

**ECIDER**  
**6(2):2024**



# **Electronic Cumhuriyet Journal of Communication**

Published By

**Sivas Cumhuriyet University**

<http://ecider.cumhuriyet.edu.tr>

E-ISSN: 2667-4246

**Electronic Cumhuriyet Journal of Communication**  
**Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi- ECIDER**

**e-ISSN: 2667-4246**

**Volume / Cilt 6 | Issue / Sayı 2**

**Pages / Sayfa: 55-111**

**December / Aralık 2024**

**<http://ecider.cumhuriyet.edu.tr>**

**Electronic Cumhuriyet Journal of Communication**  
**Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi- ECIDER**

**Publisher/Yayıncı**

Sivas Cumhuriyet University, Faculty of Communication  
Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İletişim Fakültesi  
Prof. Dr. Mustafa GÜLMEZ

II

**Editor-in-Chief**

Assoc. Prof. Dr. Erkan Arslan

**Editör**

Doç. Dr. Erkan Arslan

**Field Editors**

Assoc. Prof. Özgür İPEK  
Assoc. Prof. Ömer AYDINLIOĞLU  
Asst. Prof. Meltem YILMAZ BİLECEN  
Asst. Prof. Kadir BENDAŞ  
Asst. Prof. Yusufcan KARAOĞLU  
Asst. Prof. M. Safa KARATAŞ

**Alan Editörleri**

Doç. Dr. Ömer AYDINLIOĞLU  
Doç. Dr. Özgür İPEK  
Dr. Öğr. Üyesi Meltem YILMAZ BİLECEN  
Dr. Öğr. Üyesi Kadir BENDAŞ  
Dr. Öğr. Üyesi Yusufcan KARAOĞLU  
Dr. Öğr. Üyesi M. Safa KARATAŞ

**Statistics Editor**

Asst. Prof. Ebuzer ARSLAN

**İstatistik Editörü**

Dr. Öğr. Üyesi Ebuzer ARSLAN

**Foreign Language Editors**

Lect. Enes ÖZBAY

**Yabancı Dil Editörleri**

Öğr. Gör. Enes ÖZBAY

**Final Reader / Proof Reading**

Asst. Prof. Oğuz Selim KOBAZA

**Son Okuyucu**

Dr. Öğr. Üyesi Oğuz Selim KOBAZA

**Technical Check and Layout Assistants**

Res. Asst. Özcan BATCI  
Res. Asst. Banu POLAT BİRİŞİK

**Teknik Kontrol ve Mizanpaj Sorumluları**

Arş. Gör. Özcan BATCI  
Arş. Gör. Banu POLAT BİRİŞİK

**Contact**

Res. Asst. Leyla ÖZKAPLAN  
Res. Asst. Mert SUSUR

**İletişim**

Arş. Gör. Leyla ÖZKAPLAN  
Arş. Gör. Mert SUSUR

Tel: 03464870000 Internal:4555  
Email: ecider@cumhuriyet.edu.tr

Tel: 03464870000 Dahili:4555  
Email: ecider@cumhuriyet.edu.tr

### **Publication Board/ Yayın Kurulu (6-2)**

Prof. Dr. Mahmut AKPINAR (Sivas Cumhuriyet Üniversitesi - Türkiye)

Prof. Dr. Murat TOKSARI (Sivas Cumhuriyet Üniversitesi - Türkiye)

Prof. Dr. Ümit ARKLAN (Süleyman Demirel Üniversitesi - Türkiye)

Prof. Dr. Zekiye TAMER (Sivas Cumhuriyet Üniversitesi - Türkiye)

Doç. Dr. Dilara Nergishan KOÇER (Sivas Cumhuriyet Üniversitesi - Türkiye)

Doç. Dr. Erkan ARSLAN (Sivas Cumhuriyet Üniversitesi - Türkiye)

Doç. Dr. Fikriye ÇELİK (Sivas Cumhuriyet Üniversitesi - Türkiye)

Doç. Dr. Ömer AYDINLIOĞLU (Sivas Cumhuriyet Üniversitesi - Türkiye)

Doç. Dr. Özgür İPEK (Sivas Cumhuriyet Üniversitesi - Türkiye)

Doç. Dr. Sefer DARICI (Sivas Cumhuriyet Üniversitesi - Türkiye)

Doç. Dr. Şebnem ÖZDEMİR (Sivas Cumhuriyet Üniversitesi - Türkiye)

Doç. Dr. Yılmaz DAŞLI (Sivas Cumhuriyet Üniversitesi - Türkiye)

Dr. Öğr. Üyesi İsmail DEMİRBAĞ (Sivas Cumhuriyet Üniversitesi - Türkiye)

Dr. Öğr. Üyesi Kadir BENDAŞ (Sivas Cumhuriyet Üniversitesi - Türkiye)

Dr. Öğr. Üyesi Meltem YILMAZ BİLECEN (Sivas Cumhuriyet Üniversitesi - Türkiye)

\* Kurul üyeleri unvan ve isme göre alfabetik sıralanmıştır.

## Indexing / Indeksler (6-2)

Academic Journal Index

Paperity

DRJI

EuroPub

Asos Index

JournalFactor

Google Scholar

OCLC Worldcat

## Advisory Board / Danışma Kurulu (6-2)

Prof. Dr. Enderhan KARAKOÇ (Selçuk Üniversitesi - Türkiye)

V

Prof. Dr. Fevzi KASAP (Yakın Doğu Üniversitesi - KKTC)

Prof. Dr. Hakan TEMİZTÜRK (Atatürk Üniversitesi - Türkiye)

Prof. Dr. Hüseyin KÖSE (Atatürk Üniversitesi - Türkiye)

Prof. Dr. Meltem BOSTANCI (İstanbul Üniversitesi - Türkiye)

Prof. Dr. Naci İSPİR (Atatürk Üniversitesi - Türkiye)

Prof. Dr. Nüket ELPEZE ERGEÇ (Çukurova Üniversitesi - Türkiye)

Prof. Dr. Şükrü BALCI (Selçuk Üniversitesi - Türkiye)

Prof. Dr. Uğur YAVUZ (Atatürk Üniversitesi - Türkiye)

Prof. Dr. Veysel ÇAKMAK (Aksaray Üniversitesi - Türkiye)

Doç. Dr. Aytekin ZEYNALOVA (Bakü Devlet Üniversitesi, Azerbaycan)

Doç. Dr. Ersin DİKER (Gümüşhane Üniversitesi - Türkiye)

Doç. Dr. Gizem PARLAYANDEMİR (İstanbul Üniversitesi - Türkiye)

Doç. Dr. Gülçin ÖZDEMİR (İstanbul Üniversitesi - Türkiye)

Doç. Dr. Tüba KARAHİSAR (Uşak Üniversitesi - Türkiye)

Doç. Dr. Zeynep GÜLTEKİN AKÇAY (Sivas Cumhuriyet Üniversitesi - Türkiye)

Dr. Öğr. Üyesi Deniz KURTYILMAZ (Giresun Üniversitesi - Türkiye)

Assistant Professor Dr. Nino OMANADZE (Georgian Technical University - Georgia)

Yrd. Doç. Dr. Topçugül NARMAMATOVA (Kyrgyz-Turkish Manas University - Kyrgyz Republic)

\* Kurul Üyeleri unvan ve isme göre alfabetik sıralanmıştır.

**Board of Refree (Current Issue) / Hakem Kurulu (6-2)**

Doç. Dr. Merve Çelik Varol / Beykent Üniversitesi, Türkiye

VI

Doç. Dr. Halil Emre Deniz / Hakkari Üniversitesi, Türkiye

Doç. Dr. Selver Mertoğlu / Kastamonu Üniversitesi, Türkiye

Doç. Dr. Ender Büyüközkara / Sakarya Üniversitesi, Türkiye

Doç. Dr. Yasin Söğüt / Giresun Üniversitesi, Türkiye

Dr. Öğr. Üyesi Gülsemin Mısırlı / Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Türkiye

Dr. Öğr. Üyesi Murat Bayram / Bingöl Üniversitesi, Türkiye

Dr. Öğr. Üyesi HATİCE GENÇ / Akdeniz Üniversitesi, Türkiye

Öğr. Gör. Dr. Hasan Altıncık / Dicle Üniversitesi, Türkiye

Öğr. Gör. Dr. Ezgi Zengin Demirbilek / Kırklareli Üniversitesi, Türkiye

---

## Contents / İçindekiler (6-2)

---

### Editorial

II - VI

### Derleme Makaleler / Reviews

The Contemporary Appearance of Media Neutrality: The Decline of Science and Expertise  
Medya Tarafsızlığının Çağdaş Görünümü: Bilim ve Uzmanlığın Gerileyişi

**Ferdi SELİM**

55-61

### Araştırma Makaleleri / Research Articles

Deliberative Democracy in the Digital Age Opportunities and Challenges of Online Public Discourse  
Dijital Çağda Müzakereci Demokrasi: Çevrimiçi Kamusal Söylemin Fırsat ve Zorlukları

**Ali ÇİÇEK**

62-75

Basic Strategy and Interpretations of The Illusion of Freedom in The Digital Panopticon  
Dijital Panoptikon'da Özgürlük Yanılsamasının Temel Strateji ve Yorumları

**İbrahim Emre GÜNAY**

76-87

Tracing Advertising in Anatolia: A Study on Çankırı'da Duygu Gazetesi  
Anadolu'da Reklamın İzini Sürmek: Çankırı'da Duygu Gazetesi Üzerine Bir İnceleme

**Aytaç Burak DERELİ**

88-101

Semiotic Analysis of Memes Emphasising Metalinguistic Function  
Üstdilsel İşlevi Vurgulayan Memlerin Göstergibilimsel Açıdan Analizi

**İsmail DEMİRBAĞ, Özge Sinem İMRAĞ**

102-111





# Electronic Cumhuriyet Journal of Communication

| ecider.cumhuriyet.edu.tr |

Founded: 2017

Available online, ISSN: 2667-4246

Publisher: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

## The Contemporary Appearance of Media Neutrality: The Decline of Science and Expertise

Ferdî Selim<sup>1,a,\*</sup><sup>1</sup> Philosophy, Faculty of Literature, Sivas Cumhuriyet University, Sivas, Türkiye

### Compilation Article

#### History

Received: 28/09/2024  
Accepted: 26/11/2024

### ABSTRACT

Transparency in information and communication is very important for the health of societies. In particular, the democratic regime is based on the elections of people who have acquired a certain level of knowledge and have clear information. Information pollution is a serious threat to these societies. The information and technology age has positive functions for democracies in this direction. It has even created equal opportunities in terms of accessing information. However, the speed of data flow and distraction aside, especially the disinformation created requires you to find the more accurate one among dozens of comments for a simple subject. In particular, the algorithm and anonymity of social media, which is the subject of this study, make things more difficult. Today, defined as the post-truth era, the truth and reality have been attacked more in the world created through digital tools. Subjects living in irrelevant and irresponsible filter bubbles in the face of information act with their personal opinions and emotions. The social mission of science and expertise has visibly diminished. This study aims to initiate a philosophical discussion on the causes and solutions of this crisis regarding democracies. Since it is a subject that is certainly broad enough to cover many disciplines, some of it has been dealt with in this study. In this context, the loss of prestige of scientific knowledge, the flaws of social media communication and the dangers brought to the agenda by the so-called media neutrality have constituted the focus of the study. Finally, these problems have been evaluated from a philosophical perspective by pointing out the moral dimensions of the problems.

**Keywords:** Truth, post-truth, news, media neutrality, social media, science.

## Medya Tarafsızlığının Çağdaş Görünümü: Bilim ve Uzmanlığın Gerileyişi

#### Süreç

Geliş: 28/09/2024  
Kabul: 26/11/2024

#### Copyright



This work is licensed under  
Creative Commons  
Attribution 4.0 International  
License

### Öz

Bilgi ve iletişimde şeffaflık toplumların sağlığı için çok önemlidir. Özellikle demokrasi rejimi belirli bir bilgi seviyesini elde etmiş ve açık malumata sahip olan kimselerin seçimleri üzerine kuruludur. Bilgi kirliliği bu toplumlar için ciddi bir tehdittir. Bilgi ve teknoloji çağı bu doğrultuda demokrasiler için olumlu işlevlere sahiptir. Bilgiye ulaşma bakımından bile fırsat eşitliği yaratmıştır. Ancak veri akışının hızı ve dikkat dağınıklığı bir yana özellikle yaratılan dezenformasyon basit bir konu için onlarca yorumun arasında daha doğru olanı bulmanızı gerektirmektedir. Özellikle bu çalışmanın konusunu oluşturan sosyal medyanın algoritması ve anonim oluşu işleri daha güçleştirmektedir. Post-truth çağ olarak tanımlanan bugün ise dijital araçlar yoluyla yaratılan dünyada gerçek ve hakikat daha fazla saldırıya uğramıştır. Bilgi karşısında ilgisiz ve sorumsuz filtre balonlarında yaşayan özneler kişisel kanaat ve duygularıyla hareket etmektedirler. Bilim ve uzmanlığın toplumsal misyonu gözle görülür biçimde azalmıştır. Bu çalışma demokrasilerin ilgili bu kriz anının nedenleri ve çözümü üzerinde felsefi bir tartışmayı açmayı amaçlamaktadır. Mutlaka pek çok disiplini kapsayacak kadar geniş bir konu olması nedeniyle bu çalışmada problemlerin bir kısmıyla ilgilenilmiştir. Bu doğrultuda bilimsel bilginin saygınlığını yitirmesi, sosyal medya iletişiminin kusurları ve sözde medya tarafsızlığının gündeme getirmiş olduğu tehlikeler çalışmanın odak noktasını oluşturmuştur. Nihayet bu problemler felsefi bir perspektiften sorunların ahlaki boyutlarına işaret etmek yoluyla değerlendirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Hakikat, post-truth, haber, medya tarafsızlığı, sosyal medya, bilim.<sup>a</sup> ferdiselim@gmail.com

orcid.org/0000-0003-2576-4499

## Giriş

Bugün medya önemli bir kriz döneminden geçmektedir. Daha doğrusu bu kriz epistemolojik kaynaklı sorunlar yumağından oluşmaktadır. Felsefi anlamda bilgi, özne ile nesne arasındaki ilişkinin ürünü olarak tanımlanır. Öznenin algılama, açıklama, düşünme veya anlama aktarı aracılığıyla kurmuş olduğu bu ilişki ağı basit malumatlardan başlayarak ilişkinin mahiyetini tanımlamaya çalışan metafizik bilgilere kadar hiyerarşik bir şekilde sıralanır. Felsefi değeri sürekli önemsiz gibi görülmüş olsa da genel kanının aksine sanılar (doks) insan yaşamının büyük bir bölümünün sürdürülmesinin temel lokomotifidirler. Özellikle uzun bir ortak deneyimin ürünü olan gelenek ve görenekler böyledir. Ancak en üst biçimiyle pratik bir bilgelige neden olurlar. Küçümsenemeyecek bu irfan yine de Tanrı gözüyle şeyleri görmeye işaret eden epistemik teoria yaşamının altında kalmaktadır. Sınırları kesinlik, mutlaklık ve sarsılmazlık gibi kriterlerle çizilen episteme (doğru bilgi) ise insanın daha üst bir yetkinliğe ulaşarak metafizik alanın kapılarını aralayacağına dair entelektüel umudu barındırır (Aristotle, 1999, 1176b 8-9, 1177a 1-7). Doğru bilginin mümkünlüğü karşısında şüpheli tutumuyla bilinen Septik filozoflar bile akademik bir samimiyetle konu üzerinde araştırma yaparlar. Felsefi problem kişilerin benlik algısı, doğalarına dair farkındalık ve öğrenme yeteneği gibi çok geniş çaplı tartışmaları barındırır. Bu bilgiler ışığında epistemolojik krize ve medyada yer alan yansımalarına gelindiğinde özne ve onun reel ilişkilerinin sınırlarını kaldıran internet ve sanal özne denilen kullanıcıya dönüşmüş kimseler saf bir benlik kavramının oluşumunda sorunlar yaşamaktadır. Çünkü özne Kant'ın özgün yorumuyla hem kendisini hem de bu sırada bilgiyi transandantal zemininde keşfetmektedir. Doğa deneyiminin olanağını vermiş olması şartıyla bu özne zaman ve mekân görüleri ve salt aklın kategorileri aracılığıyla şeyler hakkında bilgi edinir. Kısaca açıklanan bu şemada konuyla ilgisi olan kısım öznenin kendi kapasitesini keşfetme konusunda meziyetleridir. Ayrıca hem bilgiyle ilgili araştırması sırasında hem de pratik aklın kılavuzluğunda eylemlerinin maksimini belirlerken tarif edilen öznenin doğası hakkında iyimser tavrın varlığı dikkat çekicidir. Söz konusu bu Kopernik devriminin ifadesi kurucu temelini siyasi özne açısından da önemli sonuçları olmuştur (Kant, 2009, Bxvix). Fakat toplum, tarih ve yaşam dünyasının çeşitli bileşenlerinin öznenin yapıp etmelerini belirleme hususunda etkisi unutulmuş görünmektedir. Öznenin yalıtılması bir çeşit "güç ve kılavuz senin içinde" söyleminde olduğu gibi tek ve kesin bir merkezi otoriteye işaret etmektedir. Ancak köklerinden koparılmış öznenin gerçekten yalnızca rasyonel kararlar etrafında doğruya ulaşabileceği şüphelidir (Elias, 2000, s. 88-89). Bu güçlü şüphenin etkisiyle Postmodern görüş ve liberal kanat özgür düşünce ve özgür ekonomi görüşü etrafında bilginin merkezden çevrelere yayılmasını istemiştir. Bu görüş kendi başına tehlikeli görünmez. Hatta bilginin merkezden çevreye doğru yayılması gücün dağılması anlamında olumludur. Ama iş bilimsel ve teknik bilgiye, uzmanlığa

geldiğinde tartışma farklı bir düzleme sıçramaktadır. İtirazlar işte tam da buradadır. Kaldı ki, bu düzen bilgi edinme sırasında olduğu biçimiyle klasik felsefi ilişkiyi sekteye uğratmaktadır. Ayrıca bilginin seyyar metaforların taşınması üzerinden bir uyuşmaya indirgenmesi tehdidi artırır. Bugün gelinen noktada kültür endüstrisinin bir biçimine dönüşen sanal dünya ve araçları ile malumat bombardımanı dikkat dağınıklığına neden olmaktadır. Kolektif bilincin işgali pek çok eski yöntemi rafa kaldırmıştır. Bunun yanı sıra siyasi söylemde de yeni, işlevsiz bir döneme ulaşılmış olduğu özellikle belirtilmelidir. Nihayet böylece kamusal alan yanlış bilgi ve propagandayla meşgul edilmektedir. Politikacılar yalanları gerçekmiş gibi satmaya devam ederken halk nezdinde gerçekleri yalan diye göz ardı etmek çok yaygın bir tutum haline gelmektedir (Adorno ve Horkheimer, 2010; Arendt, 2018). Sosyal medya kaotik bu senaryoda sahte haberleri daha önce hayal edilemeyecek kadar hızlı bir şekilde daha uzağa yaymaktadır. Gazeteciler, delillerin yoğun bir şekilde bir tarafa yığıldığı durumlarda bile karşıt bakış açılarını hatalı bir şekilde dengeler ve vatandaşlar entelektüel olarak yankı odalarına hapsedilir. Komplo teorisyenleri gerçekliklere olan güveni baltalar ve popülist liderler kilit noktalara şüphe tohumları ekerler.

Epistemolojik tabanlı demokrasi krizi yalnızca felsefi tartışmaların değil politikacıların, sanatçıların veya medya organlarının gündemini de işgal etmektedir. Kısaca çağın hâkim anlatısı demokrasinin epistemolojik bir krizle karşı karşıya olduğu yönündedir. Bu iddianın popüler basında tekrarlandığını görmek çok olağandır. Vox'ta, David Roberts, "Amerika epistemik bir krizle karşı karşıya" cümlesi ile krize dikkat çeker. Boston Review'da, Michael P. Lynch'ın vurgusu ise şöyledir: "Epistemolojik bir kriz yaşıyoruz." The New York Times'ta David Brooks şöyle der: "Epistemolojik kriz içinde olan bir ülkede yaşıyoruz." The Atlantic'e verdiği röportajda Barack Obama, "Epistemolojik bir krize giriyoruz" iddiasında bulunur. Örnekler ABD'den seçilmiş olursa da dünya, hakikat krizinin güçlü erozyonu altındadır. Her şeyi hızlıca köklerinden söken kültürel deformasyon kişisel kanaatlerin ve kimlik siyasetinin gölgesinde yaşamaya zorlanmaktadır. Bu daha geniş bir anlatının parçası olarak anlaşılmalıdır. Bu krizin, hakikatin demokrasinin kalbindeki hak ettiği yere geri getirilerek çözülmesi gerekir. Büyünün bozulmasının ardından karşıt sesler, demokrasiyi kurtarmak için "epistemik kurallara saygı duyulmalıdır" (Lynch, 2021), "doğru bir şekilde yaşamalı ve hareket edilmelidir" (Reeves, 2021) ve "doğruyu yanlıştan ayırmak zorunludur" gibi varsayım ve önerilerle açıkça bilgi erozyonuna direnmek istemektedir.

Nisan 2017'de Time Dergisi 'Gerçek Öldü mü?' sorusunu gündeme getiren çarpıcı bir kapak yayınlamıştır. Bu yorumda "post-truth" çağda, hakikat kavramının öldüğü veya ölmekte olduğu bir kültüre işaret edilmektedir. Sergei Prozorov'un (2019, s. 29) yazdığı gibi, "post-truth siyaset hakikatin varlığını inkâr etmektedir." Sami Pihlström (2021, s. 2) de aynı şekilde şunları ileri sürer: "Hakikat kavramını tehlikeye atan bir kültürel durumda yaşıyoruz gibiyiz." Bu yoruma göre pek çok kişi ya

hakikat ile yanlış arasındaki ayırmadan vazgeçmiş ya da hakikat fikri karşısındaki genel eğilim karşısında umutsuzluğa kapılmıştır. Haack ise toplumun psikolojik resmini çekme konusunda başarısını gösterir şekilde şöyle der: Herkes sanki kavramın geçmiş bir dönemin kalıntısından başka bir şey değilmiş gibi davranmaktadır (Haack 2019, s. 261). Gerçekten de duyarsızlığın ilk izleri kişilerin kendi yargılarının mutlak kesinliğine dair içi doldurulmamış kör bir inançla donanmış olmalarında görülür. Kavram hakkında endişe duyan kimselerin sayısı en az kavramla suçlanan kişilerin sayısı kadardır. Peki herkes kendisini hep ilk cephede gösteriyorsa bir suçlu varsa eğer bunlar kimlerdir? Öz eleştirinin eksikliği ve mütevazı olmayan eylemler bilgi karşısında saygının yitirilmesine ve kişisel kanaatlerin doğru gibi görülmesine neden olur. Bu kimseler bu nedenle kendi duygu ve kanaatlerini gerçek gibi paylaşmaktan sakınmazlar.

Bernard Williams, Hakikat ve Doğruluk adlı kitabında doğruluğun bağlılık/sadakat ve samimiyetten oluştuğunu iddia eder. Doğruluk, gerçeğe inanmayı ve bir iyiyi hedeflemeyi gerektirir. Bu gerçeği elde etme yöntemlerini uygulamaya ve arzuların yargıları çarpıtmasına izin vermenin cazibesine direnmeye zorlar. Samimiyet, kişinin doğru olduğuna inandığı şeyi yararlı bir şekilde söylemesidir. Hakikat hem doğruluk hem de samimiyet gerektirdiğinden, siyasi kültürün giderek daha fazla iki uyumsuz tutumdan biri tarafından karakterize edildiğini düşünmek cazip gelir. Harry Frankfurt On Bullshit (Saçmalık Üzerine) adlı kitabında, kültürlerin samimiyet erdeminden giderek daha fazla yoksun kaldığını savunur. Ona göre, “kültürümüzün en belirgin özelliklerinden biri, çok fazla saçmalığın bulunmasıdır.” (Frankfurt, 2005, s. 1). Frankfurt, “samimiyet” kelimesini kullanmasa da saçmalayan kişilerin gerçek karşısındaki samimiyetsizliğini, “söylediği şeylerin gerçeği doğru tanımlayıp tanımlamadığını umursamayan” biçiminde açıklamasıyla doğrudan işaret eder (Frankfurt, 2005, s. 56). Başka bir deyişle saçmalığa varan zıvalıklar, doğru olduğuna inandığı şeyi söylemeye istekli olmayan ve etik bir kaçış ile samimiyetsiz bir üslupla gündemi uydurma şeylerle meşgul eden kimselerde görülür. İfadelerinin doğruluğu ya da yanlışlığı onları hiçbir şekilde ilgilendirmez. Foucault’un da doğru kimselerin niteliği olarak gösterdiği cesaret ve açık sözlülük (parrhesia) boşboğazlık anlamında bir zıvalama değildir. Aksine dürüstçe bir edimdir (Foucault, 2014; Selim, 2023).

İlginçtir ki Frankfurt, siyasi kültürün, demokratik vatandaşların siyasi konular hakkında bilgi sahibi olmasını bekleyerek saçmalıkları teşvik ettiğine inanır. Kendisi, “bir demokraside her şey hakkında veya en azından ülkesinin işlerinin yürütülmesiyle ilgili her şey hakkında fikir sahibi olmanın bir vatandaşın sorumluluğunda olduğu”nun yaygın olarak kabul edildiğini iddia etmektedir (Frankfurt, 2005, s. 63-64). Ona göre bu da saçmalığa yol açmaktadır. Bu konuda yine onun haklı şu yorumu kasıtlı çarpıtmanın bir biçimi olan saçmalıkların veya zıvalamaların nedenidir: “Koşullar birinin ne hakkında konuştuğunu bilmeden konuşmasını gerektirdiğinde saçmalık kaçınılmazdır” (Frankfurt 2005, 63). Doğruluk konusunda, insanların

hakkında görüş bildirmeleri beklenen konuların kapsamı, doğru şekilde görüş bildirebilecekleri konuların kapsamından daha geniştir. Samimiyet konusuna gelince, palavracı, örneğin cehaletini kabul ederek, iç dünyasını içtenlikle aktarmaya çalışmaz, aksine kendisini olduğundan daha fazlasını biliyormuş gibi göstermeye çalışır.

### **Yalan, Yanlış ve Aldatmada Rekor: Kişisel Kanaatler Dolaşıma Dâhil Oluyor**

Post-truth sahtekârlık, basit çarpıtma, uydurma ve yanıltma kökenli haberler ailesinden çok daha geniş bir sorun yelpazesine gönderme yapar (Tesich, 1992; McIntyre, 2018; Keyes, 2019). Mutlaka sahte haberler post-truth yalanları, görmezden gelmeleri ve kişisel kanaatleri beslemek ve geniş bir halk kitlesine ulaştırmak bakımından etkilidir. Bilginin dolaşımını bireyler ve sistem nezdinde kontrol etmek bakımından engelleyen hızlılık bilgi edinmek isteyen kullanıcıları belirli bir süzgeçten geçmeyen her tür malumatla karşılaştırmaktadır (Ball, 2017; Cvar, 2019). Haberin kaynağı, dağıtıcılar ve ortam hakkında kesin bir bilginin olmayışı bilgi artışının yanında bilgi kirliliğine (dezenformasyon) neden olmaktadır (Virillo, 2003). Sahte ve uydurma hesaplar, yanlış kullanıcılar bilgiyi çarpıtma konusunda pek mahirdir. Ayrıca kişileri yeniden kendi kanaatleri ile buluşturan “yankı odaları” ve kendi fikirleri içerisinde sıkıştıran “filtre balonları” tarafsız bir kararı gölgelemektedir. Yankı odaları ve ‘filtre balonları’, sosyal medya ile post-truth çağ arasındaki bu söylemsel bağlantının merkezinde yer alır. Bu terimler, “insanların benzer düşüncelere sahip kişilerle bir araya geldiği ve dolayısıyla kolektif olarak farklı bilgi ve görüşleri elediği” yolları ifade eder. Her kullanıcı, “geniş ölçekli alternatif gerçeklikler” oluşturan “bir filtre balonunun içinde sıkışıp kalmıştır” (Pariser, 2011). Bu gerçeklikler içerisinde bireylere yalnızca kabul ettikleri, işlerine gelen veya memnun eden bilgiler sunulmaktadır. Bu tür baloncukların yalnızca siyasi kutuplaşmaya yol açması nedeniyle değil, aynı zamanda kullanıcıları “bizi kandırmaya veya cesaretimizi kırmaya çalışanların kasıtlı saldırılarına karşı savunmasız hale getirmesi nedeniyle” demokrasiye temel bir tehdit oluşturmaktadır. Sosyal medya platformlarının her bir kullanıcıyı bir tür haber üreticisi haline getirmiş olduğu düşünüldüğünde bu mecraların haber ağını ne kadar darmadağın ettiği ortadadır. Badiou’nun ifadesiyle durum insanları “alacakaranlık bir ortam”da hakikati aramak gibi baştan bozuk bir sürece itmektedir. İsrarla vurgulanmak istendiği gibi, “sahte veya uydurulmuş haberler, açıkça ‘tıklamalar’ ve ‘görüntülemeler’ yoluyla yayılır ve ayrıca yanıltmak ve yanlış bilgilendirmek için kullanılır” (Cooke, 2018, s. vii). Bundan, post-truth çağda nesnel gerçeklerin, ortak yargılara varmada ve kamuoyunun yönlendirilmesinde kişisel görüşlerden veya duygulardan daha az belirleyici olduğu varsayımı çıkar (Villena, 2017).

Gerçek olmayan bir haberin başarılı bir şekilde iletilebilmesi ve insanları ikna edebilmesi ve daha önemlisi inandırıcı olması için, genellikle gerçek gibi görünmesi gerekir. Aksi takdirde kitlesel dağılıma kapasitesini ve

güvenilirliğini yitirir ve nihayet zamanında bilgi olarak görülmeye şansı, içerdiği mesajı doğrulamaya ve yeniden dağıtmaya istekli takipçileri, izleyicileri ve haber tüketicilerini kaybeder. Yani, yanlış olan şey, yanlış olsa bile, referans ve önem dairesi (semantik) zihinsel çerçevesi içinde anlam ifade ettiği için güvenilir olarak yorumlanabilir. Gerçek haberler ve yanlış haber hikâyeleri, muhatapların biçimler ve içerikler arasında gezindiği, duyuları ve ayırt etme yetenekleriyle ilk önce duyguları uyandırabilecek her şeye karşı uyanık olduğu ve belki de daha sonra gerçekleri keşfetme ve bunlar üzerinde düşünme konusunda ilgilerini uyandırabileceği iletişim alanındaki kendi önyargılarıyla aynı çerçevede rekabet eder. Öznenin durup incelediği bilgi, genellikle önceden var olan inançlarını duygularıyla eşleştirmelerine olanak tanıyan bilgidir, yani McIntyre'ın "bilişsel önyargı" (2018, s. 65–83) dediği şeydir. Alıcının inançlarıyla uyuşmayan bilgileri reddederek, uyuştuğunu varsayıp doğru kabul ettiği bu bilişsel önyargı, 'ters tepme etkisi' olarak bilinir (Nyhan ve Reifler, 2010). Genellikle, "bu tür okuyucu anlatılanların veya medyanın yorumunun doğruluğunu bile aramaya zahmet etmez. Yalnızca doğru olabilmesi yeterlidir" (Rodrigo-Alsina ve Cerqueira, 2019, s. 228). Bu önyargı yalnızca okuyucunun veya kullanıcının gerçek bilgi içeriğine erişme olasılığını zayıflatmakla kalmaz, aynı zamanda gerçek manipüle edildiğinden hem iletişimsel hem de bilişsel işlevler olumsuz yönde değişir ve bu da er ya da geç medya ve bilgi kaynaklarıyla kurulabilecek ilişkinin temel dışlısı olan güvenilirliği etkiler. Benzer şekilde, belirttiğimiz gibi, "sosyal ağlar, ekonomik, politik veya iletişimsel gücün farklı merkezlerinde geliştirilen iletişime bir alternatiftir ve bu merkezlerden yayılan bilgileri karşılaştırmamıza olanak tanır" (Rodrigo-Alsina ve Cerqueira, 2019, s. 231). Ancak vatandaşlar çoğu zaman bu bilgileri aldıktan sonra, bunu dağıtarak duyururlar ve böylece birçok durumda geçerlilik kazandırır. "Gerçekler, çerçeve sistemleri açısından anlam ifade eder, aksi takdirde göz ardı edilirler." (Lakoff, 2010, s. 73). Bu, böyle bir çerçeve sisteminin gerçekliğin bir düzenleyicisi olarak hizmet ettiğini açıkça ortaya koyar. Bu, Garranza (2001) tarafından çerçeveleme teorisi olarak adlandırılır. McIntyre (2018, s. 77), "bir özneye duygusal olarak etkileşime girdiğimizde, tüm deneysel kanıtların iyi akıl yürütme yeteneğimizin muhtemelen bozulacağını gösterdiğine" ikna olmuştur. Hayati bu duygusallık, sahte haber tüketicilerinin kendilerini büyük ölçüde Facebook ve Twitter gibi sosyal ağlar tarafından mümkün kılınan büyülü dünyalarda yaşarken hayal etmelerine olanak tanımış olabilir (Castells, 2008).

Tekrar medyada tarafsızlık konusunda aldatıcı ısrara dönmek gerekirse format, televizyonda tanıdık bir uygulamadır. Sunucu, bölünmüş bir ekranın bir tarafında seçkin bir bilim insanı, uzman veya aydını, diğer tarafında ise (herhangi bir bilimsel yeterliliği olsun ya da olmasın) bir "şüpheli" sunar ve onlara "davalarını ortaya koymaları" için eşit süre verir. Şüphelinin, bazı bilimsel kanıtların "kanıtlanmamış" olduğunu söylemesine izin verilir ve bilim adamından, şüpheli tarafından ortaya atılan en gülünç komplo ve görevi kötüye kullanma iddialarına yanıt

vermesi istenir. Her birinin konuşma sırası geçildikten sonra, sunucu konuyu "tartışmalı" olarak telaffuz eder ve ardından "siz karar verin" dercesine seyirciye döner. Bu beğenilen güçlü formatta olduğu gibi, "Medyadaki pek çok kişi, 'denge' arayışında, gazetecilerin en büyük görevinin gerçeği ortaya çıkarmak olduğunu unutmuş gibi davranmaktadır" (Cvar, 2019).

Bilim ve uzmanlık karşısında bilinçli tepki ise "bilimsel bilginin yanlışlamaya açık olması" görüşü üzerinden ilerler. Pozitivizmin güçlü etkisiyle şeyleri bir ilerleme altında inceleyen düşünürler pozitif çağı yüceltmislerdir. Örneğin Comte dini, metafizik dönemlerin ardından pozitif çağdan söz etmiştir. Felsefi görüşün geri çekildiği bu dönemde yalnızca olgular bilgiye neden olacak argümanlar olarak görülmüştür. Mantıkçı pozitivistler bu düşünceyi dildeki metafiziksel öğeleri bilimsel olandan uzaklaştırma görevini felsefeye vermek yoluyla bir bilimsel jargon üretmişlerdir. Başlangıçta kendisi de bir mantıkçı pozitivist olarak gösterilen Karl Popper (kimi uzmanlara göre hep öyle kalmıştır), bilimsel yöntemin öne sürülmüş olunan hipotezi doğrulamaya çalışmak yerine yanlışlamanın daha doğru ve sağlıklı bir yol olduğunu iddia etmiştir. Bu görüşe göre bir önerme ne kadar fazla yanlışlanabilirse o kadar geçerlilik kazanmaktadır. Ayrıca doğrulamaya yönelik bir girişim psikolojik olarak öznel hipotezi yanlışlayan önermeyi dikkate alamayacak şekilde yönlü bir araştırmaya itmektedir. Bu nedenle örneklem evreni istemsizce olumlu yargılara odaklanacak bu varsayım uyuşmayan örnekleri dışarda bırakacaktır. Bu nedenle bilimsel bir demokratikliğin de yolu açılacak ve eski paradigmanın hissedilmeyen otoriterliği bertaraf edilebilecektir (Popper, 1960).

