul ederek post-pozitivist eleştirinin kazanımlarını tanır. Fakat post-pozitivizmden farklı olarak gerçeğin “insanın duyuşal ve entelektüel limitleri içinde” bilinebileceğini savunur (Bell, 1996, s. 44-45). Bu bağlamda Bell’e göre gelecek çalışmaları ile sosyoloji arasında bağ

kurulması sosyolojinin post-pozitivizmin krizini aşmasını sağlayabilir. Bunun yanı sıra gelecek çalışmalarının gelecek kuşakların iyilik halini önemsemesi ve arzulanan, adil ve etik geleceklere ulaşmanın yollarını araması da sosyolojik bilginin gelecek çalışmalarında önemli uygulama alanları olduğunu göstermektedir (Bell, 1996).

Gelecek sosyologları geleceğin yorumlanması konusunda akademi dışında çalışan aktörlerle işbirlikleri yapmanın önemli olduğuna ve bu işbirliklerinin sosyolojinin uygulama alanlarının görünürlüğü açısından faydalı olacağına dikkat çekmişlerdir. Örneğin John Urry (2016) bir yandan akademide gelecek üzerine çalışmaların artması gerektiğine diğer yandan da gelecek planlayıcıların sosyolojik analizleri dikkate almalarının faydalı olacağına dikkat çekmiştir. Böylece, planlama çabalarının eleştirel sosyolojik yaklaşımlar sayesinde toplumsal gereksinimleri gözetten pratiklere dönüşmesi mümkün olabilir.

Diğer yandan Tutton (2023) gelecek tahayyüllerinin varlığını verili sayan anlatıların aksine kendilerine bir gelecek tahayyül edemeyen aktörlere ve gelecek yokluğu duygusuna odaklanır. “Geleceksizlik” (futurelessness) algıları aktörlerin toplumsal hiyerarşiler içinde nasıl konumlandığıyla birebir ilişkilidir. Bu bağlamda hangi aktörlerin geleceği tahayyül edebildiği ve edemediği ve aktörlerin bu tahayyüller vasıtasıyla gelecekte toplumsal değişme yaratıp yaratamayacakları toplumsal hayatın bugününe dair çözümlemeler sunar. Bu geleceksizlik algıları Holokost, nükleer tehdit, iklim krizi, türlerin soylarının tükenmesi gibi tarihsel ve ekolojik olgularla yakından bağlantılıdır. Bu bağ, geleceksizlik duygusunun toplumsal ve siyasi iklim içinde şekillendiğini göstermektedir (Tutton, 2023, s. 440).

Bu çerçevede Richard Tutton’a göre geleceği tasarlama ve geleceğe dair başkaları tarafından da kabul görecektir anlatılar ve imgeler yaratma gücüne sahip olmayan aktörler, “bir geleceklere olmadığına” ve “değer verdikleri ya da arzuladıkları geleceklere [bugünden] yasaklanmış olduğuna dair bir his” deneyimlerler (2023, s. 443). Tutton, Urry’nin (2016, s. 189 aktaran Tutton, 2023, s. 443) iktidarın “esas olarak bir eşitsiz gelecek yapma meselesi” olduğuna dair savıyla Foucault’nun “iktidarın toplumsal değişme yaratma becerisi” (Heller, 1996, s. 87 aktaran Tutton, 2023, s. 443) olduğuna dair argümanını bir araya getirir (Tutton, 2023, s. 443). İktidar ve gelecek tasarlayabilme yetisi arasındaki bu birebir bağlantı, neoliberalizmin küresel egemenliğinin dışına çıkacak gelecek tahayyüllerinin imkânsızlığına da işaret etmektedir (Tutton, 2023, s. 446). “Kapitalizm, düşünülebilir olanın sınırlarını” kontrolü altında tutar (Fisher, 2009, s. 8 aktaran Tutton, 2023, s. 446).

Tutton, geleceksizliği aktörlerin duygulanımsal deneyimleri üzerinden tanımlar (2023, s. 443). Bu bağlamda geleceksizlik hissi güncel sosyo-ekonomik çıkmazlara bir tepki olarak anlaşılabilir (Tutton, 2023, s. 447). Diğer yandan geleceksizlik hissinin evrensel olduğuna dair varsayımlar da yanıltıcıdır (Tutton, 2023, s. 448). Geleceğe dair kıyametvari anlatılar, Avrupa merkezli yaşam şekillerinin korunamayacağına dair endişeler barındırır; oysa bunlar evrensel endişeler değildir (Chaudhury, 2020, s. 319 aktaran Tutton, 2023, s. 448).

Geleceksizlik ayrıca çıkarları, gereksinimleri, arzuları ve hayalleri iktidar sahibi aktörlerin gelecek tahayyülleri içinde yer bulamayan bireylerin ve toplumsal grupların gelecekte dışlanma hallerini kavramsallaştırmak için de bir araç olarak işlev görebilir. Bu gelecekte dışlanma durumu, bugün hayat bulan anlatılar ve tahayyüller vasıtasıyla gerçekleşir. Gelecek ve geleceksizlik ikili karşıtlığında, planlanabilir bir gelecek tahayyülü, geleceksizliği hiyerarşik olarak bir kenara iter. Bu hiyerarşik yapılanmada, iktidar sahibi küresel kurumların gelecek anlatılarının incelenmesi bu anlatıların hangi varsayımlar ile hazırlandığı, hangi aktörleri gözettiği ve hangi aktörleri dışladığına ve böylece hangi geleceksizlik anlamları yarattığına ışık tutabilir.

3. Yapay Zekâ ve Çalışma Hayatı Literatüründe Gelecek Anlatıları

Acemoğlu ve Restrepo (2018), yapay zekâ ve makineleşmenin emek, maaşlar ve istihdam üzerinde yaratacağını öngördükleri etkileri tartıştıkları makalelerinde yapay zekânın emek piyasası üzerine etkisinin kaçınılmaz olarak dünya çapında olacağını ve bu küresel etkinin aynı anda hem olumlu beklentilere hem de endişelere sebep olduğunu vurgulamaktadırlar. Acemoğlu ve Restrepo'ya göre bu beklenti ve endişeler “yanlış bir ikiliğin” (false dichotomy) oluşmasına yol açmaktadır (Acemoglu ve Restrepo, 2018, s. 1). Bu ikiliğin bir tarafında yapay zekânın “insan tarafından gerçekleştirilen işlerin [ve dolayısıyla da emek piyasasının] sonunu getireceğine” dair olumsuz bir gelecek tahayyülü bulunurken, diğer tarafta ise “tarihteki teknolojik gelişmelerin sonuçlarına bakarak iş gücüne talebin ve [bununla ilişkili olarak da] maaşların nihayetinde artacağına” dair olumlu bir gelecek beklentisi vardır (Acemoglu ve Restrepo, 2018, s. 1). Yapay zekânın insanın işini elinden alması, “yerinden etme etkisi” (displacement effect) olarak ele alınırken; bu etkinin bir sonucu olarak insan emeğinin üretimdeki payının ve maaşların azalacağı, dolayısıyla da “milli gelirde emeğin payının düşeceği” öngörülmektedir (Acemoglu ve Restrepo, 2018, s. 1). Bunun karşısında ise makineleşmenin üretim maliyetlerini düşüreceği beklentisi bulunmakta; bu dengeleyici etki de “üretkenlik etkisi” (productivity effect) olarak ele alınmaktadır. Bu etkinin “makineleşmeyen işlere yönelik iş gücü talebini artıracığı” öngörülmektedir (Acemoglu ve Restrepo, 2018, s.1). Acemoğlu ve Restrepo'ya göre (2018) insan emeğinin makineyle yer değiştirmesinin sermaye birikimini artıracığı, sermaye

artışının nihayetinde makineleşmeyi derinleştirerek makineleşmeyen alanlarda iş gücü talebi yaratacağı beklenmektedir (s. 1).

Acemoğlu ve Restrepo (2018) bu ikilik karşısında tarihten örnekler vererek kendi gelecek tahayyüllerini ortaya koyarlar. Yerinden etme ve üretkenlik etkisi arasında sıkışan gelecek tahayyüllerine yeni bir bakış açısı getiren tarihsel bir gelecek tahayyülü, yapay zekânın gelişmesi sonucunda “yeni işlerin yaratılacağını” öngörmekte; bu nedenle de “yeniden yerleş(tir)me etkisi” (reinstatement effect) kavramının kullanımını önermektedir (Acemoglu ve Restrepo 2018, s. 2). Buna göre, bu tür devrimler yeni iş alanları ortaya çıkartabilirler. Örneğin, 19. yüzyılda İngiltere’de Sanayi Devrimi’nden sonra “yeni teknolojilerin tanıtımını ve yürütücülüğünü yapan mühendisler, makinistler, tamirciler, kondüktörler, arka büro çalışanları ve yöneticiler gibi” yeni meslek grupları ortaya çıkmıştır (Landes, 1969, Chandler, 1977 ve Mokyr, 1990, aktaran Acemoglu ve Restrepo, 2018, s. 9). 20. Yüzyıl’da Amerika’da da “tarımın makineleşmesi yeni endüstrilerde ve fabrikalarda istihdamın artması dönemine denk gelmiştir” (Kuznets, 1966, aktaran Acemoglu ve Restrepo, 2018, s. 9). Yazarlara göre, “yeni işlerin ve unvanların ortaya çıkması ve genişlemesi 1980’lerden 2010’lara kadar gerçekleşen istihdamdaki büyümenin de” önemli açıklayıcılarındandır (Acemoglu ve Restrepo, 2016, aktaran Acemoglu ve Restrepo, 2018, s. 9). Benzer şekilde yapay zekâ teknolojisinin de “yapay zekâ eğitici (AI sistemlerini eğiten), yapay zekâ açıklayıcısı (yapay zekâ çıktılarını müşterilere açıklayan) ve yapay zekâ sürdürücüsü (yapay zekânın performans izleyicisi ve etik standartlara uygunluğunun takipçisi)” gibi tamamen yeni işler yaratması beklenmektedir (Accenture PLC, 2017, aktaran Acemoglu ve Restrepo, 2018, s. 10).

Fakat teknolojik gelişmelerin istihdam yaratma süreci sorunsuz değildir. Teknolojik gelişmelerin hızı ve yeni ortaya çıkan işlere emek piyasasının uyum sağlaması süreci, “nihayetinde emeğe olan talebi ve maaşları arttırsa da bu durum ancak sabit maaşlar, büyüyen yoksulluk ve zorlaşan hayat şartlarının olduğu sürüncemeli bir süreç sonucunda gerçekleşmiştir” (Acemoglu ve Restrepo, 2018, s. 12). Dolayısıyla “kusursuz, bedelsiz ve hızlı” bir dönüşüm beklemek geleceğin ne getireceği konusunda bizi yanıltabilir (Acemoglu ve Restrepo, 2018, s. 13). Bunun yanında teknolojik gelişmelere uyum sağlama konusunda da önemli handikaplar bulunabilir. Bunlardan bazıları halihazırda var olan mesleklerin becerileriyle yeni yaratılan işlerin talep ettiği beceriler arasındaki uyumsuzluk ve hızlı makineleşmenin getirdiği üretkenliğin ilk etapta yavaş olma ihtimalidir (Acemoglu ve Restrepo, 2018, s. 13).

Acemoglu ve Restrepo'nun yapay zekâyla çalışmanın dönüşümüne dair gelecek tahayyülleri, küresel bazda oluşan olumlu-olumsuz ikilikleri aşmaya çalışsa da, önerilen gelecek tahayyülü hala ekonomik olarak sınırlandırılmış bir gelecektir. Yapay zekânın etkisinin kaçınılmaz olarak küresel olacağı iddiası (Acemoglu ve Restrepo, 2018) yerküreyi kapsamı bağlamında küreselin anlamını bir kez daha gündeme getirmektedir. Küresel iş gücünün sürdürülebilir, planlanabilir, programlanabilir geleceği, “yeniden yerleştirme etkisinde” (Acemoglu ve Restrepo 2018, s. 2) kendisini göstermektedir. Yapay zekânın etkisini yeniden yerleştirme üzerinden düşünmeye koşullayan bir gelecek tahayyülü, kapitalizmin sınırları içerisinde kalmakta; bunun ötesinde çalışmanın anlamını ve geleceksizlik sorunsalını ele almadan düşünülebilir, arzu edilebilir, planlanabilir bir ekonominin sınırlarını belirlemektedir.

Acemoğlu ve Restrepo (2018) gibi Willcocks (2020) da yapay zekânın çalışma hayatını nasıl dönüştüreceğiyle ilgili anlatılardaki basit ikilikleri yapısökümüyle aşmayı amaçlar. Willcocks medyada, akademide ve piyasada süregelen “abartılı olumlama-ve-korku anlatılarını” (hype-and-fear narratives) yapısökümüne uğratar (Willcocks, 2020, s. 286). Buna göre abartılı olumlama anlatıları, yapay zekânın insanla kurduğu ilişkinin “çoğunlukla iyi olacağı,” teknolojikleşmiş bir dünyada herkes için “yeterli iş, hizmet ve boş zaman” olacağını öngörmektedir (Willcocks, 2020, s. 287). Willcocks'un Automotopia olarak adlandırdığı böylesi bir gelecek tasavvurunda teknolojinin insanlığın her derdine deva olacağı inancı yatmaktadır. Bu iyimser anlatının karşısında “robo-kıyamet” (robo-apocalypse) anlatısı yer almaktadır (Willcocks, 2020, s. 287). Bu korkulu senaryoya göre teknolojik gelişmenin ve otomasyonun hızı karşısında insan emeği yerinden edilecek; yeni iş imkânlarının az olması sebebiyle de geleceğin işlerinde insan çok küçük bir rol oynayacaktır. Medya, akademi ve iş dünyası, genellikle robo-kıyamet senaryoları üzerinde durmaktadır. Bu anlatı insanın emeğinin neyle karşılaşacağı konusunda karmaşa ve korku yaratmaktadır (Willcocks, 2020, s. 287-288). Veysel Bozkurt ve Doğan Gürsoy (2023) da yapay zekânın insanlar tarafından nasıl anlamlandırıldığını inceledikleri araştırmalarında yapay zekânın “hem bir fırsat hem de bir tehdit olarak algılandığını,” bu algının da (Willcocks'a benzer bir şekilde) bir karmaşaya işaret ettiğini belirtmişlerdir (s. 1).

Yapay zekânın çalışma hayatını nasıl dönüştüreceğine dair yapılan araştırmaları metodolojik olarak eleştiren Willcocks (2020), öncelikle yapay zekânın neyi yapıp neyi yapamayacağını daha iyi anlaşılması gerektiğini belirtmekte, insan ve yapay zekânın yapabileceklerinin eşitlenmesine karşı çıkmaktadır. Aslında insan emeğinin yapay zekâ tarafından yok edileceği öngörüsü insanın bugün çalışma hayatında kullandığı niteliklerini görmezden gelmektedir. Hâlbuki bu eleştiriye göre, insanın algısının karmaşıklığı ve yaratıcı ve sosyal zekâsı, yapay zekâ tarafından yerinden edilemeyecektir (Willcocks, 2020, s. 288).

Willcocks'ın kendi araştırmalarından yola çıkarak öngördüğü anlatı (2020), çok daha detaylı ve nüanslıdır. Willcocks, iş/meslek sayısının dönüşümüne bakmaktansa görev/aktivite bazlı yaklaşımı önemsemektedir. Buna göre, işlerin niceliğindeki dönüşümden çok niteliğindeki dönüşüme vurgu yapmak gerekmektedir; zira onun gelecek tahayyülünde işlerin sürekli yeniden yapılandırılması iş gücü piyasasında yeni normal olacaktır (Willcocks, 2020, s. 289). Ancak bu iş gücü kaybının olmayacağı anlamına da gelmez. Lacity ve Willcocks'ın öngörüsüne göre, yapay zekâ ve otomasyon “önümüzdeki en az 10 yıl içinde ortadan kaybolan her 20 iş için 13 yeni iş yaratacaktır” (Lacity ve Willcocks, 2018, aktaran Willcocks, 2020, s. 290). Bu da yapay zekânın insanın işini elinden tamamen alacağı varsayımını değiştirmekte; onun yerine yapay zekânın insanın gücünü artıracığı bir tamamlayıcılık sağlayacağını göstermektedir. Willcocks'a göre otomasyon her zaman “insan müdahalesine ve gözetimine” ihtiyaç duymuştur ve duymaktadır; yapay zekâ da bundan muaf değildir (Willcocks, 2020, s. 290). İnsanın çalışma hayatındaki niteliklerine duyulan ihtiyaç, yeni işler yaratacaktır (Willcocks, 2020, s. 290-291).

Yapay zekâ ve otomasyon düşük beceri gerektiren ve tekrar eden işleri olumsuz etkileyecek; ancak orta ve yüksek beceri talep eden işler yaratacaktır (Willcocks, 2020 s. 292). Bu çerçevede Willcocks iş gücü fazlasının değil; özellikle orta ve yüksek beceri gerektiren işlerde iş gücü açığının ortaya çıkmasını beklemektedir. 2030'a dair öngörülerde “küresel iş gücünün %14'e kadarlık bir kısmının meslek değiştireceği; işlerin %9'unun da daha önce var olmayan ve yeni beceri kombinasyonları gerektiren işler olacağı” beklenmektedir (MGI, 2018a, 2018b, 2018c; Willcocks vd., 2019; World Economic Forum, 2018a, 2018b, aktaran Willcocks, 2020, s. 295). Willcocks'a göre yakın zamanda bir “robo-felaket” olarsa bunun nedeni insanların ve insanlığın kolektif olarak bu gerekli becerileri edinmemesi olacaktır. Dolayısıyla robo-felaket tahayyüllerinin gerçeğe dönüşüp dönüşmeyeceğinde insanın “mali destek, eğitim, otomasyonun hızı gibi konularda yaptıkları tercihler etkili olacaktır” (Willcocks, 2020, s. 297).