Bilim, evren hakkında yanlışlanabilir veya test edilebilir açıklamalar ve tahminler kümesi olarak bilgiyi organize etmek için sistematik bir çaba olarak tanımlanabilir. Buradaki anahtar kelimelerden biri test edilebilirlik veya yanlışlanabilirlik, bilimin dayandığı temel olarak vurgulanabilir. Bu muhtemelen bilimsel araştırmayı ruhsal araştırma gibi diğer araştırma biçimlerinden ayıran en önemli unsurdur.

### **Modern Bilim Versus Postmodern Bilim**

Bilim felsefesi alanında görüşleri devrimsel bir etki yaratmış, çağın büyük ve önemli filozoflarından birisi olan Karl Popper, bilim ile bilim dışı arasındaki sınırlayıcı bir görüş olarak yanlışlamacı bilimsel metodu dile getirmesiyle tanınır (Thornton, 2019). Popper, herhangi iki teori arasındaki (örneğin, Freud'un Psikanalitik teorisi ve Einstein'ın görelilik teorisi) temel farkın, Einstein'ın teorisindeki potansiyel yanlışlamaya yol açabilecek içsel 'risk' olduğunu tahmin etmiştir. Buna karşılık, psikanalitik teori, prensipte bile yanlışlanabilir değildir. Popper, başlangıçta bir teori olarak ortaya atıldığını kabul etmesine rağmen, Marksist teoriyi de eleştirmiştir. Gerçekten öngörücü bir teori; gerçekler yetersiz olduğunu gösterdiğinde, bu gerçekleri yansıtmak için özel hipotezlerin eklenmesiyle üzerinde çalışmalıdır. Böylece, bilimsel bir teori olan Marksizm, bir 'sahte bilimsel dogmaya' (Thornton, 2019) indirgenmiştir. Dolayısıyla Popper, bu 'teorilerin' ilkel mitlere benzediğini ve modern bilime uygun



olmayan taraflarının olduğunu düşünmüştür (Mitra, 2020). Bilimsel bilgi için yanlışlanabilir olmak test edilebilirlik anlamına gelir ve bu önemli bir niteliktir. Bir önerme ne kadar tümel olursa, hiçbir olguya işaret etmiyorsa ve herhangi bir şekilde yanlışlanmaya imkân vermiyorsa sanılanın aksine bilimsel olmaktan uzaklaşır. Bu deneyimler Popper'ı bilimsel bilgiyi bilim olmayan şeylerden ayırmak için bir kıstas olarak yanlışlanabilirliği kullanmaya yöneltmiştir. Bir teori, mümkün olan tüm deneysel gözlemlerden en az bir veya daha fazlasıyla uyumsuz olma potansiyeline sahipse bilimsel kabul edilirken, olası tüm deneysel gözlemlerle uyumlu olan bir teori, ya ex-post bu gözlemleri (gözden geçirilmiş gibi) karşılamak için bir temel (Marksizm) veya tüm olası gözlemlerle uyumlu olacak şekilde geliştirilmişse (psikanalitik teoriler gibi) bilimsel değildir. Bilimsel olmayan, yanlışlanamayan bir teori, teknolojinin gelişmesiyle ve/veya teorinin daha da rafine edilmesiyle bilimsel hale gelebilir. Popper, bilimsel bir teorinin, belirli olayları yasaklaması bakımından yasaklayıcı olduğunu ileri sürer. Bu nedenle, böyle bir teorinin test edilmesi ve yanlışlanması mümkün olsa da mantıksal doğrulama mümkün değildir (Popper, 1972). Dolayısıyla, bir teorinin yıllarca çok sıkı testlerden geçtikten sonra bile doğrulandığı varsayılmamalıdır. Söylenilecek en fazla şey, oldukça doğrulanmış olması ve en iyi olarak derecelendirilmeye aday olmasıdır (Mitra, 2020).

Popper açık bir toplumda bilginin üretilmesi, iletilmesi ve yaygınlaştırılması anlamında eleştiriye açıklığı bilimsel olmanın kriterleri anlamında şeffaflık, eleştiriye açık olma gibi nitelikler üzerinden vurgulamıştır. Açık toplum kavramı Platon'un devletinin aksine kimsenin sansürlenmediği ve şeffaf bir iletişime müsaade edilen bir toplum olarak açıklanabilir. Yine böyle bir toplumda bilginin iletimi yalnızca yukarıdan aşağıya değil tam aksi yönde de sağlanmaktadır. Fakat her bilgi türü henüz eşitlenmiş değildir. Açık toplum yine de bilimsel bilginin rüştünü kabul etmekle birlikte bu tür bilginin metafizikte veya dini bilgide olduğu gibi kutsanması karşısında ihtiyatlıdır. Fakat bu iddia radikal görüşleri kamusal alana çağırarak bakımından daha etkilidir. Bilim felsefesinin tarihine bakıldığında böyle olduğu da görülmektedir. Üzerinde durduğunuz zeminin daha fazla kayganlaştığı veya dünyanın daha hızlı dönmeye başladığı bir çağ olarak postmodern dönemin yaygın etkisi bilimsel görüşlere de sıçramıştır. Bilim anarşisti olarak tanınan Paul Feyerabend, "demokratik bir toplumda bilim"den söz ederken bilimsel bilginin bir put olarak görülmemesi noktasında haklı bir adım atmıştır ama demokratik bireylerin neye inanacağı noktasında bir eşitleme yaptığından yanılmıştır (Feyerabend, 1999). Bir taviz olarak gösterilebilecek kişisel tercih sanki bilgi bakımından bu verilerin eş değerinde olduğu kanısını yaratmıştır. Yalnızca bilimsel otoriterliğe bir muhalefet olarak gösterilebilecek cümleler felsefe tarihine hâkim olan güçlü ayrımlardan olan bilgi ile inanma arasındaki farkın sınırlarını kaldırmış gibidir. Fal ve büyüye inanmakla bilimsel bilgiye inanmak tercihini ve ardından karşılaşılabilecek sonuçları uzmanlık açısından bir uyarıda bulunmadan ve bilgi eksikliğini gidermeden insanlara "hadi birini seçin" demek demokratik bir intihardır. Bu bilimin terk ettiği alanları şarlatanlığa bırakmak riskini taşır. Açıkçası bilimsel bir sahada gerçekçi bile olsa bu disiplin dışındaki kimselerin söz söylemesi bile

görece sakıncalıdır. İlgili söz mercii ister felsefe ister din isterse sanat olsun. Bu sahadan öteki düşünceler kovulmalıdır. Bu iddia tersine yönde bilimsel bilginin çözemeyeceği ve hatta saygınlığını yitirmesine neden olacak tartışmalar için de böyledir. Bu doğrultuda bilim her şeyi çözer cümlesi de eşit derecede sorunlu bir yargıdır. Yaşam ve insan irrasyonel tarafları olan bir birliktir. Bilimsel bilgi ve metafizik bu yolu birlikte yürümek zorundalar ancak belirgin olgularla ve gerçeklikle mücadele etmek kimsenin yararına değildir. Postmodern çağrı merkezsizliği haklı bazı nedenlerle isterken akışkan bir modernitenin büyüüne kapılmaktan da ihtiyatla kaçınılmalıdır (Bauman, 2019).

Bilim ve bilim olmayan arasında çizilmeye çalışılan bu sınır çizgisi pratiğe gelindiğinde kolaylıkla tespit edilememektedir. Özellikle dijital çağ bilgi bombardımanı altında buna izin vermemektedir. Bununla birlikte yaratılan dezenformasyon gerçeklik ve hakikat karşısındaki saygıyı azaltırken bilginin sağlıklı dolaşımında gerekli olan samimiyeti sekteye uğratır. Bu doğrultuda medya, bilginin dolaşımı anlamında en etkili kurumdur. Fakat bu görev bilgiyi öğretmek şeklinde ne bir eğitim kurumu ne de bunları yargılamak bakımından yargı kurumu biçimindedir. Bilgi karşısında medyanın konumunun ne olacağına açık bir tespiti önemli görünmektedir.

Son olarak postmodernizmin aşırı ve polemiksel 'bilimselciliğinin' labirentinde sıkışıp kalmamız veya kaybolmamız gerektiğini belirtmek gerekir. Zira postmodernistler birçok şey hakkında fikir ayrılığına düşseler bile, postmodernizmin mutlakların, özlerin ve temellerin reddi olduğu gerçeği konusunda asla fikir ayrılığına düşmezler. Postmodernizmin çağdaş savunucularından biri olan Jean Francois Lyotard, Postmodern Durum adlı eserinde postmodernizmin "büyük anlatılara karşı inançsızlık" olduğunu söylediğinde anlamını özlü bir şekilde yakalar (Lyotard, 2013, s. 109). Bununla, bilgiyi meşrulaştırabileceğimiz veya bir teoriyi diğerine tercih etmeyi haklı çıkarabileceğimiz büyük, evrensel, tarih ötesi, kültür ötesi bir şema, paradigma veya algoritma bulma çabalarımızı terk etmemiz gerektiğini kasteder. Büyük bir norm arayışını terk ettiğimizde, geriye heterojen, çoğulcu, kıyaslanamaz farklılıklar kalır. Fakat bu düşünce yinelemek gerekirse eş değer iki varsayım arasında olabilir. Gerçeklik ve bilgiyle inatlaşmak hatta ahlaki bir kötülüğe izin vermek yoluyla bilgi kirliliğine neden olmak kimsenin yararına değildir.

## Sonuç

Gerçeklik ve hakikat felsefi bir ide olmakla birlikte sağlıklı bir iletişimin ve toplumsal düzenin mihenk taşlarıdır. Kriz çığırkanlığının ötesinde halen hakikat karşısında mutlak bir vazgeçişin olmadığını veya olmaması gerektiğini ifade etmek gerekir. Ancak kişisel kanaatlerin belirleyici gücünün artış gösterdiği de inkâr edilemez. Bilginin akışının sağlıklı olduğunu gösteren kavramlar olan şeffaflık ve tarafsızlık konusunda ayrıca uyanık olunmalıdır. Bu noktada eşit olanlar arasında tarafsızlıktan söz edilebilir. Örneğin bilim ve sözde bilim arasındaki teknik ayrıma dair tespitin yanı sıra manipülatif bilim dışı söylemlerin elemine edildiği bir medya ortamının önemi ısrarla vurgulanmalıdır. Bilgide otoriterlik

güç istencine ve psikopolitikaya işaret edebilir. Yukarıdan aşağıya dağılan veri akışı öznenin gözetlenmesine ve psikolojik baskı ile yönlendirilmesine neden olabilir. Ancak postmodern söylem de tehlikeli yanlara sahiptir. “Hakikat kavramı olmadan- tıpkı bir nesne, sebep, düşünce, akıl yürütme, çıkarım veya kanıt olmadan yapmak gibi- ortak bir siyasi düşünce ve argüman zemini bulma fikrini kavramak zordur. Hakikat, düşünme, iddia etme, inanma, yargılama ve muhakeme gibi sezgisel kavramlarla o kadar yakından bağlantılıdır ki, onu geride bırakmanın ne anlama geldiğini anlamak bile zordur” (Cohen, 2009, s. 226).

Bilginin konumu, ulaşma ve teyit etme gibi adımların medya ve haberle yakın bir ilişkisi bulunmaktadır. Özellikle haberin (bilginin) kaynağını doğrulamak, güvenilirliğini belirlemek gibi edimlerin etik tarafı ağır basan bir rolü vardır. Çünkü olguların ve pek çok çalışmanın gösterdiği gibi, yanlış bilginin yayılmasının ardından haberin öncesindeki ortak bir algı anına dönmek artık mümkün değildir. Bir kişi veya bir olay hakkında yapılan haber (özellikle olumsuz haber) daha sonra tekzip edilmiş olsa bile ilgili yanlış bilginin neden olduğu kanıyı değiştirmek mümkün değildir. Haberle karşılaşanların doğal bir itki olarak kişisel kanaat ve fayda ile ilişkili değerlendirmeler yaptıkları görülmektedir. Yeniden belirtmek gerekirse, ne yazık ki, deneyim bize sahte bir haber çıktığında, onu engellemek için artık çok geç olduğunu gösterir. Tepki vermek çok önemli ancak gerçek haberlerin yayılması konusunda özverili ve cesaretli olmak daha da önemlidir. Bu yüzden ilk görevimiz dikkatli konuşmak ve politikalarımızı mümkün olan en şeffaf şekilde açıklamaktır (Böcskei, 2017).

Medya yanlışlığından korunmak, yanlış ve aldatıcı haberleri tanımak için dikkatli olmak gereklidir. Basit görünen bazı önlemler sanıldandan çok daha fazla etkili olabilirler. Örneğin sansasyonel başlıklar insanları psikolojik olarak kandırmaya çalışır ve insanlar bu sahte haberlere çabuk ikna olurlar. İnsanların çoğu sadece başlıkları okuyup içeriği okumadığı için, yalnızca ilgi çekici başlıklara dayanarak bunları paylaşır. Herhangi bir habere inanmadan önce analitik düşünmeyi bırakmamak gerekir. Mantıklılığını, dürüstlüğünü, misyonunu ve niyetini sorgulayın çünkü başlıklar daha fazla tıklama almak ve ilgi çekmek için gösterişli olabilir (Abdelhamid vd., 2014). Haberin kaynağını araştırın. Eğer şüpheli görünürse, aynı haberi saygın sitelerde kontrol ederek haberin özgünlüğünü değerlendirmek her zaman akıllıca olacaktır. Haberin doğruluğu için biraz daha derinlemesine araştırma yapılmalıdır. Saygın siteler haberi sayfalarına taşıyor olabilir, o anda haberin sahte olduğunu ima etmeli ve güvenilmemesi gerektiğini söylemelisiniz. Sitenin alıntı yaptığı kaynakları kontrol edin. Makalede alıntı yoksa veya geçerli bir habere bağlantı vermiyorsa, site büyük olasılıkla sahtedir. Haberi yayınlayan web sitesinin kurgusal olup olmadığına bakın, çünkü bazı web siteleri açıkça kurgusal olduklarını belirtir. İçeriği okumadan önce haberi yayınlayan web sitesinin kaynak URL'sini ve “hakkımızda” bölümünü kontrol edin (Ahmed vd., 2017). Yazım yanlışlarını, garip düzenleri, çok sayıda büyük harfi ve dramatik noktalama işaretlerini kontrol edin. Bunlar sahte haberlerin işaretleridir. Kaliteli kaynaklar her zaman yüksek düzeltmeye sahiptir ve sahte haberlerde olan dilbilgisi hataları yoktur.

Sahte sitelerde ise aksine bir sürü açılır pencere ve afiş reklamı bulunur (Corner, 2017; Cooke, 2018; D’Ancona, 2017).

Haber siteleri için uygulanabilecek bu öneri silsilesini sosyal medya için uygulamak çok kolay değildir. Haber kaynağının gerçek kişi olması ve kendisini tanıtır fotoğrafın ve bilgilerin olması son derece önemlidir. Son birkaç yıldır yüksek kazançlı haberler için sosyal medyaya güveniliyor ve internet sitelerinin basılı medyayı zayıflatan etkisinin bir benzeri klasik ve köklü medya siteleri dâhil haber siteleri üzerinde görülmektedir. Haberin doğasının dağıldığına bu bağlamda şahit olunmaktadır. İnsanların çoğu, birçok haber medyasının rutin olarak gerçek parçaları olan ve bireylerin düşüncelerini etkileyen yanlış bilgi ve aldatmacalar ürettiğine inanmaktadır. Sahte haberler demokratik sistemde büyük bir tehdittir ve dijital medyanın faydalarını korumak için bu konuyu ele alan tartışmaların sayısı artırılmalıdır. Bu nedenle insanların sahte haberlerin arkasına saklanmasını önlemek zorunludur. Bu doğrultuda çevrimiçi hesap verebilirlik güçlendirilmelidir. Herhangi bir haberi duyduktan sonra hemen paylaşmayın önce düşünün çünkü birçok haber kaynağı sahte haber üretme konusunda uzmanlaşmıştır. Ayrıca dijital medyada okuduğunuz her şey doğru değildir. Tıklanan, beğenilen, paylaşılan, re-tweetlenen, alıntılanan veya sabitlenen her şey başkalarını etkiler. Herhangi bir haberi paylaşmadan önce birkaç kez ve analitik bir biçimde düşünmek önemlidir.

### Extended Abstract

Philosophy, science and art are very important tools that humans have developed in order to cope with nature, to explain what is happening around them and finally to understand and convey it to others. More specifically, they are the elements that a happy life passes through. The historical story of humans as a being of reason, emotion and will can be summarized quickly in this way at the expense of missing the details. Apart from their talents, nature or how they behave due to their essence, an ideal human portrait has also been drawn. In fact, according to some, this situation is what suits their nature. In this direction, they are members of a kingdom of purposes. However, on the contrary, there have been those who have highlighted their selfish nature, such as Hobbes, who also talked about their bad side. With this nature, they are at least as prone to lying and deceiving as their positive structure, which led to innovations in science and other fields. In fact, this side has come to the forefront from time to time in certain periods of history. Environmental disasters, massacres, long wars that lasted for centuries can be considered the most important indicators of this. Today, “progress” in modern terms has brought us to the middle of a digital age. However, this age has brought spiritual problems to light more in addition to material development. We are in a post-truth period, a period in which lies and deception are on the rise, truth and reality are ignored, and science and expertise are devalued. The rise of the network society has changed the direction and form of information transfer in this context. News companies, which are important sources of information transfer, have given

way to social media users. Information of unknown sources occupies the public agenda. When we consider the algorithm of social media that highlights lies and the filter bubbles that confine it to its own beliefs and emotions, we witness that these platforms have shifted the axis of the democratic world with these aspects. The trivialization of scientific knowledge and the separation of knowledge from the ground of truth are a global threat. For example, the impartiality discourse seen in the media is like this. In a scientific subject or a discussion that requires expertise, leaving the result to the decision of the public without researching it within the framework of the "equal right to speak" discourse is problematic in terms of professional ethics. It is socially problematic to compete in front of the screen under the guise of impartiality for claims that are not equivalent discourses, for example, one side having science and expertise on the relevant subject and the other not, and competing on the screen under the guise of impartiality.

### Kaynakça

- Abdelhamid, N., Ayesha, A., & Thabtah, F. (2014). Phishing detection based associative classification data mining. *Expert Systems with Applications*, 41(13), 5948-5959.
- Ahmed, H., Traore, I., Saad, S. (2017). Detection of online fake news using n-gram analysis and machine learning techniques. *International Conference on Intelligent, Secure, and Dependable Systems in Distributed and Cloud Environments*. 127-138.
- Adorno, T. W. & Horkheimer, M. (2010). *Aydınlanmanın diyalektiği*. (N. Ünler, E. Öztarhan Karadoğan, Çev.). Kabcacı Yayınevi.
- Arendt, H. (2018). *Siyasette yalan: Pentagon belgeleri üzerine düşünceler*. (İ. Oranlı & B. Şeker, Çev.). Sel Yayıncılık.
- Aristotle (1999). *Nicomachean ethics*. (T. Irwin, Trans.). Indianapolis: Hackett Publishing Company.
- Ball, J. (2017). *Post-truth: how bullshit conquered the world*. Biteback Publishing.
- Bauman, Z. (2019). *Akışkan modernite*. (S. O. Çavuş, Çev.). Can Yayınları.
- Böcskei, B. (2017). "Post-truth politics" as the normal state of politics. *Tamara- Journal for Critical Organization Inquiry*. Vol. 15, Issue 3-4, 257-260
- Castells, M. (2008). *Ağ toplumunun yükselişi enformasyon çağı: ekonomi, toplum ve kültür*. Cilt 1-2, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Cooke, N. (2018). *Fake news and alternative facts. Information literacy in a post-truth era*. ALA Editions.
- Corner, J. (2017). *Fake News, Post-Truth and Media-Political Change*. *Media, Culture and Society*. 39 (7), 1100–1107.
- Cvar N., B. R. (2019). *Truth, post-truth, non-truth: new aestheticized digital regime of truth*. B. N. Rosemary Overell (der.). *Post-Truth and the Mediation of Reality: New Conjunctions*. Palgrave MacMillan, 79-107.
- D'Ancona, M. (2017). *Post truth: the new war on truth and how to fight back*. Ebury Press.
- Dahlgren, P. (2012). *Kamusal alan ve medya: yeni bir dönem mi?*. (H. Köse, Çev.). *İçinde Kamusal Alan*. (E. Dacheux, Der.). Ayrıntı Yayınları.
- Elias, N. (2000). *Zaman üzerine*. (V. Ataman, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Feyerabend, P. (1999). *Özgür bir toplumda bilim*. (A. Kardam, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Foucault, M. (2014). *Doğruyu söylemek*. (K. Eksen, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Frankfurt, Harry G. (2005). *On bullshit*. Princeton University Press.
- Greer S., Lynch J., Reeves A., Falkenbach M., Gingrich J., Cylus J., and Bamba C. (2021). *Ageing and health: The politics of better policies*. Cambridge University Press.
- Haack, S. (2019). *Post "post-truth": are we there yet?* *Theoria* 85(4): 258-275.
- Hannan, J. (2018). *Trolling ourselves to death? Social media and post-truth politics*. *European Journal of Communication*. 33(2), 214-226.
- Kant, I. (2009). *Critique of pure reason*. (P. Guyer & A. Wood, Trans.). Cambridge University Press.
- Keyes, R. (2019). *Hakikat sonrası çağ: günümüz dünyasında yalancılık ve aldatma*. Delidolu Yayınları.
- Lakoff, G. (2010). *Why it matters how we frames the environment*. *Environment Communication: A Journal of Nature and Culture*, 4(1), 70-81.
- Lynch, M. P. (2021). *Polarisation and the problem of spreading arrogance*. (A. Tanesini & M. P. Lynch, Ed.). *Polarisation, arrogance, and dogmatism: philosophical perspectives*, Routledge.
- Liotard Jean-F. (2013). *Postmodern durum*. (İ. Birkan, Çev.) Bilgesu Yayıncılık.
- McIntyre, L. (2018). *Post-truth*. London, Massachusetts Institute of Technology Press.
- Mitra, S. (2020). *An analysis of the falsification criterion of Karl Popper: A critical review*. *Tattva Journal of Philosophy*, 12(1), 1-18.
- Navarro F. & Carlos A. (2022). *Post-truth, media and power. A problem for the humanities*. *Comunicación y Hombre*, 18, 151-166.
- Nyhan, B. Y & Reifler, J. (2010). *When corrections fail: The persistence of political misperceptions*. *Political Behavior*, 32(2), 303-330.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the internet is hiding from you*. Penguin Press.
- Pihlström, S. (2021). *Pragmatist truth in the post-truth age: Sincerity, normativity, and humanism*. Cambridge University Press.
- Popper, K. R. (1960). *Truth, rationalism and the growth of science*. Presented at the International Congress for the Philosophy of Science, Stanford University Press.
- Popper, K. R. (1972). *Objective knowledge: An evolutionary approach*. Oxford University Press.
- Prozorov, S. (2019). *Why is there truth? Foucault in the age of post-truth politics*. *Constellations*, 26 (1), 18-30.
- Rodrigo-Alsina, M. y Cerqueira, L. (2019). *Periodismo, ética y posverdad*. *Cuadernos.info*, 44, 225-239.
- Selim, F. (2023). *Post-truth kavramı üzerine yeniden düşünmek*. *Kaygı. Bursa Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Felsefe Dergisi*. 22 (1), 498-543.
- Severin, W. J. & James W. Tankard. (1994). *İletişim kuramları: Kökenleri, yöntemleri ve kitle iletişim araçlarında kullanımları*. (A. A. Bir & N. S. Sever, Çev.). Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Tesch, S. (1992). *A government of lies*. *The Nation*, 254(1), 12-14.
- Thornton, S. (2019). *Karl Popper*. In *Stanford Encyclopedia of philosophy*.
- Tiercelin, C. (2021). *Post "post-truth": Still a long way to go*. *Revue Internationale de Philosophie*, 297 (3), 43-71.
- Villena, D. (2017). *Era posverdad. Comunicación, política y filosofía. Como parte del proyecto Era Posverdad*. *Comunicación, política y filosofía. Psicopraxia*, 1(1).
- Virilio, P. (2003). *Enformasyon bombası*. (K. Şahin, Çev.). Metis Yayınları.



# Electronic Cumhuriyet Journal of Communication

| ecider.cumhuriyet.edu.tr |

Founded: 2017

Available online, ISSN: 2667-4246

Publisher: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

## Deliberative Democracy in the Digital Age Opportunities and Challenges of Online Public Discourse

Ali Çiçek<sup>1,a,\*</sup>

<sup>1</sup>Marketing And Advertising, Yildizeli Vocational School, Sivas Cumhuriyet University, Sivas, Türkiye

### Research Article

#### History

Received: 12/09/2024  
Accepted: 15/11/2024

### ABSTRACT

This study examines the intersection between deliberative democracy and digital technologies, focusing on how online platforms influence public discourse and democratic engagement. The main purpose is to explore how digital technologies enhance inclusivity, speed, and scalability in deliberative processes while simultaneously raising concerns about misinformation, polarization, and exclusion. Drawing from the theoretical framework of deliberative democracy, which emphasizes rational discourse and public reasoning, the paper investigates the benefits and challenges that arise when deliberation moves online. Through case studies such as Iceland's crowdsourced constitution, global climate change discussions, and the role of social media during the 2020 U.S. election, the paper highlights how digital platforms facilitate rapid, large-scale deliberation and how they contribute to political fragmentation and echo chambers. The study employs a qualitative research methodology, analyzing the impact of digital platforms on deliberative processes through literature reviews and case studies. The hypothesis is that while digital platforms offer significant potential for enhancing democratic deliberation by broadening participation, they also present new risks to the integrity of public discourse, particularly due to misinformation and the manipulation of algorithms. Ultimately, the paper argues that deliberative democracy must adapt to the realities of the digital age by integrating online and offline deliberation, fostering digital literacy, and establishing regulatory frameworks for transparency and accountability. The findings offer theoretical contributions to understanding the relationship between digital technology and democracy while providing practical recommendations for enhancing the quality of digital public discourse.

**Keywords:** Deliberative democracy, Digital public discourse, Online platforms, Misinformation, Political polarization.

## Dijital Çağda Müzakereci Demokrasi: Çevrimiçi Kamusal Söylemin Fırsat ve Zorlukları

#### Süreç

Geliş: 12/09/2024  
Kabul: 15/11/2024

#### Copyright



This work is licensed under  
Creative Commons  
Attribution 4.0  
International License

### Öz

Bu çalışma, çevrimiçi platformların kamusal söylemi ve demokratik katılımı nasıl etkilediğine odaklanarak müzakereci demokrasi ile dijital teknolojiler arasındaki kesimi incelemektedir. Temel amaç, dijital teknolojilerin müzakereci süreçlerde kapsayıcılığı, hızı ve ölçeklenebilirliği nasıl artırdığını ve aynı zamanda yanlış bilgilendirme, kutuplaşma ve dışlama ile ilgili endişeleri nasıl artırdığını araştırmaktır. Rasyonel söylem ve kamusal akıl yürütmeyi vurgulayan müzakereci demokrasinin teorik çerçevesinden yola çıkan makale, müzakerecinin çevrimiçi ortama taşınmasıyla ortaya çıkan fayda ve zorlukları araştırmaktadır. İzlanda'nın kitle kaynaklı anayasası, küresel iklim değişikliği tartışmaları ve 2020 ABD seçimleri sırasında sosyal medyanın rolü gibi örneklerle, makale dijital platformların hızlı, büyük ölçekli müzakereyi nasıl kolaylaştırdığını, ancak aynı zamanda siyasi parçalanmaya ve yankı odalarına nasıl katkıda bulunduğunu vurgulamaktadır. Çalışma, dijital platformların müzakere süreçleri üzerindeki etkisini literatür taramaları ve vaka çalışmaları yoluyla analiz eden nitel bir araştırma metodolojisi kullanmaktadır. Çalışmanın hipotezi, dijital platformların katılımı genişleterek demokratik müzakereyi geliştirmek için önemli bir potansiyel sunarken, aynı zamanda özellikle yanlış bilgilendirme ve algoritmaların manipülasyonu nedeniyle kamusal söylemin bütünlüğüne yönelik yeni riskler ortaya çıkardığıdır. Sonuç olarak bu makale, müzakereci demokrasinin çevrimiçi ve çevrimdışı müzakereyi entegre ederek, dijital okuryazarlığı teşvik ederek ve şeffaflık ve hesap verebilirlik için düzenleyici çerçeveler oluşturarak dijital çağın gerçeklerine uyum sağlaması gerektiğini savunmaktadır. Bulgular, dijital teknoloji ve demokrasi arasındaki ilişkiyi anlamaya yönelik teorik katkılar sunarken, aynı zamanda dijital kamusal söylemin kalitesini artırmaya yönelik pratik öneriler de sağlamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Müzakereci demokrasi, dijital kamusal söylem, çevrimiçi platformlar, yanlış bilgilendirme, siyasi kutuplaşma.

<sup>a</sup> alicicek@mail.com

<sup>ORCID</sup> orcid.org/0000-0001-9875-2400

**How to Cite:** Çiçek, A. (2024). Deliberative Democracy in the Digital Age Opportunities and Challenges of Online Public Discourse, Electronic Cumhuriyet Journal of Communication, 6(2):62-75. DOI: 10.54089/ecider. 1549272



## Introduction

Especially after the collapse of most of the totalitarian socialist regimes that claimed to be 'people's democracies' at the end of the 1980s, the popularity of democracy as a social and political ideal started to increase all over the world. Although the collapse of socialist democracies initially increased the interest in liberal democracy, this was not sufficiently reflected in the theories of democracy. In other words, the collapse of totalitarian socialist regimes did not sufficiently contribute to liberal-democratic theory in gaining a prominent place in general political theory (Erdoğan, 2018, p. 85). This is because in the new theories of democracy, deliberative democracy, which emerged as a manifestation of collective understanding, has taken place against (and as an alternative to) liberal democracy, which aims to be the dominant factor. As a political theory, deliberative democracy emphasises the importance of rational public deliberation in democratic decision-making and advocates open, informed and inclusive debate as the basis for legitimate political processes. Unlike traditional democratic models that rely primarily on voting, deliberative democracy prioritises dialogue, reasoning and the exchange of different perspectives to shape public policy. This theory is based on the belief that through discussion and reflection, citizens can arrive at decisions that reflect the collective will and the common good better. This approach not only enhances the democratic process but also encourages more thoughtful and well-informed outcomes.

The rise of digital technologies has brought significant changes to the way public discourse unfolds (Altıncık, 2020). Social media platforms, online forums and other digital spaces have become essential tools for political participation, sharing information and communication. The Internet offers unprecedented opportunities for individuals around the world to participate in debates that were previously inaccessible to them, thus democratising public participation. However, the digitisation of public discourse brings some challenges with it particularly with regard to the quality and depth of conversations. The fast, fast-paced and often reactive nature of online interactions can inhibit the reflective, rational debate that deliberative democracy demands.

The intersection between deliberative democracy and the digital age is a critical area of study in contemporary political science (Choi, 2006; Simone, 2010). With the increasing influence of digital technologies on political processes, there is an urgent need to explore how these tools can be used to promote healthy democratic deliberation and vice versa. Digital platforms have transformed the public sphere into a more instantaneous, globalised and interactive space, but they also challenge many of the fundamental principles of deliberative democracy. Therefore, understanding how these two phenomena intersect is vital for addressing the current and future state of democratic governance (Arslan, 2018, p. 2871).

The aim of this study is to explore how digital platforms are reshaping deliberative democratic processes. In particular, the research will explore whether digital

technologies can foster a public sphere that promotes inclusive (Yolcu & Kaya, 2023, p. 687), informed and reasoned debate as envisaged by advocates of deliberative democracy. Given the proliferation of online communication channels, it is important to assess how these platforms affect the quality of public discourse and whether they are compatible with the core tenets of deliberative theory. One of the main purposes of this paper is also to assess the opportunities that digital technologies offer for enhancing deliberative democracy. This includes expanding access to public debate, increasing the diversity of voices in debate, and facilitating global dialogue across geographical boundaries. It will also demonstrate how online spaces can provide a potential ground for rational, evidence-based debate and participation in democratic processes.

The study will also address the challenges posed by digital platforms, in particular, the spread of misinformation, the rise of echo chambers and the breakdown of civility in public debate. The rapid dissemination of information, often without adequate consideration or verification, poses a fundamental threat to the integrity of public debate. Moreover, the anonymity provided by online platforms can lead to incivility, polarisation and the exclusion of minority voices (Chambers, 2021). By exploring these issues, this paper aims to provide a nuanced understanding of the dual role of digital technologies in both supporting and undermining deliberative democracy. In this regard, it seeks answers to the following research questions throughout the study:

1. What opportunities do digital technologies offer to enhance deliberative democracy? Digital platforms offer numerous opportunities to enhance public deliberation by widening participation and encouraging different perspectives. But how effectively do these platforms facilitate reasoned and reflective discourse, especially in political contexts? This question will explore whether digital technologies can create a deliberative environment in which rational debate and evidence-based discussion flourish.
2. What challenges do online platforms pose for the quality of public debate? While digital platforms increase accessibility, they also pose significant challenges to maintaining the quality of discourse. What role do algorithms, misinformation and political polarisation play in reducing the quality of the deliberative process? This research will explore how the digital public sphere, in some cases, facilitates shallow and divisive conversations rather than informed and constructive debate.
3. How can deliberative democracy theory adapt to the realities of the digital age? Given the changing landscape of public discourse, how can traditional theories of deliberative democracy evolve to accommodate the complexities of the digital age? This question will address whether existing deliberative models are flexible enough to integrate digital technologies or whether new frameworks are needed to ensure democratic legitimacy in the digital age.

The paper is organised into five main sections, each addressing a different aspect of the relationship between deliberative democracy and the digital age. First, the theoretical framework section will examine the basic tenets of deliberative democracy and highlight how this theory has traditionally been applied in democratic contexts. This section will also review relevant literature, including the work of key scholars such as Habermas, who conceptualised the public sphere as an arena for rational-critical debate. The transition from traditional public forums to digital spaces will be discussed in the context of how the digital public sphere has changed the dynamics of political participation and discourse.

In the second part, which deals with the opportunities offered by digital platforms, the positive potential of digital technologies for deliberative democracy will be analysed. It will examine how social media, blogs and other digital forums democratise access to public debate and enable marginalised groups to participate more in political discourse. It will also analyse case studies where online platforms have successfully facilitated high-quality public deliberation, particularly in the areas of participatory budgeting, policy development and civic activism.

The third section on the challenges of online public discourse will focus on the obstacles that digital platforms pose to effective deliberative democracy. Issues such as the rapid spread of misinformation, political polarisation and the influence of algorithms that prioritise sensational content will be critically examined. It will also consider how echo chambers and filter bubbles limit exposure to different points of view, leading to more fragmented and less informed public debate.

The fourth section, the case studies, will present real-world examples of how digital platforms have both enhanced and undermined deliberative processes. Case studies will include Iceland's crowdsourced constitution, which demonstrates the potential of online participation to promote inclusive public deliberation, and the US 2020 elections, where digital platforms played a controversial role in the deliberation processes and voter polarisation on climate change.

Finally, the conclusion will synthesise the key findings of the study and discuss how deliberative democracy theory can be adapted to the digital age. The paper will offer suggestions for policymakers, technologists and academics on how to create a healthier digital public sphere that supports meaningful public deliberation. It will also suggest future research directions, emphasising the need to continue exploring the intersection of digital technologies and deliberative democracy in an increasingly interconnected world. Through this trajectory of the study, the aim is to provide a comprehensive analysis of how digital technologies interact with deliberative democracy and to provide both a theoretical and practical understanding of this dynamic relationship.

### ***The Theoretical Framework of Deliberative Democracy and the Impact of Technology on Deliberation***

The term 'deliberative politics' was first used by Habermas in 1992 with reference to the concept of discourse. According to Habermas' understanding,

deliberative politics involve institutionalised discursive procedures for will formation and decision-making processes in constitutional political systems (Deitelhof, 2017, p. 528; Habermas, 1996). Habermas (1996, pp. 359-360) characterises the public sphere as a communication structure. This structure generates conflicts that are then resolved by the political system. The participants of the public sphere (members of society) have a dual position (Demir & Sesli, 2007, p. 275). On the one hand, they fulfil certain social roles as private individuals, and on the other hand, they participate in public communication. Public channels of communication thus merge with the private sphere. Habermas calls this connection the 'two-way model'. At the centre of deliberative politics, as he puts it, is a network of discourses and bargaining processes that are supposed to facilitate the rational resolution of pragmatic, moral and ethical questions (Podgórska-Rykala, 2024, pp. 159-160).

Deliberative democracy is, above all, a way of thinking about politics that emphasises public reasoning between citizens rather than the counting of votes or the authority of representatives (Parkinson, 2006, p. 1). Deliberative democracy refers to a discursive sociopolitical framework in which citizens share relevant information, engage in debates about social issues, form opinions and participate in political processes. Proponents of deliberative democracy believe that political dialogue and access to political information can improve the quality of individual opinions. If exposure to mass media and everyday conversations can lead to more informed decision-making, it is assumed that a structured system based on similar principles would yield even better results and form the basis of deliberative democracy (Sitembölükbaşı, 2005, p. 147).

Deliberative democracy is based on a basic premise. According to this premise, democratic legitimacy derives from the free and equal participation of citizens in public deliberation. In contrast to representative democracy, where legitimacy is primarily derived from periodic elections, deliberative democracy emphasises ongoing rational discourse and collective decision-making processes. Central to this theory is the concept of public reasoning, which requires citizens to engage in reasoned debate on issues of common concern rather than relying solely on self-interest or political power. In other words, deliberative democracy focuses on political debates, which are voluntary dialogues of a political nature conducted by free individuals without a defined goal or a set agenda. These debates enable citizens to connect their personal experiences with the wider political landscape. Although such debates typically take place in private settings, the content (such as information, issues and topics) is drawn from the political system and external sources, while the outcomes (such as public opinion, voting behaviour and participation) feedback and shape the political system (Kim, et al., 1999, p. 375; Sitembölükbaşı, 2005, p. 148).

The basic principles of deliberative democracy can be reduced to a few key elements: rational discourse, inclusiveness and the pursuit of the common good. Rational discourse requires participants in the public sphere to engage in logical and coherent arguments based on evidence in order to reach well-reasoned conclusions.

In this model, participants are expected to justify their positions, listen to opposing views and be open to revising their beliefs according to the strength of the arguments presented. Inclusiveness is another pillar of deliberative democracy. In this framework, the legitimacy of decisions depends on the extent to which all affected individuals or groups can participate in the deliberation process. This requires an open, accessible and diverse public sphere. Every voice should have the opportunity to be heard, regardless of its social, economic or political status. Inclusion is necessary not only to ensure justice but also to enrich the quality of public debate by including a wide range of perspectives. In deliberative democracy, public reasoning is essentially collective. Unlike individual voting preferences, which may be based on private interests, public reasoning is about reaching decisions that serve the common good. This ideal assumes that, through dialogue, citizens will agree on policies that reflect shared values and interests as well as considerations of justice and equity. Deliberative democracy therefore aims to do more than simply aggregate preferences; it aims to transform individual opinions into collective judgements through the process of reasoned debate (Hauser & Benoit-Barne, 2002; Hicks, 2002; Mansbridge, 2007).

The role of communication in deliberative democracy is extremely important. Habermas (2015, p. 358), one of the most prominent theorists in this field, argued that the public sphere, which is a space for open, rational debate among citizens, is the cornerstone of democratic legitimacy. According to Habermas, the norms that will be valid in a democratic society can only be the product of public debate between citizens. Only a political order based on actual public deliberation among citizens can give validity to norms that will bind everyone (Erdoğan, 2018, p. 90; Gaus, 2003, p. 123). This requires the construction of a public sphere that allows for equal participation and free communication. In other words, in the construction of a democratic society, there is a need for the existence of a public sphere where public negotiations can take place. This public space will form the basis for negotiation between the parties. Negotiation is possible through healthy communication. According to Habermas, communication is not only a means of expressing opinions but also a process through which democratic norms and values are negotiated and reaffirmed. Therefore, the quality of communication directly affects the legitimacy of democratic decisions. Deliberative democracy, then, is deeply rooted in the concept of communicative action, where dialogue aims to build mutual understanding and consensus (Habermas, 2023).

The rise of digital technologies has significantly changed the landscape of public discourse. The emergence of the Internet, social media, blogs and online forums has created a new form of the public sphere. This new form of public sphere is global, decentralised and highly interactive. This digital public sphere allows individuals from different backgrounds to participate in political debates that cross geographical and cultural boundaries. Theoretically, this has the potential to

enhance deliberative democracy by providing greater access to information and increasing opportunities for participation (Kreide, 2016). Social media platforms such as Twitter, Facebook and Reddit have become key venues for political participation and public deliberation. These platforms enable real-time communication between users, encouraging dialogue and debate on a scale not previously possible (Chambers, 2023). Similarly, blogs and online forums offer spaces for more in-depth discussion, allowing individuals to engage with complex issues in a more sustained manner. The participatory nature of these platforms is in line with the inclusiveness principle of deliberative democracy, as they offer a low barrier of entry for individuals who wish to voice their views.

In addition to social media, other digital tools such as podcasts, livestreams, and online petitions have further democratised public discourse. These platforms not only facilitate communication between citizens but also allow them to interact directly with policymakers and public figures. This interactive element is crucial for deliberative democracy as it creates a more dynamic and responsive public sphere where dialogue between citizens and their representatives is possible. On the other hand, digital technologies have also enabled the creation of new forms of civic engagement, such as participatory budgeting and crowdsourced policy development. In such cases, citizens are given a direct role in the decision-making process, often through online platforms where they can deliberate, propose solutions and vote on policy options. These initiatives exemplify how digital technologies can be used to promote more deliberative forms of democracy.

While digital technologies offer new opportunities for public deliberation, they also pose significant challenges to the traditional model of deliberative democracy. The existing literature on the intersection of technology and democratic theory highlights both the potential and pitfalls of the digital public sphere. One of the most important concerns is the quality of discourse that emerges on digital platforms. Unlike face-to-face deliberations, online interactions are often characterised by brevity, anonymity and lack of accountability, which can lead to shallow, polarised and even toxic debates (Kuehn & Salter, 2020). Some scholars have pointed out that the speed and immediacy of digital communication undermine the reflective nature of deliberation (Fasihullah et al., 2023; Khalil, 2024; McKay & Tenove, 2021). In traditional deliberative democracy models, participants are expected to reflect on various perspectives before coming to a conclusion. However, the fast-paced nature of social media and other online platforms encourages impulsive reactions rather than reasoned debate. As a result, public discourse on digital platforms can lack the depth and rigour required for effective deliberation.

Another challenge posed by digital technologies is the rise of echo chambers and filter bubbles, where individuals are exposed to information that is primarily aligned with their pre-existing beliefs (Ross Arguedas et al., 2022; Spohr, 2017). Algorithms on platforms such as Facebook and

YouTube often prioritise content that reinforces users' preferences, leading to a fragmented public sphere where different perspectives are underrepresented. This undermines the inclusiveness of deliberative democracy, as individuals are less likely to encounter and engage with opposing views. Moreover, the anonymity provided by digital platforms can lead to the spread of intolerance and misinformation. While anonymity protects freedom of expression, it often encourages behaviour that is less acceptable in face-to-face negotiations (Dutton et al., 2017). This can erode the norms of respectful dialogue that are central to deliberative democracy. Moreover, the proliferation of fake news and misinformation on digital platforms further complicates the deliberative process by distorting the information environment and making it difficult for citizens to engage in rational, evidence-based debate.

In addition to social media, other digital tools such as podcasts, livestreams, and online petitions have further democratised public discourse. These platforms not only facilitate communication between citizens but also allow them to interact directly with policymakers and public figures. This interactive element is crucial for deliberative democracy as it creates a more dynamic and responsive public sphere where dialogue between citizens and their representatives is possible. On the other hand, digital technologies have also enabled the creation of new forms of civic engagement, such as participatory budgeting and crowdsourced policy development. In such cases, citizens are given a direct role in the decision-making process, often through online platforms where they can deliberate, propose solutions and vote on policy options. These initiatives exemplify how digital technologies can be used to promote more deliberative forms of democracy.

While digital technologies offer new opportunities for public deliberation, they also pose significant challenges to the traditional model of deliberative democracy. The existing literature on the intersection of technology and democratic theory highlights both the potential and pitfalls of the digital public sphere. One of the most important concerns is the quality of discourse that emerges on digital platforms. Unlike face-to-face deliberations, online interactions are often characterised by brevity, anonymity and lack of accountability, which can lead to shallow, polarised and even toxic debates (Kuehn & Salter, 2020). Some scholars have pointed out that the speed and immediacy of digital communication undermine the reflective nature of deliberation (Fasihullah et al., 2023; Khalil, 2024; McKay & Tenove, 2021). In traditional deliberative democracy models, participants are expected to reflect on various perspectives before coming to a conclusion. However, the fast-paced nature of social media and other online platforms encourages impulsive reactions rather than reasoned debate. As a result, public discourse on digital platforms can lack the depth and rigour required for effective deliberation.

Despite these challenges, some scholars argue that digital technologies can enhance deliberative democracy if managed properly (Jaeger, 2005; Schlosberg et al.,

2008). For example, the use of algorithms to encourage diverse perspectives and fact-checked information can help reduce the effects of filter bubbles and misinformation. Similarly, online platforms that emphasise structured discussions, such as deliberative polling or moderated forums, can provide spaces for more meaningful deliberation (Dahlberg, 2007). In conclusion, the intersection of digital technologies and deliberative democracy is a complex and emerging field of study. While digital platforms offer new opportunities for public participation and deliberation, they also pose significant challenges to the traditional deliberative democracy model. Understanding how these technologies can be used to support rather than undermine democratic deliberation is crucial for the future of democratic governance in the digital age.

### ***Opportunities of the Digital Age and Global Deliberation***

One of the most promising opportunities that digital technologies offer for deliberative democracy is the promotion of inclusivity. Traditional forms of public deliberation often privilege certain voices over others due to geographical, socio-economic and educational barriers. However, digital platforms have the potential to break down these barriers by providing a space where individuals from diverse backgrounds can participate in political discourse. Social media platforms, blogs and online forums allow a much wider range of individuals to participate in conversations that were once dominated by elites (Weare, 2002, p. 662). In this sense, digital spaces pave the way for a more representative deliberative democracy. Furthermore, digital platforms offer traditionally marginalised groups such as ethnic minorities, women and those from low socio-economic backgrounds the opportunity to gain visibility in public deliberations. For example, low barriers to entry in online forums allow individuals without access to formal political forums to voice their views and challenge dominant narratives. In this way, digital platforms serve as democratising forces by increasing the diversity of voices in the public sphere. By giving previously marginalised groups a seat at the table, these platforms allow them to influence public discourse in unprecedented ways (Janssen & Kies, 2005).

Inclusion is not just about adding more voices to the conversation but about ensuring that these voices have influence. Digital platforms provide marginalised groups with the ability to build movements, advocate for change and hold powerful actors accountable. For example, movements such as Black Lives Matter and #MeToo have used social media to gain visibility and amplify voices previously marginalised in mainstream political discourse. By democratising access to public debate, these platforms have the potential to foster more equitable and inclusive deliberations that better reflect the full range of social perspectives. Digital technologies also democratise access to information (Helbing et al., 2023), which is a critical factor in improving the quality of public debate. In



traditional models of deliberative democracy, informed citizens are essential for reasoned debate. However, access to reliable information has often been limited to those with higher education or access to specific resources. The rise of the Internet has changed this dynamic, allowing citizens from all walks of life to access vast amounts of information through open data, digital archives and real-time updates (Storozhenko et al., 2023).

The availability of open data is particularly important for deliberative democracy. Government transparency initiatives and digital platforms hosting open data allow citizens to engage more deeply with political decisions (Simon et al., 2017). Citizens now have access to policy documents, economic statistics, environmental data and other vital information that was previously inaccessible or restricted to specialised circles. This transparency helps to level the playing field by enabling all participants in public discourse to engage with evidence and make informed contributions. Moreover, the internet allows for cross-referencing of sources, enabling citizens to check claims in real-time. The volume of information available, from scientific papers to live broadcasts of political events, can significantly enrich public debate. Well-informed citizens are more likely to engage in reasoned debate that takes into account various perspectives and empirical evidence. By expanding access to information, digital technologies encourage more informed and rational public deliberation, which is key to the legitimacy of deliberative democracy.

One of the most distinctive features of digital platforms is their ability to facilitate large-scale public deliberations at unprecedented speed. In traditional public forums, organising town halls or political meetings required significant resources, time and logistical planning. Digital platforms, however, allow for near-instantaneous communication between large numbers of people. The speed of digital platforms not only increases participation but also enables the rapid dissemination of information and ideas. For example, online town hall meetings can be organised quickly, and petitions can gather thousands of signatures within hours. Social media platforms allow for real-time participation, where public figures, experts and citizens can join discussions as events unfold. This immediacy creates a more dynamic form of deliberation where citizens are more directly connected to political developments and can respond quickly to changing circumstances.

Examples from online platforms illustrate how this scalability works in practice. For example, platforms such as Change.org enable large-scale petitions on important political issues by collecting millions of signatures in a short period of time. Similarly, online collaborative decision-making platforms such as Loomio allow citizens to participate in multi-country democratic decision-making processes. These examples illustrate how the internet has enhanced the ability to rapidly organise and scale up public deliberations and facilitate the participation of diverse populations in political processes on a global scale.

Perhaps one of the most important opportunities for deliberative democracy offered by digital technologies is the ability to transcend national borders. Traditional models of deliberative democracy are often limited by geographical constraints and focus on deliberation within the borders of a single nation-state. However, digital technologies offer the possibility of global deliberation on transnational issues such as climate change, human rights and economic inequality (Karin, 2010; Willis et al., 2022). The Internet has created a global public sphere where citizens from different countries can engage in dialogue and debate on common concerns. This interconnectedness fosters transnational solidarity, enabling the emergence of global movements that challenge not only national policies but also international institutions. For example, global climate justice movements such as Fridays for Future have harnessed the power of digital platforms to coordinate protests, share information, and build transcontinental networks (Sainz & Hanna, 2023).

Moreover, global deliberation through digital platforms enables citizens to hold international actors accountable. In the digital age, civil society organisations, intergovernmental organisations and multinational corporations are no longer isolated from public scrutiny. Through global campaigns, online petitions and social media advocacy, citizens can influence policy decisions at the international level. This capacity for global deliberation strengthens the normative basis of deliberative democracy by making it possible to address issues that affect humanity as a whole rather than limiting deliberation to national issues (Dryzek, 2006, pp. 104-105). While the global nature of digital deliberation offers great potential, it also brings new challenges, particularly in terms of representation and inclusivity. Questions arise as to whether all voices, especially those from less digitally connected regions, are adequately represented in these global debates. Moreover, the dominance of English as the lingua franca of digital platforms poses a barrier to full participation for non-English speakers. Nevertheless, the opportunity for global deliberation remains one of the most transformative aspects of digital technologies for deliberative democracy. However, despite some drawbacks, the digital age offers numerous opportunities to enhance deliberative democracy. By expanding inclusivity, democratising access to information, increasing the speed and scalability of public discourse, and facilitating global deliberation, digital technologies have the potential to create a more participatory and informed public sphere. However, these opportunities are not without challenges, which will be discussed in the following sections. The key is how deliberative democracy theory can harness the full potential of these digital tools while mitigating the associated risks.

### *Challenges in Online Public Discourse*

One of the biggest challenges for deliberative democracy in the digital age is the proliferation of misinformation (Chambers, 2021, p. 3). In a deliberative

model, the legitimacy of democratic decisions is based on informed, rational debate. However, the rise of digital platforms has created fertile ground for the rapid spread of misinformation that can seriously distort public discourse. Whether spread intentionally or unintentionally, misinformation undermines the rational deliberation necessary for a well-functioning democracy (Ball, 2021). When citizens engage with false or misleading information, their ability to make informed decisions is compromised, leading to poorly reasoned debate and skewed policy outcomes.

Echo chambers exacerbate this problem. Digital algorithms often prioritise content based on user preferences, creating an environment where individuals are only exposed to information that reinforces their pre-existing beliefs. This phenomenon, often referred to as an 'echo chamber', severely limits the diversity of perspectives that individuals encounter. As a result, citizens are more likely to align themselves into ideologically homogeneous groups, which reduces the likelihood of meaningful interaction with opposing views. In a deliberative democracy, this tendency towards intellectual isolation is a significant obstacle to cultivating a well-informed and engaged public (Terren & Borge-Bravo, 2021, p. 112). Furthermore, echo chambers can increase the spread of misinformation, as individuals in homogenous groups are more likely to share and verify false information without facing critical scrutiny from outsiders. The combination of misinformation and echo chambers creates a vicious cycle that not only undermines the quality of public debate but also deepens political divisions (Chen, 2022).

Digital platforms have also contributed to a significant increase in political polarisation, another major challenge to deliberative democracy (Ertugay, 2022, p. 36). In theory, deliberative democracy requires citizens to engage in constructive dialogue with the aim of finding common ground and reaching decisions based on reasoned debate. However, through their use of algorithms, online platforms have unintentionally contributed to political fragmentation. Algorithms are designed to maximise user engagement, often by promoting sensational content that appeals to emotional responses rather than rational deliberation (Rishel, 2011; Völker, 2019). Prioritising sensationalism over content can fuel polarisation, as individuals are more likely to encounter extreme viewpoints and less likely to engage in moderate and balanced discussions.

The increasing polarisation of political discourse is particularly evident on social media platforms, where interactions are often reduced to quick, emotionally charged posts. The fast-paced nature of these platforms, combined with the tendency to reward content that generates high levels of engagement, encourages individuals to take more extreme and uncompromising positions. This dynamic not only reduces the space for reasoned debate but also reinforces divisions between opposing groups. In this context, political discourse becomes less about persuasion and more about

reinforcing one's ideological identity. Moreover, the fragmentation of public discourse on digital platforms creates what Cass Sunstein (2006, 2014) calls 'information cascades', where individuals adopt the dominant views in their online communities without critically evaluating the information they receive. This leads to the fragmentation of the public sphere, with different groups having parallel conversations with little or no interaction between them. In a deliberative democracy, where the goal is to reach a collective understanding through dialogue, this fragmentation poses a fundamental challenge.

The anonymity provided by digital platforms also poses significant challenges to the maintenance of a deliberative public sphere. While anonymity can sometimes encourage free expression by allowing individuals to voice dissenting views without fear of reprisal, it can also encourage intolerance and toxic behaviour (Moore, 2018). On platforms such as Twitter and Reddit, the lack of accountability often leads to hostile and inflammatory interactions, undermining the norms of respect and rationality necessary for deliberative democracy.

Incivility in online discussions reduces the likelihood of meaningful negotiation. When individuals resort to personal attacks, insults or trolling, the focus shifts away from the substance of the discussion and towards unproductive conflict. This toxic environment discourages thoughtful engagement because many people do not want to engage in discussions that are likely to degenerate into hostility. In addition, incivility can marginalise certain voices, particularly those of women, minorities and other vulnerable groups who may be subject to targeted harassment in online spaces. The result is a public sphere in which certain groups are disproportionately silenced, further eroding the inclusivity required by deliberative democracy. Furthermore, the anonymity provided by digital platforms allows individuals to hide behind false identities or multiple accounts, contributing to the spread of misinformation and manipulation. Troll farms, bots and fake accounts have become tools that sow discord and disrupt public debate, often serving the interests of malicious actors rather than promoting genuine democratic debate (Asenbaum, 2018). The challenge, then, is to find a balance between protecting freedom of expression and ensuring that online spaces remain conducive to respectful and rational discourse.

Despite the promise of greater inclusion, digital platforms also perpetuate new forms of exclusion, particularly through the digital divide (Gerodimos, 2006, p. 28). While Internet access has increased significantly over the last two decades, significant inequalities persist in terms of who can participate in online public discourse. Socio-economic factors, geographical location and lack of digital literacy continue to exclude large segments of the population from meaningful participation in digital deliberations. In this context, the voices of those already marginalised in offline spaces risk further exclusion in the digital space. This problem is exacerbated by the concentration of power in the hands of a few technology

companies. Large platforms such as Facebook, Twitter and Google have enormous influence over the design of digital public spaces and shape the architecture of online deliberation in ways that are not always transparent or democratic. The algorithms that determine what content users see are often controlled by corporate interests, which may prioritise profit over the quality of public discourse. This centralisation of power raises important questions about the role of private companies in shaping democratic deliberation and the potential for bias in the design of digital platforms.

In addition to the digital divide, the dominance of English as the lingua franca of the internet creates another layer of exclusion. Non-English speakers often find themselves marginalised in global online discussions and unable to fully participate in transnational deliberations on issues that affect them. The exclusion of non-English speaking voices undermines the possibility of truly inclusive global deliberation, where different perspectives are heard and valued. The challenge for deliberative democracy in the digital age is to address these exclusions and create truly accessible online spaces for all. Challenges such as misinformation, polarisation, intolerance and exclusion pose formidable obstacles to realising the potential of digital platforms for deliberative democracy. While digital technologies have opened up new spaces for public discourse, they have also introduced new risks that need to be addressed if these spaces are to contribute meaningfully to democratic deliberation. Meeting these challenges requires a concerted effort to reform the design of digital platforms, promote digital literacy, and develop norms of civility and respect in online discussions. Only then can the promise of deliberative democracy in the digital age be fully realised. The next section will examine potential solutions and strategies for improving the quality of online public discourse.

### ***Deliberative Democracy Practices in Digital Programmes: The Icelandic Constitution, Climate Change Negotiations and the 2020 US Election***

In this section of the study, experiences of deliberative democracy through digital programmes are presented. Here, Iceland's constitution-making process between 2008 and 2013, digital negotiations on climate change, and finally the US presidential elections in 2020 are analysed.

#### ***Example 1: Iceland's Crowdsourced Constitution***

Iceland's crowdsourced constitution provides a pioneering example of digital deliberation and participatory democracy (Çağ, 2013, p. 72). Following the 2008 financial crisis, Iceland experienced deep public dissatisfaction with its political and financial elites, which contributed to the collapse of the economy. This led to widespread protests and demands for systemic change, including the drafting of a new constitution. What makes this initiative unique is the decision to involve the public

in the constitution drafting process through digital platforms. This experiment aimed to increase democratic legitimacy by harnessing the collective wisdom of Icelandic citizens (Popescu & Loveland, 2022). The process started with the National Assembly, where 950 randomly selected citizens gathered to discuss key constitutional issues. This was followed by the establishment of a Constitutional Council of 25 elected members. These council members started the process of drafting a new constitution, working in close cooperation with the public. Citizens were invited to participate in the process through social media platforms such as Facebook, Twitter and YouTube, through which they could submit proposals, comment on the proposals and follow the council's deliberations through live-streaming sessions. These platforms allowed for real-time feedback, creating a dynamic interaction between the council and the public (Burgess & Keating, 2013; Marinho et al., 2019).

One of the greatest strengths of Iceland's digital deliberations is its inclusiveness. The use of social media platforms opened up the constitutional drafting process to a wider segment of the population, especially young people who might otherwise have stayed away from traditional political processes. Moreover, by making the negotiations public, the process has achieved a high level of transparency, which has helped to rebuild public trust in the political system. The digital format allowed for continuous and iterative feedback, enabling the Constitutional Council to refine the document according to public opinion (Freeman, 2013). Despite these advantages, the initiative faced some important limitations. First, while social media platforms allowed for widespread participation, the debates often lacked depth. The short and fragmented nature of posts on platforms such as Facebook and Twitter did not allow for the lengthy and reasoned discussions necessary for effective deliberation. While citizens could comment on the proposals, there was limited opportunity for sustained, back-and-forth discussion that could enrich the deliberative process. Moreover, while the platform facilitated participation, it also excluded segments of the population that did not have access to the Internet or lacked the necessary digital literacy to participate meaningfully (Bani, 2012; Hudson, 2018).

Another critical constraint was that the constitution faced political resistance from entrenched elites. Despite overwhelming public support for the new constitution, demonstrated in a non-binding national referendum in which two-thirds of voters supported the draft, it was ultimately blocked by the Icelandic parliament. This highlights one of the key challenges of digital deliberation: while it can increase democratic participation at the grassroots, its success often depends on the willingness of traditional political institutions to accept the results (Hudson, 2018). In the case of Iceland, the innovative digital participation process was undermined by the lack of political will to enact the resulting document, raising questions about the effectiveness of such endeavours when confronted with entrenched power structures.

Nevertheless, the Icelandic experiment offers important lessons for future initiatives aiming to foster deliberative democracy through digital tools. It demonstrates the potential of digital platforms to increase citizen participation and transparency in policy-making. However, it also highlights the importance of designing processes that enable deeper and sustained deliberation and the need for institutional mechanisms that can translate digital participation into real political outcomes.

### **Example 2: Negotiations on Climate Change**

The global negotiation on climate change provides a compelling example of how digital platforms can facilitate transnational deliberation on pressing global issues. Given the complexity and scale of climate change, digital platforms provide a means for citizens, scientists, policymakers and activists around the world to engage in dialogue, share information and build consensus on how to address the crisis. Forums such as the United Nations “Youth Climate Summit” and the ‘Extinction Rebellion’ movement have used digital tools to stimulate wide-ranging debates on climate policy and environmental action.

One of the key advantages of digital platforms in this context is that they transcend national borders, enabling a truly global conversation. Unlike traditional forms of deliberation, which are often limited to national or local contexts, digital platforms allow participants from different geographical, cultural and socioeconomic backgrounds to engage in a single conversation (Sainz & Hanna, 2023). This has been particularly important in climate debates, where the impacts of climate change are unevenly distributed across the globe, and the voices of those most affected, such as communities in the Global South, are often marginalised in international policymaking forums. In addition, digital platforms have facilitated the rapid dissemination of scientific data and policy recommendations, enabling participants to engage in informed debate. Open access to data, reports and real-time updates has enabled a more informed public debate where citizens are not only recipients of information but also contributors to policy debates (Willis et al., 2022). The global nature of digital platforms also fosters solidarity across borders, with activists in different countries sharing strategies, mobilising resources and coordinating actions.

However, despite these strengths, digital negotiations on climate change also face some significant challenges. One of the main problems is the volume of information available online, which can lead to information overload and make it difficult for participants to distinguish between reliable and unreliable sources (McKay & Tenove, 2021). Misinformation and disinformation have become major obstacles to constructive negotiations on climate change, as competing interests and political agendas use digital platforms to spread false or misleading narratives. This reduces the quality of public discourse and makes it difficult to build consensus on effective climate policies. Moreover, while digital platforms enable the

inclusion of different voices, they do not always guarantee equality of participation. Power imbalances, both in terms of access to technology and the resources needed to sustain participation, often mean that the voices of marginalised communities, such as indigenous peoples and low-income groups, are underrepresented in global climate debates. Furthermore, while digital deliberation can facilitate dialogue, its capacity to ensure accountability is limited as there are few mechanisms to ensure that the outcomes of these discussions are implemented by policymakers.

### **Example 3: Social Media and Public Opinion in 2020 US Presidential Elections**

The role of social media in shaping public opinion during the 2020 US presidential elections provides a critical example of the interaction between digital platforms and deliberative democracy. Social media platforms such as Twitter, Facebook, and YouTube play an important role in the dissemination of political information, enabling candidates and citizens to engage in real-time debates (Bossetta & Schmøkel, 2023). However, the impact of these platforms on the quality of debate has been mixed, revealing both opportunities and challenges for democratic discourse in the digital age. Social media platforms have enabled the democratisation of political communication. In particular, candidates with fewer financial resources have been able to bypass traditional media outlets and use social media to communicate directly with voters. This has allowed for a more direct interaction between political leaders and citizens, encouraging greater accountability and transparency in the political process. In addition, citizens were able to use social media to share their views, engage in political debates and organise grassroots movements such as ‘Black Lives Matter’ and ‘Stop the Steal’.

However, the proliferation of misinformation and disinformation on social media during the 2020 elections significantly undermined the quality of public debate. False claims of electoral fraud, misinformation about vaccines and politically charged conspiracy theories were widely circulated on platforms such as Twitter and Facebook, contributing to a highly polarised and fragmented public sphere. Instead of encouraging rational debate, social media has often exacerbated divisions, as users are drawn into ideological echo chambers where they are exposed to information that only reinforces their pre-existing beliefs (Aral & Eckles, 2019). Moreover, social media algorithms designed to maximise user engagement have often prioritised sensationalist and emotion-laden content over fact-based, reasoned debate. This had the effect of amplifying extreme voices and suppressing more moderate, deliberative conversations. As a result, the 2020 elections witnessed a significant increase in political polarisation, and citizens at both ends of the political spectrum became increasingly distrustful of each other and the democratic process itself (Benaissa Pedriza, 2021).



The case of the 2020 US elections underlines the dual nature of digital platforms in modern democracy. On the one hand, social media has the potential to increase democratic participation by providing citizens with greater access to information and platforms for political expression. On the other hand, it also poses significant challenges to the principles of deliberative democracy, as misinformation, polarisation, and incivility undermine the quality of public discourse. These dynamics underline the need for more effective regulation of social media platforms and the development of digital literacy programmes to help citizens navigate the complex and often misleading information landscape.

### **General Evaluation of the Samples**

Case studies of Iceland's crowdsourced constitution, the global debate on climate change, and the 2020 US elections illustrate the complex interplay between digital platforms and deliberative democracy. While digital technologies offer unprecedented opportunities to improve inclusivity, access to information and transnational dialogue, they also pose significant challenges to ensuring the quality and legitimacy of public deliberation.

In all three cases, digital platforms have facilitated greater public participation, enabling more diverse voices to be heard. However, they have also struggled to foster sustained and reasoned debate, with debates often fragmented, polarised or dominated by misinformation. The Icelandic experiment demonstrated how digital platforms can increase transparency and inclusiveness in democratic processes but also revealed the limits of translating digital deliberation into political action. Similarly, the global climate change negotiation highlighted the potential for cross-border dialogue but raised concerns about the impact of digital debates on formal policymaking. Finally, the 2020 US elections demonstrated the dangers of misinformation and polarisation in the digital age, with social media platforms contributing to a highly fragmented and divisive public sphere.

These examples demonstrate that while digital platforms have the potential to foster deliberative democracy, they need to be carefully designed and regulated to ensure that they promote meaningful, inclusive and rational deliberation. Without such measures, the risks of misinformation and polarisation may outweigh the benefits of greater public participation in democratic processes.

### **Adapting Deliberative Democracy to the Digital Age**

One of the key challenges in adapting deliberative democracy to the digital age is the integration of online discussions with traditional face-to-face negotiations. Historically, deliberative democracy theory has emphasised the importance of face-to-face discussions where participants engage in reasoned debate, actively listen and challenge each other's ideas in a structured

manner (Min, 2007). These physical encounters provide a deep level of engagement and mutual understanding that is difficult to replicate online. However, with the rise of digital technologies, it has become apparent that public discourse is no longer confined to physical spaces and therefore, new models of deliberation need to consider the digital arena (Janssen & Kies, 2005).

A hybrid approach combining online and offline deliberation offers a promising solution. Such models can promote inclusiveness, accessibility and participation by capitalising on the strengths of both formats. Online platforms enable individuals who do not have the time, mobility or resources to attend face-to-face meetings to participate in discussions. They also allow for asynchronous participation, meaning that individuals can contribute to discussions at any time, thus broadening the scope of participation (Simone, 2010). However, face-to-face deliberation remains crucial for fostering deeper interpersonal connections, building trust between participants and reducing the depersonalising effects of online anonymity.

Several pilot projects around the world have attempted to integrate online and offline deliberation. For example, the 'Open Government Partnership' in several countries uses online platforms to solicit public feedback on policy proposals while also organising face-to-face forums where citizens can discuss these proposals in more depth (Blasio & Sorice, 2016). Such hybrid models allow for a more comprehensive deliberative process that combines the speed and scalability of online platforms with the depth and interpersonal engagement of face-to-face discussions. This approach helps to ensure both breadth and depth of participation, increasing the legitimacy of outcomes (Hansson et al., 2015). Furthermore, one of the key benefits of integrating online and offline negotiations is the ability to reach a more diverse demographic. Online platforms can help to attract younger participants who are more familiar with digital tools, while face-to-face events may be more appealing to older generations or those who prefer traditional forms of interaction. The integration of both formats ensures that the deliberative process is not dominated by a particular group, promoting a more inclusive and representative democratic dialogue. However, the success of such hybrid models depends on the design and facilitation of the deliberative process. Online platforms should be carefully structured to encourage meaningful, respectful and reasoned debate. Facilitating face-to-face discussions must also ensure that digital contributions are taken into account and integrated into the final outcomes. The challenge is, therefore, to create a smooth transition between the online and offline components and to ensure that both methods of deliberation contribute equally to the decision-making process.

In the digital age, platforms such as Facebook, Twitter and YouTube play a central role in shaping public discourse. However, their design and algorithms often prioritise participation and profit over the quality of democratic deliberation. As a result, these platforms are

prone to amplifying sensationalist content, misinformation and divisive discourse, which undermines the rational discourse that deliberative democracy requires (Greco & Chiriac, 2021, p. 923). Regulation of these platforms is therefore essential to ensure that they promote healthy democratic debate rather than further polarise society. A key area of focus for regulation is transparency in how content is curated and disseminated on digital platforms. Currently, algorithms on social media platforms are designed to prioritise content that generates the most engagement, which often leads to the amplification of extremist views, conspiracy theories and misinformation (Benaissa Pedriza, 2021, p. 608). This poses a significant challenge for deliberative democracy, where rational and reasoned discourse is essential. Regulatory frameworks should mandate greater transparency about how these algorithms work and ensure that users are aware of how content is tailored to them. This will help reduce the creation of echo chambers and ensure that users are exposed to a wider range of perspectives.

Accountability is another critical issue. Platforms should be held accountable for the content they host and promote. Regulatory frameworks should set clear rules on how to deal with misinformation and harmful content and ensure that platforms cannot escape responsibility. While protecting freedom of expression is crucial, platforms should develop more effective mechanisms to detect and remove false or misleading information without stifling legitimate debate. Such mechanisms could include fact-checking partnerships and the application of warnings or labelling to controversial content. Furthermore, fairness should be a guiding principle in any regulatory framework. Digital platforms wield significant power in shaping public opinion, and their influence should be balanced by regulations that ensure they do not favour certain viewpoints or suppress others. This is particularly important in political contexts where platforms may unintentionally (or intentionally) influence election outcomes by favouring certain candidates or policies. Ensuring fairness requires rigorous oversight of political advertising, content moderation practices and algorithms that determine what content users see. Regulating digital platforms is a complex and delicate task, requiring a balance between protecting freedom of expression and ensuring that online spaces are conducive to rational and inclusive debate. Policymakers should work closely with platform designers, technologists and civil society groups to create regulations that enhance the quality of public discourse without infringing on individual freedoms. Moreover, such regulations should be adaptive, as technology evolves rapidly and new challenges constantly arise.

In addition to organising platforms, promoting digital literacy among citizens is essential for adapting deliberative democracy to the digital age. Digital literacy encompasses a range of skills, including the ability to critically evaluate online information, recognise misinformation and constructively engage in online discussions (Helbing et al., 2023). Without these skills, citizens may struggle to navigate the complex information environment of the digital age, leaving them

vulnerable to manipulation and disinformation. One of the key components of digital literacy is critical thinking. Citizens should be equipped to assess the reliability of sources, distinguish between fact and opinion, and detect bias in the information they encounter online. This is particularly important given the prevalence of 'fake news' and conspiracy theories that can undermine rational debate. Educational initiatives aimed at promoting critical thinking should be integrated into school curricula and adult education programmes, ensuring that all citizens have the tools they need to meaningfully engage in digital deliberation.