Willcocks (2020) automotopia ve robo-kıyamet üzerinden ikili karşıtlık üzerinden kurulmuş gelecek tahayyülü anlatılarını çözümlerken, insanın işini kaybedeceği endişesini boşa çıkarmak ister gibidir. Ona göre insanın çalışmayla kurduğu tarihsel ilişkiyi yerinden edebilecek bir otomasyon süreci söz konusu değildir; yapay zekânın getireceği dönüşüm de bundan muaf değildir. Yeniden yerleştirme etkisinde olduğu gibi, insanı geleceksizlik endişelerinden kurtarabilecek olan onun yeniden beceri elde etme, piyasanın ihtiyaçlarına sürekli olarak kendisini adapte edebilme kabiliyetidir. İnsanın geleceğini sürdürebilmesi, tahayyül edebilmesi ve hayatta kalması için çalışması zorunluluğu onu sürekli değişme tehdidiyle baş etmesi gereken piyasa koşullarına karşı bugünden hazırlıklı olmaya zorlamaktadır. Willcock'a göre (2020), insanın geleceğinde, her türlü otomasyona karşı çalışma her

daim kendisine yer bulacaktır. Burada otomasyonun çalışma hayatına dönüştürücü etkisinin, işin ve çalışmanın sınırlarında kalacağı tahayyülü, ütopyaya yaklaşan automotopik bir tahayyülde herkes için (küresel) “yeterli iş, hizmet ve boş zaman” vadeder (Willcocks, 2020, s. 287). Ancak böylesi bir tahayyülde bile, insanlık küresel olarak bu yeni becerileri elde etmeyi istemelidir. Aksi takdirde sonuçları distopik küresel bir robo-kıyamettir.

Yapay zekânın iş gücü üzerindeki dönüştürücü etkisini anlamada her işin kendi pratikleri, çalışma alışkanlıkları ve yapay zekâ arasındaki bağlam önem kazanmaktadır (Jarrahi vd., 2023, s. 304). Bu bağlamda sağlık sektöründe yapılan çalışmalar öne çıkmaktadır. Avustralya’da sağlık sektöründe çeşitli alanlarda çalışan 72 uzmanla yapılan yarı-yapılandırılmış mülakatlarda yapay zekânın endişe verici ve geliştirici etkileri üzerine yapılan çalışma bunlardan bir tanesidir (Aquino vd., 2023). Bu çalışma, yapay zekânın sağlık sistemi üzerindeki etkisini “ütopik ve distopik” tahayyüller üzerinden ele almaktadır. Yapay zekânın çalışma hayatındaki dönüştürücü etkisini anlamada ortaya çıkan ikilikler bu çalışmada da takip edilebilmektedir. Buna göre yapay zekanın sağlık sektöründeki ütopik etkisi, sağlık sektöründe klinik becerilerin geliştirilmesi, tekrara dayalı ve sıkıcı işlerin yapay zeka tarafından yapılmasının sonucu insan emeğinin daha karmaşık ve tatmin edici işlere yönelmesi, yapay zekanın kişiselleştirilmiş bir eğitim programı sunarak beceri geliştirme olanaklarının artırılması, yeni rollerin ve uzmanlaşma alanlarının yaratılması olarak sunulmaktadır (Aquino vd., 2023). Bunun karşısında distopik tahayyüller ve endişeler, yapay zeka kullanımının yaygınlaşmasıyla sağlık çalışanlarının becerilerini kaybetmesi, insani sezgi ve kararların zayıflaması, yapay zeka taraflılığı sonucu yapay zekaya fazla-bağılılık ve sağlık hizmetinin insansızlaşması olarak ortaya konulmaktadır (Aquino vd., 2023).

Yapay zekayla işin dönüşümüne dair yapılan çalışmalarda ütopik ve distopik tahayyüllerin ele alındığı bir başka örnek “beklentiler sosyolojisi” (sociology of expectations) alanyazınından yararlanarak yapay zekayla işin geleceğini tartışan Vicsek’in çalışmasıdır. Vicsek, Weber’in “ideal tip” yaklaşımını benimseyerek yapay zekâ ve çalışmanın geleceği üzerine yapılan çalışmaların “pozitif etki” (ütopik) ve “negatif etki” (distopik) ikiliği üzerinden teknolojik determinizme yol açtığını tartışmaktadır (Vicsek, 2021). Bu ikiliğin yapay zekânın çalışma üzerindeki etkilerinin tam olarak anlaşılmasının önüne geçtiğini savunan Vicsek, bu ikilik karşısında daha nüanslı bir yaklaşımın gelecek beklentilerini dönüştürmede ve politika üretmede daha etkili olacağını ortaya koymaktadır (Vicsek, 2021).

Jarrahi ve meslektaşlarına göre, yapay zekâ sistemlerinin iş pratikleri ve veri ile olan etkileşimi, bu teknolojilerin nasıl şekillendiğini ve iş gücü piyasalarını nasıl şekillendirebileceğini anlamamızda kritik bir rol oynar. Jarrahi ve diğerleri bu bağlamda ofis içi güç ilişkilerinin potansiyel

dönüşümünü de yapay zekâ ve çalışmanın geleceği tartışmalarına dahil etmektedirler (Jarrahi vd., 2023, s. 307). Örneğin algoritmik takip gibi uygulamalar işveren ve çalışan arasındaki ilişkide kontrol ve özerklik dengesini bozabilmekte (Boyd ve Andalibi, 2022, aktaran Jarrahi vd., 2023, s. 307), gözetleme ve veri toplama uygulamalarının yaygınlaşması etik sorunları beraberinde getirmektedir. Kontrol-özerklik gibi alanlardaki “sınırlarda muğlaklaşmayla” ilişkili olarak yapay zekâ kullanım etiğinin sürekli gündemde bulunması önerilmektedir (Jarrahi vd., 2023, s. 307).

Makalede, yapay zekâ modellerinin işleyişine dikkat çekilmekte; yapay zekânın “geçmişte elde edilmiş veriler üzerine kurulduğu” fakat değişen bir çalışma ortamıyla etkileşime girdiği belirtilmektedir (Jarrahi vd., 2023, s. 305). Dolayısıyla da yapay zekânın veri toplama uygulamalarının genişlemesi, karar verme mekanizmalarına etkisi, verilerin şeffaflığı, güvenilirliği ve tarafsızlığı konusunda şüphe uyandırmaktadır. Verilerin çeşitlilik ve kapsayıcılık değerlerine bağlı geliştirilmesi gibi çalışanların hak ve özgürlüklerinin korunması ve güçlendirilmesi yönünde de adımlar atılmalıdır. Yapay zekânın taraflı veri üretmesi karşısında “çeşitlilik, eşitlik, kapsayıcılık ve erişim olanakları” değerlendirilmelidir (Jarrahi vd., 2023, s. 307).

Ofis ortamı, çalışma grupları ve yapay zekâ ilişkisinde yapay zekânın “takım arkadaşı yanılgısına” (teammate fallacy) yol açtığı iddiası dikkat çekicidir (Jarrahi vd., 2023, s. 306). İnsanlar ve bilgisayarların bir ekip olarak çalışabileceği beklentisi, insan ve bilgisayarlar arasındaki ilişkileri düzenleme ihtiyacını da ortaya çıkarmaktadır (Jarrahi vd., 2023, s. 306). Yapay zekânın her işin kendi bağlamında farklı ve spesifik etkileri olacaktır. Bu etkileri anlamak üzere yalnızca iş gücünün dönüşümüne değil; yapay zekânın işyerlerinde etkisine de bakılmalıdır (Jarrahi vd., 2023).

4. Küresel Raporlarda Yapay Zekâyla Çalışmanın Dönüşümüne Dair Gelecek Anlatıları

Yapay zekâyla çalışmanın dönüşümü, kapitalist birikim süreçlerinin teknolojik gelişmelerle birlikte nasıl yeniden şekillendiğine dair ipuçları barındırır (Huato, 2024). Bu nedenle bu ilişki, kapitalist aktörlerin ilgi alanında yer alır. IMF, WEF ve OECD gibi kurumlar kapitalizmin küreselleşmesinde ve kapitalist ilişkilerin dünya çapında yerele nüfuz etmesinde önemli rol oynamaktadır. Chimni (2004) bu tür kurumların yeni oluşmakta olan küresel, emperyalist bir devlet sistemi ağını oluşturduklarını öne sürer. Bu kurumlar, madun sınıfların çıkarları karşılığında “ulusaşırı kapitalist bir sınıfın çıkarlarına” hizmet ederler (Chimni, 2004, s. 1). Bu bağlamda bu uluslararası kurumlar küresel kapitalist sınıfların oluşumu için birer aygıt görevi görürler (Carroll ve Carson, 2006). Bu nedenle bu kurumların yapay zekâ ve çalışma ekseninde gelişen gelecek anlatılarının çözümlenmesi önem taşır.

Nitekim yapay zekânın emek piyasasına etkisi ve işlerin geleceği sorunsalı; IMF, WEF, OECD gibi küresel kurumların gündemindedir. Küresel kurumlar yapay zekâyı 4. Sanayi Devrimi³ olarak görmektedir (Cazzaniga vd., 2024, s. 2). Bu kısımda bu kuruluşların “Gen-AI: Yapay Zekâ ve Çalışmanın Geleceği” (IMF), “İşlerin Geleceği 2023” (WEF) ile “Çalışmanın Geleceği Çalışma Grubu Raporu” (GPAI) başlıklı metinlerinde bu dönüşümün nasıl ele alındığı incelenecektir.

Birinci olarak, IMF’in “Gen-AI: Yapay Zekâ ve Çalışmanın Geleceği” (Gen-AI: Artificial Intelligence and the Future of Work), başlıklı raporuna (Cazzaniga vd., 2024) göre yakın ve orta gelecekte küresel istihdamdaki iş gücünün %40’ı yapay zekâdan etkilenecektir. Hatta yapay zekâ ve teknolojik uyumluluğa dikkat çeken bu rapor, gelişmiş ülkelerde “bilişsel görev odaklı işlerin” (cognitive-task oriented jobs) manuel işlere göre daha yaygın olması sebebiyle gelecekte iş gücünün %60’ının yapay zekâdan etkileneceğini öngörmektedir (Cazzaniga vd., 2024, s. 2). Böylesi bir etkinin olumlu ve olumsuz yanları söz konusudur. Yapay zekâdan etkilenecek iş gücünün yarısının yapay zekâ ve insan emeği arasındaki yeni iş bölümünden, verimlilik ve üretkenlik artışı sayesinde faydalanacağı düşünülmürken; diğer yarısının bu değişim karşısında ya yerinden edileceği ya da başka işlere yerleşeceği öngörülmektedir. Bununla beraber orta vasıflı ve gelirli iş gücünü etkileyen “daha önceki otomasyon süreçlerinden farklı olarak” yapay zekânın yüksek vasıflı ve yüksek gelirli iş gücünü etkilemesi de beklenmektedir (Cazzaniga vd., 2024, s. 2).

Teknolojik altyapı yetersizlikleri gibi sebeplerden dolayı Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin emek piyasalarının %40’ının; düşük gelirli ülkelerin piyasalarının ise %26’sının yapay zekâ kaynaklı dönüşümlerden etkileneceği düşünülmektedir. Buna göre, gelişmekte olan ve düşük gelirli ülkelerin yapay zekânın emek piyasasına doğrudan ve olumsuz etkilerinden yakın gelecekte muaf olduğu öngörüsü; bu ülkelerin verimlilik ve üretkenlikteki artıştan yeterli pay alamayacağı anlamına da gelmektedir (Cazzaniga vd., 2024, s. 2). Bu aynı zamanda ülkeler arasında var olan eşitsizliklerin devam etmesine ve hatta derinleşmesine yol açacaktır (Cazzaniga vd., 2024, s. 2-5).

IMF raporu yapay zekânın iş ve çalışma hayatındaki geleceğini, “tamamlayıcılık” (complementarity) ve “maruz kalma” (AI exposure) etkisiyle beraber incelemektedir (Cazzaniga vd., 2024, s. 5). Buna göre yapay zekâ ve insan arasındaki yeni iş bölümünde tamamlayıcılığa, yani yapay zekâ ve insan tarafından yapılan işlerin birbirleriyle ne kadar bütünleştiğine bakılmalıdır. İşlerin ve mesleklerin dönüşümü “mesleklerin toplumsal, etik ve fiziki bağlamlarıyla” ilişkili olarak yapay

³ Birinci Sanayi Devrimi üretimin makineleşmesini, İkinci Sanayi Devrimi “elektrik gücü ve otomasyon” ile birlikte gelişen “seri üretimi,” Üçüncü Sanayi Devrimi ise “bilgi teknolojilerinin” üretime dâhil edilmesini tanımlamaktadır (Sheikhi, 2022, s. 103).

zekânın tamamlayıcı potansiyeliyle beraber ele alınmalıdır (Cazzaniga vd., 2024, s. 4). IMF raporu, böylece, “yalnızca görev odaklı yaklaşıma” (purely task-based framework) (Acemoglu and Restrepo 2018, 2022; Gmyrek, Bert, ve Bescond 2023, aktaran Cazzaniga vd., 2024, s. 4) eleştirel bir katkıda bulunur.

Mesleklerin “yapay zekâya maruz kalma etkisi,” “her meslekte insanın yetenekleriyle yapay zekâ uygulamalarının örtüşme derecesi” olarak tanımlanmaktadır (Felten, Raj ve Seamans, 2021, 2023, aktaran Cazzaniga vd., 2024, s. 6). Bir meslek için gerekli insan yetkinlikleri yapay zekânın yapabildikleriyle ne kadar yüksek oranda örtüşüyorsa maruz kalma etkisi o kadar yüksektir. Buna göre meslekler üç gruba ayrılabilir: “yüksek maruz kalma, yüksek tamamlayıcılık” (high exposure, high complementarity); “yüksek maruz kalma, düşük tamamlayıcılık” (high exposure, low complementarity) ve “düşük maruz kalma” (low exposure) (Cazzaniga vd., 2024, s. 6). Örneğin, “cerrahlar, avukatlar ve hakimler” “yüksek maruz kalma ve yüksek tamamlayıcılık” grubundadır (Cazzaniga vd., 2024, s. 6-7). Tıbbi ve yasal kararların tamamen yapay zekâ tarafından alınması toplumsal olarak henüz kabul görmemektedir; ancak yapay zekânın analiz becerilerindeki son gelişmeler göz önünde bulundurulduğunda, hukuki ve tıbbi mesleklerde bu analizlerin kullanılabildiği görülmektedir (Cazzaniga vd., 2024, s. 6). Bu meslek grupları yapay zekânın üretkenlik ve verimlilik faydalarından da daha fazla yararlanabilecektir.

Diğer yandan “yüksek maruz kalma ve düşük tamamlayıcılık” özellikleri bulunan meslek gruplarında nihai olarak yerinden edilme ve “yapay zekânın insan emeğinin yerini alması” öngörülmektedir (Cazzaniga vd., 2024, s. 7). Bu aynı zamanda daha önce otomasyondan muaf olduğu düşünülen manuel, rutin, masa başı işlerin yapay zekâ tarafından yerinden edileceği öngörüsüdür. Telepazarlamacılık bu grupta ilk anılan mesleklerdendir (Cazzaniga vd., 2024, s. 7). Son olarak “düşük maruz kalma” grubuna hizmet sektöründen örnekler verilmektedir (Cazzaniga vd., 2024, s. 7) çünkü yapay zekânın hizmet sektöründe yüz yüze iletişim gibi insan becerilerinin yerini almasının zor olacağı öngörülmektedir. Raporun dikkat çektiği noktalardan bir tanesi, “yapay zekânın potansiyel tamamlayıcılığının gelirle olan pozitif ilişkisidir” (Cazzaniga vd., 2024, s. 2). Buna göre yapay zekânın “gelir eşitsizliğine etkisi,” “yüksek gelirli çalışanları ne ölçüde yerinden edeceği ve tamamlayacağı ile ilişkilidir” (Cazzaniga vd., 2024, s. 2). Yüksek tamamlayıcılık ve yüksek gelir, sermaye birikimini derinleştirecek ve iş gücü açısından “servet ve gelir adaletsizliğini” güçlendirecektir (Cazzaniga vd., 2024, s. 2).

İkinci olarak, Dünya Ekonomik Forumu’nun (WEF) İşlerin Geleceği 2023 Raporu (Future of Jobs 2023 Report) yapay zekânın yakın gelecekte yaratabileceği yeni iş alanlarına ve işverenlerin

önümüzdeki beş yıl içindeki beklentilerine yer vermektedir. Buna göre emek piyasasındaki işlerin %23'ü çalkantıya girecektir (WEF, 2023, s. 6). Rapora göre teknolojik adaptasyon, yapay zekânın çalışma hayatının dönüşümünde işletmeler açısından iş yaratımının ve büyümenin öncelikli alanıdır. “İklim değişikliği ve çevre yönetimi” istihdam yaratması beklenen en önemli alanlar arasındadır (WEF, 2023, s. 5-6). Teknoloji eğitimi ve istihdam teknolojileri (işe alım karar mekanizmalarına yapay zekânın adaptasyonu gibi) yeni iş yaratacak diğer alanlar olarak öne çıkmaktadır (WEF, 2023).

Yalnızca uzak gelecekte değil yakın gelecekte dahi insanların kitlesel olarak işsiz kalabileceği korkusu ile bu korkunun karşıtı olarak ortaya çıkan yapay zekânın yeni iş alanları yaratacağı beklentisi insanın yeni beceriler kazanması gerekliliğine yol açmaktadır. Raporun dikkat çektiği noktalardan bir diğeri ise “işverenlerin önümüzdeki beş sene içerisinde çalışan becerilerinin %44'ünün altüst olacağı öngörüsüdür”; “2027'den önce her 10 çalışandan 6'sının” yapay zekânın iş hayatında kullanımı üzerine “eğitime ihtiyaç duyacağı” beklenmekte; fakat eğitim alanlardan yalnızca yarısının gerekli formasyona ulaşabileceği düşünülmektedir (WEF, 2023, s. 7). Yeni oluşmakta olan ya da oluşacak işlerde en çok ihtiyaç duyulan becerinin “analitik” ve “yaratıcı düşünce” olduğu belirtilmektedir (WEF, 2023, s. 6). Çalışma hayatında ihtiyaç duyulan diğer beceriler arasında “direnc, esneklik ve çeviklik; motivasyon ve kendine dair farkındalık; merak ve yaşam boyu öğrenme” ile “başkalarıyla çalışabilme – empati ve aktif dinleme ve liderlik ve sosyal etki” bulunmaktadır (WEF, 2023, s. 6).

İşletmelerin %42'sinin beceri eğitimine yatırım yapma arayışı içinde olacağı da raporun dikkat çektiği bir diğer noktadır (WEF, 2023, s. 7). Pandemi'nin küresel iş gücüne etkisi bağlamında kadınların ve gençlerin istihdam oranlarındaki düşüklüğe vurgu yapan rapor (WEF, 2023, s. 12), özellikle gençlerin eğitilmesi gerektiğine dikkat çekmekte ve gençlerin geleceğin iş ve mesleklerine ve teknolojiye uyum sağlamalarına imkân verecek özelliklerinin iş gücü piyasasına olumlu etkisi olacağını öne sürmektedir (WEF, 2023).

Üçüncü olarak OECD (2024), yapay zekâ politikalarını gözlemlemek ve “potansiyel yapay zekâ geleceklerini inceleyerek hükümetlerin onları bugünden aktif olarak şekillendirmelerine yardım etmek” hedefi taşımaktadır. Uzmanlar, “tarafllılık, ayrımcılık, gözetleme, hesap verilemezlik, kritik altyapılarda güvenilmez yapay zekâ sistemlerinin kullanımı, iş kaybı ve kitlesel manipölasyon” gibi yapay zekânın yol açabileceği potansiyel gelecek risklerine dikkat çekmektedir (OECD, 2024). Bu riskler karşısında yapay zekânın “insani değrlere uyumunun” gözetilmesi ve “suistimal edilebilecek kullanımlarının engellenmesi,” yapay zekânın; örneğin “eğitim ve sağlık çıktılarının iyileştirilmesi” gibi faydalarını artıracaktır (OECD, 2024). Bu bağlamda OECD'nin ev sahipliğinde çalışmalar yürüten ve farklı alanlardan uzmanların oluşturduğu “Yapay Zekâ Küresel Ortaklığı” (the Global Partnership on Artificial Intelligence) (OECD, t.y.), “Çalışmanın Geleceği Çalışma Grubu Raporunu” (Future of Work

Working Group Report) (GPAI, 2023) yayımlamıştır. Bu rapor, yapay zekâyla çalışmanın dönüşümüne eleştirel bir bakış açısı getirip; “yapay zekânın hassasiyetle geliştirilmesi ve uygulanması” gerektiğine işaret etmekte; “insan hakları, içerme, çeşitlilik ve demokratik değerlere” vurgu yapmaktadır (GPAI, 2023, s. 4). İş yerinde yapay zekânın adil kullanımı (fair work project) desteklenmekte, ülkeler arası farkları ortaya çıkarmak üzere çalışma grupları oluşturulmaktadır (GPAI, 2023, s. 6). Özellikle yapay zekânın nasıl çalıştığının ve karar verme süreçlerinin açıklanabilirliği konusunda eğitimlerin önemine dikkat çeken rapor, yukarıda bahsedilen beceri kazanma ve sürekli öğrenme konularını acil olarak gündemine almaktadır. Yapay zekâ okuryazarlığının artırılması yapay zekânın işgücüne olumlu etki edeceği beklentisiyle örtüşmektedir (GPAI, 2023, s. 9).

Rapor iş gücünde yapay zekânın tamamlayacağı işler ve yapay zekânın etkisinden muaf işler dışında oluşan “Büyük Bilinmeyen” (the Big Unknown) kategorisine de dikkat çekmektedir (GPAI, 2023, s. 10). Bu kategorinin ana akım yapay zekâ ve işin geleceği tartışmalarında bulunmamasını eleştiren rapor (GPAI, 2023), işin geleceğini ve nasıl dönüşeceğini anlamada yerinden edileceklerle ilgili çalışmaların yetersizliğine vurgu yapmaktadır. Bu tür çalışmaların yapılmasının elzem olmasının nedenlerinden biri yapay zekânın sektörleri ve meslek gruplarını etkileme şekillerinin evrensel olmaması; bu etkilerin yerel sosyo-ekonomik koşullara göre değişecek olmasıdır (GPAI, 2023, s. 10). Ayrıca “büyük bilinmeyen” gelecekteki tezahürlerini belirleyecek olan bugünün karar vericilerinin alacağı kararlardır (GPAI, 2023, s. 5). Bu nedenle raporu OECD ev sahipliğinde kaleme alan Çalışmanın Geleceği Çalışma Grubu, geleceği belirsiz olan bu meslek gruplarıyla ilgili yerel, ampirik bilginin üretilmesini ve kararların bu çerçevede verilmesini teşvik etmektedir (GPAI, 2023, s. 10).

5. Sonuç ve Değerlendirme

Gelecek sosyolojisi alanının gösterdiği üzere geleceğe dair üretilen anlatılar hem hâlihazırda toplumun hangi güç ilişkileriyle şekillendiğini gözler önüne serdiği için hem de bu anlatılar çerçevesinde ortaya çıkan öngörüler, beklentiler ve imgeler geleceği şekillendireceği için dikkate değerdir (Bazzani, 2023; Urry, 2016). Yapay zekânın çalışmanın ve işin geleceğine dair kurduğu olumlu ve olumsuz anlatılar bulunmakta (Acemoglu ve Restrepo, 2018; Willcocks, 2020); yapay zekânın nasıl etkileyeceği henüz belli olmayan “büyük bilinmeyen” (GPAI, 2023) alanı ise bu dönüşümün tahayyülünün sınırlarına işaret etmektedir. Geleceğinin nasıl şekilleneceği kesin olmayan bu gruplar “geleceksizlik” (Tutton, 2023) tehlikesiyle karşı karşıya bulunmaktadır.

IMF, WEF, GPAI’nın önceki bölümlerde incelenen raporları yapay zekânın gelecek yıllarda çalışma hayatında önemli dönüşümler yaratacağını öngörmektedir. Bu raporlarda yapay zekânın

çalışma hayatını dönüştürürken insan için yeni işler ortaya çıkaracağı öngörüsü ve insanın işini tamamlayarak üretkenlik ve verimlilikle beraber ekonomik büyüme getireceği beklentisi (WEF, 2023) olumlu olarak ele alınmaktadır. Diğer yandan insanların işsiz kalacağı, yeni ortaya çıkan işler için yeni beceri edinme zorunluluğu ve bunun zorluğu gibi olumsuz anlatılar da raporlarda (Cazzaniga vd., 2024; WEF, 2023) yer almaktadır. Gelecek anlatılarındaki bu tür ikilikler yapay zekânın getireceği dönüşümlerin karmaşıklığını tam olarak ortaya koyamama konusunda bir risk oluşturmaktadır (Acemoglu ve Restrepo, 2018; Willcocks, 2020).

Diğer yandan bu anlatılar büyük oranda sermayenin çıkarlarını göz önünde bulundurma ve başka aktörlerin tahayyüllerini çerçeve dışında bırakma riskini de taşımaktadır. Örneğin raporlardaki anlatılarda verimlilik, üretkenlik, sermaye birikiminin derinleşmesi ve ekonomik büyümenin önemi (Cazzaniga vd., 2024; WEF, 2023) vurgulanmaktadır. Fakat gelecek sosyolojisi alanının da önemle belirttiği üzere geleceği yalnızca ekonomik planlamayla tahayyül etmek toplumsal, ekolojik başka faktörlerin göz önüne alınmasını engelleyebilir. Ekonomik büyümenin sürdürülebilirliği de gelecekçiler arasında bir tartışma konusudur (Meadows vd., 1972).

Benzer şekilde raporlarda Pandemi ve iklim değişikliği gibi dezavantajlı kesimler için hayati sıkıntılar yaratan olgular yeni yatırım alanları olarak görülmekte (WEF, 2023), bu bağlamda da gelecekle ilgili korkular sermaye için bir yatırım alanı olarak yeniden formüle edilmektedirler. Hâlbuki Tutton'un da vurguladığı üzere iklim krizi örneğin gençler için bir fırsat olmanın çok ötesinde "geleceksizlik" hissi yaratmaktadır (2023, s. 443). Her ne kadar bu raporlarda işsizliğin kontrol altında tutulabilmesi için beceri eğitimleri gibi çeşitli çözümler aransa da verimliliğe ve yatırım olanaklarına yapılan bu vurgu, küresel kurumların gelecek anlatılarının her kesimin çıkarlarını aynı şekilde göz etmediğine işaret etmektedir. Bu senaryolarda gözetilen kesimler olarak uluslararası sermayedar sınıflar öne çıkmaktadır. Bu nedenle bu raporlar, bu kurumların küresel kapitalizmin işleyişindeki merkezi yerini (Carroll ve Carson, 2006; Chimni, 2004) doğrulayan gelecek anlatıları olarak yorumlanabilir.

Ayrıca, yapay zekânın çalışmayı gelecekte nasıl dönüştüreceği tartışmalarında verimlilik ve üretkenliğin artışı yukarıda bahsedilen olumlu-olumsuz etkiler ikiliğinde olumlu etkiler arasında konumlandırılmaktadır. Bu ilişkilendiriliş de raporlardaki gelecek anlatılarında tam olarak açık olmayan fakat etkili olduğu gözlemlenebilen sermayedar perspektifinin yansıtıldığını göstermektedir. Emegün bu verimlilikten ve üretkenlikten nasıl pay alacağı yeterince tartışma konusu haline gelememektedir. Bunun yanında yapılan verimlilik ve üretkenlik vurgularında çalışmanın kendisi, çalışanların iş memnuniyetleri ve çalışma hayatlarının niteliği yeterince sorgulanmamaktadır. Örneğin bu verimliliğin ve üretkenliğin çalışma saatlerine, günlerine ve maaşlara etkisi ele alınmamaktadır.

Ekonomik büyüme, sermayenin derinleşmesi, gelir ve servet adaletsizliğinin de büyümesi anlamına gelmektedir.

Bunun yanı sıra raporlarda istihdamın nasıl dönüşeceği de yeterince farklı perspektiflerden göz önünde bulundurulmamaktadır. Bu dönüşüm de yine sermayenin çıkarlarına uyacak şekilde ortaya çıkan yeni iş sahaları çerçevesinde tartışılmakta (örneğin gençlerin teknolojiyle olan ilişkilerinden dolayı yeni ortaya çıkacak işlere daha fazla uyum sağlamasının istihdamı olumlu etkileyeceği gibi) ve insanların yapay zekâyla dönüşmüş çalışma hayatına uyum sağlayabilmek için yeni yetkinlikler edinmeleri (teknoloji okur-yazarlığına ve orta ve yüksek beceri gerektiren işlere yapılan vurgu gibi) (WEF, 2023) bir çözüm olarak sunulmaktadır.

Uluslararası düzeyde güç sahibi bu kurumların gelecek anlatılarında daha ziyade sermaye sahiplerinin perspektifinin yer alması; işçiler, gençler, emekliler ve çalışmayan kesimler gibi diğer aktörlerin perspektiflerinin bu raporlarda üretilen anlatıların dışında kalma riski taşıdığını göstermektedir. Böylece geleceğe, yapay zekâyı ve çalışmaya dair daha farklı öngörüler ve talepleri olabilecek grupların tahayyülleri, geleceğin yaratım sürecinde marjinalleşme tehlikesiyle karşılaşılır. Bu tehlike, John Urry'nin (2016) işaret ettiği gibi geleceği şekillendirebilme yetisinin toplumsal güç ilişkilerinin bir yansıması olduğunu göstermektedir.

Bugünün küresel güç ilişkileri içinde şekillenen bu gelecek anlatılarının içinde hangi yaklaşımların yer aldığının yanı sıra hangi yaklaşımların dışarıda kaldığı da önem taşımaktadır. Özellikle de geleceği şekillendirme gücü olan küresel kurumların anlatılarının dışında kalmak bugünden tasarlanan geleceğin dışında kalma riskini de yaratır. Küresel kurumların gelecek anlatılarının dışında kalan aktörler de Tutton'un toplumsal ve ekonomik sorunlara karşı ortaya çıkan duygulanımsal bir durum olarak kavramsallaştırdığı geleceksizlik hissine (2023, s. 443) sahip olabilirler. "Geleceksizlik" kavramı bu aktörlerin ihtiyaçları gözetenmeden tasarlanan bir geleceğin içinde kendilerini bulma ihtimalini tarif etmek için de kullanılabilir.

Buna iyi bir örnek literatürde kendisine yeterli yeri bulamayan, büyük bilinmeyen (GPAI, 2023), yerinden edilme potansiyeli olan kişiler ve meslekler kategorisi, bir başka deyişle potansiyel işsizlik meselesidir. Gelecekte işlerin yeniden yapılanmasının iş piyasasının yeni normali olacağı öngörüsü insanın işsiz kalmamak üzere yeni işlere uyum sağlamada gerekli becerileri zorunlu olarak edinmesi anlamına gelmektedir. Ancak gerekli becerilerin eğitim süreçlerine (WEF, 2023) vurgu yapılsa da yaşanacak işsizlik sürecine yeterli önem verilmemektedir. İşsiz kalacakların istihdama

yeniden entegre edilme süreci ve bu kişilerin ve toplumun refahı göz önüne alınarak atılabilecek sosyal politika adımları gündem dışı kalma riski taşımaktadır.

Bu durum, özellikle de küresel kapitalist sistemin ürettiği gelecek anlatılarının dışında kalan “büyük bilinmeyen” alanının gelecekte nasıl şekilleneceğinin belirsizliğine (GPAI, 2023) işaret eder. Bu belirsizlik, yapay zekânın çalışma hayatına entegre edilmesiyle şekillenen dönüşümlerde ulusaşırı kapitalist sınıfların çıkarlarına uyum sağlayamayan aktörleri de geleceksizlik riskiyle karşı karşıya getirir. Yok olacağı kesin olarak öngörülen meslek gruplarının aksine büyük bilinmeyen alanındaki aktörler, belirsizliğe yapılan bu vurgu nedeniyle geleceksizliği bir gerçeklikten ziyade bir kaygı kaynağı olarak yaşama riskini taşırlar. OECD ev sahipliğinde üretilen fakat eleştirel öğeler taşıyan GPAI (2023) raporu da bu alanda yeterince çalışma olmamasını vurgulayarak, araştırmacıları bu alana yönlendirmektedir.

Öte yandan yapay zekâyla ilgili anlatılar tüm insanlığın eşit düzeyde bir dijital altyapıya ve internet erişim olanaklarına sahip olduğunu ve herkesin bu dönüşümünden benzer şekillerde etkilenebileceğini varsayma riskini barındırır. Bu riske karşın raporlarda etik bir yapay zekânın imkânları da sorgulanmaktadır. Örneğin, GPAI (2023) raporunda yapay zekânın çalışma hayatına entegrasyonu sağlarken eşitlik, adalet, çoğulculuk gibi ilkeleri göz önünde bulundurması gerektiği vurgulanmaktadır. OECD ev sahipliğinde yapılan bu çalışmanın geleceğe dair bu temkinli yaklaşımı umut vericidir. Bu yaklaşım geleceksizlik riskinin üstesinden gelinmesine dair bir çaba olarak okunabilir.

Yapay zekâ uygulamalarının iyileştirilmesine odaklanan bu tür yaklaşımlar bugüne dair eleştirel bir bakış da sağlayabilir. Gelecek ile bugün arasındaki derin bağlantıya (Bell, 1996; Adam, 2023) dikkati çeken bu durum ve geleceğe dair bu temkinli bakış yapay zekânın, içinden çıktığı dünyanın eşitsizliklerinin ve adaletsizliklerinin bir taşıyıcısı olma riskine işaret eder. Bu bağlamda yapay zekâyla ortaya çıkacak dönüşüme ilişkin gelecek anlatıları bugünün eleştirisini mümkün kılan bir alan olarak da ortaya çıkar. Bugünün eleştirisini yapmak çalışmanın öznesi olan emeğin çıkarlarının, arzularının ve gereksinimlerinin gelecek tasarıları oluşturulurken merkezi bir noktada konumlandırılmasının önünü açılabilir.

Bu çerçevede gelecek sosyolojisi alanının ve bu alanda üretilmiş “geleceksizlik” kavramının (Tutton, 2023) toplumsal hayatın eğitimden iletişime, sağlıktan çalışma hayatına kadar birçok alanını etkileyeceği düşünülen yapay zekâ gibi teknolojilerin dinamiklerinin anlaşılmasındaki önemi ortaya çıkmaktadır. Bu etkileri anlamaya yönelik bir çaba gelecek tahayyüllerinin adil ve eşit olmadığını açıkça ortaya koyabilir. Geleceği derinden şekillendirecek olgulardan biri olarak konumlandırılan

yapay zekâ ve yapay zekânın şimdiden radikal bir şekilde dönüştürdüğü çalışma hayatı gelecek sosyolojisi perspektifinden incelenmeye değerdir. Bu bağlamda gelecek sosyolojisi, geleceğe dair tahminlerde bulunup toplumu şekillendirmeye değil, gelecek anlatılarının yapısökümüne dikkat çekebilir. Anlama şekil veren, onu giydiren insan becerisi olarak geleceği tahayyül etmeye yönelik eleştirel bir yaklaşım, geleceğin planlanışında ve şimdide, bugünde kurgulanışında kimlerin içerilip, kimlerin dışarıda bırakıldığını sorgular. Yapısöküm toplumda, siyasette diplomasi ve politikada bugün olandır ve tahayyül edilemeyen geleceğin, imkânsızın deneyimi olarak “özgürlüğe, sorumluluğa, karara, etiğe ve siyasete” açılır (Derrida, 1990b, s. 85, aktaran Royle, 2000, s. 11). Bu sayede gelecek anlatılarının yapısöküm yoluyla analizi, geleceğin bugünün iktidar ilişkileri içinde nasıl kurgulandığını ortaya koyar.