Media literacy is another important element. Citizens need to understand how media is produced, distributed and consumed in the digital age. This includes understanding the role of algorithms in shaping the content individuals see on social media and how their data is used by platforms to influence their behaviour. Media literacy programmes should also teach citizens how to create content responsibly and encourage them to contribute to online discussions in a respectful, reasoned and constructive manner. Moreover, promoting digital literacy requires addressing the digital divide. While access to the Internet has increased significantly in recent years, there are still significant inequalities in access, particularly in rural and low-income communities. Many citizens without access to digital technologies are unable to participate in online deliberations, leading to a democratic deficit. Governments should invest in expanding digital infrastructure to ensure that all citizens, regardless of their geographic location or socioeconomic status, have the opportunity to participate in online public discourse.

Bridging the gap between deliberative democracy and the digital age requires a multifaceted approach. Integrating online and offline deliberations offers a promising way to increase inclusiveness and participation while maintaining the depth of face-to-face discussions. Regulation of digital platforms is essential to ensure that they promote rational and inclusive debate rather than reinforcing misinformation and polarisation. Finally, promoting digital literacy among citizens is crucial to ensure that they are able to navigate the complex information landscape of the digital age and participate meaningfully in public discourse. By further developing and adopting these strategies, we can create a deliberative democracy that is not only resilient in the face of digital challenges but also enriched by the opportunities offered by digital technologies. As we move into the digital age, it is essential to adapt and develop these approaches to ensure that deliberative democracy remains a cornerstone of democratic governance in the 21st century.

## Conclusion

The rise of digital technologies has created both unprecedented opportunities and significant challenges for the theory and practice of deliberative democracy. On the one hand, digital platforms offer the potential for enhanced inclusivity by allowing a wider range of voices, including those from historically marginalised groups, to participate in public discourse. Moreover, digital

technologies offer an exciting avenue for the democratisation of knowledge and deliberation on a global scale by providing greater access to information and real-time global debates. However, these same platforms also pose serious obstacles to rational public discourse. Misinformation, echo chambers and polarisation threaten the fundamental principles of deliberative democracy: rationality, respect and inclusiveness. While social media offer spaces for rapid communication, they often encourage sensationalist and inflammatory content that undermines meaningful deliberation. In addition, the lack of anonymity and accountability in online forums reduces the quality of debate and leads to uncivil and toxic behaviour that discourages rational discourse.

The balance between these opportunities and challenges constitutes the main tension in understanding the impact of digital technologies on deliberative democracy. While digital platforms have demonstrated their potential to enhance democratic participation, especially during major global events such as the Arab Spring or the 2020 US elections, they have also demonstrated the fragility of democratic deliberation when subject to the pressures of misinformation, polarization and the commercial interests of social media companies. Given these opportunities and challenges, it is clear that deliberative democracy theory needs to evolve to remain relevant in the digital age. Traditional models of deliberative democracy that emphasise face-to-face communication must now adapt to the realities of digital discourse. The shift from physical to virtual spaces for public deliberation requires a rethinking of how legitimacy is established and maintained in democratic processes.

An important implication for democratic practices is the need to develop mechanisms to improve the quality of online deliberation. This could include the implementation of regulatory frameworks to combat misinformation, as well as the promotion of digital literacy programmes aimed at developing citizens' skills to critically engage with online content. Furthermore, democratic institutions should recognise the centrality of digital platforms to public discourse and develop strategies to integrate them into formal democratic processes. The future of public deliberation in an increasingly digitalised world also raises questions about the sustainability of democratic participation. As the global population becomes more dependent on digital technologies for communication and information sharing, new structures are needed to ensure inclusiveness, transparency and accountability in online debates. In practice, this means finding ways to combine the speed and efficiency of digital platforms with the depth and rigour of traditional deliberative processes, creating hybrid models of public discourse that enhance democratic legitimacy.

The intersection of deliberative democracy and digital technologies is an area ripe for further research. An important avenue for future research is the impact of digital platforms on democratic legitimacy. While much has been written about the risks posed by misinformation and polarisation, empirical studies assessing the effectiveness of digital deliberative practices in different political contexts are needed. Such research could explore how digital platforms can be designed to promote more inclusive, respectful, and rational discourse while also addressing the unique challenges posed by different political environments. Furthermore, future research should also focus on the long-term effects of online deliberation on political participation and civic engagement. While early studies have shown that digital platforms can increase access to public discourse, it remains unclear whether these platforms contribute to sustained political participation or only encourage superficial participation. Exploring how digital technologies affect both the depth and persistence of democratic participation will be crucial in shaping the future of deliberative democracy.

Another area for future research involves the role of regulation and governance in the management of online deliberative spaces. Given the enormous power of technology companies to shape public discourse, it is crucial to explore how democratic governments can regulate these platforms without infringing on freedom of expression or stifling legitimate debate. Research into the effectiveness of different regulatory approaches, such as the European Union's Digital Services Act or emerging national policies, will provide valuable insights into the future governance of the digital public sphere. Finally, empirical studies assessing the potential of hybrid deliberative models combining online and offline formats could provide a blueprint for improving the quality and inclusiveness of public discourse. Bridging the gap between digital and traditional democratic participation, such models offer promising solutions for promoting democratic deliberation in the digital age.

In conclusion, the digital age presents both new opportunities and significant challenges for deliberative democracy. While digital technologies have the potential to democratise public discourse and increase political participation, they also pose significant risks to the quality of deliberation. By critically assessing these opportunities and challenges, democratic theory and practice can evolve to meet the demands of the digital age. Future research will be important in exploring new ways to promote healthy, inclusive and rational public discourse in an increasingly digitalised world. Moving forward, the key to bridging the gap between deliberative democracy and digital platforms lies in balancing the power of technology with the core principles of democratic participation.

## References

- Altincik, H. (2020). Halkla ilişkiler perspektifinden medya ve yerel yönetim ilişkisi. *Kriter Yayınevi*.
- Aral, S., & Eckles, D. (2019). Protecting elections from social media manipulation. *Science*, 365(6456), 858–861. <https://doi.org/10.1126/science.aaw8243>
- Arslan, E. (2018). İngiltere’de yerelleşme politikaları ve yerel yönetimler. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 7(4), 2868–2884.
- Asenbaum, H. (2018). Anonymity and democracy: Absence as presence in the public sphere. *American Political Science Review*, 112(3), 459–472.
- Ball, B. (2021). Defeating fake news: On journalism, knowledge, and democracy. *Moral Philosophy and Politics*, 8(1), 5–26. <https://doi.org/10.1515/mopp-2019-0033>
- Bani, M. (2012). Crowdsourcing democracy: The case of icelandic social constitutionalism. *Politics and Policy in the Information Age*, Springer. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2128531](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2128531)
- Benaissa Pedriza, S. (2021). Sources, channels and strategies of disinformation in the 2020 US election: Social networks, traditional media and political candidates. *Journalism and Media*, 2(4), 605–624. <https://doi.org/10.3390/journalmedia2040036>
- Blasio, E. D., & Sorce, M. (2016). Open government: A tool for democracy? *Media Studies*, 7(14), Article 14. <https://hrcak.srce.hr/ojs/index.php/medijske-studije/article/view/6180>
- Bossetta, M., & Schmøkel, R. (2023). Cross-platform emotions and audience engagement in social media political campaigning: Comparing candidates’ facebook and instagram images in the 2020 US election. *Political Communication*, 40(1), 48–68. <https://doi.org/10.1080/10584609.2022.2128949>
- Burgess, S., & Keating, C. (2013). Occupy the social contract! participatory democracy and iceland’s crowd-sourced constitution. *New Political Science*, 35(3), 417–431. <https://doi.org/10.1080/07393148.2013.813694>
- Çağ, B. (2013). Katılımcı anayasa yapımı ve izlanda örneği. *Yasama Dergisi*, 25, 71-91.
- Chambers, S. (2021). Truth, deliberative democracy, and the virtues of accuracy: Is fake news destroying the public sphere? *Political Studies*, 69(1), 147–163. <https://doi.org/10.1177/0032321719890811>
- Chambers, S. (2023). Deliberative democracy and the digital public sphere: Asymmetrical fragmentation as a political not a technological problem. *Constellations: An International Journal of Critical & Democratic Theory*, 30(1).
- Chen, J. (2022). Research on the echo chamber effect. 2021 International Conference on Public Art and Human Development (ICPAHD 2021), 874–877. <https://www.atlantispress.com/proceedings/icpahd-21/125969460>
- Choi, J.-W. (2006). Deliberative democracy, rational participation and e-voting in south korea. *Asian Journal of Political Science*, 14(1), 64–81. <https://doi.org/10.1080/02185370600832547>
- Dahlberg, L. (2007). The internet, deliberative democracy, and power: Radicalizing the public sphere. *International Journal of Media & Cultural Politics*, 3(1), 47–64. [https://doi.org/10.1386/macp.3.1.47\\_1](https://doi.org/10.1386/macp.3.1.47_1)
- Deitelhof, N. (2017). Deliberation. H. Brunkhorst, R. Kreide, & C. Lafont (Eds.), *The Habermas Handbook* (pp. 528–532). Columbia University Press. [Doi:10.7312/brun16642-053](https://doi.org/10.7312/brun16642-053)
- Demir, Ş., & Sesli, M. (2007). Kamusal alan (Türkiye’de kamusal alan kavramlaştırılmasının muhtevası: tektiplilik mi, çoğulculuk mu?). *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 273-292.
- Dryzek, J. S. (2006). Deliberative global politics: Discourse and democracy in a divided world. *Polity Cambridge*.
- Dutton, W. H., Reisdorf, B., Dubois, E., & Blank, G. (2017). Social shaping of the politics of internet search and networking: Moving beyond filter bubbles, echo chambers, and fake news. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2944191](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2944191)
- Erdoğan, M. (2018). Özgürlük, hukuk ve demokrasi. *Siyasal Kitabevi*.
- Ertugay, F. (2022). Türkiye’de politik kutuplaşmanın tarihsel kökenleri/kolektif hafıza. *Amme İdaresi Dergisi*, 55(2), 27–62.
- Fasihullah, A., Awan, B., & Hulio, A. K. (2023). Negotiating in the digital age: Exploring the role of technology in modern negotiations. *Law and Policy Review*, 2(1), 61–86.
- Freeman, J. (2013). E-Government and monitory democracy: Iceland’s crowdsourced constitution. *ANZCA 2013 Global Networks-Global Divides: Bridging New and Traditional Communication Challenges*, 1–20.
- Gaus, G. F. (2003). *Contemporary theories of liberalism: Public reason as a post-enlightenment project* (First Edition). SAGE Publications Ltd.
- Gerodimos, R. (2006). Democracy and the internet: Access, engagement and deliberation. *Journal of Systemics, Cybernetics and Informatics*, 3(6), 26–31.
- Greco, S.-P., & Chiriac, H. C. (2021). Challenges for deliberative democracy in the digital era. *Technium Social Sciences Journal*, 26, 922–929.
- Habermas, J. (1996). *Between facts and norms: Contributions to a discourse theory of law and democracy*. Polity Press.
- Habermas, J. (2015). *Kamusal alanın yapısal dönüşümü* (M. Sancar & T. Bora, Trans.). İletişim Yayınları.
- Habermas, J. (2023). *Kamusal alanın yeni bir yapısal dönüşümü ve müzakereci demokrasi* (T. Bora, Trans.). İletişim Yayınları.
- Hansson, K., Belkacem, K., & Ekenberg, L. (2015). Open government and democracy: A research review. *Social Science Computer Review*, 33(5), 540–555. <https://doi.org/10.1177/0894439314560847>
- Hauser, G. A., & Benoit-Barne, C. (2002). Reflections on rhetoric, deliberative democracy, civil society, and trust. *Rhetoric & Public Affairs*, 5(2), 261–275.
- Helbing, D., Mahajan, S., Fricker, R. H., Musso, A., Hausladen, C. I., Carissimo, C., Carpentras, D., Stockinger, E., Sanchez-Vaquerizo, J. A., & Yang, J. C. (2023). Democracy by design: Perspectives for digitally assisted, participatory upgrades of society. *Journal of Computational Science*, 71, 102061.
- Hicks, D. (2002). The promise (s) of deliberative democracy. *Rhetoric & Public Affairs*, 5(2), 223–260.
- Hudson, A. (2018). When does public participation make a difference? Evidence from iceland’s crowdsourced constitution. *Policy & Internet*, 10(2), 185–217. <https://doi.org/10.1002/poi3.167>
- Jaeger, P. T. (2005). Deliberative democracy and the conceptual foundations of electronic government. *Government Information Quarterly*, 22(4), 702–719.
- Janssen, D., & Kies, R. (2005). Online forums and deliberative democracy. *Acta Política*, 40, 317–335.
- Karin, B. (2010). *Environmental politics and deliberative democracy: Examining the promise of new modes of governance*. Edward Elgar Publishing.
- Khalil, L. (2024). *Overcoming digital threats to democracy*. Lowy Institute for International Policy. <https://www.lowyinstitute.org/sites/default/files/2024-02/KHALIL-Overcoming-digital-threats-to-democracy.pdf>
- Kim, J., Wyatt, R., & Katz, E. (1999). News, Talk, Opinion, Participation: The Part Played by Conversation in Deliberative Democracy. *Political Communication*, 4(16), 361–385. <https://doi.org/10.1080/105846099198541>
- Kreide, R. (2016). Digital spaces, public places and communicative power: In defense of deliberative democracy. *Philosophy & Social Criticism*, 42(4–5), 476–486. <https://doi.org/10.1177/0191453715623831>



- Kuehn, K. M., & Salter, L. A. (2020). Assessing digital threats to democracy, and workable solutions: A review of the recent literature. *International Journal of Communication*, 14, 22.
- Mansbridge, J. (2007). "Deliberative democracy" or "democratic deliberation"? In S. W. Rosenberg (Ed.), *Deliberation, Participation and Democracy* (pp. 251–271). Palgrave Macmillan UK. [https://doi.org/10.1057/9780230591080\\_12](https://doi.org/10.1057/9780230591080_12)
- Marinho, F. A., Cançado, A. C., & Iwamoto, H. M. (2019). Icelandic crowd-sourced constitution and social management: Practice and theory in citizens democratic participation. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, 15(2).
- McKay, S., & Tenove, C. (2021). Disinformation as a threat to deliberative democracy. *Political Research Quarterly*, 74(3), 703–717. <https://doi.org/10.1177/1065912920938143>
- Min, S.-J. (2007). Online vs. face-to-face deliberation: effects on civic engagement. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1369–1387.
- Moore, A. (2018). Anonymity, pseudonymity, and deliberation: Why not everything should be connected. *Journal of Political Philosophy*, 26(2), 169–192. <https://doi.org/10.1111/jopp.12149>
- Parkinson, J. (2006). *Deliberating in the real world: Problems of legitimacy in deliberative democracy*. Oxford University Press.
- Podgórska-Rykała, J. (2024). *Deliberative democracy, public policy, and local government* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781032670799>
- Popescu, D., & Loveland, M. (2022). Judging deliberation: An assessment of the crowdsourced Icelandic constitutional project. *Journal of Deliberative Democracy*, 18(1). <https://delibdemjournal.org/articles/10.16997/jdd.974/>
- Rishel, N. M. (2011). Digitizing deliberation: Normative concerns for the use of social media in deliberative democracy. *Administrative Theory & Praxis*, 33(3), 411–432. <https://doi.org/10.2753/ATP1084-1806330305>
- Ross Arguedas, A., Robertson, C., Fletcher, R., & Nielsen, R. (2022). Echo chambers, filter bubbles, and polarisation: A literature review. <https://ora.ox.ac.uk/objects/uuid:6e357e97-7b16-450a-a827-a92c93729a08>
- Sainz, G. M., & Hanna, A. (2023). Youth digital activism, social media and human rights education: The Fridays for Future movement. *Human Rights Education Review*, 6(1), 116–136.
- Schlosberg, D., Zavestoski, S., & Shulman, S. W. (2008). Democracy and e-rulemaking: Web-based technologies, participation, and the potential for deliberation. *Journal of Information Technology & Politics*, 4(1), 37–55. [https://doi.org/10.1300/J516v04n01\\_04](https://doi.org/10.1300/J516v04n01_04)
- Simon, J., Bass, T., Boelman, V., & Mulgan, G. (2017). Digital democracy: The tools transforming political engagement. <https://www.issuelab.org/resources/33129/33129.pdf>
- Simone, M. A. (2010). Deliberative democracy online: Bridging networks with digital technologies. *The Communication Review*, 13(2), 120–139. <https://doi.org/10.1080/10714421003795527>
- Sitembölükbaşı, Ş. (2005). Liberal demokrasinin çıkılmazlarına çözüm olarak müzakereci demokrasi. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(10), 139–162.
- Spohr, D. (2017). Fake news and ideological polarization: Filter bubbles and selective exposure on social media. *Business Information Review*, 34(3), 150–160. <https://doi.org/10.1177/0266382117722446>
- Storozhenko, L., Ignatenko, O., Yaroshovets, T., Antypenko, I., & Vlasenko, V. (2023). E-democracy in the context of the information society: Prospects, challenges and opportunities. *Revista Amazonia Investiga*, 12(70), 63–77.
- Sunstein, C. R. (2006). Deliberating groups versus prediction markets (or Hayek's challenge to Habermas). *Episteme*, 3(3), 192–213.
- Sunstein, C. R. (2014). *On rumors: How falsehoods spread, why we believe them, and what can be done*. Princeton University Press.
- Terren, L. T. L., & Borge-Bravo, R. B.-B. R. (2021). Echo chambers on social media: A systematic review of the literature. *Review of Communication Research*, 9. <https://www.rcommunicationr.org/index.php/rcr/article/view/16>
- Völker, T. (2019). Deliberative democracy in the age of social media | democracia deliberativa na Era das Redes Sociais. *Revista Publicum*, 5(2), 73–105.
- Weare, C. (2002). The internet and democracy: The casual links between technology and politics. *International Journal of Public Administration*, 25(5), 659–691. <https://doi.org/10.1081/PAD-120003294>
- Willis, R., Curato, N., & Smith, G. (2022). Deliberative democracy and the climate crisis. *WIREs Climate Change*, 13(2), e759. <https://doi.org/10.1002/wcc.759>
- Yolcu, T., & Kaya, M. S. (2023). Sosyal medyada siyaset ve dezenformasyon: Haber metinlerine yönelik bir söylem analizi. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(3), 674-692. <https://doi.org/10.25287/ohuibf.1230547>



# Electronic Cumhuriyet Journal of Communication

| ecider.cumhuriyet.edu.tr |

Founded: 2017

Available online, ISSN: 2667-4246

Publisher: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

## Basic Strategy And Interpretations of The Illusion of Freedom in The Digital Panopticon

İbrahim Emre Günay<sup>1,a,\*</sup><sup>1</sup> Department of Basic English, School Of Foreign Languages, Yıldız Technical University, İstanbul, Türkiye

### Research Article

### ABSTRACT

#### History

Received: 26/09/2024

Accepted: 03/12/2024

In the study, it will be tried to show that transparency and information flow through digital networks, based on the development of technology made mandatory by the system, do not bring freedom to people, but only create an illusion of freedom. In other words, the transition from Bentham's panopticon to the digital panopticon will be analyzed. People are transforming intellectually in line with the system in the face of transparency policies and the constant flow of intense and fast information. Transparency, information and the necessity of making oneself constantly visible in daily life create a prison without walls, in which one lives voluntarily. Society is becoming homogeneous and people are reproducing the system by their own will, in other words, by being kept under surveillance and control through the choices they make. While choices expressing freedom on networks actually impose certain limitations, thought is made compatible with the system by being imprisoned in a world where there is no other thought. In this context, first, transparency policies and information flow will be analyzed and it will be explained that people's efforts to expose themselves or constantly make themselves visible actually lead to voluntary panopticon. At the end of the study, the digital panopticon, where people are held captive with their own will, will be examined and it will be tried to show that transparency and information flow through network technologies end freedom. This study aims to contribute both to the theoretical accumulation of intellectual studies in our country and to the literature on how freedom turns into an illusion in the context of transparency and information. The research was tried to be carried out with a qualitative approach and document analysis method.

**Keywords:** Communication Sociology, Communication Technologies, Digital Network, Information, Panopticon

## Dijital Panoptikon'da Özgürlük Yanılsamasının Temel Strateji ve Yorumları

#### Süreç

Geliş: 26/09/2024

Kabul: 03/12/2024

### ÖZ

Çalışmada sistemin zorunlu hale getirdiği teknolojinin gelişimi temelinde dijital ağlar üzerinden şeffaflığın ve enformasyon akışının insanlara özgürlük getirmediği, sadece bir özgürlük yanılsaması yarattığı gösterilmeye çalışılacaktır. Başka bir deyişle Bentham'ın panoptikonundan dijital panoptikona geçiş yapıldığı analiz edilecektir. İnsanlar şeffaflık ve sürekli yoğun ve hızlı enformasyon akışı karşısında sisteme uyumlu bir şekilde düşünel olarak dönüşmektedir. Şeffaflaşma, enformasyon ve insanın kendini gündelik yaşamda sürekli görünür kılmasının zorunluluğu, duvarları olmayan ve içinde gönüllü yaşanan bir hapisane oluşturmaktadır. Toplum homojenleşmekte ve insanlar kendi istekleriyle, yani yaptıkları seçimlerle gözetim ve kontrol altında tutularak sistemi yeniden üretmektedir. Ağlar üzerinde gerçekleştirilen özgürlüğü ifade eden seçimler aslında belirli sınırlamalar getirirken, düşünce ötekini olmadığı bir dünyaya hapsedilerek sisteme uyumlu hale getirilmektedir. Bu bağlamda önce şeffaflığın ve yoğun ve hızlı enformasyon akışının analizi yapılacaktır ve insanların kendilerini teşhir etme ya da sürekli kendilerini görünür kılma gayretlerinin aslında gönüllü panoptikona yol açtığı anlatılacaktır. Çalışmanın sonunda günümüzde insanların kendi istekleri doğrultusunda tutsak oldukları dijital panoptikon incelenecek ve ağ teknolojilerinin üzerinden şeffaflık ve enformasyon akışının nasıl özgürlük yanılsaması yarattığı ortaya konmaya çalışılacaktır. Çalışma hem ülkemizdeki düşünel çalışmalarının kuramsal birikimine hem de şeffaflık ve enformasyon bağlamında özgürlüğün nasıl bir illüzyona dönüştüğüyle ilgili literatüre katkıda bulunmayı hedeflemektedir. Araştırma nitel bir yaklaşımla ve doküman analizi yöntemiyle gerçekleştirilmiştir.

#### Copyright



This work is licensed under  
Creative Commons  
Attribution 4.0  
International License

**Anahtar Kelimeler:** İletişim Sosyolojisi, İletişim Teknolojileri, Dijital Ağlar, Enformasyon, Panoptikon<sup>a</sup> ibrahimemregunay@gmail.com

orcid.org/0000-0003-0657-8164

## Giriş

İkinci Dünya Savaşı sonrası kapitalizm hem kendi içinde dönüşmüştür hem de kültürel, ekonomik, politik ve toplumsal alanları dönüştürmüştür. Toplumsal değerler, rasyonel üretim tarzı ve ekonomi politik, özellikle 1970'lerden sonra dönüşerek sonlanmıştır ve insanlar bireysel değerlerin belirleyici olduğu, gösterge ekonomi politikte temelinde irrasyonel tüketim düzeninde yaşamaya başlamıştır. Üretim kavramsal olarak kendinin ötesine geçerek yeniden üretim sürecine dönüşürken diğer tüm kategorilerde biçimsel olarak varlıklarını devam ettirmekte ancak içerikleri yeniden üretilerek sistemdeki yerini almaktadır. Artık hiçbir kavram eski anlamını taşımamaktadır çünkü sistem tüm kategorileri içerik olarak ortadan kaldırarak yerlerine kendini sürekli üretecek yeni işlemsel içerikler koymuştur. Kapitalizm ya da ikinci dünya savaşı sonrası mutasyon geçirmesi sonucu adı neo-kapitalizm olan bu yeniden üretim sistemi her şeyi kendine adapte etme amacıyla işlemekte ve dönüştürmektedir.

1950'den sonra askeriye ve sanayi arasında kurulan iş birlikleriyle geliştirilen yeni teknolojiler; siyasetin belirlenmesinde, ekonomi alanında kararların alınmasında ve gündelik yaşamın devam ettirilmesinde etkin bir role sahiptir (Kumar, 1999, s. 19-28). 1990'lardan itibaren internet teknolojilerinin gelişimi ve yayılımı, Castells ile özdeşleşen "ağ toplumu" kavramını dolaşıma sokmuştur. İletişim sistemlerinin gelişimiyle ekonomik alanın küreselleşmesi başka bir deyişle ekonominin kendini kültürel ve sosyal olarak ağlar üzerinden üretmesi ve geliştirmesi kapitalizmi dijitalleştirmiştir. Kapitalizmin mutasyon geçirerek neo-kapitalizme evrilmesinde ve yeni yaşamları biçimlendirmesinde iletişim teknolojilerinin ve ağlarının önemli bir payı vardır. Ağ toplumu kavramı insanın yaşamında özne ve nesne olarak niteliksel bir değişimi temsil eder (Castells, 2020). Teknolojinin üreticisi olan insan aynı zamanda günümüz tüketim toplumunda var oluşunu sağlamak için teknolojinin araçlarından yararlanmak zorundadır. Ağlar bütünlük içinde tüm kültürel faaliyetleri kapsamakta ve aktarmaktadır. Ağ üzerinden insanların toplanması ve iletişime geçmesi yeni bir sosyalleşme anlayışını getirmiştir ve bu bağlamda içinde yaşanan dijital dönem ekonomik, kültürel ve toplumsal yaşamda kendini oluşturan insanın düşünce ve zihinsel yapısını da sistemle uyumlu bir şekilde dönüştürmektedir.

Gündelik yaşamın yeniden üretilmesinde etkin olan dijital iletişim teknolojileri, büyük küresel kapitalist güçlerin iktidar alanlarını genişletmelerini ve geliştirmelerini sağlamaktadır. İnsanların önemli bir kısmı dijital araçlarla kendilerini üretirken aslında sistemle uyumlu birer tüketiciye dönüşmektedir. Teknolojinin gelişmesiyle ağlar üzerinde ulaşılan hız, kapitalizmin gelişmesini ve yaşamın yapaylaşmasını aynı ölçüde hızlandırmaktadır. İnsanlar varoluşunu tüketerek ağlar üzerinden gerçekleştirirken sürekli oluş içinde hızla yapaylaşarak başkalaşmaktadır. Bu bağlamda sınırsız erişim, üretim, dolaşıma sokma ve tüketim zorunluluğu

kapitalizmi ve ağları aynı kültür yapısı içinde bütünlendirmektedir. Dijital teknoloji kullanıcılarının kullandıkları araçların toplumda yaygınlaşmasında kapitalist yaşamın bu aletlerin kullanımını zorunlu kılması önemli bir rol oynamaktadır. Dijital teknolojilerin gelişimi insanları teknolojiye bağımlı yaparken, onların denetimini ve kontrolünü de yoğunlaştırmaktadır. Zamanla teknik ortadan kalkarak insanlar aletlere eklenmektedirler böylece insanlar dışardan müdahaleyle dönüştürülmekte ve davranışların kendiliğindenliği yok edilmektedir. Özerklik yerini sisteme adapte olma otomasyonuna bırakmıştır.

Neo-kapitalizm toplumsal ilişkileri ağlar üzerinden ekonomik alanın üreticisine dönüştürmüştür. İnsanlar bireysel değerler doğrultusunda kendisini bir şirketmiş gibi yönetmektedir. Sosyal ilişkiler sosyal platformlarda tıklar üzerinden oluşturulmakta ve yürütülmektedir. Tüm duygular ve hisler bir tıkla ifade edilebilmektedir. Yüz yüze oluşturulan karşılıklı iletişimin yerini platformlarda ağlar üzerinden kurulan yapay ilişkilere bırakması, duyguları da yapaylaştırmakta ve işlemselleştirmektedir. Başka bir deyişle ağlar üzerinden manipüle edilebilir hale getirmektedir. İnsanların anlara odaklanması ve yaşamlarını anlar temelinde anlamlandırması ya da toplumsalın anlamını anların birbirini izlemesinden oluşturması, ağlar üzerinden sınırsız bir akışkanlığa sahip anlamsızlık üretimiyle gerçekleşmektedir.

Küresel Amerikan şirketleri özgürlük adı altında insanların internete erişimini özendirirken aslında tüketim amaçlı olarak zaman ve mekân sınırlamasını da ortadan kaldırmaktadır. İnsanlar ağlarda geçirdiği zamanla orantılı olarak gözetim ve denetim altına girmektedir ve toplum biçim almaktadır. Büyük küresel şirketler, ağlar üzerinde bilgi tekeli oluşturarak iktidarlarını daha da güçlendirmektedirler. Ağ teknolojileri sistemin kendini yeniden üretmesi için gerekli olan istatistiksel verilere ulaşmada önemlidir (Harvey, 2015, s. 109-110). Bu durumda insanlar ağları kullanarak sistemde kendilerini oluştururken, aslında şirketlerin kendileri üzerindeki iktidarını oluşturmaktadırlar. Sistem insanların önce bir ağa bağlanmasını sonrada ağda zaman geçirmesini sağlar. Bunun için iletişim teknolojileriyle insanların ağ üzerinden bilgiye ulaşması için demokrasi ve özgürlük kavramları dolaşıma sokulur ve insanlar özgürlüğü ve demokrasiyi savunarak başka bir deyişle kendilerini özgür ve eşitlikçi bir ortamda yaşadıklarını düşünerek ağda kendilerini anlamlandırır. Ancak savunulan kavramların içerikleri işlemseldir. Bu kavramların anlamı yine küresel şirketler tarafından belirlenmiştir ve onların anlayışı doğrultusunda, sistemin kendini üretmesinde engel olmayacak şekilde oluşturulmaktadır. İletişim teknolojileri kullanılarak bilgi ağ üzerinden özgürlük ve demokrasi kavramlarıyla dolaşıma sokularak aslında insanlar yerellikten koparılmaktadır ve sistem insanları önce kültürel sonra ekonomik olarak kendi içine almaktadır. Bireysel ve toplumsal düzeyde dönüşüm teknolojilerinin gelişimine bağlı olarak gerçekleşmektedir. İnsan sistemin gerektirdikleri doğrultuda verimli bir tüketiciye dönüşmeli ve sistemle bütünlüştürmelidir. Bu bağlamda toplum

homojenleşmekte ve farklılaştırıcı etkenler yok edilerek toplumun tamamen düzleştirilmesi amaçlanmaktadır. Böylece bütünsel bir hegemonya kurulabilecektir. Bu doğrultuda özgürlük anlayışı da farklı bir anlam kazanarak sistemin getirdiği olumlu bir sonuca dönüşmektedir. Hâlbuki sistem iletişim teknolojilerini kullanarak özgürlük yanılması yaratmaktadır.

İletişim teknolojilerinin dijitalleşmesi ve ağların yaşamın tüm düzeylerini ele geçirmesiyle, artık insanlar ağın dışında kalmaz hale gelmiştir. Ağlarda yaşam ise herkesin gözü önünde gerçekleşmektedir. Mevcut sistemin kendini muhafaza edebilmesi, insanların eş zamanlılık ve aynılık bağlamında uyumluluk göstermesini gerektirmektedir. Teknolojinin gelişimi dijitalleşme ve ağlar üzerinden insanlara sınırsız özgürlük tanımakta ancak aslında sınırsız özgürlük tam bir denetim ve gözetim mekanizmasına dönüşmektedir. Sistem insanları şeffaflığa ve kendilerini teşhir etmeye ya da sürekli görünür kılmaya zorlamaktadır böylece insanlar kendi var oluşlarını anlamlandırırken isteyerek, gönüllü bir şekilde kendilerini gözetime teslim edeceklerdir.

Olumsuzlukların hızla yok edilmesi ve aşırı olumluluğun hüküm sürmesi bize paradigma değişimini göstermektedir. Şeffaflık anlayışı iletişim, enformasyon ve görünürlüğü aşırılığıyla ilgilidir. Şeffaflık bir olumluluk toplumu olarak tüm sınırları aşındırmakta, insanı ve etrafında oluşturduğu her şeyi düzleştirerek sistemin bir parçası haline getirmektedir. Şeffaflık ötekiliği, farklılığı ortadan kaldırarak aynılığı hedeflemektedir. Şeffaflık ancak ötekinin ortadan kaldırılmasıyla gerçekleşmektedir. Tüm olumsuzlukların yok edilmesi iletişimin akışını hızlandırırken, bu bağlamda farklılıklar, tereddütler ya da kesinti gibi olumsuzluklar da yok edilmelidir. Dilin şeffaflığı her türlü ikircikten uzaklaşmayı gerektirmektedir. Sayı kelimeden şeffaftır. Şeffaf zaman anlatsı olmayan, ruhu alınmış, donuk bir zamandır. Örneğin insanın belleği anlatsal bir yapıya sahiptir ve kendine karşı şeffaflaşmaz. Hafızada kaydedilenler sürekli yer değiştirir ve hareket ederler ancak kayıt altına alınan veriler hep aynıdır, kendine sadıktır. Şeffaf toplumda pornografik görünürlük ile panoptik kontrol bütünleşmiştir. Denetim toplumunda dış baskı yerine insanın kendi içinden gelen baskıyla kendisini sergilemektedir. Artık özel ve mahrem alanı kaybetme korkusu yerini hayâsızca teşhir etme ihtiyacına bırakmıştır. Toplumda belirleyici olan başarı ve performans olunca, özgürlük insanın kendisini sömürmesine dönüşmüştür. Şeffaflık ekonomik alanla ilgilidir. Tüketim toplumu herhangi bir sınıra gerek duymaz çünkü herkes panoptikonun parçasıdır. Instagram, Facebook ve X başta olmak üzere tüm sosyal platformlar dijital panoptikonlardır ve bu platformlarla yapılan temas kişinin denetime ve gözetime kendi isteğiyle dâhil olmasını sağlamaktadır. Ağlarda bırakılan dijital izler kişinin kendine karşı olabileceği şeffaflıktan daha fazla şeffaflık sağlamaktadır. Özgürlük ve panoptikon iç içe geçmiştir. Günümüz toplumu panoptikonunda kontrol yalıtım ve kapatma tekniklerinin aksine ağlar üzerinden gerçekleştirilmektedir.

Sistemin ortaya koyduğu şeffaf toplum, enformasyonun hızlı ve yoğun akışı ve insanın sürekli kendini görünür kılması, sınırsız bir özgürlük getirmenin aksine insanları sürekli gözetim ve kontrol ortamında hapsedmektedir. Bu bağlamda çalışmada önce şeffaflığın ve enformasyonun akışının insanların özgürlüğünü nasıl sınırladığı ya da özgürlük yanılması yarattığı açıklanacaktır. Sonrasında insanların kendilerini sürekli görünür kılma çabasının aslında şeffaflıkla ve enformasyonun akışıyla bağlantılı olarak dijital panoptikonun gönüllü mahkûmunu ürettiği ortaya konacaktır. Böylece şeffaflık amacıyla aslında herkesin aynılaştığı bir toplumda özgürlüğün sadece bir yanılmasından ibaret olduğu, insanların eskiye göre daha fazla tahakküm altında yaşadığı ancak bu durumu düşünsel olarak fark edememesinin nedenleri teknolojinin gelişmesiyle ilintili olarak ağlar temelinde gösterilecektir.