KAYNAKÇA

- Acemoglu, D. ve Restrepo, P. (2018). Artificial intelligence, automation and work. NBER Working Paper No. 24196. Erişim adresi (27.06.2024): https://www.nber.org/system/files/working_papers/w24196/w24196.pdf
- Adam B. (2023). Futures imperfect: A reflection on challenges. *Sociology*, 57(2), 279–287.
- Adaş, E. ve Erbay, B. (2022). Yapay zekâ sosyolojisi üzerine bir değerlendirme. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 21(1), 326-337.
- Aligica, P. D. (2011). A critical realist image of the future: Wendell Bell's contribution to the foundations of futures studies. *Futures*, 43(6), 610-617.
- Aquino, Y. S. J., Rogers W. A., Braunack-Mayer, A., Frazer, H., Win, K. T., Houssami, N., Degeling, C., Semsarian, C., Carter, S. M. (2023). Utopia versus dystopia: Professional perspectives on the impact of healthcare artificial intelligence on clinical roles and skills. *International Journal of Medical Informatics*, 169, 104903, 1-10.
- Bazzani G. (2023). Futures in action: Expectations, imaginaries and narratives of the future. *Sociology*, 57(2), 382–397.
- Bell, W. (1996). The sociology of the future and the future of sociology. *Sociological Perspectives*, 39(1), 39–57.
- Bell, W. ve Mau, J. A. (1971). The sociology of the future. New York, NY: Russell Sage Foundation.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1991). The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge. Londra: Penguin Books.
- Bozkurt, V. ve Gürsoy, D. (2023). The Artificial Intelligence Paradox: Opportunity or Threat for Humanity?. *International Journal of Human–Computer Interaction*, 1–14.
- Carroll, W. K. ve Carson, C. (2006). “Neoliberalism, capitalist class formation and the global network of corporations and policy groups.” Plehwe, D., Walpen, B. ve Neunhöffer, G. (Der.), *Neoliberal Hegemony: A Global Critique* içinde (s. 51-69). New York ve Londra: Routledge.
- Cazzaniga, M., Jaumotte, F., Li, L., Melina, G., Panton, A. J., Pizzinelli, C., Rockall, E. J. ve Mendes Tavares, M. (2024). “Gen-AI: Artificial Intelligence and the Future of Work.” IMF. Erişim adresi: (14.01.2024): <https://www.imf.org/en/Publications/Staff-Discussion-Notes/Issues/2024/01/14/Gen-AI-Artificial-Intelligence-and-the-Future-of-Work-542379>

- Chimni, B. S. (2004). International institutions today: an imperial global state in the making. *European Journal of International Law*, 15(1), 1-37.
- Derin, O. E. (2023). Rossum'un evrensel robotları: Lüks komünizmden tanrının gazabına gelecek vizyonlarını güncel siyasette yeniden konumlandırmak. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 26(2), 209-229.
- Derrida, J. (2011). *Gramatoloji* (Birkan, İ., Çev.). Bilgesu Yayıncılık.
- Di Zio, S., Tontodimamma, A., del Gobbo, E. ve Fontanella, L. (2023). Exploring the research dynamics of futures studies: An analysis of six top journals. *Futures*, 153, 103232.
- Diktaş Yerli, G. (2023). Sosyal değişme perspektifinden yapay zekâ üzerine bir değerlendirme. *Social Sciences Studies Journal*, 7(115), 8531–8539.
- Ersözlü, M. (2023). Yapay zekâ ve teknolojinin yaşlı bakımında rolü: Robot & Frank filmi bağlamında bir inceleme. *İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(2), 352-368.
- Ertuğrul, T. (2023) Jacques Derrida'dan Hareketle Teknik ve Teknoloji. E. Tacettin (Ed.), *Çağdaş Felsefe ve Teknik* (s. 203-256) içinde. İstanbul: Pinhan.
- Fairclough, N. (1989). *Language and Power*. Longman.
- Foucault, M. (2014). *Bilginin arkeolojisi*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Gezgin, U. B. (Ed.). (2023). *Yapay zekâ psikolojisi ve sosyolojisi*. Ankara: Serüven.
- Global Partnership on Artificial Intelligence (GPAI). (2023). Future of work working group report. Erişim adresi (27.06.2024) [https://gpai.ai/projects/future-of-work/Future%20of%20Work%20Working%20Group%20Report%20v2%20\(November%202023\).pdf](https://gpai.ai/projects/future-of-work/Future%20of%20Work%20Working%20Group%20Report%20v2%20(November%202023).pdf)
- Goring, J., Kelly, P., Carbajo, D., & Brown, S. (2023). Young people's presents and futures, and the moral obligation to be enterprising and aspirational in times of crisis. *Futures*, 147, 103099.
- Hayal. (1805-1810). Mütercim Âsım Efendi, el-Okÿânûsu'l-Basît fî Tercemeti'l-Kâmûsu'l-Muhît online sözlüğü içinde. Erişim adresi: <https://kamus.yek.gov.tr/>
- Huato, J. (2024). The Political Economy of Digital Technology. *Science and Society*, 88 (2), 212-249.
- Jarrahi, M. H., Lutz, C., Boyd, K., Oesterlund, C. ve Willis, M. (2023). Artificial intelligence in the work context. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 74(3), 303-310.
- Masini, E. (2006). Rethinking futures studies. *Futures*, 38(10), 1158-1168.

- Meadows, D. H., Meadows, D. L., Randers, J. ve Behrens III, W. W. (1972). The limits to growth. Potomac Associates Books.
- Milojevic I., Inayatullah S. (2003). Futures dreaming outside and on the margins of the western world. *Futures*, 35(5), 493–507.
- Morgan, H., & Tutton, R. (2024). Enabling futures? Disability and sociology of futures. *Journal of Sociology*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/14407833241248193>
- OECD (2024). “AI Futures.” Erişim adresi: (27.06.2024): <https://oecd.ai/en/site/ai-futures>
- OECD (t.y.). OECD to host Secretariat of new Global Partnership on Artificial Intelligence. Erişim adresi (29.06.2024): <https://www.oecd.org/newsroom/oecd-to-host-secretariat-of-new-global-partnership-on-artificial-intelligence.htm>
- Özbey, A. Ü. (2023). Sanallık sosyolojisi bağlamında metaverse metahuman ve yapay zekâ betimlemeleri. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32, 73-90.
- Pors, J. G., & Kishik, S. (2023). Future-making in an uncertain world: The presence of an open future in Danish young women’s lives. *Sociology*, 57(2), 398-414.
- Royle, N. (2000). What is Deconstruction? Royle, N. (Der), *Deconstructions A User’s Guide* içinde (s. 1-13). Palgrave.
- Sheikhi, M. (2022). Yapay Zeka Kullanımının İş Piyasasına Etkisi. *Journal of Economics and Political Sciences*, 2(1), 102-111.
- Steiner, G. (1998). *After Babel Aspects of Language and Translation*. Oxford University Press.
- Tutton R. (2023). The sociology of futurelessness. *Sociology*, 57(2), 438–453.
- Urry, J. (2016). *What is the future?* Polity Press.
- Uyanık, H. N. (2022). Toplumsal sistem ve sibernetik ilişkisi: Sosyo-sibernetiğin doğuşu. *Medya ve Kültür*, 2(2), 286-300.
- Vicsek, L. (2021). Artificial intelligence and the future of work – Lessons from the sociology of expectations. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 41(7/8), 842-861.
- Willcocks, L. (2020). Robo-Apocalypse cancelled? Reframing the automation and future of work debate. *Journal of Information Technology*, 35(4), 286-302.
- World Economic Forum (WEF). (2023). *Future of Jobs 2023*. Erişim adresi: (27.06.2024): <https://www.weforum.org/publications/the-future-of-jobs-report-2023/>

ARAşTIRMACILARIN KATKI ORANI BEYANI

Yazarların çalışmadaki katkı oranları eşittir.

MİMARLIKTAKİ YER(SİZ)LEŞME KAVRAMI: PARAZİT FİLMİ ÜZERİNDEN BİR OKUMA

Sibel Özden Omuzlu¹, Yasemin Erkan Yazıcı²

Öz

Sinemada mekânsal boyut, kurgunun bir parçası iken mimarlıkta mekân, insanın tecrübe ettiği ve aidiyet hissettiği bir yer olarak anlam kazanır. Mekânın yere dönüşüm sürecinde mekânsal aidiyet duygusunun önemi büyüktür. Mekânsal aidiyetin oluşmadığı durumlarda ise yersizleşme kavramı ortaya çıkmaktadır. Bu makalede mekânda yerleşme ve yersizleşme kavramları 2019 Güney Kore yapımı gerilim/dram türündeki toplumsal sınıf farklarını ele alan Parazit filmi üzerinden okunmuştur. Çalışmada nitel bir araştırma yöntemi olan film çözümlemesi tekniği kullanılarak sinemasal mekânlar analiz edilmiştir. Mimari mekânların sinematik temsili ve sinematografik mekân analizleri değerlendirilmiştir. Öncelikle mekânda yerleşme ve yersizleşme kavramlarının kuramsal altyapısı açıklanmış ardından film çözümlemesi ile karakter analizi ve kavramlara ilişkin mekânsal analizler yapılmıştır. Bu doğrultuda makalede “Parazit filminde verilmeye çalışılan sınıf ayrımı mesajı karakterler ve mekânsal nitelikler incelenerek mimaride yer(siz)leşme kavramı üzerinden okunabilir mi” sorusuna yanıt aranmıştır. Veriler analiz edildiğinde, filmdeki mekânların yaşanmışlıkları, karakterler arasındaki sınıfsal ayrımlar ve iktidar dinamikleri arasındaki karşıtlığın yersizleşme kavramı üzerinden aktarıldığı görülmektedir. Sonuç olarak, filmde iç içe geçmiş mekânlar, mekânlar arası ilişkiler, karakterlerin mekânsal aidiyet duyguları ve mekânları kullanım biçimlerinin verilmek istenen mesaja yönelik oluşturulduğu ve mimaride yer(siz)leşme kavramının karakterler üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Parazit filmi, Mekâna ait hissetme, Mekânda aidiyet, Mekânsal ilişki, Yer(siz)leşme.

¹ Öğr. Gör., İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi, Mimarlık Bölümü mim.sibelozden@gmail.com, ORCID: 0000-0002-3125-6581

² Prof. Dr., İstanbul Kültür Üniversitesi, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü, y.erkay@iku.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1175-8445

THE CONCEPT OF PLACELESSNESS IN ARCHITECTURE: A READ ON THE MOVIE PARASITE

Abstract

In cinema, the spatial dimension is a part of the fiction, while in architecture, space gains meaning as the place where people experience. The sense of spatial belonging is of great importance in the process of transforming space into place. In cases where spatial belonging does not occur, the notion of placelessness emerges. In this article, the concepts of settlement and placelessness are read through the 2019 South Korean thriller/drama film Parasite, which discusses social class differences. In the study, cinematic spaces were analysed using film analysis, a qualitative research method. Cinematic representation of architectural spaces and cinematographic space analysis were evaluated. First of all, the theoretical background of the concepts of settlement and dislocation in space was explained, then film analysis and character analysis and spatial analyzes related to the concepts were made. In this direction, the article tries to answer the question “Can the message of class difference in the movie Parasite be read through the concept of placelessness in architecture by examining the characters and spatial qualities.” When the data were analysed, it was concluded that the intertwined spaces in the film, the relations between the spaces, the characters' sense of spatial belonging and the way they use the spaces were created for the message to be given. The concept of placelessness in architecture was influential on the characters.

Keywords: Parasite film, Feeling of belonging to the space, Spatial belonging, Spatial relationship, Placelessness.

1. GİRİŞ

Mekân sözcüğü Arapça kökenli olup var olma anlamındaki “kevn” sözcüğünden türetilmiştir (Devellioğlu, 2001, s. 153). TDK’ya göre mekân, bulunan yer, varoluş anlamındadır (TDK, 2023). Mimari mekân ise modern mimarlık anlayışı ile 1960’lardan beri sıkça sorgulanan bir olgudur (Usta, 2020, s. 27). Mekân genellikle geometrik bir biçim, forma sahip hacim, sınırlı alan olarak tanımlanır. Kant’a göre bütün bilinç, mekânsal deneyim içinde şekillenir (Kant, 1965, s. 69). Bireyselleştirilen ve deneyimlenen mekân ise “yer”e dönüşür. Yer, mekânın bireyin deneyimlemesiyle anlam kazanmış halidir (Cresswell, 2007, s. 136). Geçmişte fiziksel özellikleriyle ön plana çıkan yer kavramı, yer hissi (sense of place), yerin ruhu (genius loci) gibi kavramların ortaya çıkmasıyla etkileşim kurulan ve sosyal anlamları olan bir olguya dönüşmüştür (Norberg-Schulz, 1983, s. 63). Bu bağlamda yer, adeta yaşayan bir organizma gibi dinamik ve değişkendir (Relph, 1976).

Mimarlıkta yer ve mekân kavramları birbirleriyle yakından ilişkilidir, ancak farklı anlamlara gelirler. Yer, bir mekânın fiziksel ve mekânsal özelliklerinin yanı sıra onunla ilişkili kültürel, sosyal ve psikolojik deneyimlerini ifade eder. Bir mekânın yerleşimini, tasarımı ve hacmini olduğu kadar içinde bulunduğu doğal ve kültürel bağlamı da içerir. Yer, genellikle duyarlar aracılığıyla deneyimlenir ve bu deneyim aidiyet duygusunun oluşmasını sağlar (Koçyiğit ve Gorbun, 2012, s. 101). Mekân ise, bir alanın hacmini ve boyutlarını, bunların içinde yer alan ilişkileri ve faaliyetleri ifade eden, hareket, perspektif ve algı yoluyla algılanabilen ve deneyimlenebilen soyut bir kavramdır. Mimaride mekân, bir binanın veya yapının tasarımı ve yerleşim planının yanı sıra bir mekânın hacmini ve boyutlarını tanımlayan ve şekillendiren malzeme, ışık ve diğer unsurların kullanımı yoluyla yaratılır. Yer aidiyeti ise biyolojik, çevresel, psikolojik ve sosyo-kültürel etkilerle oluşan insanın kimlik oluşumunu ve güven ihtiyacını destekleyen bir unsurdur. Birey yaşanan yere ait hissettiği ölçüde oraya yerleşir. Bireyin yerleşmesi yaşadığı mekânı da “yer”e dönüştürür ve hissedilen mekân “yer”leşir. Bu etkileşim birbirinden beslenen bir döngüdür. Bireyin yerleşmesi ve mekânın “yer”leşmesi durumu bireyin toplum içerisinde yer edinebilmeleri ve çevreleriyle bağ kurabilmelerini sağlar, böylelikle yaşanan yer anlam kazanır.

Heidegger bir mimari yapının bir mekâna yerleşmeden önce, o mekânın yer olarak belirlenemediğini vurgulamaktadır. Bu demektir ki, bir mekânın anlamı ve önemi, o mekânda var olan özel bir yerin ve açığa çıkış anının meydana gelmesiyle mümkün olur. Heidegger’e göre yerler, kullanım, deneyim ve varoluşsal tecrübe sonucunda anlam kazanır ve açığa çıkarlar. Bir köprü sadece coğrafi bir konum ve fiziksel değerlere sahip değildir; aynı zamanda orada yaşanan bireysel yaşamsal tecrübeler de önemli bir rol oynar ve fenomenolojik olarak incelenebilir (Heidegger, 1971, s. 154). Heidegger’in fikirlerinden etkilenen Norberg-Schulz ve Simon Unwin, yerin açığa çıkış anına farklı

isimler vermiştir. Norberg-Schulz, bunu "mekânın somutlaşması" (Norberg Schulz, 1971, s. 6) olarak adlandırırken, Unwin "yerin tanımlanması" (Unwin, 1997, s. 7-13) ifadesini kullanmıştır. Yerleşme, bir bireyin bir yerde uzun süreli bir şekilde yaşaması ve bu yere bağlanması anlamına gelir (Polat ve Polat, 2017, s. 1330). Yersizleşme ise, bir bireyin bir yerden uzaklaşması ve bu yere bağlılığını yitirmesi olarak açıklanabilir (Berber, 2011, s. 148). Bu durumda bireyin yerleştiği yere duygusal olarak bağlanmaması ve bu yerle ilişkisinin zayıflaması olasıdır. Yerleşme ve yersizleşme kavramlarının bireylerin yaşamları üzerinde önemli etkileri vardır.

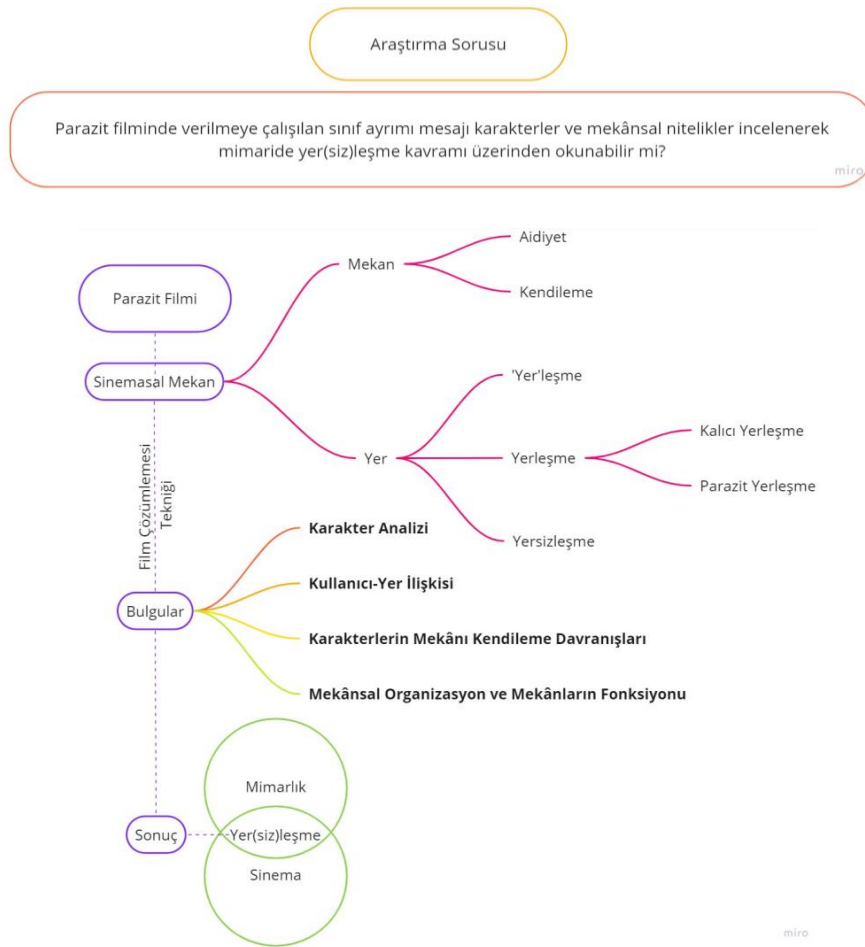
Yerleşme, bir bireyin bir yere duygusal olarak bağlanması ve bu yere sosyal olarak entegre olmasını sağlar, bu da insanların mutlu ve sağlıklı bir yaşam sürdürebilmelerine yardımcı olur. Yersizleşme durumunda ise, bireyin yalnız hissetmesi ve çevresine yabancılaşması olasıdır. Birey kalabalık içerisinde diğerlerinden farksız ise, bireysel farklılaşma ve özgünlük yoksa birey aidiyet duygusunu kaybeder. Aidiyet duygusu hissetmeyen birey de mekân da sıradanlaşır. Yersizleşme kavramı hissedilen duygu yitiminin bir sonucu olarak makro ölçekte olduğu gibi mikro ölçekte de ortaya çıkabilir.

Araştırmanın temel argümanı, "‘Parasite’ (Parazit, Bong Joon-ho, 2019) filminde izleyiciye aktarılmaya çalışılan toplumsal sınıf farkı, filmin karakterleri ve sinemasal kurgusu açısından mimaride yer(siz)leşme kavramı ile ilişkilidir" şeklinde oluşturulmuştur. Bu çalışmada, sinema ve mimarlık arasındaki etkileşimi incelemek amacıyla, nitel araştırma yöntemlerinden biri olan film çözümleme tekniği kullanılmıştır. Mimari mekânların sinematik temsili ve sinematografik mekân analizleri değerlendirilmiştir. Film çözümlemesi tekniği, bir filmin veya sinema eserinin çeşitli unsurlarını incelemek ve anlamak için kullanılan bir yöntemdir (Neuman, 2012, s. 473-477). Bu teknik, filmin farklı yönleri hakkında derinlemesine bir analiz yapmayı amaçlamaktadır. Film çözümlemesi, filmin temalarını, karakterlerini, senaryosunu, kurgusunu, müziğini, diyaloglarını, sinematografisini ve diğer unsurlarını inceleyerek yapılabilir (Karaca ve Agocuk, 2021, s. 77-78).

Parazit filmi, kentsel eşitsizlik, sınıfsal hiyerarşi ve sosyal ayrışma gibi toplumsal temaları sinematografik anlatıya taşıyan bir eser olarak literatürde yer bulmuştur. "İpin Ucunda Dans Eden Kuklalar: Parazit Film ve Sınıf Bilinci Yoksunluğu" başlıklı çalışma, filmin sınıflar arası çatışmayı nasıl yansıttığını ve alt sınıfın bilinçsizliğini vurgularken, bu bilinçsizlik üzerinden üst sınıfların manipülatif bir güç elde ettiğini ele almaktadır (Kaçar, 2021). Karabağ ve Erkan Yazıcı (2023) tarafından yapılan çalışma, arayüz olarak pencerelerin dış mekân-iç mekân, iç mekân-dış mekân ilişkiselliğinde, anlatı/söylem, bakma-görme biçimlerinin analizlerine odaklanmakta ve sosyal ayrışmanın "anlam" inşasını incelemektedir (Karabağ ve Erkan Yazıcı, 2023). Öksüz Karademir ve Kaya (2020), filmin karakterlerinin sınıf temelli davranışlarını ve bu davranışların mekânsal yansımalarını Bourdieu'nun sermaye ve habitus kavramları ışığında çözümlemişlerdir (Öksüz Karademir ve Kaya, 2020). Ayrıca,

Sihombing ve Sinaga, 2021; Dianiya, 2020; Alçık, 2022; filmi sosyal ayrışma teması üzerinden ele almıştır.

Bu makalede, mekânda yerleşme ve yersizleşme kavramları 2019 Güney Kore yapımı gerilim/dram türündeki toplumsal sınıf farklarını ele alan Parazit filmi üzerinden okunmuştur. Sosyal sınıf farklarını ve Güney Kore'nin içerisinde bulunduğu toplumsal sosyal ayrışmayı nitelikli bir şekilde, mekânsal-mimari özellikler ve karakter davranışları üzerinden yansıttığı düşünülerek Parazit filmi ele alınmıştır. Film, sinema-mimarlık arakesitinde mekân ve karakter ilişkileri üzerinden incelenmiş mimarlıkta yer(siz)leşme kavramı odağı üzerinden incelenmiştir. Mekânda 'yer'leşme ve yersizleşme kavramları mekân oluşumları ve kullanıcının mekânı bireyselleştirme ya da bireyselleştirememe durumları analiz edilerek okunabilir.



Şekil 1. Çalışmanın Akış Diyagramı.

Çalışmada, öncelikle mekânda yerleşme ve yersizleşme kavramlarının kuramsal altyapısı açıklanmış ardından film çözümlemesi ile karakter analizi ve kavramlara ilişkin mekânsal analizler yapılmıştır. Bu kapsamda, filmdeki karakterler, karşılaşma mekânları, iç içe geçmiş mekânlar, mekânlar arası geçişler, mekânların fonksiyonları ve kullanılış biçimleri bağlamında farklı ailelere ait yaşamların ele alındığı mekânsal özellikler araştırılmıştır. Makalenin akış diyagramı Şekil 1’de gösterilmektedir. Bu çalışmada, filmin karakter analizi, kullanıcı-yer ilişkisi, karakterlerin mekâna ait hissetme davranışları, mekânsal organizasyon ve mekânların fonksiyonu, mekânlararası geçişler ve kullanıcı hareketliliği analiz edilmiş ve mimarlıktaki yer(siz)leşme kavramı odağında değerlendirilmiştir.

2. SİNEMASAL MEKÂNDA YER KAVRAMI

Sinemada belirli bir olay örgüsü çerçevesinde verilen mesajlar ya da meydana gelen olaylar bağlamdan kopuk düşünölemeyeceğinden her bir karakter ya da olay seyirciye aktarılırken tanımlanan bir mekân içerisinde aktarılır. Sinemasal anlatıda, mekân, bir filmdeki olayların geçtiği yerdir ve olayların anlatımını etkilemektedir (Ergin, 2007, s. 48). Sinemasal mekân, sinema filmlerinde yer alan mekânları ve bu mekânların özelliklerini ifade eder. Sinemasal mekânlar, fiziksel ve/veya deneyimlenmiş mekânların sinema sanatıyla yeniden şekillendirilip perdeye veya ekrana yansıtılmasıyla oluşur (Çam, 2016, s.v11). Mekanlar, olayın içerdiği duygu durumu, karakterlerin yaşam statüsü, alışkanlıkları, anlatılmak istenen mesaj gibi birçok kritere göre oluşturulabilir. Mekân, bir filmdeki olayların geçtiği yer olarak filmdeki karakterlerin düşüncelerinin ve eylemlerinin yanı sıra sosyal statülerini, duygusal durumlarını ve filmdeki mesajları yansıtmaya işlevi görür (Ersoy, 2010, s. 24). Sinemada mekân kullanımı, farklı anlamlar yaratmak için önemli bir araçtır. Karakterlerin kimliklerinin bir parçası olan mekânlar arasında oluşturulan karşıtlıklar, karakter özelliklerinin daha belirgin hale gelmesini sağlar (Ersümer, 2013, s. 132-134). Sinema ve mimarlık bağlamında incelendiğinde, sinemasal mekân, filmlerde yer alan mekânların tasarımı, işlevi ve anlamı üzerine odaklanır. Mimarlar ve yönetmenler filmlerde kullanılan setleri ve mekânları oluşturmak için genellikle birlikte çalışmakta ve bu alanların tasarımı ve yerleşimi, filmin görünümü ve hissi üzerinde önemli bir etkiye sahip olmaktadır (Kale, 2004, s. 59). Sinema-mimarlık arakesitinde sinemasal mekân özellikle bilim kurgu filmlerinde yeniden üretilir ve genellikle tamamlayıcı eleman niteliğinde kullanılarak yönetmenin iletmek istediği etkiye katkıda bulunur (Ünver, 2020). Mekân tasarımının yanı sıra ışık ve gölge kullanımı, çekimlerin kompozisyonu ve kadrajı da sinema ve mimarlık ilişkisinde rol oynar. Bu unsurlar, bir ruh hali ve duyguyu yaratmak ya da yansıtmak için kullanılır ve filmin konusunu, mesajlarını vurgulamaya hizmet eder.

Sinemada mekân, hikâyenin anlatımına, karakterlerin davranışlarına ve hikâyenin genel atmosferine etkisi üzerine odaklanır. Filmde yer alan bir mekânın tasarımı, filmdeki karakterlerin

davranışlarını ve hikâyenin anlatımını etkileyebileceği gibi bir mekânın işlevi ya da özellikleri de seyirciye iletilmek istenen mesajı etkileyebilir. Ayrıca, mekân filmdeki olayların zamanını da belirleyebilir. Örneğin, bir filmdeki mekânın modern ve teknolojik bir görünümü, olayların geçtiği zaman hakkında izleyiciye fikir verir. Mimaride yer kavramı, bir yerin fiziksel ve mekânsal özelliklerinin yanı sıra onunla ilişkili kültürel, sosyal ve psikolojik deneyimleri ifade ettiği gibi sinemada da yer kavramından söz etmek mümkündür. Film setleri ve mekânlarının tasarımı, filmdeki karakterlerin canlandırma deneyimleri ve duyguları ile şekillenir. Benzer şekilde, anlatılan hikayedeki karakterlerin temel özellikleri, yaşadıkları mekânın şekillenmesinde önemli rol oynar (Kıraç, 2012, s. 149). Bir şehir ya da ev gibi belirli bir yeri tasvir etmek için tasarlanan film seti, set tasarımı, aydınlatma ve kamera açıları kullanılarak o yerin karakterini ve atmosferini izleyiciye aktarabilir. İster gerçek ister kurgusal olsun, filmdeki mekânlar da karakterler adına izleyicide mimarideki yer duygusunun oluşmasına katkıda bulunabilir. Ayrıca, karakterlerin belirli bir yerdeki deneyimleri ve duyguları, çevreleriyle ve birbirleriyle olan etkileşimlerinin yanı sıra diyalogları ve diğer ifade biçimleri aracılığıyla aktarılabilir.

Mekân, sinemasal anlatıda olayların anlatımını etkileyen önemli bir eleman olduğundan yönetmenler tarafından dikkatli bir şekilde seçilir ve ekip tarafından tasarlanır (Ergin, 2007, s. 49). Sinemada yer kavramı, mekânlar olay örgüsü ve karakterler ile ilişki kurabildiğinde ortaya çıkar. Filmin ortamı, atmosferi ve aktarılmak istenen mesaj ile bağlantılıdır ve hikâyenin izleyicide oluşturduğu sinemasal mekân deneyiminin şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır.

Bong Joon-ho'nun Parazit (2019) filmi, sinemasal mekânın toplumsal sınıf farklılıklarını ve karakterlerin içsel durumlarını yansıtmaya işlevini etkin bir şekilde yerine getirir. Filmin mekân tasarımı, karakterlerin sosyal statülerini ve filmin temalarını vurgulamak için dikkatle seçilmiştir. Kim ailesinin yaşadığı düşük gelirli bölge, dar ve karmaşık bir yapıya sahipken; Park ailesinin villası, geniş ve düzenli bir tasarıma sahiptir. Bu mekânlar, sosyal sınıf farklarını görsel olarak ifade eder ve filmdeki karakterlerin yaşam koşullarını yansıtır (Liu, 2020, s. 81).

Parazit filmindeki mekânlar, karakterlerin içsel dünyalarını ve toplumsal ilişkilerini yansıtmak için stratejik olarak tasarlanmıştır. Kim ailesinin evi, dar ve karmaşık yapısıyla, onların sınırlı yaşam koşullarını temsil ederken; Park ailesinin villası, geniş ve düzenli bir tasarıma sahiptir, bu da onların sosyal ve ekonomik üstünlüklerini simgeler (Zhan ve Liang, 2020, s. 291). Filmin mekân tasarımı, olay örgüsünü destekleyen ve karakterlerin psikolojik durumlarını yansıtan bir araç olarak işlev görür, bu da sinemasal mekânın karakterlerin içsel durumlarını ve toplumsal yapıları nasıl etkileyebileceğine dair güçlü bir örnek sunar. Bu bağlamda, Parazit filmi yersizleşme kavramı odağında sinemasal mekân kurgusu açısından incelenebilir.

3. YER(SİZ)LEŞME KAVRAMI ODAĞINDA PARAZİT FİLMİNE BAKIŞ

Parazit, 2019 yılında yayınlanan ve Bong Joon-ho tarafından yönetilen, Güney Kore yapımı bir dram filmidir. Film, toplumsal sınıf farklarına dayalı olarak filmdeki farklı ekonomik statülere sahip ailelerin ilişkilerini ve bu ilişkilerin sonuçlarını ele alır. Parazit filmi hem Güney Kore hem de uluslararası platformlarda büyük bir başarı elde etmiş ve çeşitli ödüller kazanmıştır. Bunlar arasında 92. Oscar Ödülleri'nde en iyi özgün senaryo, en iyi uluslararası film, en iyi yönetmen, en iyi film ödülleri, 2019 yılı Cannes Film Festivali'nde ise Altın Palmiye ödülünü kazanmıştır. Oscar tarihinde, İngilizce olmayan ancak "En İyi Film" ödülünü alan ilk uluslararası yapım olmuştur (TheVerge, 2020). Parazit, performansları, yönetmenliği ve senaryosunun yanı sıra sosyal sınıf ve kapitalizm hakkındaki yorumlarıyla da övülerek geniş çapta modern bir sinema klasiği olarak kabul edilmiştir. Filmin gördüğü muazzam ilgi ve beğenin sebebi post-endüstriyel ve neoliberal bilgi toplumunun sosyo-ekonomik eşitsizliğini ve sınıf çatışmalarını tasvir etme becerisi olarak görülebilir. Film, bu temaları irdeleyen çok katmanlı bir anlatım sunarken aynı zamanda kentsel yoksulluk ve ayrışmanın çarpıcı görüntülerini ortaya koymaktadır (Lekesizalın, 2023, s. 116).

Parazit filminde, üç farklı aile üzerinden toplumsal sınıf ayrımına dair bir inceleme sunulmaktadır. Kim ailesi, Seul'de sıkışık, yarı zemin-yarı bodrum katta yaşayan, ekonomik zorluklarla mücadele eden ve hayatta kalabilmek için çeşitli işlerde çalışan bir ailedir. Onların tam zıttı olan Park ailesi ise varlıklı, ayrıcalıklı bir yaşam süren ve modern bir villada konfor içinde yaşayan bir aile olarak karşımıza çıkar. Park ailesinin evindeki hizmetçi kadın ve kocası ise, her iki sınıfla da ilişkili olup, zenginliğin gölgesinde hayatta kalmaya çalışan bir kesimi temsil eder. Film, bu üç aile arasındaki etkileşimler üzerinden, toplumsal sınıf farklarını ortaya koyar.

Kim ailesinin oğlu, Park ailesinin kızına İngilizce öğretmesi için işe alındığında, zengin Park ailesiyle ilişki kurmaya başlar. Kim ailesi yavaş yavaş Parkların hayatlarına sızar ve onlar için çalışmaya başlar, bu da sonunda iki aile arasındaki sınıf ayrımlarını ve güç dinamiklerini ortaya çıkaran bir dizi olaya yol açar. Parazit filmi, toplumsal yapıdaki sınıf farklılıklarını, bireylerin yersizleşme durumlarını ve bu durumların etkilerini işleyen bir filmidir. Kim ailesi Park ailesi için çalışmaya başladığında, zengin aileye uyum sağlamaya çalışır ve onlara ait olan mekânlarda onları taklit ederek yaşamaya başlar. Bu durum, Kim ailesinin kendi yaşadığı yerden uzaklaşmasını ve yersizleşme durumunu yansıtır. Parazit filminde, sosyal sınıf temsiline tasvir edildiği sahneler, mekanların özellikleri ve filmin sinematografisi bakımından nitelik kazanmıştır (Dianiya, 2020, s. 1).

Çalışmada Parazit filmi yer(siz)leşme kavramı odağında analiz edilmiştir. Bu bağlamda film, karakter analizi, kullanıcı-yer ilişkisi, karakterlerin mekâna ait hissetme davranışları, mekânsal organizasyon ve mekânların fonksiyonu, mekânlararası geçişler ve kullanıcı hareketliliği üzerinden okunmuştur. Makalede, ilk hizmetçi ve eşi 1. Parazit aile, Kim ailesi 2. Parazit aile olarak adlandırılmıştır.

3.1. Karakter Analizi

Parazit filminde ana karakterler, Seul'de sıkışık bir apartman dairesinde geçim mücadelesi veren Kim ailesinin üyeleri, Park ailesinin ilk hizmetçisi Moon-gwang ve kocası Geun-Se'den oluşan parazit aile ve lüks bir malikanede yaşayan zengin Park ailesidir. Moon-gwang ve eşi, evin mimarı aynı zamanda ilk sahibi olan ailenin zamanından beri evde hizmetçi olarak çalışan, evi tanıyan, gizli olan sığınak bölümünü bilen birinci parazit ailedir.

İkinci parazit aile olan Kim ailesi, baba, anne ve onların erkek ve kız çocuklarından oluşur. Ailenin babası işsizdir, annesi ise evde bulunan madalyalardan anlaşılacağı üzere eski bir sporcudur ve terzi olarak çalışmaktadır. Oğulları, filmin ana kahramanıdır ve iş bulmakta zorlanan bir üniversite öğrencisidir. İçinde bulundukları koşullara rağmen, Kim ailesi birbirine sıkı sıkıya bağlı bir ailedir ve mali durumlarını iyileştirmek için ne gerekiyorsa yapmaya hazır gibi görünmektedirler.

Park ailesi, baba, anne, erkek ve kız çocuktan oluşur. Ailenin babası, bir teknoloji şirketinin yöneticisi, annesi ise ev hanımıdır. Parkların kızı, bir lise öğrencisi, oğulları ise ilkokul öğrencisidir. Parklar, ayrıcalıklarından ve çevrelerindeki hayat mücadelelerinden habersiz olarak tasvir edilmektedir.