### Şeffaflaşma ve Enformasyon

Şeffaflaşma ve enformasyon akışı birbirlerini tamamlamaktadır. Şeffaflaşma politikaları doğrultusunda sürekli işlemsellik ya da kurgulama enformasyonu üretirken, enformasyon da şeffaflaşmayı gerektirmektedir. Şeffaflığın ilerlemesi enformasyonun akışıyla bağlantılıdır. Şeffaflaşma enformasyonun akışının en çabuk şekilde sağlanabilmesi için her şeyin optimize edilerek, hesaplanarak ve kontrol edilerek yani işleme maruz kalarak düzleştirilmesidir. İnsanların aynılaştırılması amacıyla farklı olanın ya da ötekinin yok edilmesi sürecidir. Sürekli enformasyon akışıyla sağlanan işlemsellik ve sonucunda tüm olumsuzlukların dışarda bırakıldığı homojenleşme her şeyi şeffaflaştırırken, insanı da düşünsel olarak sistemle bütünleştirme amacıyla dönüştürmektedir. Bu dönüşüm sistemin ürettiği özgürlük yanılmasının etkisinde gerçekleşmektedir. Teknolojinin gelişmesine bağlı olarak iletişim sistemlerinin enformasyonun akışını hızlandırması zamanın anlara bölünmesini sağlamıştır ve insanların bütünlükcü düşüncelerini değişikliğe uğratmıştır. Şeffaflaşma ise anlara bölünen zamanı işlemsele tabii tutmakta ve akışkanlığı üretmektedir. Şeffaflaşma ve enformasyon yaşamın tüm alanları dönüştürürken, insanların üzerinde ağları kullanarak gönüllülük esasında tahakküm kurmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın bu bölümünde özgürlük yanılmasının ya da dijital panoptikonun oluşmasında etkin role sahip şeffaflaşma ve enformasyon akışları detaylı olarak irdelenmeye çalışılacaktır.

Her şey en hızlı şekilde akmalıdır ve bu yüzden akıntıya direnç gösterebilecek her şey düzeltilmelidir, olumlu hale getirilmelidir. Böylece sermaye, iletişim ve enformasyon sistemin gerektirdiği biçimde dönüşerek şeffaflaşabilecek ve hızla akabilecektir. Eylemin şeffaflaşması işlemselliğin hesaplanabilir, yönlendirilebilir ve kontrol edilebilir olmasıyla ilgilidir. Zaman sürekli şimdiler üzerinde kurulduğunda şeffaflaşmaktadır. Gelecek de olumlulaştırılmış olaya ya da kadere yer olmayan bir şimdije dönüşmektedir. Görüntüler direk teması ifade eden, her hangi bir derinlik ve yorumlama gerektirmeyen pornografik hale getirildiğinde şeffaflaşmaktadır. Şeyler



ise niteliklerinin sonlanıp sadece fiyatlarıyla var olduklarında şeffaflaşmaktadır. Her şey bir akış halinde şeffaflaşmaktadır ve aynılaşmaktadır (Han, 2022a, s. 16). Şeffaflığın amacı enformasyonun akışındaki hızlanmadır ve her şeyin işlemselleşmesidir.

Şeffaflığın önemi, sistemde enformasyonun dolaşım hızı ve yoğunluğunu en üst seviyeye çıkartarak hiçbir engele maruz kalmadan kendini yeniden üretebilmesinden gelmektedir. Toplum sürekli düzenlenmektedir ve sistemle bütünleştirilmektedir çünkü sistem totaliter, baskıcı bir sistem olarak kendini oluşturmaktadır. Bu baskı ve düzenleme şeffaflık adı altında ötekinin varlığına son verilerek başka bir deyişle her türlü farklılığın yok edilerek herkesin diğeriyle aynılaşması şeklinde gerçekleştirilmektedir (Han, 2022a, s. 16). Aslında şeffaflık sistemin kendini yeniden üretmesi ve mevcut yapının muhafaza edilebilmesi için bir araç konumundadır diyebiliriz. Olumluluğun zorunluluk haline gelmesinin nedeni olumsuzlukla zaman geçirmenin yerini olumluda hızlanmaya bırakmasıdır. İnsanın işlevsel olarak sistemle bütünleşmesi düzenin şeffaflaşmasına yani sürekli akışa bağlıdır. İletişim sadece enformasyonun tek yönlü, engelsiz dolaşımından oluşmaktadır. Başka bir deyişle her şey şeffaflaşmak ve olumlanmak zorundadır. Böylece hızlı ve yoğun akış gerçekleştirilebilir. Şeffaflaşma, her şeyin açıkta olması her yerin ışıklandırılmasıyla ilgilidir. Bütün bu anlatılanlar doğrultusunda, hayatı anlamlandıran belirsizlikler, kendiliğinden yok edilmektedir ve hayat düzenli bir makineye dönüşmektedir diyebiliriz. Bu bağlamda insanın da dönüşmemesi olanaksızdır.

Akışkanlığın zorunlu kıldığı sürekli olumluluk hali insanın zamanla acıyla başa çıkma ve hayatın sunduğu bir takım olumsuzluklara karşı çözüm üretebilme yetisini yok etmektedir; çünkü olumsuzluk duygusuna asla yer bırakılmamaktadır. Oysaki insanın ruhu olumsuzlukla gelişmektedir. Katlanabilme, sebat edebilme ve yaratıcılık gibi nitelikler ruhun mücadelesini ve bu mücadele içinde terbiyesini zorunlu kılmaktadır. Olumluluk toplumunda ruh yeniden düzenlenir. Örneğin, aşk tüketim ve rahatlık formülü oluşturacak şekilde düzenlenerek olumlulaştırılırken, tutku olumsuzluğu ifade etmektedir. Aşk artık olay örgüsünden uzak, anlatsız, donuk, sonucu olmayan bir uyarıya ve coşkuya dönüşmüştür. Aşkta anilik, beklenmedik durumlar gibi olumsuzluklar yok edilmiştir. Ancak aşk tam da olumsuzluğun varlığından gücünü almaktadır. Aşk aniden gelir ve insanın kontrolünün dışındadır, insanı incitir. Her şeyin olası olduğu başarı ve performans toplumunda ise her şey projelendirilmektedir. Böyle bir toplumda aşk incinme ve tutku olarak yok edilerek, sistemle uyumlu hale getirilmiştir (Han, 2022b, s. 20).

Aşırı olumluluk hali bitkinlik, depresyon gibi ruhsal bozuklukları da ortaya çıkartmaktadır. Davranışların kitlesel üretimini ve bilincin senkronizasyonunu sağlayan ve mevcut toplumsalı parçalayan teknolojiler, insanları kuşatmış durumdadır. Her şeyin ölçülüp, hesaplanabilir olması piyasanın iktidarını hegemonik bir biçime sokarken, insanın duygularını da etkilemektedir. Ayrıca toplumsal

bağlılık biçimleri kopartılarak teknoloji aracılığıyla sömürülmektedir ve bilinç düzeyinde homojen bir toplum yaratılmaktadır. Köklü toplumsal dayanışma biçimlerinin zayıflayarak erimesi, ruhsal olarak yok edici bir nihilizm üretmektedir. Özne insan kendilik olarak sonlanmaktadır ve kendini dışsal iktidara bırakmak zorunda kalmaktadır. İnsanın varoluş koşulları yavaş bir şekilde insanın kendisinden alınmaktadır. İnsan hayattan çekilmekte, sabit olan ne varsa onları yok etmekte ve kendini sistemin ürettiği enformasyonun hızına teslim etmektedir. Dijital ağlar başta olmak üzere tüm internet teknolojileri insanların birlikte yaşamaktan doğan duygulanımlarını silikleştirmekte ve bu durum insanın doğal gelişimi olarak lanse edilmektedir.

20. yüzyılın ikinci çeyreğinde görülen ekonomik alt üst oluşlar karşısında Keynesçi anlayış doğrultusunda devletin müdahalelerini azaltan hatta önleyen; kapitalist anlayışı genişleterek kökleştirecek serbestleştirme, özelleştirme ve deregülasyon politikaları uygulanmıştır. Enformasyonun sistemde temel bir öneme sahip olması kapitalizmin genişlemesi ve kendini yenilemesiyle yakından ilgilidir. Enformasyon kapitalist sistemin kendi içinde dönüşüm sürecinde merkez konumdadır (Castells, 2005, s. 15). Bu bağlamda teknolojiye, üretim biçimleri ve yeniliklerde kapitalist sistemle uyumlu bir şekilde dönüşmektedir (Türkcan, 2009, s. 221). Kapitalizmin kendi içinde dönüşüm geçirmesinde ağların oluşması, enformasyonun depolamasındaki ve işlenmesindeki ilerlemeler ve merkezleştirilme önemli rol oynamaktadır (Castells, 2007, s. 487). Veri, nesnelere, durumları ve özellikleri ifade etmektedir (Ackoff, 1996). Verilerin işlenmesi; özetlenmesi ve düzenlenmesi veriyi enformasyona dönüştürmektedir (Kalseth ve Cummings, 2001). Enformasyon, verinin işlenmesi ve aktarılmasıdır (Ural, 2012, s. 537). Bu bağlamda enformasyonun üretimi ve dağıtımının düzeyi teknolojinin ne kadar geliştiğiyle yakından ilgilidir (Akıncı, 2005, s. 126). İletişim teknolojilerinin gelişimi temelinde, şeffaf bir toplumda enformasyon, üretkenlikte ve hızda artışı meydana getirmektedir. Sistem ötekiliği ortadan kaldırırken kendi içinde bir harmoni oluşturmaktadır. Farklı bir görüşü beyan etmek ya da mevcut düzenin dışına çıkabilecek olası değildir. Enformasyon elde edebilmek için gizli olan ne varsa ortaya çıkarılmalıdır. Her şeye açıklama getirilmelidir. Sistem kendisine dinamik ve canlı bir görünüş vermek amacıyla insanları hızlı ve yoğun bir şekilde enformasyon bombardımanına tutmaktadır. Ancak bu durum insan zihninde bir yanılsama oluşturmaktadır. İnsan farkına varmadan düşünsel olarak engellenmektedir. İletişimin hızı insanları anın heyecanında tutmaktadır ve insanlar sadece o ana odaklanabilmektedir. Kısaca gerçek bağlamından koparılmakta, anlara bölünerek parçalanmakta ve bütünsellik yok edilmektedir. İnsanlar anlara odaklandığında, yaşam da anlık yani bütünsellikten uzak, son derece yüzeysel ilişkilerden oluşmaktadır. Her şeyin anlık bir güvenilirliğe dayalı olması uzamı hiperleştirmektedir. Bu uzamda artık ne doğrudan ne de yanlıştan bahsedilebilmektedir; çünkü enformasyon

gerçeğin duvarını aşmıştır (Baudrillard, 2004, s. 72). Hızın sonucunda düşünce zaman kalmamıştır ve bütünsellik yok edilerek, anlam küçük parçalarda sınırlandırılmıştır. İnsanlar düşünmeyi unutmaya çok yakındır; çünkü artık düşünmemektedirler. Bugünün teknolojik koşullarında insan seçim yapma zorunluluğu içindedir; ancak seçim yaparken düşünmemektedir, değerlendirme yapmamaktadır. Seçim anlık reaksiyondan ibaret bir eyleme dönüşmüştür. Bu bağlamda yaşam bir anlatı olarak hiçbir şeyin gerçekleşmediği ama her şeyin geçip gittiği bir biçime dönüşmüştür (Virilio, 2003, s. 21).

Şimdiyi yaşamak ve anda kalmak insanın zaman anlayışını dönüştürmektedir ve sistemle uyumlu hâle getirmektedir. İletişimin hızı insanın zamansal algısını “an”dan ibaret olacak şekilde kısaltmaktadır (Harvey, 2014, s. 270). İnsan gerçek zamanın içinde yaşamaktayken şimdiye ayrıcalık tanıyordu. Bugünkü sistemde gerçek zamanın kaybolmasıyla insan şimdinin içinde tutsak konumunda sadece anda yaşamaktadır. Teknolojinin gelişmesiyle insanlar ağların sağladığı imkânlarla istediği şeye zaman ve mekândan bağımsız ulaşabilmektedir. Zaman ve mekân sınırlılığının aşılmasıyla yaşanan gerçeklik özgürlük yanılsamasını yaratmaktadır. İlerleme anların nicel olarak ardışık halde sıralanması üzerinden gerçekleşmektedir. Bu durum aynı zamanda tarihsel zamanın olumsuzlanmasıdır. O zaman kendiliğindenlik ve yaratıcılık da tartışmalı hale gelmektedir. Ağların gelişmesi sistemin çıkarları doğrultusunda toplumsal yapıyı yönlendirmektedir (Knoke, 1996, s. 96). Enformasyon akışının ağlar üzerinden yoğun ve hızlı bir şekilde gerçekleşmesi, insanları düşünmekten alıkoyarken, insanlığı tek yönlü ve dar bir görüş açısına, bir tünele hapsetmektedir (Brown ve Duguid 2002, s. 13). Bu tünelde tıpkı ağlar üzerinde elde edilen deneyimlerde olduğu gibi insan çeperlerdeki görsel alanla teması keser ve sadece gitmek istediği yönü görür ve kafasını çevirerek yan tarafta neler olduğunun farkına varamaz. Ağlarda insanın çeperle olan ilişkisinin kesilmesi olayların bağlamından kopartılmasıdır, enformasyonun akışındaki hız ve yoğunluk resmin bütününe değil sadece belirli parçalarını anlamlandırmaya izin vermektedir.

Enformasyonun artması daha iyi kararların alınmasını sağlamamıştır. Yoğun enformasyon üst düzey yargı yetisini yok etmektedir. Enformasyonun azlığı daha fazla enformasyon elde etmemizi sağlamaktadır. İnsan için dışarda bırakma ve unutmaya hali olumsuzluk gibi görünse de üretkenlik sağladığı pek çok kere görülmüştür. Enformasyon boşluğa izin vermemektedir oysaki düşünce boşluğa gerek duymaktadır. Boşluğun olumsuzluğu mutlak var olmak zorundadır ki hayat hareket halinde canlılığını koruyabilsin. Örneğin, pornografi aşkın görme alanında boşluk bırakmamasıdır. Hesaplama ise düşüncenin bilgi de boşluk bırakmayarak bozulmasıdır (Han, 2022a, s. 19). Enformasyonun artışı ise sürekli olumluluk bağlamında kendini anlamdan yoksunlaştırmıştır. Hakiki olan içinde olumsuzluğu barındırır, yapay olan ise sadece olumluluğu kendinde toplamıştır ve böylece olumluluk bir nevi urlaştırılmıştır, yoğunlaştırmıştır (Han, 2022a, s. 23). Bu bağlamda şeffaflık ile hakikat farklı kavramlardır. Aşırı

enformasyon ve iletişim hakikate ulaştırmamaktadır. Aksine, enformasyon yoğunlaştıkça hakikatten uzaklaşmaktadır, anlamsızlığa doğru gidilmektedir çünkü diyalektik sonlanmıştır. Diyalektiğin sonlanması, anlamın ölmesi demektir. Dil şeffaflıktan yoksundur çünkü ayrıcalık içermez ve sürekli bir belirsizlik muhteva etmektedir. Anlama hali aslında anlamama, her uzlaşma ise ayrılık ifade etmektedir. Bu bağlamda enformasyonun şeffaf olması dilin doğallığından koparak, yapaylaşması zorunluluğuna ya da dilin işlemselleşerek mekanik hale dönüşmesine de yol açmaktadır ve böylece insan düşünsel olarak sistemin çıkarları doğrultusunda kontrol edilebilecek ve kurgulanabilecektir.

Kapitalist elitlerin gücünün ağ teknolojisi üzerinden enformasyonun kontrolüyle yakından bağlantısı vardır. Nitekim iletişim araçlarının mülkiyetinin ellerinde olması da kendi çıkarları doğrultusunda enformasyonun üretimi ve dolaşımını kontrol etme amacı taşır. Elitler insanları internet teknolojilerinin sınırları içinde tutarak iktidar kurmaktadır. Enformasyon rejimi; algoritma ve yapay zekâ kullanılarak enformasyonun hayatın tüm alanlarında tahakküm kurmasıdır (Han, 2022c, s. 7). Artık iktidarı belirleyen, üretim araçlarına sahip olmak değil, insanları düşünsel olarak yeniden üretimini sağlayacak ya da kurgulayacak enformasyona ve enformasyonu teknoloji aracılığıyla kullanma potansiyeline sahip olmaktır. Ağlar üzerinden gerçekleştirilen yaşamın kontrolü kolaylaşmakta, her şey izlenebilmekte ve insanların düşünce biçimleri dönüştürülmeye çalışılarak kültürel bir hegemonya kurulmaktadır (Yengin, 2012). Ağ sistemleri insanı dönüştürmekte ve sisteme entegre etmektedir. İnsanın en temel ihtiyaçlarından biri ötekiyle kurulan ilişkidir çünkü içinde insana özgü bir duygusallık ve kendiliğindenlik vardır. İnsan diyalektik mücadele içinde karşısındakile iletişimde bulunduğu ölçüde kendi insani oluşunu muhafaza edebilmektedir. Ağlarda kurulan ilişkilerde sevinç, keder, dostluk ya da şefkat gibi duygular yerlerini kendi simülasyonlarına bırakmaktadır. Yapay olarak ihtiyaçlar ve istekler üretilerek insanlar sistemle uyumlu hale getirilmektedir. Yüksek performans gösterme ve başarılı olma zorunluluğu karşısında insanlar kendi iç sesleri yerine dışsal reçetelere ya da yeni yaşam modellerine bağımlı hale gelmişlerdir, önceden belirlenmiş sistemin işlevlerini yerine getirmektedir.

Kapitalizm teknolojiyi kullanarak insanları sistemle bütünleştirirken, rasyonaliteyle yaşamlarını biçimlendirmektedir. Yaşam rasyonelleştikçe insan tutsaklığını hissedememektedir; çünkü insanlar sistemle uyumlu bir şekilde dönüştükçe duyguları, hisleri ve bilinci matematiğin bir parçası olmaktadır. Rasyonelleştirme dünyanın sayılarla ifade edilmesidir. Bu durumda hayal etme edimi öldürülmektedir. Teknoloji sayesinde hayaller enformasyon yüklü hale gelmiştir. Tercih etme özgürlüğünün artmasıyla arzu da rasyonelleşmektedir ve bilinçli bir şekilde oluşturulmaktadır. Bugün insan çok fazla hayal kırıklığına uğruyorsa, bu durum hayal gücünün yapay bir şekilde zenginleştirilmesiyle ya da kurgulanmasıyla ve kişinin arzuladığı niteliklerin değişmesiyle ilgilidir. Hayal gücü pazar ve pazarın

belirlediği kültür endüstrisi tarafından belirlenmektedir. Özne sürekli sistem doğrultusunda zorunlu olarak seçim yapmaktadır ve seçiminde ne arzulanacağı da belirlidir; çünkü sistem aynı zamanda kendini yeniden üreten insanı sürekli eğitmektedir. Arzu da tıpkı özgürlük gibi kendisinin ötesine geçerek dönüşmüştür (Han, 2022b, s. 41). Matematik, kurallar bütününde hesaplamaya dayalı sonuç elde etmeye çalışması nedeniyle yaşamın dışına çıkmaktadır başka bir deyişle yaşam dünyasının amaçlılığı içinde çalışmamaktadır. Sistem insanın davranışını, ağlar üzerinden biyometrik çalışmalarla enformasyona dönüştüren teknikler kullanmaktadır. Böylece sistem kendini uyumlu bir şekilde yeniden üretecek insanı oluşturmaktadır. Yapay zekâ, sinir bilim, nesnelerin interneti gibi teknolojik yenilikler insanın varoluşunu yeniden biçimlendirmektedir. Nesnelere kendi kendilerine iş yapabilmektedir ve teknolojik araç ve ağların üzerindeki veri akışıyla dijital hizmetler, insanlar tarafından sağlanan geri bildirimlerle kendini sürekli düzenlemektedir. Buna göre insanın düşünce yapısı da teknolojinin gelişmesiyle orantılı olarak, enformasyonun dağılımıyla uyumlu bir şekilde dönüşmektedir. Akıllı ortamlarda her şey daha insan düşünmeden yapılabilecektir. Düşünce insanın kendi kontrolünden çıkmaktadır, kendi içsel dünyasından kovulmaktadır. Şirketler kendi stratejileri doğrultusunda yaydıkları enformasyonla kendi iktidarıyla uyumlu uysal bireyler üretebilecektir. Biyofarmakoloji ve nöropazarlama gibi alanlar insanların dönüştürülmeleri çalışmalarını göstermesi açısından önemli örneklerdir. Bütün bu yenilikçi çalışmalar öncelikle ordu ve güvenlik sonrasında bankacılık alanlarında denenmektedir. 5G ağlar, uydular bütünleşik olarak tam bir iktidar kurmayı elverişli hale getirmektedir. Emeksiz büyük servetler yeni güçlerin ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Küresel finans ve savaşların etkili olmasını sağlayan ağlar üzerinden kendini gerçekleştiren akıllı teknolojilerin gündelik yaşama etkisi, tüm insanların yararına idealist bir yaklaşım içinde olması beklenemez. Bilim, kapitalizmin insanı ve doğayı kendine uyumlamasını sağlayan bir bilime dönüşmüştür ki kapitalizm bilimi de kendine uyumlandırmıştır diyebiliriz. Bilim ordu ve şirketlerin sömürmesine dönüşmüştür ve sonucunda bilim kendi ilkelerini kaybetmiş, kendini sonuçlarla tanımlamaya başlamıştır. Amaç, daha fazla kazanmak ve dolayısıyla daha fazla iktidar kurmak için gerekli olan icatların icat edilmesidir (Crary, 2023, s. 83). Yanılsamanın bütünüyle ortadan kaldırılması hedeflenirken, insanlarda yapaylaşarak homojenleşmektedir.

İnsan kendini sürekli yeniden üretmek zorundadır. Kimlik meta haline gelmiştir ve insan tükettikçe var olmaktadır. Ağlar üzerinden yapılan alışverişler, ihtiyaçların duygular üzerinden yönlendirilmesi ve tüketim odaklı sürekli değişen yaşam biçimlerinin dayatılması insanın yaşamını dönüştürmektedir (Timisi, 2016). Özgürlük artık eylemde bulunmak değildir, ekran üzerinde tıklamak, beğenmek, paylaşım yapmaktır. Özgürlük parmakların ucuyla dokunma özgürlüğüne dönüşmüştür. Artık düşünce ya da direnç yoktur. Parmak ucu, tüketicinin tercih yapmak amacıyla kullandığı bir iletişim aracına

dönüşmüştür. İktidar enformasyonu biçimlendirdikçe, toplumu da biçimlendirmiş olmaktadır. Ağlar üzerinden insanların eylemleri başka bir deyişle tıkları birer istatistiki veriye dönüşerek gözlem unsuru olmaktadır. Ancak bu durum kimsenin sınırlaması olmadan demokratik bir ortamda ve çoğulculuk temelinde özgür bir şekilde gerçekleşmektedir. İktidar demokrasiyi sistemin gerektirdiği doğrultuda dayatmaktadır çünkü demokrasi ve özgürlük adı altında kapitalizm her ülkeye, bölgeye ve eve hatta en mahrem alanlara kadar girebilmektedir. Örneğin kapitalist Amerika'nın istila ettiği ülkelere demokrasi getireceğini söyleyerek girmesi bu bağlamda oldukça anlamlıdır.

### **Teşhircilik ve Optimizasyon**

Şeffaflaşma ve enformasyonun yoğun ve hızlı akışı sistemin yeniden işlemsel olarak üretilmesi amacı taşımaktadır. Bu bağlamda şeffaflaşma ve enformasyon temelinde saklı olan her şeyin açığa çıkarılması ya da insanın sürekli olarak kendini görünür tutmasının zorunluluğu, sistemin kendi varlığını güçlenerek devam ettirmesi için kurduğu bir tahakkümün sonucudur. Ancak bu tahakkümde insanlar gönüllü olarak kendilerini ışıklandırarak açığa çıkarmaktadırlar. Şeffaflaşmanın ve enformasyonun hiçbir engelle karşılaşmadan akması, insanların kontrol edilebilmesinde ve sistemle uyumlandırılmasında stratejik bir araçtır. Nitekim şeffaflaşma ve enformasyon bütünlüğünün sonucunda insanlar kendilerini isteyerek görünür kılmaktadır ve Bentham'ın panoptikonunun aksine insanların ağlar üzerinden kendilerini saklamadıkları dijital bir panoptikon ortaya çıkmaktadır. Bu bölümde şeffaflık ve enformasyon akışının beraberinde ortaya çıkan sürekli optimizasyon, temelinde insanların kendilerini teşhir etmeleri özgürlük yanılması ya da dijital panoptikonu oluşturan etken stratejilerden olması nedeniyle irdelenecektir.

Teşhir etmenin yani saklı olan her şeyin açığa çıkarılmasının yarattığı ilk sorun özgürlük yanılmasıdır, diğer bir sorun ise hayal gücünü yok etmesidir. Belirli olan değil, belirsiz olan özgürlüğe anlam katmaktadır; ancak sistem her şeyi belirlemeye çalışmaktadır ve bu durumu özgürlük olarak sunmaktadır. Ayrıca beden sürekli optimize edilerek sergi değeri kazandırılmaktadır. Böylece bedenin görünür kılınması sistemin istediği doğrultuda zorunlu hale getirilmektedir. Ancak bu zorunluluk sistemin sağladığı özgürlük yanılmasının sonucu olarak gerçekleşmektedir ve insanlar kendilerini gönüllü olarak ışıklar altında aydınlatmaktadır.

Teşhirciliğin gündelik yaşamda insanın kendini anlamlandırmasında zorunlu bir unsura dönüşmesi sonucu her özne aynı zamanda bir nesnedir. Teşhircilik toplumu pornografik bir toplumdur; başka bir deyişle her şey açıkta, ışıklar altındadır. Gizli olan ne varsa açığa çıkarılmalıdır ve akışkanlığın sağlanabilmesi için hiçbir şekilde gizli ya da sır kalmamalıdır. Bu durum özgürlük yanılması üretmektedir. Aslında şeylerin kendine özgürlüğü kapitalizm tarafından yok edilerek sisteme eklenmektedir. Şeyler görünürden daha görünür olduklarında "müstehcenlikte" kaybolmaktadırlar.

Hâlbuki saklı olanın olumsuzluğu arzuyu harekete geçirir ve hazzı yoğunlaştırır çünkü belirsizlik hâkimdir.

Ayrıca şeffaflık ya da her şeyin açığa çıkarılması şeylerin cazibesini yok etmektedir ve böylece hayal gücünü de öldürmektedir. Hayal kurabilmek önemlidir çünkü bir kendilik etkinliği olarak elde etme ve keyfini çıkarma etkinliklerini içermektedir. Cazibenin kendini muhafaza edebilmesi için en yakınımızda olan kişinin bile belirsizlik içermesi, gözlemlenemeyen bir yanının olması gerekmektedir. Hazzı derinleştiren hayal gücündeki derinliktir. Dolaysız, doğrudan zevk ise pornografidir, hayale ya da anlatısal yollarla izin verilmez. Dolaşıma sokulan net resimler hayal gücünü yok etmektedir çünkü hayal gücü şeffaflığın aksine belirsizlik ister ve sınırların olmadığı alanlarda ortaya çıkmaktadır. Şeyler saklı oldukları yerden açığa çıkarıldıklarında zihinde tazelenirler ve olumlu bir hâl alırlar. O zaman bir şeyin saklı olması ya da gizlenmesi öğrenilmesi için mâni değildir. Gizli olana ulaşmanın verdiği coşku güçlüdür; çünkü insan bir şeyi keşfettiğinde aslında saklı olanı ortaya çıkarmaktadır ve bu durum haz dolu bir ifşa halini almaktadır. Enformasyon ise çıplaktır ve önüne çıkan her şeyi düzleştirerek üzerinde akış sağlar, diğer bir deyişle yavanlaştırır, aynılaştırır.

20. yüzyılın sonuna doğru beden, sergilenmesi ve sömürülmesi için sürekli optimize edilmesi gereken bir nesneye dönüşmüştür. Sergi değeri kendini güzellik üzerinde oluşturmaktadır. Güzel ve fit olmak zorunluluk haline gelmiştir. Görünür olan, teşhirde olan mutlaklaştırılmıştır. Beden artık kendi için başka bir deyişle sergilenmek için değerlidir, kendinin zevkini çıkarmaktadır. Acı anlamını kaybetmiş ve olumsuz bir nitelik kazanmıştır. Performans öznesi disiplin öznesinden farklılaşmıştır. Emirler, yasaklar yerlerini optimizasyona bırakmıştır. Disipline edici mekânların yerini, yoga merkezleri, spor salonları gibi mekânlar almıştır. Optimize etmenin en bilinen yolları yaşam koçluğu, kişisel gelişim seminerleri, zihinsel çalışmalar gibi aktivitelerdir. Amaç kusursuz bir şekilde insanın kendini gerçekleştirmesidir. İnsan her anlamda sistemin gerektirdiği şekilde görünür olmalıdır, beden ışıl ışıl parlamalıdır. Görünürlük mutluluğu da beraberinde getirmektedir. Mutluluk söylemi optimizasyonla bağlantılı hale gelmiştir. Kişinin özgür biçimde kendini gerçekleştirmesi ya da optimize etmesi, iktidarın insanları köle gibi çalıştırmak ve sistemi yeniden üretmesi için çaba göstermesini gereksiz kılmaktadır çünkü kişi kendi kendini özgürlük yanılsaması içinde sömürerek iktidarı yeniden üretmektedir (Han, 2023, s. 21). Bu sömürünün sonucu ise sürekli depresyon halidir. Neo-liberal düzen insanı tüketen bir düzendir çünkü gündelik yaşamda var olabilmek optimizasyonu zorunlu kılmaktadır ve bu zorunluluk insanı zihinsel çöküşe götürmektedir (Han, 2022d, s. 38). O zaman özgürlük yanılsaması içinde sürüklenmek itaatkâr olmaktan daha fazla yıkıcıdır denilebilir.

Kitle iletişim araçları teknolojinin gelişmesiyle dijitalleşmiş, enformasyon akışı yoğunlaşarak hız kazanmıştır. İnsanlar dijitalleşmenin sonucunda bir araya gelerek daha çok görünür olmak amacıyla başka bir deyişle varoluşlarını anlamlandırabilmek için yaptıkları tüketim

faaliyetleriyle ağlarda zaman geçirmeye başlamışlar ve ürettikleri ve tükettikleri enformasyonla gözetleyen ve gözetlenen bir topluluğa dönüşmüşlerdir. Enformasyon üzerine kurulu toplumlar dijitalleşmenin sonunda gözetim toplumuna doğru dönüşmüştür diyebiliriz. Ağlar üzerinde serbestlik özgürlükçü bir ortamla ilintili olarak olumlansa da aslında herkes panoptikonun tutsağı olmaktadır (Çaycı & Çaycı, 2016, s. 159). Sistem, değişime dayalı, perspektifsel ve panoptik bir anlayışı yürürlüğe sokmuştur (Stratton, 2002, s. 85). Bu durumda zaman ve mekân sınırlamaları buharlaşmıştır ve insanlar bedensiz enformasyona dönüşmüştür. İnsanlar dijital ağlarda panoptik bir alanda kendilerini gerçekleştirmektedir.

### **Dijital Panoptikon**

Şeffaflık enformasyon toplumunun zorunlu bir sonucudur. Enformasyon toplumu aynı zamanda şeffaflık toplumu olarak kabul edilebilir. Şeffaflık sayesinde enformasyon tüm sınırları aşmaktadır. Dijital hapishanede ise herkes özgürlük içinde şeffaflaşmıştır. Zincirleri iletişim yoluyla enformasyon üretimi ve akışı oluşturmaktadır. Akıllı uygulamalar, arama motorları, sosyal platformlar, insanların ayrılmaz birer parçalarına dönüşmüştür. Gözetim gündelik yaşamda kolaylaştırıcı etki sağlamasının sonucunda içselleştirilmiştir. Dijital hapishane akıllı konfor alanı oluşturmaktadır ve böylece iktidara karşı hiçbir direnç oluşmamaktadır (Han, 2022c, s. 12). Baskı ve komuta yerini dürtmeye bırakmıştır.

Panoptikon mimari bir yapıdan ziyade toplumun denetimiyle ya da disipline edilmesiyle ilgili bir sistemin işleyiş mekanizmalarını ortaya koymaktadır. Panoptikon insanların belirli kurallar temelinde dönüştürülmesi ve biçimlendirilmesi amacıyla sürekli gözetim altında ödüllendirme ve cezalandırma yoluyla ıslah edildiği bir iktidar şeklidir (Foucault, 2000, s. 237). Foucault'da gördüğümüz gözetleme ve cezalandırma, yerini günümüzde motivasyona ve optimizasyona bırakmıştır. Neo-liberal koşullarda tahakküm, özgür ve sınırsız bir iletişimden oluşmaktadır. Başka bir deyişle çalışmamızda ifade edildiği gibi şeffaflık, enformasyon ve sürekli görünür olma zorunluluğu; insanın içinde kendini özgür olarak hissettiği yeni bir tahakküm biçimi oluşturmuştur. Bentham'ın panoptikonu gözetleme temelinde tasarlanmış bir tecrit modelidir. Foucault'da ise modern toplumda gözetlemeyi ya da sürekli kontrolü ifade eden iktidar biçiminin metaforudur. Foucault'ya göre birey fabrika, okul ve hastane gibi modern kurumların gözetimi ve kontrolü altındadır (Çaycı & Çaycı, 2016, s. 165). Ağlarda ise bireyler şeffaf bir toplumda başka bir deyişle şeffaf bir hapishane de hapsolmüştür. Ağlar üzerinde gerçekleştirilen eylemlerin bıraktığı dijital izler veri olarak kullanılmakta ve bu veriler ışığında insanlar gözlemlenebilmekte ve kontrol edilebilmektedir. Şeffaflık, sınırsız özgürlüğü ve iletişimi ifade ederken, aslında toplum bu sınırsız özgürlük ve iletişimle tam kontrol ve gözetim toplumuna dönüşmektedir. Disiplin toplumlarında, panoptikonda insanlar birbirlerinden ayrı bir şekilde tutularak iletişime geçmelerine izin verilmezdi. Teknolojinin gelişimiyle günümüz panoptikonunda



insanlar iletişim halindedirler ve kendilerini isteyerek göstermektedir. Özgürlük adı altında aslında panoptikonla işbirliği sağlanmaktadır ve insanlar kendiliğinden kendilerini panoptikona teslim etmektedir. Dijital enformasyon teknolojisiyle gözetim iletişim üzerinden gerçekleştirilmektedir. İletişimin yoğunluğu ve hızı gözetimin verimliliğini belirlemektedir. Bu bağlamda cep telefonları özgürlüğü ve iletişimi sömüren önemli örneklerdir. Paradoksal olarak iktidar egemenliğini özgürlük üzerinden sağlamaktadır. Tahakkümün kusursuzluğu özgürlüğün ve gözetimin bütünleşmesiyle ortaya çıkmaktadır (Han, 2022c, s. 10). İnsanlar içsel olarak ihtiyaç hissederek kendilerini teşhir etmektedirler ve yeniden üretmektedirler. İnsanların her şeyi açığa vurmaları ya da ortaya koymaları ve gizliliğin ortadan kaldırılmasıyla yaşanan zihinsel dönüşüm özgürlüğü sömürmektedir. Bu durum dış baskının sonucu değildir, aksine insanlar kendiliklerinden bu durumu arzularlar ve sistemin gerektirdikleri doğrultuda mükemmelliğe ulaşma neticesinde özel alanlarını ışıklandırır ve herkese açık hale getirirler.

Unutulmaması gereken şey, şeffaflık toplumun tüm katmanlarına ve süreçlerine yayıldığında, onları köklü bir değişikliğe uğratarak kendini şiddet olarak göstermeye başlamasıdır. Dilin spamlaşması, anlamın bolluğu, sürekli haber olumluluğunun şiddetini ifade eder. Bu şiddet türünün kendini ötekinde gösteren bir sahibi yoktur. Şiddet anlamını sadece aşırı olumsuzluktan değil, aşırı olumluluk halinden de almaktadır. Olumluluk şiddetinin sonuçları olumsuzluk şiddetinin sonuçlarına göre daha tehlikelidir çünkü hem gönüllü olarak bu şiddet türünün bir parçası olunur hem de bu bağlamda olumluluğu nedeniyle her türlü tepki de önlenmiş olunur. Günümüz başarı ve performans odaklı öznesi kendi iktidarının tutsağıdır. Kendi dışında bir iktidar yoktur ve özgürdür ama bu özgürlükte dış baskı yerini içerdeki basınca bırakmıştır. İçerdeki basınç ise şiddetin yoğunlaşarak artması nedeniyle kendini depresyon olarak yansıtmaktadır. Bu durumda şiddet dışardan değil içerden insanın kendine yönelttiği bir şiddettir. Şiddet içselleştirilmiştir ve görünmez bir hale gelmiştir (Han, 2021, s. 10-11). Şiddet ötekinin olumsuzluğunun yokluğunda insanın kendidendir.

Eğer Bentham'ın panoptikonu ve günümüzde geçerli olan dijital panoptikonu birbirleriyle karşılaştırırsak bazı belirgin farklılıklar görürüz. Dijital panoptikonda Bentham'ın panoptikonunun aksine merkez ve çevre ayrımı yoktur, dijital panoptikon tek bir merkezden gözlemlenmiyor olması ölçüsünde perspektiften yoksundur, optik olmaksızın çalışmaktadır ve gücünü bu yoksunluktan almaktadır. Perspektiften yoksun ışığa boğma, perspektife dayanan gözetlemeden daha etkilidir. İnsan artık her taraftan ışık altında, saydamlaşmıştır. Günümüzde Bentham'ın panoptikonundaki yalıtılmış mahkûmların yerini birbirleriyle sürekli ilişki halinde insanlar almıştır. Tam gözetim tüm insanlar tarafından bilinmekte ama yaydığı özgürlük yanılsamasıyla onaylanmaktadır. Bentham'ın panoptikonunda görülen yalıtılmışlık yerini herkesin birbiriyle ilişkide olduğu bir

ortama bırakmıştır. İletişim bu yeni başka bir deyişle dijital panoptikonda hiperleşmiştir çünkü insanlar şeffaflaşma yolunda diğer ağ sakinleriyle iletişim kurarak kendilerini teşhir etmekte ve kendilerini gözetimin bir parçası olarak sisteme eklemektedir.

Şeffaflık toplumunda kişi kendi kendisinin efendisi olmuştur; çünkü hâkim olan mantık performans toplumunun mantığıyla aynıdır. Kişinin karşısında ona tahakküm kuracak bir merci olmayınca paradoksal olarak özgürlük de anlamını yitirmektedir. Performans öznesi kendi kendini sömürmektedir. İnsanın kendi kendini sömürmesi, ötekinin sömürmesinden daha verimlidir. Özne özgür olarak kendinin oluşturduğu tahakküme kendini tabii kılmaktadır. Kontrol toplumunun ya da dijital panoptikonun temelinde bu tür bir özgürlük yatmaktadır. İnsan özgürce kendini ışıklandırmaktadır ve ötekinin ışıklandırmasına gerek kalmamıştır (Han, 2022a, s. 71). Sosyal platformlar kendilerini özgürlük alanları olarak sunsalar da, aslında panoptiğin yeni biçimleridir. İnsanlar gönüllü olarak kendilerini gözetlenmeye teslim etmektedir. Özgürlük kontrol edici bir güce dönüşmüştür diyebiliriz. Gözetleme özgürlüğe bir saldırı olarak değil, gözetlenenin kendini gönüllü bir şekilde teşhir yoluyla panoptikon bakışa sunmasıyla gerçekleşmektedir. Panoptikonun temel mantığında denetçi, kapatılanlarla ilgili bilgi sahibiyken; kapatılanlar, denetçi hakkında bilgi sahibi değildir. Bir bilgi asimetrisi söz konusudur. Amaç kapatılanların sürekli gözetim altında olduklarını içselleştirmeleridir. Böylece kapatılanlar iradelerini ortaya koyarak kendilerini gerçekleştirmez. Kapatılanlar sadece özgürlükten yoksun değildir, kendi yaşamlarını da düzenleme melekelerinden yoksunlaşırlar ve sürekli bir denetçiye ihtiyaç duyarlar (Bauman, 1997, s. 25). Ağlarda da aynı şekilde bilgi asimetrisi söz konusudur. Ancak dijital panoptikonun Bentham'ın panoptikonundan en önemli farkı insanları isteyerek gözetim altına girmeleridir. Bu bağlamda şeffaflık toplumu bir gözetleme toplumdur, yani herkes dijital hapisane de mahkûm olmuştur.

Sürekli uyum sağlama gayreti ya da optimizasyon standart, basmakalıp ve son derece yüzeysel ama homojen bir anlayışı üretmektedir. Ağ üzerinden insanın hayal kurması bile ağın sınırlı bir alan içinde ürettiği ihtiyaçlara göre düzenlenmektedir. Gençler hayal kurmaları yerine artık ağlar üzerinden platformlarda yaratıcı olmaları yönünde motive edilmektedirler. Hayal kurulacaksa da bu durum ağlar üzerinden başka bir deyişle ağların kontrolü altında olabilmektedir. Ağların zaman ve mekânı yok etmesinin sonucunda insanlar arasında sosyal bağlarda silinmektedir. Ekonomik altyapıya kapalı olan tüm ilişkiler değersizleşmektedir. Tüm veriler ses ve ışık olarak düşüncenin içine yerleşmektedir. Derinlemesine düşünme unutturulmaktadır ve insan düşünsel olarak sistemle uyumlu bir şekilde gündelik yaşamını düzenlemektedir. İnsanların toplumsallaşması her geçen gün zorlaşmaktadır. Herkes kendini özgür olarak addetmekte ancak kalıcı ilişki kuramamaktadır. Sistem insanın kalıcı ilişkilerini ve bu ilişkilere olan özlemini enformasyonun hızı ve yoğunluğuyla unutturmaktadır ve insanı yeniden üretmektedir.

Endüstriyel kapitalizmin tahakküm biçimi disiplin rejimidir. Beden makineye dönüşmüştür. Disiplin üzerine kurulu iktidar, insanın bedenine hükmeder, sistemle uyumlu uysal bedenler üretirdi. Eğitim insanları çalışan hayvana dönüştürmesi için kullanılırdı. Günümüzde ise enformasyona dayalı iletişim esnekliği de beraberinde getirmiştir. Bugün toplumda katı kurallar yerini insanın potansiyelini artırma ve başarıya ulaşma temelinde özgürlüğe bırakmıştır. İnsanın kendini ve sonucunda sistemi yeniden üretiminde, önündeki tüm engeller kaldırılmıştır. Uysal olma durumu başka bir deyişle itaat etme yerini özgürlük alanında kendini ve sistemin yeniden üretiminde sınırsız performansa ve sürekli optimizasyona bırakmıştır. Biyopolitik rejimde beden, üretim ve gözetim mekanizmalarıyla disipline edilirdi. Şeffaflığın bir ideoloji haline geldiği enformasyon toplumunda ise insan disiplin rejiminden bağımsızdır.

Modern öncesi egemen rejimlerde iktidarın ihtişamı gösterinin kendisidir. Tahakküm bu ihtişamın içinde kendini gerçekleştirirdi. Kamusal alan bir sahneye dönüşür ve iktidar kendini gösteriye dönüştürerek tahakküm kurardı. Modern disiplin rejimlerinde gösteri yerini gözetime bırakmıştır. Başka bir deyişle teatral görünürlük yerini bürokratik gözetime bırakmıştır. Burada modern öncesinde görünür olan iktidarken ya da yönetenlerken, modern dönemde yönetilenler görünür olmaktadır. İnsanlar sürekli ışık altında, görünür haldedir başka bir deyişle kendilerini teşhir etmektedir. İnsanlar gözetlendiklerini hissetmeleri gerekir ki panoptikon amacına ulaşabilsin. Bu görünürlük ya da gözetlenme bilinçli oluşturulmalı ve içselleştirilmelidir.

### **Özgürlüğün Sonu**

İnsanlar özgürlük adı altında sosyal platformlarda eğitilerek birer tüketiciye dönüşmektedir. İletişimin algoritma üzerine kurulu olması iletişimi demokratik olmaktan uzaklaştırmıştır. Ayrıca internetin algoritmik kişiselleştirmesi, söylemi de ortadan kaldırmıştır (Han, 2022c, s. 30). Filtreler kullanıcının istediği enformasyonu sağlamaktadır ve uygun dünya görüşlerini seçtirerek sunmaktadır. Kişi kendi benî içinde hapsolmaktadır. Başka bir deyişle insanlar kendileri için özel olarak hazırlanmış dış dinamiklerce yönlendirilmeye başlarlar (Dolgun, 2004, s. 64). Böylece insanın düşünceleri, görüşleri daha dar alanda sınırlandırılmış olmaktadır. Arama sonuçları ve haber akışlarının kişiselleştirilmesi ya da filtrelenmesinin yanı sıra insanların birbirlerinden kopması ve ötekinin kaybolması birbirleriyle ilişkilidirler ve insanı düşünsel olarak dönüştüren en önemli unsurlardır.

İletişimsel rasyonalitenin karşıtı olarak dijital rasyonalite söylemin olmadığı rasyonalite türüdür. İletişimsel rasyonalite için nedenselleştirme ve öğrenme gereklidir. Rasyonel olan eleştiriye açıktır ve gelişim içindedir. Nedenini bulmak ise insanın öğrenme becerisiyle ilgilidir. Rasyonaliteyi tanımlayan ve geliştiren hataların varlığıdır ve hipotezlerin çürüme olasılığıdır. İnsanı geliştiren hatalardan ders çıkarma ve düzeltme motivasyonudur. Ancak yapay zekâ sayıları kapsamaktadır ve hesaplamalar yapmaktadır. Hipotezde ortaya konan argümanların yerini algoritmalar

almaktadır. Algoritmaların sürekli geliştirilmesinin sonucunda bilgisayar kendi hatasını kendi içinde çözümlenmektedir. Dijital rasyonalite söylemsel öğrenmenin yerine yapay zekâyla öğrenmeyi getirmektedir (Han, 2022c, s. 39). Bu durum rasyonel insanın sonlandığını ifade etmektedir. Yapay zekânın sunduğu veri analizleri, söylemin oluşturduğu kamuoyunu yok ederek, kendi hegemonyasını oluşturmaktadır. Enformasyon, toplumda anlatıyı sonlandırmış ve her şeyi sayılara çevirerek, hesaplanabilir hale getirmiştir. Beş duyumuzla verili olan gerçeklik sona ermiştir. Yeni gerçeklik veri üzerinde şekillenmektedir. Veri, verili olanın arkasında, verinin arkasında başka bir gerçeklik veremez, ideolojiden yoksundur. İnsanlar yalnızlaşmıştır, kitle toplumu sonlanmıştır, insanlar sadece dijital sürü halinde yaşamaktadırlar. Eskiden suçluların profili vardı bugün herkesin bir profili var ve enformasyon toplumu insana bu profiller üzerinden tahakküm kurmaktadır.

İçinde sınırsızlığı barındıran yapabilme özgürlüğü, içinde sınırlılığı barındıran yapmalısından daha zorlayıcı ve baskıcıdır. İnsan özgür bir özne olarak gerçekleştirilmesi gereken bir projeye dönüşmüştür. Kendini sürekli icat etmeli ve tasarlamalıdır. Kendisine tabii olunan ya da mutlak bir güç olarak özne sonlanmıştır. Başarı ve performans odaklı toplumda özne özgürdür ve kendi kendinin efendisi olarak, sistemde var olmak için kendinin pazarlamacısı ve girişimcisidir. Özne kendini sürekli optimize etmek ve görünürlüğünü maksimum seviyeye çıkarabilmek için kendini özgür bir zorunluluğa bırakmaktadır. Bu zorunluluk aslında ötekinin hegemonyası olmadan insanın kendi kendini sömürmesidir. Özgürlük bir şiddet sarmalı içinde kişiyi hem efendi hem de köle yapmaktadır. Homo liber olarak sahneye çıkan yeni özne aslında bir homo sacer'dir. Herkesin homo sacri'ye dönüşmesi başarı ve performansın getirdiği büyülenme halidir diyebiliriz. Kendini özgür hisseden homo liber kendisini homo sacer yapmaktadır (Han, 2021, s. 131). Becerebilirsin düşüncesi performans öznesinin en büyük baskı kaynağıdır. Bu baskı özgürlük içinde gerçekleştiğinden görünmezdir. Neo-liberalizm tahakkümcü yapısını, öznenin kendini tabii olan özne olarak değil, icat edilecek ve tasarlanacak bir proje olarak düşündüğü sözde özgürlüğün kamuflajında gerçekleştirmektedir. Kişi artık tek başına suçludur, suçlayacak kimsesi yoktur.

Neo-liberal düzende kişinin başkalarıyla amaçsız ilişkilere girmesi beklenmez, her girişimcinin kurduğu dostluk mutlak çıkar birliği gerektirir. Ancak özgür olmak Marx'ın da söylediği gibi diğer insanlarla birlikte yani topluluk içinde gerçekleşir. Bireyselliğin ötesindedir. Özgürlük insanın kendini diğerleriyle birlikte gerçekleştirdiğinde anlam kazanmaktadır. Bireysel özgürlük aslında sermayenin özgürlüğüdür. Özgür olan birey değil sermayedir. Özgürlük sermayelerin kendi aralarında kurdukları ilişkilerin tümüdür. Başka bir şekilde ifade edersek sermayenin özgür rekabet üzerinden başka bir sermaye olarak kendisiyle ilişki kurması ve kendini üretmesidir. Özgürlük sistemin getirdiği bir yanılsamadan ibaret olmuştur. (Han, 2022d, s. 13). Bireysel özgürlük sermayenin özgürlüğü demektir.

Neo-liberal düzende iktidar teknikleri görünmezdir ve bu yüzden özne kendini özgür olarak düşünmektedir. Engellemek yerine optimizasyon sağlanır. Boyun eğdirmek yerini bağımlılığa bırakmaktadır. İktidar özneyi karşısına almak yerine, onun yanında olduğunu hissettirmektedir. İktidar öznenin ruhuyla sürekli iletişim halinde anlam üretmektedir.

Büyük veri ve yapay zekâ, bilinçli eylem alanının arkasında aktörün kendisinden gizlenen bilinçdışını ortaya çıkaran dijital bir büyüteci ifade etmektedir. Büyük veri ve yapay zekâ enformasyonun davranışı bilinç eşliğinin altında bir seviyede etkilenmesini sağlamaktadır. Enformasyon rejimi bilinçli eylemlerden önce gelen düşünüm öncesi heyecana dayalı davranışları ele geçirmektedir (Han, 2022c, s. 15). Duygu ve heyecan farklı kavramlardır. Duygu objektiviteyi temsil etmektedir, heyecan ise salt özneyi ifade etmektedir. Duygu bir anlatıya sahiptir, hedefi yoktur ve mekâna ait olarak eylemden bağımsızdır. Duygunun süreye ihtiyacı vardır. Heyecan duygudan daha kısa bir zamansallığa sahiptir. Durum ifade etmez çünkü sürekli hareket halinde, dinamiktir, anlatsal değildir, boyutsuzdur ve mekânsızdır. Heyecan hedefe, eyleme yöneliktir. Kapitalizmin heyecanı manipüle etmesi, heyecanın hareketliliğinden, dinamikliğinden ve kolayca sömürülebilir olmasından kaynaklıdır. Duygu ise edimsel yönden yoksun olması nedeniyle kolaylıkla sömürülemez. Günümüzde heyecan neo-liberalizmle yakın ilişki içindedir. Performansı ve başarıyı artırmak amacıyla heyecan sistem tarafından kullanılmaktadır. Disiplin toplumunun akılcılık temelinde katılığı ve esneklikten yoksunluğu belirli bir zorlama içermektedir. Bu zorunluluk hali sonrası kişinin kendisini özgür hissetmesi sonucu heyecanlılık ortaya çıkar. Neo-kapitalizm özgürlük üzerinden heyecanın üretiminden faydalanır. Heyecan sistemin sağladığı özgürlük duygusu üzerinden üretilir. Sistemin özneyi özgür bırakarak sömürmesi bu şekilde gerçekleşmektedir (Han, 2022d, s. 53). Akılcılık ve heyecan karşıt kutuplardır. Akılcılık süreklilik, istikrar ve nesnellik içerir. Heyecan istikrarlı bir şekilde ortaya çıkmaz aksine sürekli durum değişiklikleri istemektedir. Performansın artırımı için gereken istikrarsızlık neo-kapitalist sistem tarafından üretilmektedir ve heyecan oluşturularak kişinin kendi kendini sömürmesi sağlanmaktadır. İletişimin hızı heyecanı canlı tutar ve heyecan insan üzerinde tahakküme yol açar. Akılcılık yavaşlık gerektirir, düşünmeyi zorunlu kılar. İnsanlar şeyleri değil heyecanlarını tüketir ve sonra bu heyecanlar sistem tarafından yeniden üretilir.

Disiplin toplumunda heyecan verimlilik yolunda akılcılığı dışarda bırakması dolayısıyla sorun olarak ele alınırdı. Makinelerle çalışmak için en uygun zaman heyecan ve duyguların dışarda bırakıldığı zamandır. Eskiden şirket yönetimlerinde istikrarlı, duygu ve heyecandan uzak rasyonel yöneticiler tercih edilirken günümüzde akılcılık yerini heyecana bırakmıştır. Yöneticiler artık çalışanlarından maksimum performans alabilmek için onları motive eden koçlara dönüşmüşlerdir. Heyecan yaratılmalı ve heyecan içinde yaşanmalıdır. Heyecan hareketi üretmektedir. Neo-liberalizm heyecan üretimine odaklanmaktadır çünkü insanı düşünce öncesi,

yarı bilinçli haldeyken etkilemek zorundadır. Farkındalık sınırından içeri girmeden başka bir deyişle düşünce oluşmadan ve sonrasında davranışa dönüşmeden heyecan üzerinden insan etkilenmelidir ki zihinsel olarak ele geçirilebilsin (Han, 2022d, s. 55). En başta özgürlük yanılması yaratılabilir.

Büyük veri insanın ruhunu etkileme ve düşünce öncesinde onu yönlendirmeyi mümkün kılan ve en önemlisi iktidar sağlayan bilgidir. Büyük veri insanın davranışlarını öngörebilmeyi mümkün kılmaktadır. Gelecek hesaplanabilir hale gelmektedir. İnsan kendini ölçülebilir, hesaplanabilir bir şeye dönüştürürken, aslında özgürlüğünü genişleterek kaybetmektedir. Büyük verinin en önemli sonucu insanın iradesini yok etmesidir. Büyük veri insanın henüz farkında olmadığı arzularını açığa çıkarabilir. Büyük veri İd'den sömürebileceği bir Ego oluşturabilir ve insanın eğilimlerinin bilinçdışı âlemine etki sağlayabilir. Bu bağlamda ruhun derinliklerine kadar inebilen ve onu sömürebilen psyche temelli bir iktidar düşünülebilir. Walter Benjamin'e göre film kamerası optik bilinçdışında olana erişebilir kılar. Yakın çekimde mekân, yavaş çekim de zaman genişlemektedir. Buradaki fark bilinç tarafından oluşturulan mekânın yerini bilinçsiz olarak oluşturulan mekânın almasıdır. Optik bilinçdışını sadece kamera ortaya koyabilir. Han'a göre büyük veri ve film kamerası arasında bir benzerlik oluşturulabilir. Veri madenciliği dijital büyüteç olarak insan eylemlerini büyütebilecek ve bilinç alanının dışında bilinçsiz olarak oluşturulan eylem alanına ulaşabilecektir. Büyük veri bilincin dışında kalan mikro-eylemleri görünür kılacaktır. Bu durum dijital bilinçdışı olarak adlandırılabilir (Han, 2022d, s. 72). İnsanların kitlesel tepkileri bilince ulaşmadan, diğer bir deyişle henüz eylem öncesi düşünce ortaya çıkmadan düzenlenebilecektir.

Sistem kendi çıkarları doğrultusunda insanlara seçenekler sunmaktadır ve insanlar bu seçenekler arasından özgürce seçimlerini yapmaktadır. Ancak özgürlük hissi yapaydır, sadece bir yanılmasından ibarettir çünkü sistemin istediği sınırlı seçeneklerden seçim yapılabilmektedir. Zekâ sözde özgürlük ortamında seçim yaparken kullanılır. Ancak zekâ da sistemin sunduğu belirli seçimler yapılırken kullanıldığı için özgür değildir. Sistem aynı zamanda zekâyı da belirlemektedir. Günümüzde zor olan fikir belirtmemektir. Sistem herkesi konuşması, fikrini ifade etmesi yani kendisini ışıklar altında parlatması için zorlamaktadır. Yalnızlık ve susmanın özgür alanları kaybolmuştur. Başka bir deyişle şeffaflık ve enformasyon tüm engelleri düzleştirerek yok etmiştir. İnsan artık sustuğunda günümüzde görülmesi oldukça zor olan bir şeyi, gerçekten söylenmesi gereken şeyi ortaya koyabilir.

## Sonuç

Şeffaflaşma enformasyonun akışının en hızlı ve yoğun bir şekilde sağlanabilmesi için her şeyin işlemsele maruz kalarak tüm farklılıkların yok edilmesi ve her şeyin aynılaştırılması eylemidir. İnsanların sistemle uyumlu olarak dönüşebilmeleri, şeffaflığın sonucu olan aynılaşmayı zorunlu kılmaktadır ancak yoğun ve hızlı enformasyon aynılaşmanın ya da şeffaflaşmanın

gerçekleşmesinde kilit rol oynamaktadır. Enformasyonun hızlı ve yoğun akışının sonucunda meydana gelen değişim aynılışma istikametinde şeffaflıktır. Şeffaflığın gerçekleşmesi enformasyonun hızı ve yoğunluğunu gerektirmektedir. Hız ileriye doğru hareketi çağırır, zaman anlara bölünür ve bir andan diğer ana geçilirken başlangıç ve bitiş zamanı arasındaki kısıklık başka bir deyişle çok fazla ve ardışık olarak yaşanan anlar zamanın çok çabuk aktığı izlenimini verir. Yoğunluk insanların derinlikli düşüncelerini sonlandırmaktadır ve düşünceyi yüze tutmaktadır. Şeffaflık ve enformasyonun yoğun ve hızlı akışı bütünsel olarak insanda bir kendinden geçme yaratmaktadır. Dönüşüm şeffaflaşma ve enformasyon akışının birlikteliğinde gerçekleşmektedir. İnsanlar sistemle uyumlu bir şekilde dönüşürken, bu iki kavram son derece önemli rol oynamaktadır. Çünkü bu kavramlar hız ve yoğunluk temelinde dönüşümü meydana getirirken insanın kendinden geçme hali aslında insanın bir yanılsamaya düşmesidir. İnsanlar gönüllü bir şekilde dönüşürken aslında özgürlük yanılsaması içindedirler. Ağlar üzerinde özgürlüğü ifade eden seçimler aslında hesaplı, planlı algoritmaların sonucunda meydana gelen seçimlerdir. Algoritma temelli iletişim başka bir deyişle enformasyon akışındaki filtremeler ve kişiselleştirmeler insanın özgürlük kavramı altında yaptığı seçimlerin alanını daraltmakta ve sınırlandırmaktadır. Ötekini olmadığı bir dünyada düşünce belirli bir alanda hapsedilerek sistemle uygun bir hâle getirilmektedir. Sistemin insanlara sunduğu özgürlükte düşünme yerini dijital rasyonalite temelinde yapay zekâyâ bırakmaktadır. İnsanlar yaptıkları seçimlerle aslında manipüle edilmektedirler ve belirli duygularını rasyonelleşme temelinde kaybetmektedirler. Artık insanlar hayal kuramadığı gibi arzu, tatmin, arkadaşlık, güven gibi kavramlarda dönüşerek sistemin tamamlayıcısı olmuşlardır. En önemlisi yaşam birliktelik, yüz yüze ilişkiler, gündelik rutinler gerektirir ve içinde yanılsamaları barındırır. O zaman hayatın canlı olduğunu anlarsınız. Ancak insanlar artık canlı değildir. Ağlar üzerinde yaşam günlük yüz yüze ilişkilerin gerektirdiği canlılığı sağlayamamaktadır. Ağlar üzerinden akan enformasyon temelinde insanın düşünmesine gerek kalmamıştır. İnsan enformasyonu değil enformasyon insanı üretmektedir. Anlatı sonlanmış ve her şey hesaplanabilirlik ve kontrol üzerinden gerçekleştirilmektedir. Şeffaflık ve enformasyon insanı sistemde sürekli görünür kılmaya yani gönüllü olarak kendini ışıklar altında göstermeye mecbur bırakmaktadır. Gizli olan her şeyin açığa çıkarılması bir teşhir eylemidir ancak sistem bu durumu her şeyin optimize edilmesiyle açıklamaktadır. Gizli olan açığa çıkmalı ki şeffaflaşma ve enformasyon kendini gerçekleştirebilsin. Şeffaflaşma, enformasyon ve insanın kendini teşhir etmesi bir arada düşünüldüğünde, insanların içinde gönüllü bir şekilde yaşadıkları, duvarları olmayan bir hapisaneyi tahayyül edebiliriz. İnsanları bir birine bağlayan zincir iletişim ağlarıdır ve bu hapisane de kimse görünmez olmak istememektedir. İnsanlar gönüllü olarak sürekli olarak görünmek istemektedir. Gündelik yaşamın devam ettirilmesinde akıllı uygulamalar, arama motorları, sosyal platformlar önemlidirler çünkü bu araçlar aynı zamanda gözetim araçlarıdır. Ancak insanlar yaşamlarını devam ettirebilmek ve rutinlerini sağlamak amacıyla bu gözetime kendilerini teslim etmek ve ayrıca içselleştirmek zorundadır. Bu gözetimde yapılan seçimler ise insanlara özgürlük olarak sunulmaktadır. Bu bağlamda hem sistem hem de sistemi yeniden üreten insanlar görünürde mutlu bir

beraberlik içindedir. Mutluluğun görünürde olmasının nedeni insanlar gülümsemektedir ama neden gülümsediklerini bilmemektedir. Optimizasyon ya da hayatın canlı olduğunu ifade eden yanılsamaların yok edilmesi başka bir deyişle aşırı olumluluk insanın direnç göstermesini engellemektedir ve insan kendi kendinin efendisi olarak kendi performansını daha fazla görünür olmak için artırmak istemektedir. Bu istenç ise dış ses olarak değil iç ses olarak kendini ifade etmektedir ki bu aslında sistemin insanlar üzerinde kurduğu bir tahakküm biçimidir. Bu tahakküm biçimini benzersiz yapan ise sistemin sunduğu özgürlük yanılsaması içinde gerçekleşmesidir. Ağlarda bir araya gelen insanlar kendilerini teşhir ederek şeffaflaşmakta ve enformasyon yayarak bir gözetim ağı hem oluşturmakta hem de onun bir parçası olmaktadır.

### Extended Abstract

The globalization of the economic sphere with the development of communication systems, in other words, the economy's production and development of itself culturally and socially through networks, has digitalized capitalism. Communication technologies and networks play an important role in the mutation of capitalism into neo-capitalism and shaping new lives.

Digital communication technologies, which are effective in the reproduction of daily life, enable major global capitalist powers to expand and develop their spheres of power. While a significant portion of people produce themselves with digital tools, they actually turn into consumers compatible with the system. While people realize their existence through networks by consuming, they are rapidly becoming artificial and different in the constant formation. In this context, the necessity of unlimited access, production, circulation and consumption integrates capitalism and networks within the same cultural structure. While the development of digital technologies makes people dependent on technology, it also intensifies their supervision and control. Over time, technology disappears and people become attached to tools, thus people are transformed by external intervention and the spontaneity of behavior is destroyed. Autonomy has been replaced by automation of adaptation to the system. Social relationships are created and carried out through clicks on social platforms. All emotions and feelings can be expressed with a click. The fact that face-to-face mutual communication is replaced by artificial relationships established through networks on platforms also artificializes and operationalizes emotions, in other words, makes them manipulable through networks.

While global American companies encourage people's access to the internet under the name of freedom, they actually eliminate time and space limitations for consumption purposes. People come under surveillance and control in proportion to the time they spend on networks, and society is shaped. While people create themselves in the system by using networks, they actually create the power of companies over themselves. The system allows people to first connect to a network and then spend time on the network. For this reason, the concepts of democracy and freedom are put into circulation through communication technologies so that people can access information over the network, and people make sense of



themselves on the network by defending freedom and democracy, in other words, by thinking that they live in a free and egalitarian environment. In this direction, the understanding of freedom acquires a different meaning and turns into a positive result brought by the system. However, the system creates the illusion of freedom by using communication technologies.

With the digitalization of communication technologies and networks taking over all levels of life, people can no longer stay out of the network. Life in networks takes place before everyone's eyes. The development of technology gives people unlimited freedom through digitalization and networks, but in fact unlimited freedom turns into a complete control and surveillance mechanism. The system forces people to be transparent and to expose themselves or make themselves constantly visible, so that people will willingly submit themselves to surveillance as they make sense of their own existence. In the control society, it manifests itself with the pressure coming from within the person instead of external pressure. The fear of losing private and intimate space has now been replaced by the need to expose. When success and performance are the determining factors in society, freedom has turned into self-exploitation.

The transparent society that the system presents, the rapid and intense flow of information and the constant visibility of people, imprison people in an environment of constant surveillance and control, rather than bringing unlimited freedom. Consumer society does not need any boundaries because everyone is part of the panopticon. All social platforms, especially Instagram, Facebook and Digital traces left on networks provide greater transparency than one can have towards oneself. Freedom and the panopticon are intertwined.

In this context, the study will first try to explain how transparency and the flow of information limit people's freedom or create the illusion of freedom. Afterwards, it will be tried to reveal that people's effort to make themselves constantly visible actually produces the voluntary prisoner of the digital panopticon in connection with transparency and the flow of information. Thus, for the sake of transparency, it will be shown that freedom is just an illusion in a society where everyone is essentially the same, and that people live under more domination than before, but the reasons why they cannot realize this situation intellectually will be shown on the basis of networks in relation to the development of technology.

#### Kaynakça

- Ackoff, R. (1996). On learning and systems that facilitate it. *CQM Journal*, 5(2).
- Akıncı, V. (2005). Enformasyon iletişim teknolojileri: Gelişimi, doğası ve ahlaki konular. *Yeni Düşünceler*, 1(1), 125-136.
- Baudrillard, J. (2004). *Tam ekran*. (B. Gülmez, Çev.). Yapı Kredi Yayınları.
- Bauman, Z. (1997). *Özgürlük*. (V. Erenus, Çev.). Sarmal Yayınevi.
- Brown, J. S. & P. Duguid. (2002). *The social life of information*. Harvard Business School Press.
- Castells, M. (2005). *Enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür, ağ toplumunun yükselişi Cilt 1*. (E. Kılıç, Çev.). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Castells, M. (2007). *Enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür, binyılın sonu Cilt 3*. (E. Kılıç, Çev.). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Castells, M. (2020). *İnternet galaksisi: İnternet, iş dünyası ve toplum üzerine düşünceler*. (T. A. Hasdemir, Çev.). Phoenix Yayıncılık.
- Crary, J. (2023). *Yeryüzü yakılıp yıkılırken*. (T. Birkan, Çev.). Metis Yayınları.
- Çaycı, A. E. & B. Çaycı. (2016). İletişimin dijitalleşmesi: Dijital gözetim ve mahremiyet. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1(2), 157-169.
- Dolgun, U. (2004). Gözetim toplumunun yükselişi: Enformasyon toplumundan gözetim toplumuna. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(1), 55-74.
- Foucault, M. (2000). *Büyük kapatılma*. (I. Ergüden ve F. Keskin Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Han, B. C. (2021). *Şiddetin topolojisi*. (D. Zaptçioğlu, Çev.). Metis Yayınları.
- Han, B. C. (2022a). *Şeffaflık toplumu*. (H. Barışcan, Çev.). Metis Yayınları.
- Han, B. C. (2022b). *Eros'un ıstırabı*. (Ş. Öznur, Çev.). Metis Yayınları.
- Han, B. C. (2022c). *Enfokrasi*. (M. Özdemir, Çev.). Ketebe Yayınları.
- Han, B. C. (2022d). *Psikopolitika*. (H. Barışcan, Çev.). Metis Yayınları.
- Han, B. C. (2023). *Palyatif toplum*. (H. Barışcan, Çev.). Metis Yayınları.
- Harvey, David. (2014). *Postmodernliğin durumu*. (S. Savran, Çev.). Metis Yayınları.
- Harvey, D. (2015). *On yedi çelişki ve kapitalizmin sonu*. (E. Soğancılar, Çev.). Sel Yayıncılık.
- Kalseth, K. & S. Cummings. (2001). Knowledge management: Development strategy or business strategy? *Information Development*, 17(3), 163-172.
- Knoke, W. (1996). *Bold new world*. Kodansha International.
- Kumar, K. (1999). *Çağdaş dünyanın yeni kuramları: Sanayi sonrası toplumdan post-modern topluma*. (M. Küçük, Çev.). Dost Kitabevi.
- Stratton, J. (2002). *Siberalan ve kültürün küreselleştirilmesi*. *Cogito Dergisi*, (30), 85.
- Tenner, E. (1997). *Why things bite back: Technology and the revenge of unintended consequences*. New York: Vintage Books.
- Timisi, N. (2016). *Dijital*. Kalkedon Yayınları.
- Ural, Ş. (2012). Enformasyon kavramı üzerine. *Türk Kütüphaneciliği*, 26(3), 536-547.
- Virilio, P. (2003). *Enformasyon bombası*. (K. Şahin, Çev.). Metis Yayınları.
- Yengin, D. (2012). *Yeni medya ve dokunmatik toplum*. Derin Kitapevi. 674-692.  
<https://doi.org/10.25287/ohuibf.1230547>



# Electronic Cumhuriyet Journal of Communication

| ecider.cumhuriyet.edu.tr |

Founded: 2017

Available online, ISSN: 2667-4246

Publisher: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

## Tracing Advertising in Anatolia: A Study on Çankırı'da Duygu Gazetesi

Aytaç Burak DERELİ<sup>1,a,\*</sup>

<sup>1</sup>Department of Public Relations and Advertising, Faculty of Communication, Trabzon University, Trabzon, Türkiye

### Research Article

### ABSTRACT

#### History

Received: 08/07/2024  
Accepted: 28/11/2024

In the study, it will be tried to show that transparency and information flow through digital networks, based on the development of technology made mandatory by the system, do not bring freedom to people, but only create an illusion of freedom. In other words, the transition from Bentham's panopticon to the digital panopticon will be analyzed. People are transforming intellectually in line with the system in the face of transparency policies and the constant flow of intense and fast information. Transparency, information and the necessity of making oneself constantly visible in daily life create a prison without walls, in which one lives voluntarily. Society is becoming homogeneous and people are reproducing the system by their own will, in other words, by being kept under surveillance and control through the choices they make. While choices expressing freedom on networks actually impose certain limitations, thought is made compatible with the system by being imprisoned in a world where there is no other thought. In this context, first, transparency policies and information flow will be analyzed and it will be explained that people's efforts to expose themselves or constantly make themselves visible actually lead to voluntary panopticon. At the end of the study, the digital panopticon, where people are held captive with their own will, will be examined and it will be tried to show that transparency and information flow through network technologies end freedom. This study aims to contribute both to the theoretical accumulation of intellectual studies in our country and to the literature on how freedom turns into an illusion in the context of transparency and information. The research was tried to be carried out with a qualitative approach and document analysis method.