Film boyunca, Kim ailesinin fertleri, Parkların hayatına çalışanları olarak sırayla girerler ve her biri birbirini tanıımıyormuş gibi davranarak evdeki yerlerini alırlar. Başlangıçta, Kim ailesi bu stratejiyle Park ailesi üzerinde bir kontrol kurmayı başarır, ancak Kim ailesi ikinci Parazit olarak Park ailesinin evine tamamen yerleştiğinde, orada yaşayan ve daha önce Park ailesine hizmet eden birinci parazit aile, yani eski hizmetçi Moon-gwang ve gizli sığınakta saklanan kocası Geun-sae ile karşılaşır. Bu beklenmedik karşılaşma, evdeki güç dinamiklerini tamamen alt üst eder. Başlangıçta, Kim ailesi evdeki yeni statülerinin güvencesiyle kendilerini güçlü hissederken, eski hizmetçi ve kocası, evdeki düzen ve Kim ailesinin kontrolü için ciddi bir tehdit yaratır. Moon-gwang, Kim ailesinin sırrını keşfeder ve bu bilgiyle onları tehdit etmeye başlar, böylece evdeki hakimiyet Kim ailesinden Moon-gwang ve kocasına geçer. Ancak kısa süre sonra hizmetçi kadının gizli tuttuğu ve kocasıyla birlikte yaşadığı sığınakın keşfi, Kim ailesi için hem bir tehdit hem de bir fırsat yaratır. Böylelikle, güç dengesi yeniden değişir; fiziksel çatışmalar ve tehditler sonucu Kim ailesi, Moon-gwang ve kocasını kontrol altına alır. Bu karmaşık güç mücadelesi, evdeki sınıf farklılıklarını ve karakterlerin hayatta kalma içgüdülerini

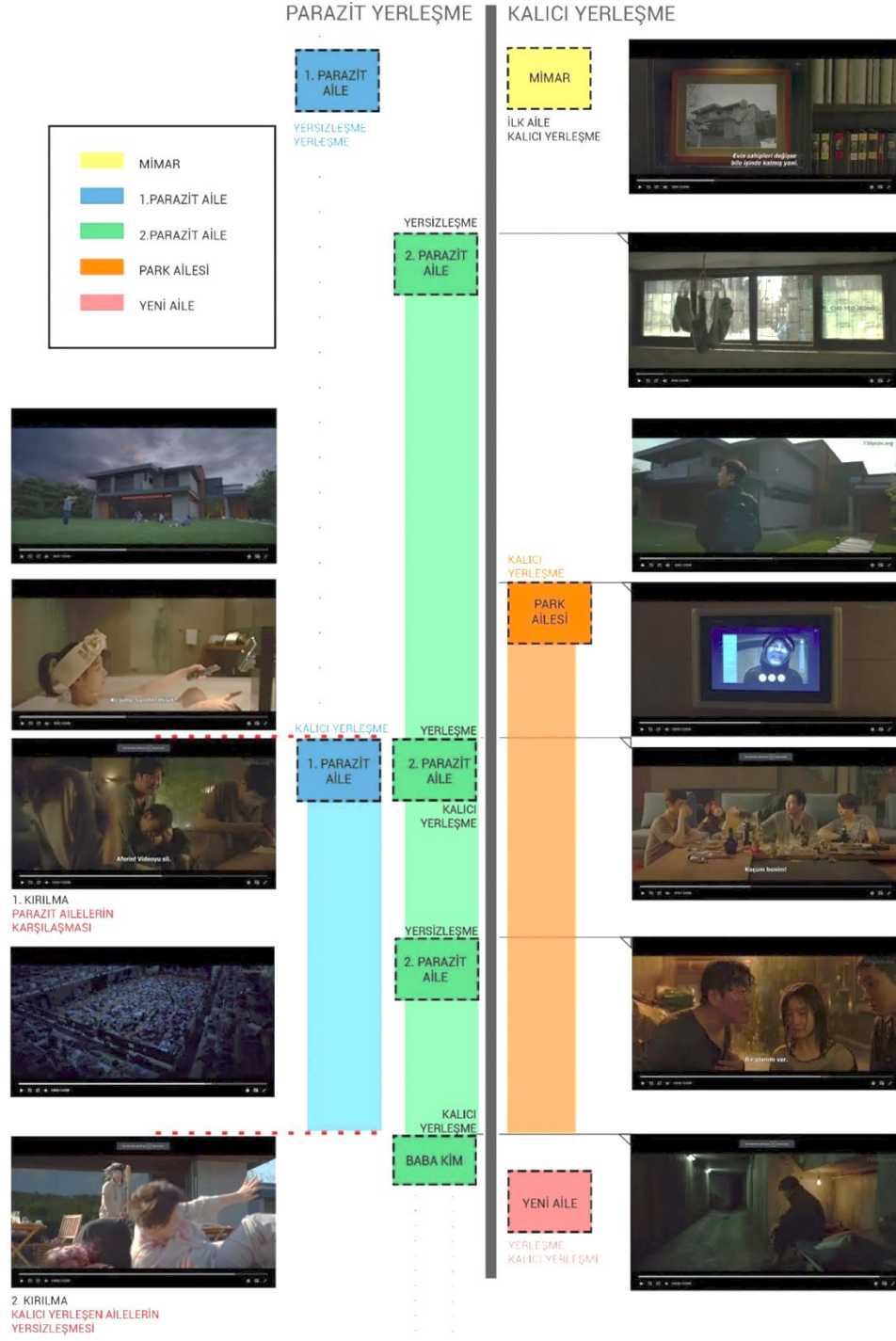
daha da keskinleştirir. Film, her iki parazit ailenin de Parkların evindeki yerlerini ve rollerini kaybetme korkusuyla hareket ettiğini ve karakterler arası sınıf ayrımlarını mekân kurgusu ile mimarlıktaki yersizleşme kavramı üzerinden aktarmaktadır.

3.2. Kullanıcı-Yer İlişkisi

Parazit filminde kullanıcı-yer ilişkisi, karakterler ve yaşadıkları yerler arasındaki etkileşimi ve bağlantıyı ifade eder. Bu ilişki, yoksul Kim ailesinin evi ile zengin Park ailesinin malikanesi arasındaki karşıtlığın yanı sıra karakterlerin bu iki yerdeki deneyimleri ve duyguları aracılığıyla keşfedilir.

Filmde, Kim ailesinin evi sıkışık, karanlık ve darmadağın olarak tasvir edilir ve Park ailesinin keyif aldığı olanaklardan ve konfordan yoksun görünmektedir. Kim ailesinin yaşadığı yer onlar için bir hayal kırıklığıdır ve hapsoluş karşısındaki mücadelelerini yansıtmaktadır. Kim ailesinin yaşadığı yerle olan ilişkisi, maddi durumları ve imkanlarının yetersizliği nedeniyle bir zorunluluk ve hayatta kalma ilişkisi olarak görülebilir. Ayrıca, bir mekânın kendine özgü niteliklerini kaybederek diğer mekânlarla benzer hale gelmesi ve homojenleşmesi yersizleşme kavramı bağlamında ele alındığında, Kim ailesinin yaşadığı sıradanlaşmış, niteliksiz mahalle ve ev bir yersizleşme örneği olarak değerlendirilebilir. Ailenin yaşadığı evin yarı zemin-yarı bodrum kat olarak seçilmesinin, ailenin oradan kurtulma umudunu ve başka bir yere ait olma arzusunu yansıttığı söylenebilir.

Buna karşılık, Park ailesinin malikanesi geniş, iyi aydınlatılmış ve sanatsal olanaklarla dekore edilmiş olarak tasvir edilmektedir. Park ailesinin evi onlar için bir rahatlık ve güvenlik kaynağı olup, statülerini yansıtmaktadır. Kim ailesi, karşı karşıya kaldığı yoksulluk ve kısıtlamalar olmadan Park ailesinin evinde sunulan olanakların tadını çıkarabildikleri için, ailenin yaşadıkları yerle olan ilişkileri kopuk görünmekte, yersizleşme duyguları ve yerleşme arzuları ön plana çıkmaktadır.



Şekil 2. Parazit Filminde Ailelerin Yersizleşme, Yerleşme ve Kalıcı Yerleşme Durumları.

Filmde karakterler, mekanlar ve duygular göz önüne alınarak kalıcı yerleşme, yerleşme, yersizleşme kavramları ve gerçekleştiği zamanlar üzerinden bir okuma yapılmıştır (Şekil 2).

Park ailesi evin tasarımı ve özellikleri hakkında konuşulurken, evin önceki sahibinin ünlü bir mimar olduğunu belirtir. Mimar o evde yaşarken birinci parazit aile geçim sıkıntısı ve borçlarından dolayı eve parazit³ olarak yerleşmiştir. İkinci parazit aile ise kendi evinde geçim sıkıntısı yaşayıp, zor şartlarda barınmaya çalışırken yersizleşme duygusu ile karşı karşıya kalmış, bir çıkış yolu aramaktadır. O sırada evde yaşamakta olan Park ailesine aile olduklarını fark ettirmeden ikinci parazit ailenin üyeleri teker teker işe girmeye başlamıştır. Park ailesi kamp için evden ayrıldığında onları taklit ederek mekanlarda yaşamaya başlarlar. Filmin ilk kırılma anı birinci parazit olarak orada yaşayan aileden ilk hizmetçi olan kadının kocasını sığınakta beslemek için geri dönmesi ve parazit ailelerin karşılaşmasıyla başlar. Parazit aileler birbirlerini Park ailesine şikâyet etmekle tehdit ederler ve aralarında tartışırken Park ailesi aniden kamptan döner. Böylece ikinci parazit ailenin üyeleri evden ayrılmak zorunda kalır ve o gün dışarıda sağanak yağmur ve sel başlamıştır. Döndüklerinde evlerini sel bastığını görürler ve filmde bu ailenin tekrar yersizleştiğinin tasviri olarak düşünülebilir. Ardından aile evsizlerin kaldığı toplu bir alanda o geceyi geçirir.

Filmin ikinci kırılma anı ise, Park ailesinin oğullarının doğum günü olarak görülebilir. Doğum gününde parazit aileler birbirine saldırır ve cinayet işlenir. Kim ailesinin babası işlediği cinayetten sonra sığınağa gizlenir ve onu ailesi hariç kimse bulamaz. Ardından eve yeni bir aile yerleşir ve baba Kim sonsuza dek sığınakta hapsolarak kalıcı yerleşme durumuna geçtiği söylenebilir.

Genel olarak film, kullanıcı-yer ilişkisi kavramını, iki ailenin yaşadığı yer ile karakterlerin deneyimleri ve duyguları arasındaki zıtlık üzerinden ele almaktadır. Filmdeki mekânlar, sosyal sınıf ayrımını vurgular ve yoksulluk-zenginlik arasındaki karşıtlığı yansıtır. Bu bağlamda parazit yerleşme, sınıf farklılıkları, kapitalizm ve yozlaştırıcı etki temaları üzerinden yorumlanabilir.

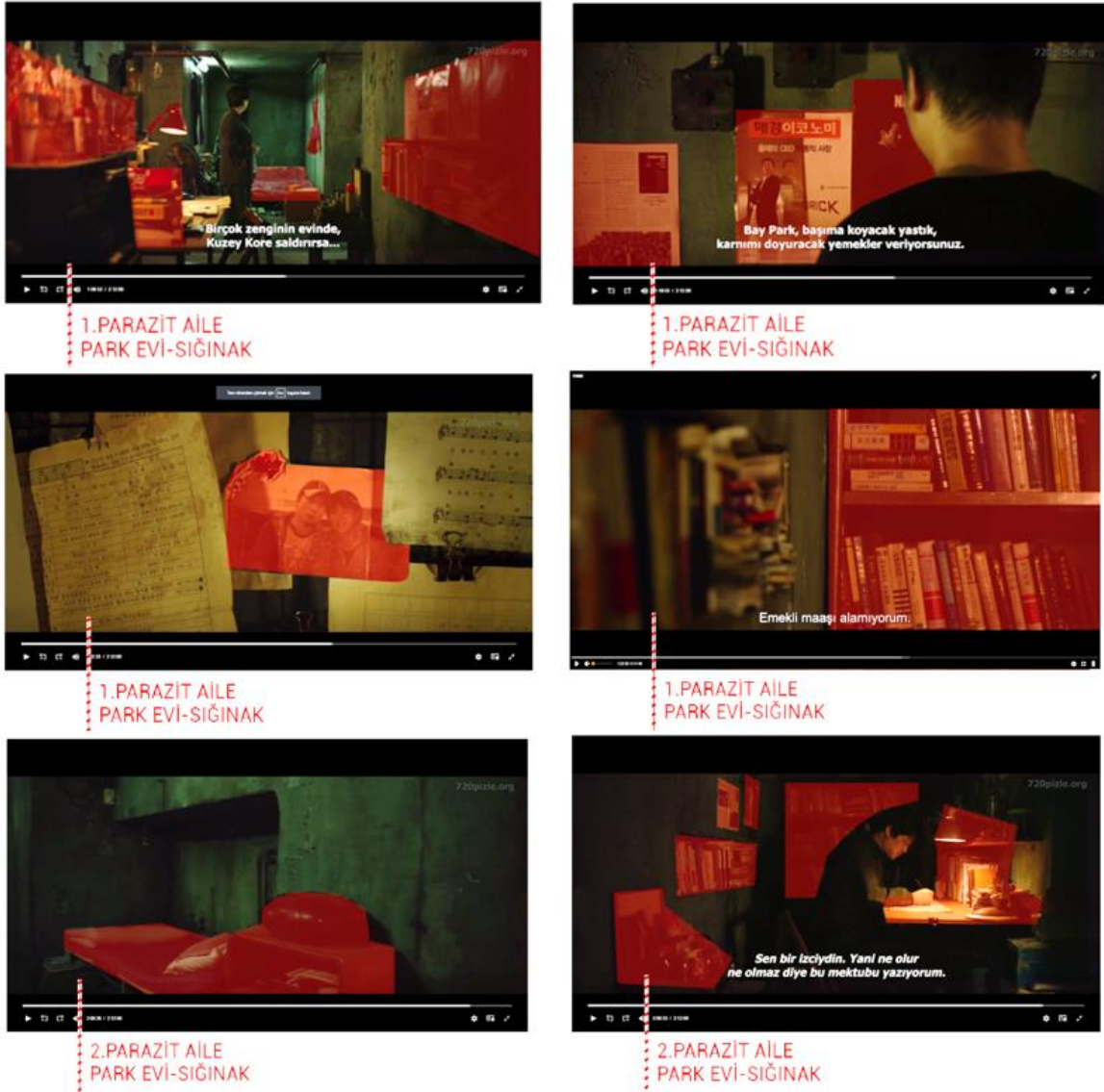
³ Parazit: Asalak, Başkalarının sırtından geçinen (kimse). (TDK, 2024).

3.3. Karakterlerin Mekâna Ait Hissetme Davranışları

Mekânda kişiselleştirme ve ait hissetme davranışı, bireylerin veya grupların bir alanı kendilerine ait hale getirme, ihtiyaçlarını ve tercihlerini karşılamak için mekânı kendilerine uyarlama durumları olarak ifade edilebilir (Ellialtıoğlu, 2007, s. 31-32). Bu durum, bir alana kişisel dokunuşlar ve dekorasyonlar eklemenin yanı sıra, alanın düzeninde veya kullanımında işlevsel değişiklikler yapmayı içerebilir. Mekânın kişiselleştirilmesi, bir mekân üzerinde sahiplik veya kontrol sağlamanın bir yolu olarak görülmekle birlikte kişinin kimliğini ve aidiyet duygusunu ifade etmesinin bir yoludur. Bir mekân ait hissetme davranışı ile kullanıcılarının ihtiyaç ve tercihlerine göre değiştirilebilir ve böylelikle mekân kullanıcı için daha fonksiyonel ve konforlu bir hale gelebilir.

Kişiselleştirme ve ait hissetme davranışları mekânda farklı şekillerde oluşabilmektedir. Bir alanda yapılan küçük veya büyük bir değişiklik ait hissetme davranışını yansıtabilir. Dekorasyon veya sanat eseri gibi kişisel dokunuşların yanı sıra mobilyaları yeniden düzenlemek veya tadilat yapmak gibi işlevsel değişiklikler yapmak bu davranışa örnektir. Alanı ait hissetme davranışı kullanıcı için bir alanı daha çok kendine ait hissetmenin veya kişinin kişisel tarzını ve kimliğini yansıtan bir alan yaratmasının yoludur.

Filmde karakterlerin mekânlara ait hissettikleri ve kendilerinin olduğunu hayal ederek davrandıkları görülmektedir. Filmde parazit ailelerin mekâna ait hissetme davranışları, mekânın kendine ait olduğunu düşünme ve ona göre hareket etme arzusu sıklıkla ön plana çıkarılmıştır. Parazit ailelerde oluşan bu davranışın kendi evlerinde, yaşadıkları mekanlarda Park ailesinin evine yerleşmeden önce yersizleşme duygusuyla karşı karşıya kaldıkları ve özellikle gizli mekân olarak gördükleri ve yaşam alanı oluşturdukları sığınak mekanını kendilerine ait eşyalar, semboller ve fotoğraflar ile kişiselleştirdikleri görülmektedir. Örneğin, Parazit ailelerin babaları sığınakta kendilerine çalışma masası, masa lambası, kitaplık, afişler ile bir çalışma alanı oluşturmuşlardır (Görsel 1).



Görsel 1. Ailelerin sığınak mekanını ait hissetme davranışları.

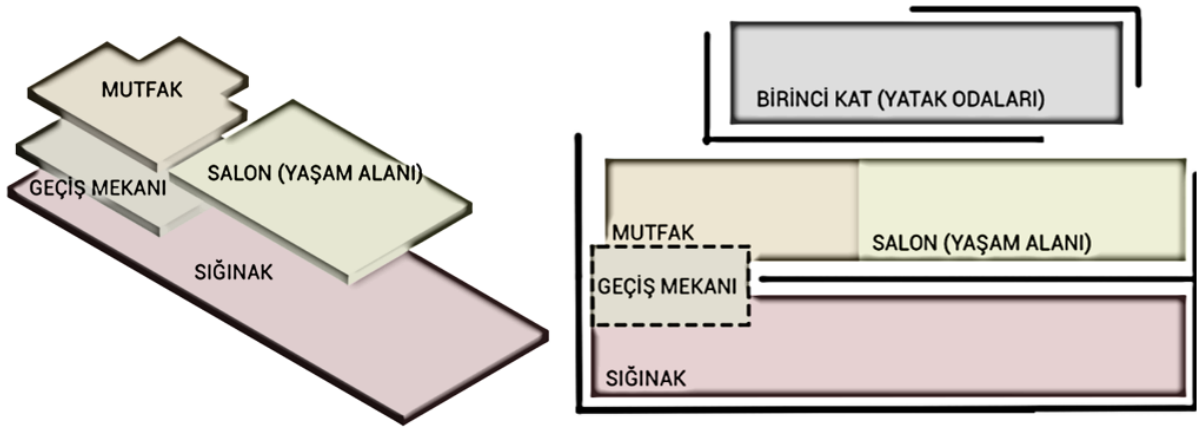
Filmde birinci Parazit aileden erkek, sığınakta eşi ile eski bir fotoğrafını astığı duvara bakarak “Burada rahatım, burada doğmuşum gibi hissediyorum. Belki düğünüm de burada olmuştur” şeklinde bir ifade kullanarak sığınağa hissettiği aidiyet duygusunu dile getirmiştir.

Parazit filminde kalıcı ve parazit yerleşme durumundaki ailelerin mekâna ait hissetme davranışları, aidiyet duygusu ve yerleşme arzuları mimarlıktaki yer(siz)leşme kavramının sinemadaki yansımalarını ve verilmek istenen mesaja etkilerini göstermektedir.