**Keywords:** Communication Sociology, Communication Technologies, Digital Network, Information, Panopticon

## Anadolu'da Reklamın İzini Sürmek: Çankırı'da Duygu Gazetesi Üzerine Bir İnceleme

#### Süreç


Geliş: 08/07/2024  
Kabul: 28/11/2024


### Öz


Reklamın tarihsel bir metin niteliğine sahip olması ve toplumsal dönüşümün bir aracı olduğu varsayımıyla hareket eden bu çalışma, Türk reklamcılığı açısından "Çankırı'da Duygu Gazetesi'nde" yer alan reklam denemelerinin genel niteliklerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çankırı'da Duygu Gazetesi'nde yayımlanan ilk ticari reklam içeriği, ilk kamu spotu ve ilk ticari ilanın biçimsel niteliklerinin neler olduğu, ticari reklam denemelerinin nasıl gerçekleştiği, kamu spotlarının temalarının neler olduğu ve ne yönde mesaj verdiği, ticari ilanların içeriklerinin nasıl şekillendiği ve reklam denemelerinin Çankırı ticari yaşantısı ve kültürel yapısı hakkında nasıl bilgi verdiği araştırılmıştır. Bu çalışma, nitel araştırma yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiş ve veri analizi sürecinde doküman analizi tekniği kullanılmıştır. Ticari reklamların genel niteliklerinin bilgilendirme amacıyla hazırlandıkları, ürün ve adres bilgisine yer verildiği, yalnızca Latin harfleri ile metinlerden oluşturulduğu, çerçeve süslemelerine yer verildiği ve resim, karikatür ve fotoğraf kullanılmadığı görülmektedir. Aynı şekilde ticari ilanların ticari reklamlar gibi metinlerden oluştuğu, ticari reklamlara oranla daha az yer kapladığı, daha az sayıda olduğu ve ürün içerikli hazırlandığı söylenebilir. Kamu spotlarının ise kısa ve öz bir mesaj vermek için doğrudan davranış değişikliği amacıyla yayımlandığı görülmektedir. Ticari reklamlar fotoğrafçılık, berber, spor kulübü, terzi ve dershane sektörü tarafından verilmiştir. Bu sektörlerin tümü arzulanan yeni insan modeli için yeni alanlardır ve yeni bir yaşam biçimini kapsamaktadır. Bu reklamların ilan formuna daha yakın fakat birer reklam denemesi olduğu söylenebilir. Kamu spotlarının temaları ulus devlet, Türkcülük, yerli mali, tasarruf, kamu kuruluşlarına destek, gençlik, spor ve sağlık temaları ile oluşturulduğu görülmektedir. Kamu spotlarının yeni bir yaşam biçimi ve ideoloji sunduğu düşünüldüğünde hedef kitleye dönük yönlendirme işlevini yerine getirdiği söylenebilir.

**Anahtar Kelimeler:** Reklam, Kamu Spotu, Reklam Tarihi, Çankırı, Çankırı'da Duygu Gazetesi

#### Copyright

  
This work is licensed under  
Creative Commons  
Attribution 4.0  
International License

<sup>a</sup>  aburakdereli@gmail.com

 [orcid.org/0000-0003-0657-8164](https://orcid.org/0000-0003-0657-8164)

**How to Cite/Atf:** Dereli, A., B. (2024). Anadolu'da Reklamın İzini Sürmek: Çankırı'da Duygu Gazetesi Üzerine Bir İnceleme, Electronic Cumhuriyet Journal of Communication, 6(2):88-101. DOI: 10.54089/ecider.1512583

## Giriş

İngilizce karşılığı “advertising” olan “reklam” fenomenin etimolojik olarak Latince “advertise” kelimesinden türediği ve “dikkat çekmek” anlamına geldiği düşünülmektedir. Bu kelimenin anlamı “genel duyuru yapmak veya kamuoyuna duyurmak” olarak açıklanmaktadır. Ayrıca, kelimenin Latince “advertere” kelimesinden geldiği de çeşitli kaynaklarda yer almaktadır. Bu kelimenin anlamı da “dikkati bir yöne çevirmek” şeklinde ifade edilebilmektedir (ur Rehman, vd., 2019, s. 129). Reklam fenomeni, “dikkati yöneltmek” ve “yönlendirmek” anlamına gelmekte, sürekli olarak dikkat çekmeye çalışan ve bunu yaparken, bir ürün veya hizmetin satın alınmasıyla sonuçlanacağı umulan bir eyleme yol açacak arzuyu teşvik etmeye çalıştığını ileri sürülmektedir ve insanlara ne istediklerini daha insanlar bilmeden söyleyen bir yapıya sahip olan reklam, modern toplumlarda önemli bir rol oynar ve toplumu şekillendirir (Berger, 2016, s. 12). Hedef kitlesini ikna etmek, bilgilendirmek, bilinirlik ve farkındalık yaratmak, satışları attırmak, marka imajına katkı sunmak gibi ticari amaçları olan reklamın aynı zamanda kamusal duyuruları ilgili hedef kitlelerle buluşturmak gibi toplumsal amaçları da bulunmaktadır.

Reklamın kültür ile olan asimetric ve simetric ilişkisi uzun yıllardır araştırmacıların tartışmakta olduğu bir konudur (Fowles, 1996; Frith, 1997; Sherman, 2014; Abokhoza vd. 2019 e.g.). Reklam, üretildiği toplumların vazgeçilmez bir unsurdur. Kültürel, ekonomik ve toplumsal yapıları derinden etkileyen bir forma sahiptir. Reklamın toplumsal yaşamın bir parçası olması ve sürekli üretilmesi toplumların tüketim alışkanlıkları, değerleri, yaşam biçimi, kültürel dinamikleri gibi birçok unsuru dönüştürmesine neden olmuştur. Reklam ve reklamcılık üretildiği dönemin bağlamı içerisinde değerlendirilmeli, tarihsel süreç içerisinde ise çeşitli boyutlarda ele alınmalıdır.

Türk reklamcılığı, Koloğlu'nun (1999, s. 1) da ifade ettiği gibi toplumsal değişimin tanığı konumundadır. Bu ifadede de anlaşılacağı gibi reklam sadece bir ticari iletişim faaliyetinin de ötesinde toplumsal bir fenomeni yansıtır. Türk reklamcılığı, sadece ürün ve hizmetlerin tanıtımıyla kalmayıp, aynı zamanda toplumsal değişim süreçlerinin bir parçası olarak da işlev görmektedir. Reklamlar, bir fikir, ürün ya da hizmeti pazarlamanın ötesinde, toplumun değerleri, normları, beklentileri ve idealleri hakkında bilgi vererek bu unsurları etkileyebilir. Bu açıdan ele alındığında Türk reklamcılığı toplumsal değişimin bir tanığı olarak görülebilir; bütüncül değerlendirildiğinde ise Türkiye'deki reklam mesajları, toplumun değerlerine, ihtiyaçlarına ve beklentilerine yanıt verirken aynı zamanda bu değerleri şekillendirme ve değiştirme kapasitesine sahiptir.

Türk reklamcılığı belirgin şekilde Cumhuriyet döneminde bir kimlik kazanmış, modernleşme hareketlerinin de bir aracı olmuştur. Erken Cumhuriyet dönemi Türk reklamcılığı açısından ulus kimlik oluşturma bir parçası olarak değerlendirilmelidir. Reklamlar aracılığıyla ülkenin sosyal, kültür ve ekonomik yapısı şekillendirilmiştir. Bu dönemde üretilen reklamların bölgesel olarak incelenmesi reklamın toplumsal rolünü anlamamıza ve dönüşümün kaynaklarını tespit etmemize yardımcı olacaktır.

Erken Cumhuriyet döneminde önemli yayıncılık faaliyetlerinin yapıldığı Çankırı'da gerçekleşen değişim ve dönüşümleri ön izleyebilmek için basın tarihi açısından önemli bir yer edinmiş olan Çankırı'da Duygu Gazetesi araştırmacılara rehberlik eden önemli yayınlardan bir tanesidir. Bu gazetede yayımlanan reklam denemeleri ise şehrin kültürel ve ekonomik yapısını anlamlandırabilmemiz için önemli bir tarihi kaynaktır. Bu çalışma ile Çankırı şehrinin reklamcılık ve ticari hayatı Çankırı'da Duygu Gazetesi'nde yayımlanan reklamların izi sürülerek ortaya konulacaktır. Bunun yanı sıra reklam denemelerinin teknik özelliklerinin incelenmesi de Türk reklamcılığının tarihsel gelişim deneyimine katkı sunacaktır.

### *Türk Reklam Tarihi Üzerine Genel Bir Değerlendirme*

Çakır (2004, s. 30) reklamın tarihini<sup>1</sup> insanların birbirleriyle ilişkiler kurduğu ilk döneme kadar götürmenin mümkün olduğunu ifade ederken; Yılmaz (2001, s. 355) ise reklamcılığın yeni bir kavram olmadığını, M.Ö 3000'li yıllara kadar dayanan bir tarihsel geçmişinin olduğunu aktararak reklamcılığın Babilli tüccarların tuttuğu tellalara kadar dayandığını söylemektedir. Bu bağlamda reklamın ilk formlarının sözlü kültür temelli olduğu anlaşılmaktadır. Reklam benzeri uygulamalar Antik dönemlerden orta çağ dönemlerine kadar görünür olsa da modern reklamcılığın başlangıcı matbaanın icadından sonraki döneme denk gelmektedir. Sanayi devrimi, ticaretin gelişmesi, yeni iletişim teknolojilerinin keşfi ve yaygınlaşması, küreselleşme gibi gelişmeler reklamın sürekli gelişimine katkı sunmuştur.

Reklam ve reklamcılık kavramının kökeni belirlenemeyecek kadar eski olsa da kurumsallaşmış reklam ve reklamcılık (modern reklamcılık) Britanya'da<sup>2</sup> gazetelerin reklamlara ve ilanlara yer vermeye başladığı 1700'lü yıllardan itibaren başlatılabilir (Baker, 1984, s. 3-4). İngiltere'de ilk basılı afişin 1476 tarihli, Almanya'da ilk kitap reklamının 1591 tarihli, Fransa'da ilk basılı gazete reklamının 1612 ve İngiltere'de 1622 tarihli olduğu görülmektedir (Richards, 2022, s. 44-46). Koloğlu (1999, s. 16) Batı'dan Türk coğrafyasına matbaanın 300, gazetenin 250, reklamın ise 200 sonra geldiğini ifade etmektedir. Bu bilgiler ışığında Türk reklamcılığının kurumsallaşmasının Avrupa'ya istinaden geç bir dönemde başladığı söylenebilir.

Tarihsel bir gecikme olmasına rağmen reklamın gelişimine ilişkin benzer durum Türk coğrafyası için de geçerlidir ve tellallar ile başlayan bir reklamcılık sürecinin olduğunu söylemek mümkündür. 18. yy'da karşımıza çıkan “En ala Altunbaş Tiryak” isimli ilanın ise Osmanlı coğrafyası açısından ilk basılı içerik olduğu araştırmalar ile ortaya konulmuştur (Çakır, 2004, s. 41). Koloğlu (1999, s. 12) 19. yüzyılın ikinci çeyreğinden itibaren Türk reklamcılığının ilk adımlarının atıldığını belirtmektedir. Türk reklamcılığının kurumsallaşmasının modernleşme hareketleri ile birlikte başladığı görülmektedir. Osmanlı İmparatorluğu'nda gazeteler aracılığıyla başlayan ilancılık ve reklamcılığın modern anlamda temelleri Cumhuriyet ile atılmıştır. Bu bağlamda, Türk reklamcılığını beş temel döneme ayırmak mümkündür. Bu dönemler şu şekilde sıralanabilir:

- İlk İlan Uygulamaları ve İlanlardan Reklama Geçiş Dönemi: 1831- 1923

- Erken Reklam Uygulama Dönemi: 1923 - 1950
- Modern Reklamcılığın Başlangıcı ve Sektörel Büyüme Dönemi: 1950 - 1970

- Küreselleşme ve Yenilik Dönemi: 1980-1990
- Dijital Devrim ve Kişiselleştirme Dönemi: 1990 ve Günümüz

Dereli (2023) ve Dereli ve Çakır'ın (2023, s. 147-148) farklı kaynaklardan yararlanarak oluşturdukları Türk reklam tarihi kronolojisi şu şekildedir:

- “t.y. Çığırkanlar ve tabelalar, yönlendirme işaretleri ve sembolik unsurlar aracılığıyla gerçekleştirilen duyuruların varlığı.
- 18. yy. Venedik'te basılan ve Osmanlı coğrafyasında bilinen ilk el ilanları olan “En ala Altınbaş Tiryak” yayınlandı.
- 1800 Osmanlı Devleti'nin bastırıldığı ilk siyasal el ilanı yayınlandı.
- 1821 Fransa tarafından İzmir'de ilan içeren ilk yayın niteliğinden olan “Spectateur Oriental” gazetesi yayınlanmaya başladı.
- 1831 ilk resmî gazete Takvim-i Vekayî'de “gerek resmî bildirielerin gerekse özel bilgilerin” sürekliliği “ilan ediyoruz” ifadesi yer aldı.
- 1 Ağustos 1840 Ceride-i Havadis gazetesi ilancılık faaliyetlerine başladı. Bu gazete işletmeler için bir “ilanat” sayfası ayırmaya başladı.
- 1842 ilk resmî ilan yayınlandı.
- 1860'lar Tercüman-ı Ahval ve Efkâr vb. gazetelerin yayın hayatına başlaması ilanların yaygınlaşmasına olanak sağlamıştır. Tasvir-i Efkâr “resmî ilanların başına resmî” ifadesini ekledi. İlk ticari reklam Tercüman-ı Ahval gazetesinde yayınlanmıştır. Bu gazeteleri de daha sonra Tercümanı Hakikat, Servet-i Fünun ve İkdâm gibi gazeteler takip etti.
- 1880 “Osmanlı Rehberi” yayınlanarak ilan verebilecekleri belirlemede önemli bir adım oldu. Bu dönemde, Cervati ve Fatzea firmaları ilk ilan acenteleri olarak faaliyet gösterdi.
- 1880'ler Reklamlar ile ilanlar arkasındaki fark anlaşılmasına başladı. İlanlık alanı meslekleşmeye başladı. Duvar ilanları başladı yayınlanmaya başladı. İlanlarda çerçeve ve fotoğraf kullanımı gibi yenilikler baş gösterdi.
- 1908 Yayın organlarının artışıyla birlikte reklamda ve ilanlarda önemli gelişmeler gerçekleşti. Avrupa ürünleri reklamlarda daha fazla ön plana çıkmaktaydı. Bazı reklam metinlerinde “hakiki vatan malı” gibi ifadelerin kullanılmaya başlandığı gözlemlenmekteydi.
- 1909 David Somanon tarafından İlanat Acentesi kuruldu. Bu reklam ajansına daha sonra Hoffer ve Hullî'de katılmışlardır.
- 1909 İlk reklam gazetesi olan Osmanlı-Fransız Tacir Gazetesi yayın hayatına başlamıştır.
- 1923 Cumhuriyet'in ilk yıllarında devletçi ekonomi anlayışından dolayı Devletçi Reklamlar yayınlanmaya başladı.
- 1926 İlk defa yürüyen billboard uygulamaları başladı.
- 1927 Abdi Tefvik tarafından ilk reklam kitabı olan “İlanat-ı Fenni” yayınlandı.
- 1928 Reklamlarda ilk kez Latin harfleri kullanıldı.
- 1929 İhâp Hulusi Göney İstanbul'da bir atölye kurdu ve faaliyetlerine başladı.
- 1930 Açık hava reklamcılıkta ışık teknolojisinin uygulanmaya başladı.

- 1943 1943 yılında çıkarılan bir kararname ile 1938 yılında kurulan Türk Basın Birliğine resmî ilanların dağıtım yetkisi verildi. Resmî İlanlar Şirketi kuruldu.

- 1944 Faal Reklam Ajansı kuruldu (Eli Acıman, Vitali Hakko ve Mario Began).

- 1949 İlk reklam filmi hazırlandı.
- 1950 Demokrat Parti tarafından ilk siyasal reklam içeriği olan “Yeter Söz Milletin” içerikli kampanya yayınlandı.

- 27 Ocak 1951 İlk radyo reklamı yayınlandı.
- 1957-1959 Radyo reklam şirketleri dönemi başladı. Radar Reklam, Ses Reklam, Melodi Reklam, Anten

- Reklam gibi reklam şirketleri faaliyetlerine başladı.
- 1957 – 1961 Bakanlar Kurulu Kararnamesi ile gazete ve dergilere reklam verme hakkı sadece Resmî İlanlar Şirketi'ne tanındı. Söz konusu bu dönem “Karanlık Çağ” şeklinde isimlendirilmektedir.

- 1961 “Basın İlan Kurumu Teşkiline Dair Kanun” ile “Basın İlan Kurumu” kuruldu. “Sadece resmî ilanlar ve yabancı kaynaklı reklamlar bu kurum kanalı ile yayımlanabilir” şartı ile tüm ilanlar ve reklamlar serbest bırakıldı.

- 1961 İlk renkli reklam filmi hazırlandı.
- 1962 Yayınlanan bir kararname ile devlet radyolarında şirketlerin hazırladığı reklam programlarının yayını için özel reklam kuşakları ayrıldı.

- 1965 Faal Ajans ikiye bölünerek Yeni ve Man isimleriyle iki reklam ajansı kuruldu.

- 1969 Radyo reklamlarında “cingıl” kullanılmaya başlandı.

- 1970 İlk siyasal reklam kampanyası Adalet Partisi için Cenajans tarafından hazırlandı.

- 1971 Reklam Ajansları Birliği kuruldu.
- 3 Mart 1972 İlk TV reklamları yayınlandı.
- 1973 ParsMcCann/Erickson uluslararası bir ortaklık başlattı.

- 1977 Türkiye'de ilk kez bir reklam ajansı (Cenajans) bir parti (Adalet Partisi) için siyasal kampanya hazırladı.

- 2 Mart 1979 Televizyon Reklam Yönetmeliği yürürlüğe girdi.

- 1980 Yerli Türk reklam ajansları ile uluslararası reklam ajansları ortak dönemi başladı.

- 1982 TRT reklam yarışması düzenlemeye başladı.
- 7 Temmuz 1983 Milli Güvenlik Konseyi kararı ile siyasal partiler gazetelerde ücret karşılığında ilan yayımlatma hakkını kazandı.

- 8 Ekim 1984 Reklamcılar Derneği kuruldu.
- 1985 ManAjans/Thompson ve Güzel Sanatlar/Saatchi and Saatchi ortaklığına başladı.

- 1990'lar Özel televizyon reklamları tüketicilerle buluştu.

- 1992 Reklamverenler Derneği kuruldu.
- 1994 Reklam Özdenetim Kuruluşu “Reklama Daha Fazla Güvenin” başlığı ile tam sayfa bir ilan yayınlanarak kuruluşunu kamuoyuna duyurdu.

- 1998 Reklamcılık Vakfı kuruldu.
- 1998 Aydın Doğan Genç İletişimciler Yarışması düzenlenmeye başladı. Dijital Reklamlar tüketiciler ile buluştu.

- 2005 Hürriyet Gazetesi tarafından Kırmızı Ödülleri düzenlenmeye başlandı.

- 2007 İnteraktif Reklamcılık Derneği kuruldu.”



Türk reklam tarihinin gelişim sürecini değerlendirdiğimizde kültürel ve toplumsal yapıdaki anlayışla birlikte matbaanın coğrafyamıza geç geliş reklamının gelişimini doğrudan etkilemiştir. Türkiye’de 27 Ocak 1951 tarihinde ilk radyo reklamının, 3 Mart 1972’de ise ilk TV reklamının yayınlandığı düşünüldüğünde erken Cumhuriyet döneminde gerçekleşen reklam faaliyetlerinin basılı formda olan gazete ve dergi reklamcılığı ile açık hava reklamcılığıyla sınırlı olduğunu söylemek mümkün olacaktır. 1950’lerden sonra Türkiye’de modern reklamcılıktan söz edilebilir. 1990 sonrası gerçekleşen çeşitli gelişmeler ile Türk reklamcılığı Dünya standartlarını yakalamış ve önemli ölçüde reklam gelenekleri olan bir ekol haline dönüşmüştür. Bu çalışmada incelenen reklamlar Erken Cumhuriyet dönemini kapsayan içeriklerden oluşmaktadır.

### **Erken Cumhuriyet Döneminde Türk Reklamcılığı**

Türk reklamcılığının Cumhuriyet’in ilanından sonra önemli bir gelişme katettiği görülmektedir (Çakır, 253). Türkiye’de Cumhuriyetin ilk yıllarından II. Dünya Savaşı’nın sonuna kadar geçen süre zarfı içerisinde ilancılık faaliyetlerinin daha yaygın olduğu ve modern reklamcılık uygulamalarının ise kısıtlı olduğu anlaşılmaktadır (Öztürk, 2018, s. 45). Ekonomik anlamda gerçekleşen olumsuz durumlara rağmen Türk reklamcılığının temelleri Cumhuriyet döneminde atılmıştır (Yavuz, 2007, s. 194).

İzmir İktisat Kongresi ile alınan kararlarla sanayi, ticaret ve tarımda dünyadaki teknolojik gelişmelerin izlenmesi ve örnek alınması Türk reklamcılığını olumlu yönde etkilemiştir. 1923 ile 1928 yılları arasında izlenen liberal politikalar 1929 yılında-ki küresel ekonomik durgunluk sonrası yerini devletçi ekonomik politikalara bırakmıştır ve bu tercihler doğrudan reklamcılığa yansımıştır (Varol, 2023, s. 85).

Cumhuriyet’in ilanı, ekonomik yapıdaki değişimler, toplumsal ve kültürel yaşamda gerçekleştirilen inkılaplar ve laiklik ilkesinin benimsenmesi gibi temel gelişmeler, Türk halkının yaşam biçimlerinde ve düşünüş yapılarında önemli değişiklikler meydana getirmiş, bu durum reklam sektörü açısından yeni hedef kitle dinamiklerinin dikkate alınmasına neden olmuştur (Öztürk, 2018, s. 46). Cumhuriyet’in oluşturduğu yeni yaşam tarzı reklamcılar için yeni ve keşfedilmesi gereken bir hedef kitle anlamına gelmektedir (Yavuz, 2007, s. 194).

Bu süreçte gerçekleşen önemli gelişmelerin başında 1927 yılında Abdi Tevfik tarafından reklamcılıkla ilgili ilk bilimsel eser olan “İlanat-ı Fenni” isimli kitabı yayınlaması ve Türk reklamcılığının modern temellerinin oluşmasında önemli katkıları olan İhâp Hulusi Görey’in ilan ve reklam çalışmalarına başlaması gösterilebilir. Bu önemli ismin dışında Münif Fehim, Atıf Tuna, Kenan Temizan, Nevzat Kurdoğlu ve Orhan Soydaş gibi isimlerde ilan ve reklam faaliyetlerinde bulunmuşlardır. Bu dönemde ilancılık Kolektif Şirketi, Mecra Ajans Tekeli, Faal Reklam Acentesi, Grafika Reklam Ajansı ve Aktif Reklam Şirketi gibi ajanslar reklamcılık faaliyetlerinde bulunmuşlardır (Çelik, 2009, s. 249- 253).

Erken Cumhuriyet döneminde reklamlar ve ilanlar Latin

harfleri ile yayınlanmaya başlamış (Harf inkılabı öncesi Arap ve Latin harfleri birlikte kullanılmış, 1 Aralık 1928 sonrasında geçiş süreci tamamlandıktan sonra ise yalnızca Latin harfleri kullanılmıştır), iktisadi seferberlik, yerli malı ve tasarruf temaları kullanılmış ayrıca Türklük vurgusu yapılmıştır (Yavuz, 2007, s. 191). Cumhuriyet’in ilanı ve harf devrimi Türk reklamcılığında yaratıcı süreçleri başlatmış, sanayileşmenin başlaması ve İzmir İktisat Kongresi sonrası Türk sanayisinin nasıl şekilleneceği dair kararlar reklamcılık sektörünü de şekillendirmiştir. Bilhassa harf inkılabı sonrası reklam ve ilanlarda ciddi bir artış olmuş, İkinci Dünya Savaşıyla birlikte ise reklam harcamaları azalmıştır. 1946 sonrasında da yeniden toparlanma dönemine girmiştir. İş Bankası, Ziraat Bankası, Sümerbank, Devlet Demiryolları, İpekiş, Yüniş ve Burla Biraderler gibi kurumlar ve işletmeler önemli reklamverenler arasında gösterilebilir (RVD, 2017, s. 12-15).

Koloğlu (1999) ilgili dönemin reklam ve reklamcılık anlayışını;

- Reklamlar ve ilanlarda geleneksel değer yargılarının ortadan kaldırılmasına yönelik içeriklerin hazırlanması,
- Devletçi ekonomin yanı sıra yerli malı kampanyalarının da içeriklere yansımaları,
- Kadınların reklam ve ilanlardaki kullanımının yaygınlaşması,
- Resim kullanımının yaygınlaşması, karikatür kullanımının başlaması ve ilk fotoğrafın kullanımı,
- Abartılı görsellerin kullanımının başlaması,
- Reklamlarda ve ilanlarda karşılaştırmaların yapılması,
- Türklük ve yerli üretimin vurgulanması, yabancı ürünlere karşı fiyat rekabeti içeriklerinin kullanılması,
- Mesaj olarak genellikle şıklık, kalite ve tasarruf temalarına yer verilmesi şeklinde aktarmaktadır.

Reklamlar aracılığıyla toplumsal hafızaya, toplumsal cinsiyet rolü kodlanmış, modern Cumhuriyetçi kadın imgesi reklam içeriklerinde yer almış ve modern Türkiye’nin inşasında Türk kadını önemli bir aktör olarak reklam ve ilan içeriklerinde kullanılmıştır (Mezkit Saban, 2020, s. 7, 10).

Erken Cumhuriyet döneminde yayımlanan yerel gazetelerin incelenmesi söz konusu dönemdeki reklam anlayışının ve Türk reklamcılığının gelişiminin derinlemesine anlamlandırılmasına katkı sunacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda, Çankırı’da yayımlanan “Çankırı’da Duygu Gazetesi”nin yapısı, yayın politikası ve bu gazete arşivinden yararlanılarak üretilen çalışmalara göz atılması gerekmektedir.

### **Çankırı’da Gazete Yayıncılığının Başlangıcı ve Çankırı’da Duygu Gazetesi**

Milli Mücadele döneminde Çankırı’da gazete yayıncılığı resmî gazete niteliğinde olan Kengiri Gazetesi ile başlamış yıllar içerisinde Necat, Çankırı’da Halk Yolu, Çankırı’da İnce Geliş ve Çankırı’da Duygu gazeteleri yayımlanmıştır (Taşdemir & Dereli, 2017, s. 162-164).



Tarihsel bakımdan dönemin önemli tanıklarından biri olan Çankırı'da Duygu Gazetesi Ahmet Talat Onay<sup>3</sup> tarafından kurulmuştur. Onay, Gazete'nin aynı zamanda baş muhabirliğini yapmaktadır. Gazete, 9 Ekim 1930 tarihinde yayın hayatına başlamış; 19 Kasım 1938 tarihine kadar yayın hayatına devam etmiştir. Perşembe günleri çıkartılan Gazete, Çankırı Vilayet Matbaası'nda dört sayfa şeklinde basılmış, yönetim adresi olarak ise "İmaret" bölgesi gösterilmiştir (Çankırı'da Duygu Gazetesi, 9 Ekim 1930, s. 1-4). Gazete incelendiğinde sayfalarında yerel, ulusal ve uluslararası haberlere, reklam, ilan, duyuru ve kamu spotlarına yer verdiği görülmektedir. Bunların yanı sıra gazetede yalan haber doğrulama bölümü ile kültür, sanat ve tarih bölümleri de bulunmaktadır. Çankırı şehri ile alakalı olarak sıklıkla kent tarihi ve şehir folkloru içerikleri okuyucuya sunulmaktadır. Gazete ayrıca çeşitli sayılarda hikâye ve roman serilerine, şiirlere ve köşe yazılarına da yer vermektedir.

Tarihsel olarak önemli bir gazete olan Çankırı'da Duygu Gazetesi'nde yer alan içeriklerinden faydalanılarak çeşitli alanlarda birtakım akademik çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmalara Özer ve Yaldıran'ın (2021) gazetede yayımlanan hikâye ve masalların motif incelemesi, Kalaycı'nın (2020) dönemin siyasi olaylarını sosyolojik açıdan incelemesi, Cengiz'in (2019) Çankırı siyasal yaşam incelemesi, Boran'ın (2015) Erken Cumhuriyet dönemini kapsayan sinema seyir araştırmasında gazetede yer alan haberlerden yararlanılması ve Üzen'in (2012) Menemen Olayı'nı bu gazete üzerinden incelemesi örnek olarak gösterilebilir.

### Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışma, nitel araştırma yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmada doküman analizi tekniği kullanılmıştır. Araştırmacının müdahalesi olmadan kaydedilen metin ve görüntüleri içeren, araştırmacının belgelerde yer alan verilerin öznel yorumlayıcısı konumunda olduğu ve analiz sürecini olabildiğince titiz ve şeffaf hale getirdiği (Bowen, 2009, s. 27, 38) doküman analizi, "araştırılan konu ile ilgili dokümanların bilimsel esaslara uygun olarak incelenmesi" (Kıral, 2020, s. 185) şeklinde ifade edilebilir. Belgesel tarama olarak da isimlendirilen doküman analizi tekniğinde daha önce üretilen kayıt ve belgeler ışığında incelemeler yapılarak veri elde edilmektedir (Sak vd., 2021). Bu bağlamda değerlendirildiğinde gazeteler, toplumsal olayları yansıtmada önemli bulgular içeren yazılı kaynaklardır (Karadaban vd., 2023 s. 2668). Amaçlı örneklem tekniğinin tercih edildiği bu çalışmada, ikincil kaynak formunda olan, bulunduğu ortama göre yazılı ve niteliğine göre yazı temelli dokümanlar şeklinde sınıflandırılan

Çankırı'da Duygu Gazetesi ve bu gazetede yayımlanan reklam denemeleri incelemeye tabi tutulmuştur. Reklam denemeleri şeklinde ifade edilen içerikler; ticari reklamlar, kamu spotları ve ticari ilanlardır.

Çalışmada, Türk reklamcılığı açısından Çankırı'da Duygu Gazetesi'nde yer alan reklam denemelerinin genel nitelikleri ortaya konularak şu sorulara yanıtlar aranmaktadır:

- Çankırı'da Duygu Gazetesi'nde yayımlanan ilk ticari reklam içeriği, ilk kamu spotu ve ilk ticari ilanın biçimsel nitelikleri nelerdir?
- Çankırı'da Duygu Gazetesi'nde yer alan ticari reklam denemeleri nasıl gerçekleşmiştir ve içerikleri modern reklam niteliğinde midir?
- Çankırı'da Duygu Gazetesi'nde yayımlanan kamu spotlarının temaları nelerdir ve ne yönde mesaj vermektedir?
- Çankırı'da Duygu Gazetesi'nde yer alan ticari ilanların içerikleri nasıl şekillenmektedir?
- Çankırı'da Duygu Gazetesi'nde yer alan reklam denemeleri Çankırı ticari yaşantısı ve kültürel yapısı hakkında bilgi vermekte midir?

Çankırı'da Duygu Gazetesi'ne ilişkin reklam denemelerine yönelik incelemeler, 9 Birinci Teşrin (Ekim) 1930 tarihinde yayımlanan ilk sayısından 404. sayısının yayımlandığı 19 İkinci Teşrin (Kasım) 1938 tarihine kadar yayımlanan gazetelerin tamamını kapsamaktadır. Çalışmada, kamu ilanları, tahviller, zayi ilanlar, kutlama ve tebrikler ile gazete tarafından gerçekleştirilen duyurular analiz kapsamı dışında tutulmuştur.

### Araştırmanın Bulguları

İncelenen reklam denemelerinin %17,1'i ticari reklam içeriği, %74,3'ü kamu spotları ve %8,6'sı ticari ilanlardır. Bu çalışmada incelenen dokümanların türleri, frekansları ve yüzdeleri Tablo 1'de yer almaktadır.

Çankırı'da Duygu Gazetesi'nin 15 İkinci Teşrin 1930 tarihli 6. sayısında ilk kez ilan şartlarına ilişkin bir ilan yayımlandığı gözlemlenmektedir. Bu ilan içeriği "İlanların her satırından (7,5) kuruş alınır. Tekrar terci pazarlığa tabidir." şeklinde karşımıza çıkmaktadır (İlan Şartları-1, 15 Kasım 1930, s. 4). Gazetenin 27 Haziran 1931 tarihli 37. sayısında ise ilan vermenin ücreti 7,5 kuruştan 7 kuruşa düşürülmüştür (İlan Şartları - 2, 27 Haziran 1931, s. 6). İlan şartlarını gösteren içerikler Görsel 1'de yer almaktadır. Çankırı'da Duygu Gazetesi'nde yer alan reklam içerikleri ticari reklam denemeleri, ticari ilanlar ve kamu spotları şeklinde sınıflandırılarak incelenmiş ve değerlendirilmiştir.

### Çizelge 1. İncelenen Dokümanlara İlişkin Bilgiler

Table 1. Information on Documents Reviewed

| Reklam Türü              | Frekans | Yüzde |
|--------------------------|---------|-------|
| Ticari Reklam İçerikleri | 6       | %17,1 |
| Kamu Spotları            | 26      | %74,3 |
| Ticari İlanlar           | 3       | %8,6  |
| Toplam                   | 35      | %100  |

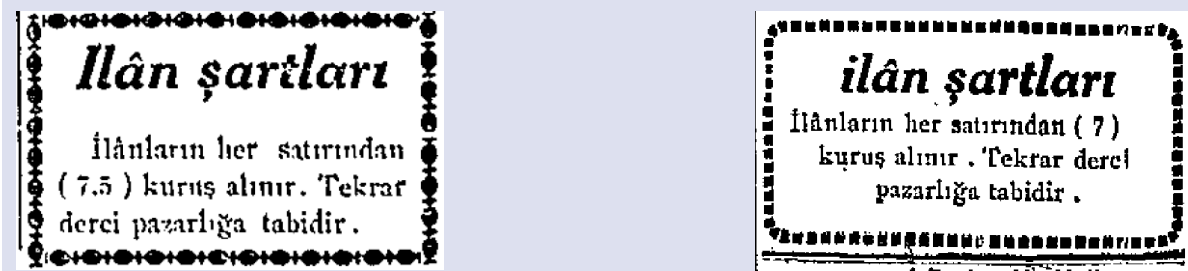
## Ticari Reklam Denemeleri

Çankırı'da Duygu Gazetesi'nin 18 Nisan 1931 tarihli 27. sayısında ilk ciddi reklam içeriğine yer verilmiştir. Bu reklam "Foto Yıldız" isimli bir fotoğraf atölyesine aittir. Dört sütundan oluşan gazete sayfalarının iki sütununa çeyrek şekilde yerleştirilen bu reklam içeriği bir çerçeve süslemesi ile sunulmuştur. Latin harfleri ile hazırlanan (Gazete yayımlanan tüm içeriklerde Latin harfleri kullanılmıştır) reklam içeriğinde herhangi bir grafik ya da resim kullanılmamış ve reklam metin ağırlıklı bir yapıda hazırlanmıştır. Reklam metninde şirketin ismi başlık şeklinde sunulmuş spot metinler arasına ise farklı çizgiler ile ayrımlar uygulanmıştır. Vurgulanmak istenen ifadeler/kelimeler ise büyük harf ile oluşturulmuştur. Reklam içeriği öncelikli olarak tüketicileri bilgilendirmek amacıyla hazırlanmıştır. Fotoğraf atölyesinin açılışını konu alan bu reklam da fotoğraf hizmet türleri, ürün kategorisi ve işletme adresine yer verilmiştir (Foto Yıldız, 18 Nisan 1931, s. 4). Bu içeriğin niteliği düşünüldüğünde bir ilan (ilan), tanıtım ya da duyuru formunda değil bir reklam formunda olduğu net bir şekilde görülmektedir. Gazetede yer alan ilk reklama ilişkin içerik Görsel 2'de sunulmuştur.