3.4. Mekânsal Organizasyon ve Mekânların Fonksiyonu

Parazit filminde, mekânların mekânsal organizasyonunun, yoksul Kim ailesinin evi ile zengin Park ailesinin malikanesini karşılaştırmak ve iki aile arasındaki sınıf farklarını ve güç dinamiklerini vurgulamak için kullanıldığı söylenebilir. Kim ailesinin evinin mekânsal organizasyonu, ailenin yaşam ve uyku alanlarının birbirine sıkışık ve darmadağın olmasıyla aktarılır. Sınırlı alan ve olanaksızlıklar ailenin düşük sosyo-ekonomik durumunu yansıtır. Buna karşılık, Park ailesi evinin mekânsal organizasyonu, farklı aktiviteler ve olanaklar için ayrı alanlar ile geniş ve iyi organize edilmiş olarak yansıtılmaktadır. Evin ferah düzeni ailenin zenginliğini ve ayrıcalığını vurgular.

Parazit filminde sığınak, yalnızca mutfaktan inilen ve ara kattaki erzak dolabının arkasında bulunan kapıyla erişilen gizli bir bölümdür. Bu alan, parazit yerleşmeye olanak tanırken aynı zamanda karakterler için bir sınır olarak da görülebilir (Şekil 3). İkinci parazit baba tarafından saklanma yeri olarak kullanılan sığınak aynı zamanda ikinci parazit ailenin yaşadığı bodrum katına da atıfta bulunur. Yerleşme arzusuyla parazit olarak Park ailesinin imkanlarından faydalanan ikinci parazit aile için sığınak daha sonra bir hapishaneye dönüştüğü söylenebilir. Aynı zamanda, karakterler içlerinde bulunan aidiyet ve sadakat duygularıyla mücadele ederken, sığınak bir çatışma ve gerilim yeri olarak tasvir edilir.

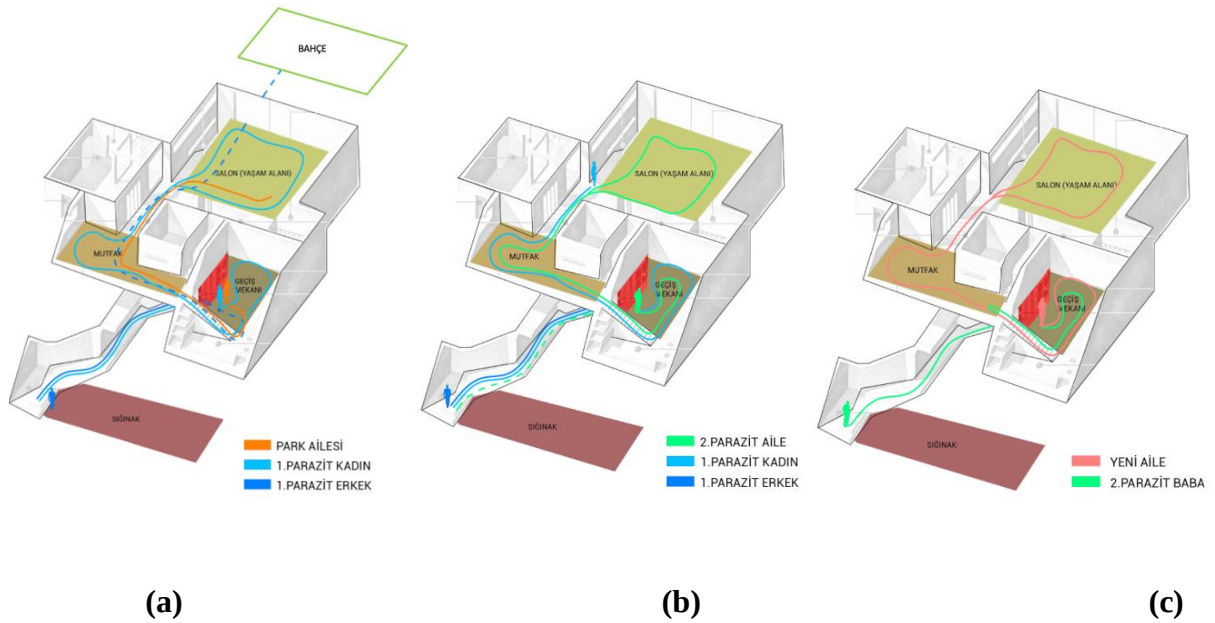


Şekil 3. Park ailesinin evine ait mekânsal organizasyon ve mekânların fonksiyonu.

Genel olarak, filmdeki sığınak, karakterlerin sınıf ayrımı etkisiyle mücadelelerini aktarmak amacıyla bir metafor görevi görmektedir. Ayrıca, Kim ailesi içinde bulundukları yeni rollerinde ve ilişkilerinde gezinirken karakterlerin yerinden edilme ve kimlik kaybı duygularının altını çizmektedir.

Diğer taraftan, karakterlerin mekânı tanıma durumları ve erişebildikleri yerler açısından önemli olduğu düşüncesiyle filmdeki mekânlar arasındaki geçişler ve kullanıcı hareketliliği ele alınmıştır. Mutfağın altındaki ara kattan erişilebilen ve geçiş mekânı olan sığınak ev için bir sınır niteliğindedir. Mimari olarak, sığınağa erişen kişiler, normalde fark edilmemek için bu alandan çıkamazlar. Bu nedenle, erzak raflarının bulunduğu duvar, sığınaktaki parazit yerleşmenin sınırını belirler. Bunun yanı sıra, Park ailesi tarafından bilinmeyen bu geçiş kalıcı yerleşme durumundaki Park ailesi üyeleri için de sığınağa geçişte bir sınır niteliğindedir. Bu sınır, filmde sosyal sınıf farklarını yansıtan bir ayrım olarak görülebilir.

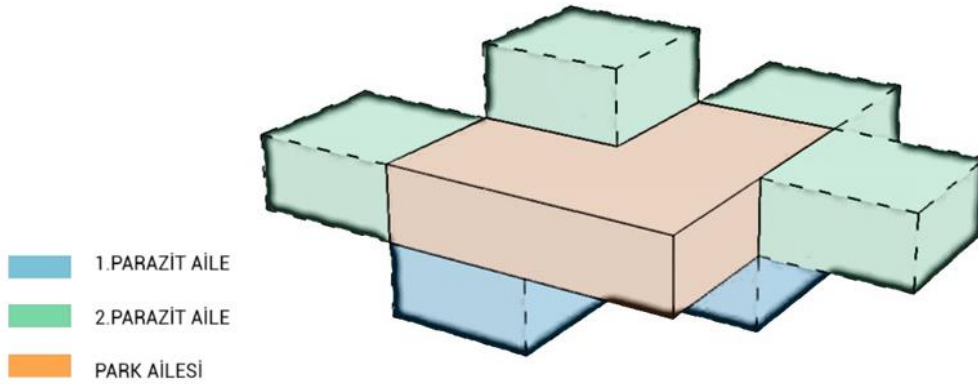
Bir yere ait kimliğin oluşması orada bulunanların yeri tanınması ve sahiplenmesi ile ilgilidir (Bilgin, 1990). Birinci parazit ailedeki erkek sığınakta yaşamakta ve evin tüm mekanlarına erişebilen eşi tarafından ihtiyaçları karşılanmaktadır (Şekil 4a).



Şekil 4. Karakterin kullanıcı hareketliliği. (a) Park ailesinin evinde Park ailesi üyeleri, birinci parazit kadın ve birinci parazit erkek; (b) Park ailesinin evinde ikinci parazit aile üyeleri, birinci parazit kadın ve birinci parazit erkek; (c) Eve yeni yerleşen ailenin üyeleri ve ikinci parazit baba.

Yalnızca sığınakta dolaşabilirken filmin ikinci kırılma anında bahçeye çıkmış ve ikinci parazit ailenin kızını öldürerek cinayet işlemiş ve sonradan öldürülmüştür. Park ailesinden anne ise tüm evi dolaşabilirken sığınanın varlığından haberdar değildir. Şekil 4b’de ikinci parazit ailenin öncelikle tüm evde gezinebildikleri sığınagi öğrendikten sonra oraya da erişebildikleri gösterilmiştir. Bu sırada birinci parazit aile sığınakta yaşamaya devam etmektedir. Şekil 4c’de ikinci parazit ailenin babasının sığınakta yaşamaya başladığı yalnızca ihtiyaçlarını karşılamak için mutfak kısmına gelip yiyecek, içecek gibi yaşamsal ihtiyaçlarını alarak sığınaga geri döndüğü bu sırada eve yeni yerleşen ailenin ise yine sığıntan haberdar olmadığı için kiler kısmındaki dolabın onun için bir sınır olduğu anlatılmıştır. Aynı zamanda mekânlar arası geçişlerdeki kullanıcı hareketliliği yerleşme arzusu ile hareket eden parazit ailelerin kalıcı yerleşme durumundaki ailenin yaşamına özenmelerini ve mekânı kullanım biçimlerini yansıtmaktadır.

Şekil 5’te parazit ailelerin Park ailesine eklemlenerek yerleşmeleri gösterilmektedir. Birinci parazit aile sığınakta geçen yaşamları ile Park ailesinin bulunduğu yaşama alanlarına eklemlenirken, ikinci parazit aile tek tek ailenin içine farklı görevleriyle sızarlar ve parazit olarak eve gitgide yerleşirler. Birim küpler kişi sayısını, renkler ise aileleri temsil etmektedir (Şekil 5).



Şekil 5. Parazit yerleşim.

4. SONUÇ

Parazit filmi, mekânların işlevi ve karakterlerin sosyal statüleri arasındaki etkileşimleri, yerleşme ve yersizleşme kavramları arasındaki dinamikler üzerinden inceleyen bir eserdir. Filmin sinematografik anlatıları, Park ailesi, Kim ailesi ve eski hizmetçi kadının ailesi arasındaki mekânsal ve sosyal ilişkiler, sınıf ayrımının ve sosyal statü farklarının mekânlar aracılığıyla somutlaştığını gösterir. Park ailesinin sahip olduğu geniş ve düzenli mekânlar, sosyal hiyerarşideki üst konumlarını yansıtırken, Kim ailesinin dar ve karanlık yaşam alanı, onların toplumsal olarak alt sınıfta yer aldığını görsel olarak ifade etmektedir.

Filmde aktarılmak ve hissettirilmek istenen duyguların mimarlıktaki yer(siz)leşme kavramı üzerinden mekanlar ve karakter davranışları kullanılarak yansıtıldığı görülmüştür. Filmdeki mekânlar, karakterlerin aidiyet ve kimlik duygularını şekillendirirken, aynı zamanda bu aileler arasındaki sınıf dinamiklerini de ortaya koymaktadır. Yersizleşme durumu yoksul olan aileler, yerleşme durumu ise zengin aileler üzerinden aktarılmıştır. Yoksul olan ailelerde yersizleşme, yerleşme ve tekrar yersizleşme kavramının değişken olduğu ve süreklilik arz etmediği onların yaşamaya mecbur kaldığı sınıfsal ayrımın güçlü bir yansıması olarak nitelendirilebilir. Park ailesinin evine parazit olarak yerleşen Kim ailesi, sürekli bir yersizleşme durumu içerisindedir ve bu durum, onların mekânı sahiplenme ve yerleşme arzularıyla çatışma halindedir. Bu, filmin ana temasını oluşturan sınıf farkının mekâna bir yansıması olarak değerlendirilebilir. Eski hizmetçi kadının ailesi ise, bu mekânlar arasındaki geçiş sağlayan bir ara sınıf olarak konumlandırılır ve onların evdeki varlığı, sınıf farklılıklarının ne kadar kırılğan olduğunu ve bu farkların nasıl mekânsal olarak manipüle edilebileceğini gösterir. Kim ailesinin Park ailesinin mekânına sızma çabası, alt sınıfın üst sınıfın mekânlarına erişim mücadelesini ve bu mekânlar üzerindeki kontrol savaşını temsil eder. Karakterler, zengin Park ailesinin mekânına sızmak için çeşitli kimlikler edinirken, bu süreçte yersizleşme duygusu ve yerleşme arzusu arasındaki gerilimler gözlemlenmektedir. Yersizleşme ve yerleşme temaları, mekânların karakterler üzerindeki etkisini ve sınıf ilişkilerini yansıtmakta, böylece mekânların karakterlerin duygusal ve sosyal deneyimlerini şekillendirmedeki rolünü ortaya koymaktadır. Parazit yerleşmeye ihtiyaç duyan bireylerin önceki yaşamlarında tektipleşme ve mekânın anlamsızlaşması sonrasında ait hissetme ve yer edinme arzuları filmde karakter özellikleri, kullanıcı-yer ilişkisi, karakterlerin mekânda ait hissetme davranışları, mekânların fonksiyonu ve mekânsal organizasyon analiz edilerek okunabilmektedir.

Bu bağlamda, Parazit filmi, yer(siz)leşme ve sınıf farklarının mimari mekânlar üzerinden sinematografik olarak temsilini gösteren bir örnek sunar. Filmin, bireylerin aidiyet duyguları, kimlik arayışları ve sınıfsal ilişkiler üzerindeki etkilerini vurgulayan mekân temsilleri ve sinematografik özellikleriyle ön plana çıkan bir eser olduğu söylenebilir. Film, sadece mekânların fiziksel özellikleriyle değil, bu mekânların karakterler üzerindeki duygusal ve sosyal etkileriyle de sınıf ilişkilerini açığa çıkarmaktadır. Sonuç olarak, filmdeki mekânlar, karakterlerin sosyal statüleri ve sınıf mücadeleleri ile doğrudan ilişkilidir. Bu ilişki, sinema ve mimarlık disiplinleri arasındaki etkileşimin önemini vurgularken, aynı zamanda toplumsal hiyerarşinin görsel ve mekânsal temsili olarak işlev görmektedir.

Bu çalışmanın bulguları, sinemada mekân kullanımının sosyal ve sınıfsal dinamikleri yansıtmaya potansiyellerini ve mekânların, bireylerin toplumsal statülerini nasıl şekillendirdiğini incelemeye katkıda bulunmaktadır. Bu bağlamda, sinema ve mimarlık ilişkisi irdelendiğinde mimari bir kavram sinemaya yansıtılırken mekanların işlevsel bir biçimde kullanılması ve bu oluşumlara izin veren mimari bir kompozisyonun oluşması gerekliliği olarak ortaya çıkmaktadır. Gelecekteki araştırmalar, bu kavramların diğer sinematografik eserlerde nasıl temsil edildiğini ve çeşitli toplumsal bağlamlarda nasıl farklılaştığını inceleyerek literatüre yeni açılımlar kazandırabilir.

KAYNAKÇA

- Alçık, F. F. (2022). Mülkleştirilen Kölenin Kendinin Bilincine Ulaşma Mücadelesi: Seremoni ve Parazit Filmlerinin Hegel'in Efendi-Hizmetkâr Diyalektiği Bağlamında Karşılaştırılması. *ViraVerita E-Journal: Interdisciplinary Encounters*, Vol. 16, 30-51.
- Berber, Ö. (2011). Yok-Yer, Yersizleşme ve Yersizyurtsuzluk Kavramları Üzerine Bir Sorgulama. *İdealkent*, 2(3), 142-157.
- Cresswell, T. (2007). *Defining place. Place: A Short Introduction*. Malden, MA: Blackwell Ltd.
- Çam, A. (2016). Sinemasal Mekânlar ve Sinemasal Mekânların Çözümlemesi. *Sinecine*, 7(2), 7-37.
- Devellioğlu, F. (2001). *Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Lügat*. Ankara: Aydın Kitabevi.
- Daniya, V. (2020). Representation of social class in film (semiotic analysis of Roland Barthes film parasite). *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 212-224.
- Ellialtıoğlu, B. (2007). *Mekânda Kişiselleşme ve Kendileme*. [Yayınlanmış Doktora Tezi], İstanbul Teknik Üniversitesi.
- Ergin, S. (2007). *Mimarlık ve Sinema Etkileşiminin Sinemasal Mekâna Etkileri ve Nuri Bilge Ceylan Sinemasından Bir Örnek: Uzak*. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi], Anadolu Üniversitesi.
- Ersoy, E. (2010). *Mimarlık ve Sinema Etkileşimi Bağlamında Mekansal İmge Kullanımıyla Durağan Mekanın Dinamik Mekana Dönüşümü*. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi], İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Ersümer, A. O. (2013). *Klasik Anlatı Sineması*. İstanbul: Hayalperest Yayınları.
- Heidegger M. (1971). *Building, Dwelling, Thinking & Poetry Language, Thought*. (Translated by A. Hofstadter) Harper, Row, New York.
- Joon-ho, B. (Yönetmen). (2019). *Parasite* [Sinema Filmi]. Güney Kore.
- Kaçar, E. (2021). İpin Ucunda Dans Eden Kuklalar: Parazit Filmi ve Sınıf Bilinci Yoksunluğu. *SineFilozofi*, 6(12), 1131-1142. <https://doi.org/10.31122/sinefilozofi.928748>
- Kant, I. (1965). *Critique of Pure Reason* (Translated by N.K.Smith), Macmillan.

- Karabağ, Ç., & Erkan Yazıcı, Y. (2023). Sosyal Ayrışmanın Sinematografik Anlatısında Bir Arayüz Olarak Pencereler: Parazit Filmi. *Art-E Sanat Dergisi*, 16(31), 408-433.
- Karaca, A., & Agocuk, P. (2021). Cinematic Architecture and Place Perception: A Study on Wes Anderson's Film the Grand Budapest Hotel. *International Journal of Scientific and Technological Research*, 76-86.
- Kale, G. (2004). Sinemada Görsel Deneyim ve Mimarlık. [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi], İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Kıraç, R. (2012). Sinemanın ABC'si. İstanbul: Say Yayınları.
- Koçyiğit, R. G., & Gorbon, F. (2012). Mimarlıkta Yersizleşme ve Yerin-Yeniden Üretimi. *Tasarım+ Kuram*, 8(13), 95-113.
- Lekesizalın, F. (2023). The Images of Urban Poverty in Bong Joon Ho's "Parasite" . *Topkapı Sosyal Bilimler Dergisi* , 115-122 .
- Liu, C. (2020). Analysis of Social Class Inequality Based on the Movie Parasite. In 2nd International Conference on Literature, Art and Human Development (ICLAHD 2020), pp. 78-82. Atlantis Press.
- Neuman, W. L. (2012). Toplumsal Araştırma Yöntemleri Nitel ve Nicel Yaklaşımlar (S. Özge, Çev., 5. bs., Cilt 1-2). İstanbul Yayın Odası.
- Norberg Schulz, C. (1971). Existence Space and Architecture. London: Studio Vista.
- Norberg-Schulz, C. (1983). Heidegger's Thinking on Architecture. *Perspecta: The Yale Architectural Journal*, 20 , 61-68.
- Öksüz Karademir, C., & Kaya, M. (2020). Sınıf Eşitsizliğinin Bourdieu'nun Sermaye ve Habitus Kavramları Üzerinden Değerlendirilmesi: Parazit Filminin Betimsel Analizi. *TRT Akademi*, 5(10), 644-667.
- Polat, E., & Polat, M. (2017). Konar-Göçerlikten Yerleşikliğe, Yüzer-Gezerlikten Yerelliğe Göç. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22 (Göç Özel Sayısı), 1329-1341.
- Relph, E. (1976). Place and Placelessness. London: Pion.
- Sihombing H., L.& Sinaga, A. A. (2021). Representation of Social class in Parasite Movie. *Lire Journal (Journal of Linguistics and Literature)*, Vol. 5 No.1.
- TDK (2023). <https://www.tdk.gov.tr/> adresinden 13 Aralık 2023 tarihinde alınmıştır.
- TDK (2024). <https://sozluk.gov.tr> adresinden 14 Ağustos 2024 tarihinde alınmıştır.

- TheVerge (2020). Parasite Wins Best Picture, Making Oscar History: <https://www.theverge.com/2020/2/9/21130625/oscars-parasite-best-picture-win-bong-joon-ho-historic-academy-awards-2020> adresinden 24 Ekim 2023 tarihinde alınmıştır.
- Unwin, S. (1997). *Analysing Architecture: The Universal Language of Place-making*. London: Routledge.
- Usta, G. (2020). Mekân ve Yer Kavramlarının Anlamsal Açıdan İncelenmesi. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 10(1), 25-30.
- Ünver, B. (2020). Distopik Bilim Kurgu Sinemasında Gelecek Mekânları ve Mimari Öngörüler. *Yedi*(24), 95-111. <https://doi.org/10.17484/yedi.730583>
- Zhan, S., & Liang, C. (2020). A Study of Spatial Narrative in the South Korean Movie “Parasite”. In 4th International Conference on Art Studies: Science, Experience, Education (ICASSEE 2020), pp. 291-294. Atlantis Press.

ARAŞTIRMACILARIN KATKI ORANI BEYANI

Bu araştırmaya yazarlar eşit derecede katkı sağladığını beyan ederler.

“BELİRSİZİN BİLİMLERİ: İNSAN BİLİMLERİ İÇİN YENİ BİR EPİSTEMOLOJİ” KİTAP İNCELEMESİ

Yelda Yılmaz¹

Yazar: Abraham Moles

Çeviren: Nuri Bilgin

Orijinal Adı: Les Sciences de l'Imprécis

Basım Yılı ve Yeri: 2018, İstanbul

Basım Sayısı: 5. Baskı

Yayınevi: Yapı Kredi Yayınları

Sayfa Sayısı: 347

ISBN: 978-975-363-087-5

Öz

Abraham Moles (1920-1992), geniş bir disiplin yelpazesinde çalışmış, doğa bilimlerinden sosyal bilimlere kadar çeşitli alanlarda katkıda bulunmuş önemli bir bilim insanıdır. “Belirsizin Bilimleri: İnsan Bilimleri İçin Yeni Bir Epistemoloji” kitabı, sosyal bilimler ve insan bilimleri alanlarında belirsizliğin rolünü ve bu bilimlerin epistemolojik temellerini sorgulamaktadır. Moles, bu eserde, sosyal bilimlerin ve insan bilimlerinin doğa bilimleri gibi kesinlik arayışına bağımlı olmalarının, bir ideolojiye dönüşmesini eleştirmektedir. Moles’un kitabı, belirsizliğin, insan bilimlerinin doğasında var olan ve mutlaka incelenmesi gereken bir kavram olduğunu savunmaktadır. Kitap, doğa bilimlerinden farklı olarak sosyal bilimlerin ve insan bilimlerinin belirsizliği nasıl ele alması gerektiğine dair yeni metodolojik yaklaşımlar sunmaktadır. Moles, bilimin kesinlik arayışının, belirsizliğin varlığını göz ardı ettiğini ifade eder ve belirsizliğin bilimin bir parçası olarak kabul edilmesi gerektiğini savunmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Moles, sosyal bilimler, insan bilimleri, belirsizlik.

¹ İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, yelda.yilmaz@izu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0129-5130

Book Review: Les Sciences de l’Imprécis

Abstract

Abraham Moles (1920-1992) was an influential scientist who worked in a wide range of disciplines and contributed to various fields, from natural sciences to social sciences. His book “The Sciences of the Uncertain: A New Epistemology for the Human Sciences” questions the role of uncertainty in the social and human sciences and their epistemological foundations. In this book, Moles criticizes the dependence of the social and human sciences on the pursuit of certainty, like the natural sciences, which has turned into an ideology. Moles' book argues that uncertainty is inherent in the human sciences and must be examined. Unlike the natural sciences, the book offers new methodological approaches to how the social and human sciences should deal with uncertainty. Moles argues that science's quest for certainty ignores the existence of uncertainty and argues that uncertainty should be accepted as part of science.

Keywords: Moles, social sciences, human sciences, uncertainty.

“Belirsizin Bilimleri: İnsan Bilimleri İçin Yeni Bir Epistemoloji” kitabını tahlil etmeden önce yazarı Abraham Moles’u (1920–1992) takdim etmekte fayda vardır. Yaşamında II. Dünya Savaşı döneminin etkileri görülen Moles; doğa bilimleri, hukuk, elektrik ve ses mühendisliği, fizik, felsefe, psikoloji, iletişim gibi farklı disiplinlerde çalışmaları bulunan, bu alanlarda ders veren önemli bir bilim insanıdır. Biri fizik diğeri felsefe alanında olmak üzere iki farklı doktora tezi sunmuştur. Strazburg’da École de Strasbourg adı verilen “İletişimde Sosyal Psikoloji Enstitüsü”nü kurmuş, Louis Couffignal tarafından kurulan Fransız Sibernetik Derneği’nin başkanlığını yapmıştır. Yaşamı boyunca otuzun üzerinde kitap, üç yüz ellinin üzerinde makale kaleme almıştır. Belirsizin Bilimleri kitabının çevirmeni Nuri Bilgin ile Strasbourg Louis Pasteur Üniversitesi Sosyal Psikoloji Enstitüsü’nde yolları kesişen yazar, iki yıl boyunca Bilgin’in asistanlığı eşliğinde akademik çalışmalar yürütmesinin yanı sıra kendisine doktora tez danışmanlığı yapmıştır. Moles’un yaşamında önem arz eden bazı eserleri şunlardır: Belirsizin Bilimleri, Kültürün Toplumsal Dinamiği, Bilişim ve Estetik Algı Teorisi.

Abraham Moles “Belirsizin Bilimleri” adlı eserini doğa bilimlerinin aksine kesin olmayan şeklinde tanımladığı sosyal bilimler/insan bilimleri için yeni bir yöntembilim arayışına kaynaklık etmesi ve özellikle fizikçilerin/matematikçilerin bilim dünyası üzerinde kurduğu hegemonyanın, diğer bir deyişle ölçme ve kesinlik arayışı bağımlılığının bir ideolojiye dönüşmemesi gerektiği savını vurgulamak amacıyla yayımlamıştır. Yalnızca kesin olanın iyi olduğu düşüncesi sebebiyle belirsizin olumsuz olarak anlaşıldığını düşünen yazar, bu duruma karşıdır. Ona göre yaşam boyunca birtakım karmaşık, muğlak ve belirsiz şeylerle, olgularla veya olaylarla karşılaşılması muhtemel bir durumdur. Kesinlik iddiasında olan tabiat bilimlerinde de belirsizlik payının olduğunu ifade eden Moles, bu açıdan kesin-belirsiz ayrımını epistemolojik bir ayrım olarak değil tarihsel bağlamda konumlandığı iddiasındadır. Önemli olan belirsizliğin varlığını kabullenmek ve belirsizliği inceleyebilmek için doğa bilimleri yöntemlerinden farklı olan yeni metodolojik yaklaşımlar geliştirilebilmesidir.

Kitap önsöz, giriş, sonuç, kaynakça ve dizin haricinde toplam sekiz ana bölümden oluşmaktadır. Bu bölümlerin isimleri sırasıyla şunlardır: “Zayıf Rasyonellik ve Asgari Bilimsellik”, “Doğası Gereği Bilinemez Olan: Dünyanın Başlangıcından Bu Yana Gizlenmiş Şeyler”, “Belirsizin Epistemolojisi: Mantıklar ve Alt-Mantıklar”, “Bileştirme Yoluyla Çözümleme: Yapısal Yöntem ve Modelleştirme”, “Belirsizin Bilimlerinin Metodolojik Yanları”, “Belirsizin İşlenmesi Yöntemlerinden Bir Örneklem: İnsan Bilimlerinin Durumu”, “Belirsizin Bilimlerinde Hata ve Yaratma”, “Mikro-Psikoloji: İnsanın Biliminde Görüntülerin Belirsizliğini Dikkate Alan Bir Örnek”. Moles, kitabını belirsiz (muğlak) kavramının ne olup olmadığı, nasıl tasnif edilmesi ve incelenmesi gerektiği üzerine temellendirmiş ve başlıkların içeriğini de bu doğrultuda şekillendirmiştir.

Kitabın ilk bölümünde 19. yüzyıl sonuna doğru evrensel bilgiye ulaşma çabasının giderek belirginleştiği ve standartlaştırma kaygısının her şeyin ölçülmesi ihtiyacını doğurduğu ile söze başlanmıştır. Bilimsel araştırmalar, istatistik biliminden yararlanılarak yürütülmüş ve tüm dünya (!) %95 güven aralığı içerisinde açıklanmaya çalışılmıştır. Ancak yazar tarafından aktarılan bilim tanımına göre “Bilim tamamlanmış olmaktan öte bir süreçtir. Fizikçinin beyniyle donatılmış olarak doğmamıştır” (Moles, 2018, s. 18). Sebebi her ne olursa olsun, belirsiz olanla ilgilenmek yerine kesini ve evrenseli arama arzusu bilimin asıl odağı olmuştur. Belirsizin ortaya çıkışına mutlak bir belirlilik arayışına yol açmıştır.

Kitapta savunulan görüş, kesin olan doğa bilimleri kadar kesin olmayan bilimlerin de bilimsel gelişme sürecinin bir zorunluluğu olduğudur. Bilim, belirsiz evreninden bağımsız düşünülemez. Belirsiz bilimleri insan bilimleri ve sosyal bilimlerle eş değer gören Moles, doğa bilimlerinin içerisinde de belirsiz/muğlak bilgilerin yer alabileceğini eklemektedir. “Belirsizin bilimleri” bu noktada açıkça görülme ve yer almayan bilgilerin bilimidir.

İkinci bölümde, yazar tarafından bilimsel gerçeklik algıları kapsamlı bir şekilde sorgulanmıştır. Moles’a göre sosyal bilimlerin insanı açıklamadaki rolü tamamen sahtedir. Bilimsel olguların kesinliğini ortaya koyma amacıyla hareket eden sosyal bilimler, imkânsız bir arayış içerisinde. Yürütülen bilimsel ve akademik çalışmalar, yanlı ve belli bir amaca hizmet edecek şekilde kurgulanmaktadır. Gerçeklik, herhangi bir sebeple ulaşılamaz olduğunda kurgulanarak gerçekliğin bir yorumu haline getirilmektedir. Bu bakımdan, araştırmalar hâlihazırda saptanmış bilgilerin farklı varyasyonları veya genişletilmiş halleridir.

Üçüncü bölümde, belirsizin bilimlerinin incelenmesi için var olan yol ve yöntemlerden bahsedilmiştir. Belirsizin bilimlerinin genel bir metodolojisi olduğunu vurgulayan yazar, durumu sosyal bilimlerle örneklendirmektedir. Yazara göre sosyal bilim uzmanları istatistik geçerlik testleriyle anlamlı korelasyon çiftleri bulabilir veya grafik bir temsilden hareketle bir konu hakkında fikir edinebilir. Bilimsel betimlemeler, hiçbir zaman mükemmel veya kesin olmasalar da bilimsel süreci gözlemcinin perspektifinde genel bir düzeyde tanımlama olanağı sunmaktadır. Belirsizlik, araştırmacının zihinsel çerçevesinin öznel ve fenomenolojik bir yansımasıdır.

Dördüncü bölümde, Moles tarafından yapısalcılık ve bilimsel düşüncelerin modelleştirilmesi üzerine yöntemler önerilmiştir. Konuyu açıklarken disiplinler arası inceleleyen yazar, farklı disiplinlerdeki bilim insanlarının bir arada çalışmasıyla yaşanabilecek olası sorunları gözden geçirmek gerektiğini dile getirmiştir. Nitekim yazar disiplinler arası çalışma yürütmenin kolay olmadığını ve başka bir dili benimsemek gerektiğini düşünmektedir. Belirsizin bilimlerini modelleştirme fikrinde ise belirsizin bu şekilde anlaşılabilceği kanaatindedir.

Yazar beşinci bölümde, belirsizin bilimlerinin metodolojik yanlarını matematiksel işlemler ve tekniklerle izah etmiştir. Burada amaç belirsizin bilimlerini kesinliğe kavuşturmak değil kısmi de olsa bilinmeyenlerle ilgili bir öngörüye ulaşmaktır. Bu durum muğlaklıklarını azaltan bir dizi formülasyona ulaşmak, belirsiz kavramları birbirinden ayırt etmek ve adlandırmaya çalışmaktır. Moles, bilimsel düşüncenin bütünüyle deneye bağlı olmadığını mutlak surette altını çizmektedir.

Altıncı bölümde, belirsizin bilimleri içerisinde insan bilimlerinin durumu değerlendirilmektedir. Moles, insan bilimlerinin sıklıkla nicel yöntemleri kullandığını aktarmaktadır. Tüm bu yöntemler, bir bakıma belirsiz ilişkileri ve muğlak kavramları işlemek için oluşturulmuştur. Ancak insan bilimlerindeki araştırmacılar bu işlemleri kullanmak yerine daha önce keşfedilen “güvenli” bir alanda dolaşmakta, bilinmeyi öğrenme gayesinde bulunmamaktadır.

Yedinci bölümde, belirsizin bilimlerinde yaratma eylemi ve hata payı üzerine değerlendirmelerde bulunulmuştur. Moles, belirsizliğin hata payını arttırdığını; bir olayda, olguda belirsizliğin artmasıyla birlikte hata yapma riskinin artacağını savunmaktadır. Burada insan bilimlerinin/sosyal bilimlerin görevi, bir hakikati tanımak için sahip olunan sınırlı olanakları değerlendirmek ve deneysel alanda çözümlenemeyen konuları dikkate almaktır. Bu görev gerçekleştirilirken diyalektik bir şekilde kabul edilmesi gereken olgulardan birisi de hatalardır (2018:290). Hatalar, yaratıcı bir zihin aktivitesidir. Hakikate ise bu hatalar dizisinin düzeltilmesi ve belirsizliğin ilkelerini kabul etmek ile ulaşılabilir.

Yazar kitabın son bölümünü insan bilimlerindeki belirsizliği örneklemek açısından doğrudan mikro-psikolojiye ayırmıştır. Mikro-psikoloji, sıradan olan şeylerin ötesinde özel olanı belirleme ve gözlemleme eylemidir. Mikro-psikolojinin metodolojik altyapısını benzer vaka araştırmaları, mikro-senaryolar ve dramatizasyon ilkelerine dayanan araştırmalar oluşturmaktadır. Bu yöntemler bireysel veya toplumsal düzlemde olguları, olayları, durumları derinlemesine inceleme, ayrıntılarını görme olanağı sunmaktadır.

Moles’a göre insan bilimleri/sosyal bilimler ortaya çıkış süreçlerinden itibaren belirsizlikle (muğlaklık) karşı karşıyadır. Ancak belirsizin bilimlerinin gerçek bir yöntembilimi henüz oluşmamıştır. “Gizil” faktörlerin hep var olacağı bilgisinden hareketle, belirsizin bilimlerini tasnif eden ve değerlendiren farklı metodolojik yaklaşımlara ihtiyaç vardır. Moles, bu konudaki ihtiyacı “Belirsizin Bilimleri” adlı eserinde gerek nicel gerek nitel içerikli tespitlerle temellendirmiştir. Eserinde belirsizliğin ve olasılığın bilimsel ve felsefi alanlardaki rolünü tarihsel ve kültürel bir perspektiften incelemiştir.

Moles, belirsizlik ve bilgi arasındaki ilişkiyi irdeleyerek epistemolojik sorulara da yanıt aramaktadır. Belirsizlikle başa çıkmanın yollarını ve bu durumun bilgi üretme süreçleri üzerindeki etkilerini eserinde tartışmaktadır. Hem akademik hem de pratik bağlamda belirsizlikle ilgili derinlemesine bir analiz sunarak bilginin doğası ve sınırları hakkında değerlendirmelerde bulunmaktadır. Bu yaklaşımı, bilginin doğası ve sınırları hakkında felsefi tartışmaların genişlemesine katkı sunmaktadır.

Nihai olarak ifade edilmelidir ki Moles’un bu eseri özellikle matematik, fizik ve sosyal bilimlerin ulusal ve uluslararası akademik çevrelerde ilgi görmektedir. Kitabın yazım dili ve vermek istediği iletileri genel itibarıyla anlaşılır ve nettir. Bazı başlıklar altında aktarılan istatistiksel bilgilerin yer yer ölçme alanında uzmanlık gerektirdiği düşünülmektedir. İnsan bilimlerinin/sosyal bilimlerinin tarih boyunca kesinlik ve evrensel bulma arayışına yazar tarafından getirilen eleştiriler örneklerle net bir şekilde somutlaştırılmış, yapıcı çözüm önerileri getirebilmek için mevcut yöntemsel yaklaşımlar değerlendirilmiştir. Bu bakımdan, kesin ve kesin olmayan bilimlere dair ufuk açıcı bir nitelik taşıdığı düşünülerek yeni okuyuculara tavsiye edilmektedir.

KAYNAKÇA

Moles, A. (2018). Belirsizin Bilimleri: İnsan Bilimleri İçin Yeni Bir Epistemoloji. 5. Baskı. Nuri Bilgin (Çev.), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.