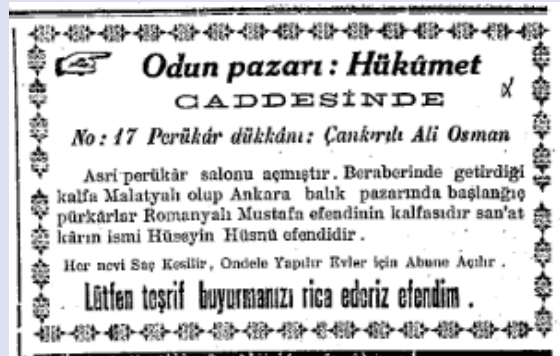
30 Temmuz 1932 tarihli 93. sayının dördüncü sayfasında ise iki sütunda hazırlanan çeyrek ölçülerde bir reklam yayımlanmıştır. Bu reklam, Ali Osman isimli bir girişimcinin asri perükâr salonuna aittir (Asri<sup>4</sup> Perükâr<sup>5</sup> Salonu, 30 Temmuz 1932, s. 4). Benzer çerçeve süslemelerin yer aldığı bu reklam içeriği de yalnızca metinlerden oluşturulmuştur. İşletmenin adresi reklam içeriğinin başlığı şeklinde sunulmuştur. İşletmenin

personelinin kalitesini anlatmak amacıyla hazırlanan bu reklam bilgilendirici niteliktedir ve tüketici doğrudan deneyim yaşaması amacıyla işletmeye davet edilmektedir. Asri Perükâr Salonuna ait reklam içeriği Görsel 3'te yer almaktadır.

Abdulkadir isimli bir girişimci Teceddüt Terzihanesi işletmesi için 9 Ağustos 1932 tarihli 93. sayıda bir reklam yayımlamıştır (Teceddüt Terzihanesi, 9 Ağustos 1932, s. 4). Bu reklam içeriği müşteri memnuniyeti konusunda dikkat çekmektedir. Bu reklamı diğer reklamlardan ayıran en önemli özellik "beğenilmeyen işlerden para alınmaz, kumaş bedeli ödenir" ifadesi ile müşteri emniyeti konusunda bir vaat ortaya koymasıdır. Reklamda ürün kategorisine ait bilgiler de yer almaktadır. Ayrıca reklamda şıklık ve güzellik çekicilikleri de metin olarak kullanılmaktadır. Reklamda kullanılan "İşlerimizden memnun kalacağınızdan eminiz" ifadesi ile ortaya güçlü bir vaat konulmaktadır. Aynı sayıda ve sayfada Çankırı Spor Kulübü adına yayımlanan bir reklam da bulunmaktadır (Çankırı Spor Kulübü, 9 Ağustos 1932, s. 4). Bu reklam ise daha çok kamu spotu formunda hazırlanmış ve doğrudan vatandaşlara hitap etmektedir. Reklamda çocuklar üzerinden ebeveynler hedef kitle olarak belirlenmiş ve sağlık çekiciliği kullanılmıştır. "Sporu sev, Spor Kulübüne Yardım Et" mesajı ile destek istenirken "Memleketi yükseltecek ve inkılabı yaşatacak olan bugünün gençleridir. Onlara yardım etmek büyük bir vatan borucunu ödemektir." içeriği ile milliyetçilik çekiciliği kullanılmıştır ve milli kalkınma ile inkılabın devamlılığı reklamın temel mesajı olmuştur.



Şekil 1: Çankırı'da Duygu Gazetesi'nin Değişen İlan Şartları  
Figure 1. Changing Advertisement Conditions of Duygu Newspaper in Çankırı



Şekil 3: Asri Perükâr Salonuna Ait Reklam İçeriği  
Figure 3. Advertisement Content of Asri Perükâr Salon

2 Mart 1935 tarihli 222. sayının dördüncü sayfasında "İlan" başlığı altında Nimet Bayanlar Bıçkı ve Dikiş Dersevi'ne ait bir reklam yayımlanmıştır (Nimet Bayanlar Bıçkı ve Dikiş Dersevi, 9 Ağustos 1932, s. 4). Hedef kitleyi "Çankırı Muhterem Ahalisi"<sup>6</sup> şeklinde ifade ederken yeni bir işletmenin açıldığı reklam içeriğinde bir müjde olarak sunulmaktadır. Reklamın alt kısmında yer alan imza ile reklam verenin "Nimet" isimli bir kadın olduğu anlaşılmaktadır. Metin formunda hazırlanan bu reklamın içeriği dersevinin açılış tarihi, ödeme şekli, kayıt adresi ve ders içeriğinden oluşmaktadır. Bu reklam ile dönemin duyuru, bilgilendirme gibi ticari içeriklerinin "ilan" olarak algılandığı görülmektedir. Söz konusu bu reklam içeriği Görsel 5'de sunulmuştur.

Gazetede yayımlanan son reklam içeriği 21 Birinci Kanun 1935 tarihli 263. sayıda yer almaktadır. Foto Akın isimli işletmeye ait olan bu reklamda ilk kez bir işletme logosu ve amblemi kullandığı görülmektedir (Foto Akın, 21 Aralık 1935, s. 4). Foto Akın işletmesine ait reklam içeriği

Görsel 6'da sunulmuştur. Reklamda başlık olarak işletmenin logosu ve amblemi kullanılmıştır. Amblemin illüstrasyon olması dikkat çeken bir durumdur. Söz konusu logo reklam içeriğinin sonunda imza olarak yinelenmiştir. Reklam içeriği bayram için metin şeklinde hazırlanmış olup hedef kitleye dönük farklı çekiciliklere yer verilmiştir. Bu çekicilikler, zevke uygunluk, ucuzluk, güzellik ve sevimlilik şeklinde sıralanabilir. Reklam içeriğinde üç farklı ürün kategorisine de yer verilmiştir. Bu ayırım reklam içeriğinde çizgilerler aracılığıyla yapılmış ve reklamın haber metinlerinde ayrılması için bir çerçeve kullanılmıştır. Ürün kategorileri kutlama kartları ve şehir kartpostalları, fotoğraf baskısı ve gece fotoğraf çekimleridir. Ayrıca reklamda "en ince, Mücella<sup>7</sup>, iyi kartlara basıldı" ifadesi ile biricik olma özelliği vurgulanmakta, "siparişler zamanında verilecektir" ifadesi ile hizmet kalitesi ön plana çıkartılma ve bayrama özel %25 indirim yapıldığı da vurgulanmaktadır.



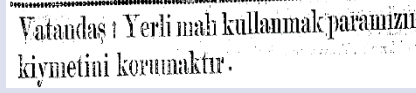
Şekil 4: Çankırı Spor Kulübü ve Teceddüt Terzihanesine Ait Reklam İçerikleri  
Figure 4. Advertisement Contents of Çankırı Sports Club and Teceddüt Tailor Shop



Şekil 5: Nimet Bayanlar Bıçkı ve Dikiş Dersevi'ne Ait Reklam İçeriği  
Figure 5. Advertisement Content of Nimet Ladies' Cutting and Sewing Course



Şekil 6: Foto Akın İşletmesine Ait Reklam İçeriği  
Figure 6. Advertisement Content of Foto Akın Business



Şekil 7: Çankırı Spor Kulübü ve Teceddüt Terzihanesine Ait Reklam İçerikleri  
Figure 7. Advertisement Contents of Çankırı Sports Club and Teceddüt Tailor Shop

### Devletin Sesi: Kamu Spotları

Çankırı'da Duygu Gazetesi'nin 6 Birinci Kanun 1930 tarihli 9. sayısında ilk kamu spotu niteliğindeki içerik karşımıza çıkmaktadır. Bu içerik ilk sayfadan okuyuculara sunulmuştur. Kamu spotu ilk sayfanın alt kısmında dört sütunu kapsayacak şekilde iki satır olarak metin formunda hazırlanmıştır. Gazetinin içeriği ile kamu spotu içeriği bir çizgi ile ayrılmıştır. İlgili bu kamu spotu yerli malı temalıdır. Metinde "Vatandaş! Yerli malı kullanmak paranızın kıymetini korumaktır." ifadelerine yer verilmiştir (Kamu Spotu – 1, 15 Aralık 1930, s. 1). Kamu spotu doğrudan vatandaşlara yönelik öneri şeklinde mesaj vermektedir. Yerli malı ve paranın değeri ilişkilendirilmiştir. Gazetede yayımlanan ilk kamu spotuna ilişkin içerik Görsel 7'de yer almaktadır.

Gazetinin 30 İkinci Kanun 1932 tarihli 68. sayısının ilk sayfasında karşımıza iki adet kamu spotu çıkmaktadır. Bunlardan ilk tasarruf temalı olan "Vatandaş! Çocuklarına şeker bayramı hediyesi olarak milli bankalarımızın kumbaralarını al." içerikli kamu spotudur (Kamu Spotu – 2, 30 Ocak 1932, s. 1). Bu kamu spotunun doğrudan vatandaşları eyleme geçirme amacıyla hazırlandığı görülmektedir. İkinci kamu spotu ise Tayyare Cemiyet'i<sup>8</sup> ile ilgilidir. Bu kamu spotu vatandaşlara yönelik bir tavsiye niteliğinde hazırlanmıştır. Kamu spotu "Vatandaş! Fıtra ve Zekâtını Tayyare cemiyetine vermeyi unutma." şeklindedir (Kamu Spotu – 3, 30 Ocak 1932, s. 1). Ayrıca 14 İkinci Kanun 1933 tarihli 116. sayıya ise iki sütuna yerleştiren ve çeyrek ölçülerde Şeker Bayramı'nda yerli malı temalı bir kamu spotu yayımlanmıştır (Kamu Spotu – 4, 14 Ocak 1932, s. 4). Gazetede yayımlanan Şeker Bayramı içerikli kamu spotlarına yönelik içerikler Görsel 8'de yer almaktadır.

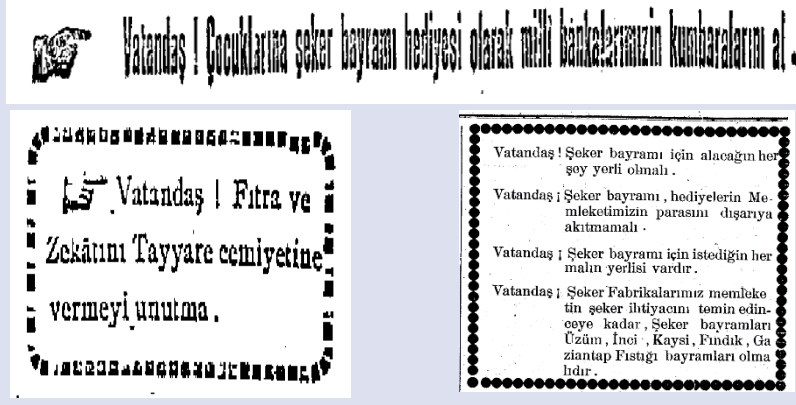
Yine 25 Mart 1933 ve 1 Nisan 1933 tarihlerinde Tayyare Cemiyet ile ilgili kamu spotları yayımlanmıştır. Bu kamu spotları ise Cemiyet'e kurban derilerin bağıışı ile ilgilidir. Söz konusu spotlar gazetesinin ilk sayfasında okuyucuya sunulmuştur. İlk spot "Aziz Vatandaş: kurban derilerini tayyare cemiyetine veriniz memleket tayyaresine yardım ediniz." ve "Aziz Yurttaş. Kurban derilerini Tayyare cemiyetine veriniz memleket tayyaresine

yardım ediniz." şeklinde hazırlanmıştır (Kamu Spotu – 5, 25 Mart 1933, s. 1; Kamu Spotu – 6, 01 Nisan 1933, s. 1). Bu kamu spotlarının eyleme geçirmekten öte vatandaşlardan istek şeklinde hazırlandığı dikkat çekmektedir. Gazetede yayımlanan Tayyare Cemiyet'i içerikli kamu spotlarına ilişkin içerikler Görsel 9'da yer almaktadır.

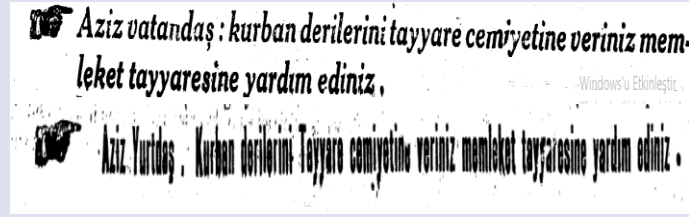
Benzer şekilde Şeker Bayramı'nda hazırlanan "yerli malı" temalı kamu spotu 1 Nisan 1933 tarihli 126. sayıda Kurban Bayramı içinde hazırlanmıştır (Kamu Spotu – 6, 01 Nisan 1933, s. 1). İlgili kamu spotu Görsel 10'da yer almaktadır. Doğrudan vatandaşlara seslenmekte ve nasihat niteliğinde önerilerde bulunmaktadır. Bu öneriler tercih edilecek tüm ürünlerin yerli olması ve misafirlere ikram edilecek kuruyemişlerin ve yaşyemişlerin yerli olması tavsiye edilmektedir. Bu tavsiyelerin yanında kuruyemişlerin ve yaşyemişlerin sağlıklı olduğu ifade edilirken bol bol yenmesi ve ikram edilmesinin vurgulanmaktadır. Ayrıca bayramda gerçekleştirilecek olan tüketim eylemlerinde vatandaşlarının dilerlerse tüm ürünlerin yerlisini bulabileceği de kamu spotunda yer almaktadır. Son olarak kamu spotu "Yerli malında şaşma" sloganıyla sonlandırılmaktadır.

Gazetinin farklı tarihli sayılarında Cumhuriyet ideolojisinin talep ettiği milli Devlet'in vatandaşlarına yönelik kamu spotları aracılığıyla birtakım mesajlar verdiği görülmektedir. Bu kamu spotlarının yayım tarihleri, sayı ve yer aldığı sayfaya ilişkin bilgiler ve içerikler Tablo 2'de sunulmuştur. Bu kamu spotları incelendiğinde içeriklerin iki temel kategoride sınıflandırılması doğru olacaktır. İlk kategori ulus devlet bilincine yönelik kamu spotları, ikinci kategori ise modern insanın oluşturulmasına yönelik kamu spotlarıdır. Ulus devlet bilinci oluşmasına yönelik kamu spotlarına "Türk inkılabı eşsizdir.", "Büyük işleri büyük Milletler yapar." ve "Türküm ne Mutlu Bana." örnek gösterilebilir. Modern insanın oluşturulmasına yönelik kamu spotlarına ise "Güzel İnsan İyi İnsandır" ve "Sporcu, çirkinin, kirlinin ve kötünün düşmanıdır" örnek gösterilebilir. Bu kamu spotlarının yanı sıra Halk Partisi'ne ait de kamu spotları yayımlandığı görülmektedir.

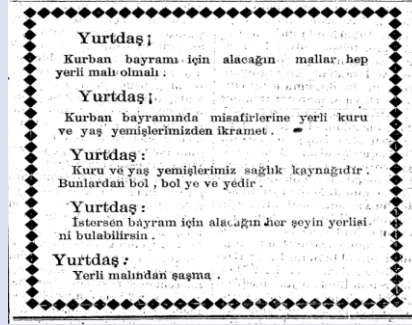




Şekil 8: Nimet Bayanlar Biçi ve Dikiş Dersevi'ne Ait Reklam İçeriği  
Figure 8. Advertisement Content of Nimet Ladies' Cutting and Sewing Course



Şekil 9: Foto Akın İşletmesine Ait Reklam İçeriği  
Figure 9. Advertisement Content of Foto Akın Business



Şekil 10: Yerli Malı Temalı Kamu Spotu  
Figure 10. Local Goods Themed Public Service Announcement

Çizelge 2. İncelenen Dokümanlara İlişkin Bilgiler

Table 2. Information on Documents Reviewed

| Yayın Tarihi  | Sayı | Sayfa | Kamu Spotu  |
|---------------|------|-------|---|
| 4 Mayıs 1935  | 230  | 1     | 9 Mayıs halk partisi kurultayı                    |
| 4 Mayıs 1935  | 230  | 4     | Bu günkü bayındırlık bu toplantılardan doğmuştur  |
| 9 Mayıs 1935  | 231  | 1     | İmtivazsız Sınıfsız Kavnasınıs bir Milletiz.      |
| 9 Mayıs 1935  | 231  | 1     | Türküm ne Mutlu Bana.                             |
| 9 Mayıs 1935  | 231  | 4     | Türk inkilâbı eşsizdir.                           |
| 9 Mayıs 1935  | 231  | 4     | Büyük işleri büyük Millet yapar.                  |
| 8 Mayıs 1937  | 332  | 1     | Sporeu, çirkinin, kirlinin ve kötünün düşmanıdır. |
| 8 Mayıs 1937  | 332  | 4     | Güzel insan iyi insandır,                         |
| 15 Mayıs 1937 | 333  | 1     | Güzelliğin iki şartı: Ne'şe ve hareket            |
| 15 Mayıs 1937 | 333  | 4     | Şen ol genç kalırsın.                             |



Kaynak: Kamu Spotu - 7, 04 Mayıs 1935, s. 1 -4; Kamu Spotu- 8, 09 Mayıs 1935, s. 1 -4; Kamu Spotu - 9, 08 Mayıs 1937, s. 1 -4; Kamu Spotu -10, 15 Mayıs 1937, s. 1 -4.

Gazetede Ulusal Ekonomi ve Arttırma Kurumu'na<sup>9</sup> ait iki farklı kamu spotu da yayımlanmıştır. 7 Birinci Kanun 1935 tarihli 261. sayının birinci sayfaında "tasarruf" temalı "Yurddaş! Türk arttırıcılarının sayısı yıldan yıla çoğalıyor. Sen de onlara katıl: Bankada bir arttırma hesabı açtır." içerikli kamu spot yayımlanmıştır (Kamu Spotu – 11, 7 Aralık 1935). Bu kamu spotu bir sonraki 262. sayının dördüncü sayfasında da yayımlanmıştır. 14 Birinci Kanun 1935 tarihli bu sayının birinci sayfasında ise benzer bir temada "Yurddaş! Banka olmayan zamanlar da atalarımız: "Ak akça, kara gün dostudur" demişler. Şimdi biz: Bankalardaki arttırma hesapları, kara gün dostudur diyoruz. Kara günde dostuz kalma!" içerikli başka bir kamu spotuna da yer verilmiştir (Kamu Spotu – 12, 14 Aralık 1935, s. 1). İlgili kamu spotları Görsel 11'de sunulmuştur.

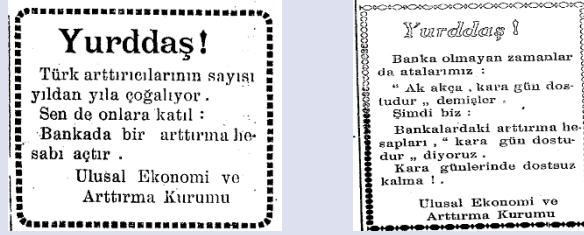
Türk Hava Kurumu da çeşitli kamu spotları yayımlamıştır. 236. sayıda "Yurd Severler! Hava tehlikesini önlemek için Hava

kurumuna Üye yazılınız" içerikli bir kamu spotu karşımıza çıkmaktadır. Bu kamu spotunda hem hedef kitleye korku çekiciliği ile mesaj verilmekte hem de hedef kitlede bir davranış değişikliği

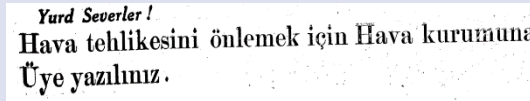
beklenmektedir (Kamu Spotu, 13, t.y. s. 1). Söz konusu kamu spotu Görsel 12'de yer almaktadır.

7 Birinci Kanun 1935 tarihli 261. sayıda Türk Hava Kurumuna ait kamu spotu "Zekat ve fitrenizi Türk hava kurumuna veriniz" başlığı ile "Bunlar T. Hava kurumu, Kızılay ve Çocuk esirgeme kurumu arasında kardeşçe paylaşılır Bu suretle üç yüce ergeye hizmet edilmiş olur." içeriğiyle okuyucuya sunulmuştur (Kamu Spotu - 11, 7 Aralık 1935, s. 1). Bu içerik, Türk Hava Kurumun güvenilir

bir kurum olduğu ve gerçekleştirilecek yardımların eşit dağıtımını sağlayacağı mesajı hedef kitle ile paylaşılmaktadır. Aynı ilan gazetenin 262. sayının üçüncü ve 263. sayısının birinci sayfasında da birebir şekilde yayımlanmıştır (Kamu Spotu – 14, 21 Aralık 1935, s. 1). İlgili kamu spotu Görsel 13'te sunulmuştur.



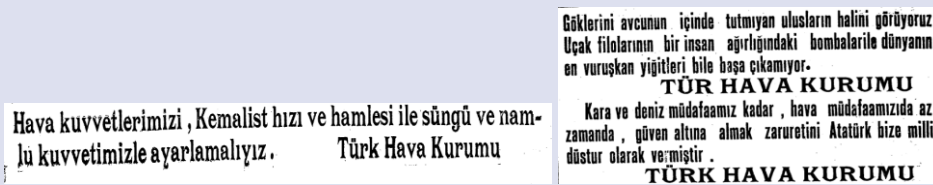
Şekil 11: Ulusal Ekonomi ve Arttırma Kurumu'na Ait Kamu Spotları  
Figure 11. Public Service Announcements by the National Economy and Promotion Authority



Şekil 12: Türk Hava Kurumuna Ait Kamu Spotu  
Figure 12. Public Service Announcement by Turkish Aeronautical Association



Şekil 13: Türk Hava Kurumu Ait Fitre ve Zekât Temalı Kamu Spotu  
Figure 13. Turkish Aeronautical Association Public Service Announcement on Fitra and Zakat



Şekil 14: Türk Hava Kuruma Ait Diğer Kamu Spotları  
Figure 14. Other Public Service Announcements by Turkish Aeronautical Association

Türk Hava Kurumu'nun diğer kamu spotları ise 29 Ağustos 1936 tarihli 293. sayının birinci ve dördüncü sayfalarında yayımlanmıştır (Kamu Spotu – 15, 29 Ağustos, s. 1-4). Birinci sayfanın en alt kısımda yer alan ilk kamu spotu "Hava kuvvetlerimizi, Kemalist jizi ve hamlesi ile süngü ve namlu kuvvetimizle ayarlamalıyız" içeriğinden, dördüncü sayfada yer alan kamu spotu ise "Göklerini avcunun içinde tutmayan ulusları halini görüyoruz Uçak filolarının bir insan ağırlığındaki bombalar ile dünyanın en vuruşkan yiğitleri bile başa çıkamıyor" ve "Kara ve deniz müdafaamız kadar, hava müdafaamızda az zamanda, güve altına almak zaruretini Atatürk bize milli düstur olarak vermiştir." içeriklerinden oluşturulmuştur. İlk kamu spotunda Kemalizm'in başarısına dönük bir vurgu yapmakta ve Kemalizm'in kurumların misyonuna dönüştüğünün örneği olarak değerlendirilebilir. İkinci spot ise korku çekiciliği ile kurgulanırken kurumun merkezi dayanağının Atatürk olduğu mesajı verilmektedir.

### Kişisel Denemeler: Ticari İlanlar

Çankırı'da Duygu Gazetesi'nde, 18 Temmuz 1931 tarihli 40. sayıda "Fikri" isimli bir girişimcinin Foto Yıldız işletmesini aracı göstererek kitap ciltleme üzerine bir ticari ilan verdiği görülmektedir. İlan tek bir sütuna yerleştirilmiştir. Söz konusu ilanın başlığı "Kitap meraklılarına" şeklinde oluşturulmuştur. İlanın metni ise "Kitaplarınız ciltsiz dağınık bir halde ise büyük bir itina ile cilt yapılmaktadır." şeklindedir (Ticari İlan – 1, 18 Temmuz 1931, s. 4). Bu içerikte, problem çözümüne yönelik bir hedef kitle tanımlaması yapıldığı görülmektedir. 25 Haziran 1932 tarihli 88. sayıda ise Müftüzade Kerimesi<sup>10</sup> sıfatıyla "Feride" isimli bir kişi ise satılık çiftlik ilanı vermiştir. Söz konusu bu ilan da tek sütunda yer almaktadır (Ticari İlan - 2, 25 Haziran 1932, s. 4). Gazetenin 16 Eylül 1933 tarihli 149. sayısında ise Foto Artistik Atölyesi imzalı Kodak marka bir fotoğraf makinesinin satılık ilanı yayımlanmıştır (Ticari İlan – 3, 16 Eylül 1933, s. 4). Bu ilan gazetede yayımlanan son ilan niteliğindedir ve daha sonra bu formatta bir ilanın yayımlanmaması dikkat çekmektedir. İlgili ticari ilanlar Görsel 15'te yer almaktadır.



Şekil 15: Çankırı'da Duygu Gazetesi'nde Yayımlanan Ticari İlanlara Ait İçerikler  
Figure 15. Contents of Commercial Advertisements Published in Duygu Newspaper in Çankırı

## Sonuç ve Tartışma

İnsanlar ürünlerini, hizmetlerini ve fikirlerini yaymak, tanıtmak, satmak gibi amaçları için iletişim araçlarına yöneldikleri sürece, reklamcılık varlığını sürdürmeye devam edecektir. Reklam ve tarih ilişkisi, topluluklar tarafından reklamın algılanma biçimi, kültürel değişimlere nasıl yanıt verdiği/nasıl yansıttığı ve tarihsel olayları nasıl işlediği gibi çeşitli ve farklı boyutları ile incelenebilir. Reklamlar, yayımlandıktan/yayımlandıktan belirli bir zaman sonra tarihsel bir belge, kanıt ve gerçeklik olarak ele alınmalıdır. Reklam yeri gelir tarihin ya da sanat tarihinin bir parçası olabilir, medyanın ekonomi politikasını yönlendirebilir, toplumsal değişimin aynası ya da tetikleyicisi olabilir. Reklamlar sadece hedef kitlelerin isteklerine uygun biçimde şekillenmez aynı zamanda hedef kitleleri yönlendirme gücüne de sahiptir.

Bu çalışma ile Türk reklamcılığının Anadolu'daki evrimini anlamak için önemli bir pencere sunulması amaçlanmıştır. Çankırı'da Duygu Gazetesi'nde yer alan reklamların incelenmesi, o dönemin ticari iletişim ve toplumsal dinamiklerini anlamak için değerli bir kaynaktır. Alanyazında Erken Cumhuriyet dönemine ilişkin ulusal gazeteler incelenerek çeşitli konular aydınlatılmaya çalışılmıştır (Kadioğlu, 2024; Varol, 2023; Koçer, 2022; Mezkit Saban, 2020 e.g.). Bu araştırma, söz konusu döneme yerelden bakarak Türk reklamcılığının gelişimine katkı sunmayı hedeflemektedir. Araştırma ile ticari reklamların yanı sıra kamu spotlarının ve ticari ilanların da incelenmesiyle reklamcılığın o dönemdeki rolü daha kapsamlı bir şekilde ele alınmıştır.

Türk reklamcılığının geneline odaklandığımızda Cumhuriyet döneminde ilan ve reklam arasında net bir ayırım yapmak zordur (Öztürk, 2018, s. 51). Bu durum Çankırı'da Duygu Gazetesi'nde yayımlanan içerikler için de geçerlidir. Ticari reklamlar, kamu spotları ve ticari ilanlar şeklinde sınıflandırılan reklam denemelerinin çoğunluğunun kamu spotlarından oluştuğu ve ticari reklamların ise daha az oranda olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, dönemin reklam stratejileri ve toplumsal iletişim dinamikleri hakkında önemli ipuçları sunmaktadır. Ticari reklamların genel niteliklerini bilgilendirme amacıyla hazırlandıkları, ürün ve adres bilgisine yer verildiği, yalnızca Latin harfleri ile metinlerden oluşturulduğu, çerçeve süslemelerine yer verildiği ve resim, karikatür ve fotoğraf kullanılmadığı görülmektedir. Aynı şekilde ticari ilanların, ticari reklamlar gibi metinlerden oluştuğu, ticari reklamlara oranla daha az yer kapladığı, daha az sayıda olduğu ve ürün içerikli hazırlandığı söylenebilir. Kamu spotlarının ise kısa ve öz bir mesaj vermek için doğrudan davranış değişikliği amacıyla yayımlandığı görülmektedir.

Ticari reklamlar fotoğrafçılık, berber, spor kulübü, terzi ve dershane sektörü tarafından verilmiştir. Bu sektörlerin tümü arzulanan yeni insan modeli için yeni alanlardır ve yeni bir yaşam biçimini kapsamaktadır. Bu reklamların ilan formuna daha yakın fakat birer reklam denemesi olduğu söylenebilir. Kamu spotlarının temaları ulus devlet, Türkçülük, yerli malı, tasarruf, kamu kuruluşlarına destek, gençlik, spor ve sağlık temaları ile oluşturulduğu görülmektedir. Kamu spotlarının yeni bir yaşam biçimi ve

ideoloji sunduğu düşünüldüğünde hedef kitleye dönük yönlendirme işlevini yerine getirdiği söylenebilir.

Dönemin ulusal yayınlarındaki yer alan reklamlarda sıklıkla yabancı markaların yer aldığı görünürken (Kadioğlu, 2024) yerel bir gazete olan Çankırı'da Duygu Gazetesi'nde yabancı markaların yer almaması dikkat çekici bir durumdur. Çalışmanın sonuçları Erken Cumhuriyet döneminde yer alan yerli malı kavramının yaygınlaştırılması ve farkındalığının artırılması politikaları (Turan ve Ödekan, 2009) ile uyumluluk göstermektedir. Cumhuriyetin döneminin reklam söylemi olan modernleşme, inkılapların yaşam biçimine dönüşmesi, yerli ekonominin ve yeni yaşam biçimlerinin yerleşmesi (Öztürk, 2018) bu çalışma kapsamında incelenen reklam örneklerinde de yer aldığı net bir şekilde görülmektedir.

Sonuç olarak 1930-1938 yıllarında yayımlanan ticari reklamların, kamu spotlarının ve ticari ilan denemelerinin yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş misyon ve vizyonunu yansıttığı ve reklam içeriklerinin de amaçlanan kültürel, toplumsal ve ekonomik dönüşüm mesajlarının yayılması için araç sallaştırıldığı görülmektedir. Bu içeriklerin dönemin toplumsal ve ekonomik yapısını yansıtması açısından yetersiz olduğu da ifade edilebilir. Daha sonra gerçekleştirilecek Türk reklam tarihi çalışmaları sayesinde geçmiş reklamcılık uygulamalarını anlamak ve günümüz stratejilerine dair daha derin bir bakış açısı sunmak mümkün olacaktır. Araştırmaların bölgesel ve yerel yayınların farklı dönemlerine odaklanması daha kapsamlı bir analiz yapılması, reklam stratejilerinin ve mesajlarının zaman içinde nasıl değiştiğini anlamamıza katkı sunacaktır. Gerçekleştirilecek olan bu çalışmaların karşılaştırmalı bir şekilde yapılması ise reklamın toplumsal dönüşüm süreçlerindeki rolünün daha derinlemesine incelenmesine olanak sağlayacağı ve Türk reklamcılık tarihi çalışmalarına katkı sunacağı düşünülmektedir.

## Extended Abstract

Turkish advertising clearly gained an identity during the Republican period and became a tool of modernization movements. In terms of Turkish advertising in the early Republican period, it should be considered as a part of national identity formation. The country's social, cultural and economic structure has been shaped through advertisements. Regional examination of the advertisements produced in this period will help us understand the social role of advertising and identify the sources of transformation. "Çankırı'da Duygu Gazetesi", which has an important place in the history of the press in order to preview the changes and transformations that took place in Çankırı, where important publishing activities were carried out in the Early Republic period, is one of the important publications that guide researchers. The advertising essays published in this newspaper are an important historical source for us to understand the cultural and economic structure of the city. With this study, the advertising and commercial life of the city of Çankırı will be revealed by tracing the advertisements

published in “Çankırı’da Duygu Gazetesi”. In addition, examining the technical characteristics of advertising attempts will also contribute to the historical development of Turkish advertising.

This study employed the qualitative research method and used document analysis technique. This study examined “Çankırı’da Duygu Gazetesi” and the advertising attempts published in this newspaper, which are in the form of secondary sources and can be classified as written documents according to their medium and text-based documents according to their quality. Content expressed as advertising attempts is commercial advertisements, public service announcements and commercial announcements. The investigations into the advertising attempts of “Çankırı’da Duygu Gazetesi” cover all the newspapers published from the first issue on 9 First November (October) 1930 until the 19 Second November (November) 1938, when the 404th issue was published. In the study, public, bond announcements, loss announcements, celebrations and congratulations and announcements made by the newspaper were excluded from the analysis.

When we focus on the generality of Turkish advertising, it is difficult to make a clear distinction between announcement and advertising in the Republican period (Öztürk, 2018, s. 51). This is also valid for the content published in “Çankırı’da Duygu Gazetesi”. It has been determined that the majority of advertising attempts, classified as commercial advertisements, public spots and commercial announcements, consist of public spots and commercial advertisements are less common. This situation provides important clues about the advertising strategies and social communication dynamics of the period. It is seen that commercial advertisements were prepared for the purpose of informing about their general qualities, included product and address information, were composed only of Latin letters and texts, included frame decorations, and did not use pictures, caricatures or photographs. Likewise, it is said that commercial advertisements consist of texts like commercial advertisements, take up less space than commercial advertisements, are fewer in number and are prepared with product content. It is seen that public service announcements are published for the purpose of direct behavioral change, to give a short and concise message. Commercial advertisements were placed by the photography, barber, sports club, tailor and tutoring industry. All of these sectors are new areas for the desired new human model and include a new way of life. The main purpose of these advertisements is to inform. It can be said that these advertisements are closer to the advertisement form, but they are advertising attempts. It is seen that the themes of the public spots are created with the themes of nation state, Turkism, domestic goods, savings, support to public institutions, youth, sports and health. Considering that public spots offer a new lifestyle and ideology, it can be said that they fulfill the function of guiding the target audience. As a result, it can be seen that the commercial advertisements, public service spots and commercial advertisement experiments published between 1930 and

1938 reflected the founding mission and vision of the newly established Republic of Turkey, and the advertising contents were used as tools for the dissemination of the intended cultural, social and economic transformation messages. It can be stated that these contents are insufficient to reflect the social and economic structure of the period.

## Kaynakça

- Abokhoza, R., Mohamed, S. H., & Narula, S. (2019). How advertising reflects culture and values: A qualitative analysis study. *Journal of Content, Community and Communication*, 10(9), 3.
- Asri Perükar Salonu, “Reklam”, Çankırı’da Duygu Gazetesi, 30 Temmuz 1932, s. 4.
- Atatürk Ansiklopedisi (2024). Millî İktisat ve Tasarruf Cemiyeti. <https://ataturkansiklopedisi.gov.tr/bilgi/milli-iktisat-ve-tasarruf-cemiyeti/>, Erişim Tarihi: 27.02.2024.
- Baker, M. J. (1984). *Macmillan Dictionary of Marketing & Advertising*. Macmillan Press.
- Berger, A. A. (2016). *Dictionary of Advertising and Marketing Concepts*. Routledge.
- Boran, T. (2015). Erken Cumhuriyet Dönemi’nde Taşrada Sinema Seyri: Çankırı Örneği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (41), 257-276.
- Bowen, G. A. (2009). Document Analysis as a Qualitative Research Method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40.
- Çakır, H. (1996). Türkiye’de Reklamın Tarihçesi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (3), 251-260.
- Çakır, S. (2004). Türkiye’de Reklamcılığın Gelişimi, Dergi Reklamcılığının Yeri ve Önemi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi.
- Çankırı Spor Kulübü, “Reklam”, Çankırı’da Duygu Gazetesi, 9 Ağustos 1932, s. 4.
- Çankırı’da Duygu Gazetesi, 9 Birinci Teşrin 1930 (9 Ekim 1930), s. 1-4.
- Çelik, M. (2009). 1923-1950 Yılları Arası Cumhuriyet Dönemi Türk Reklamcılığı “Gazete Reklamlarında Kullanılan Mesaj Stratejileri” (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ege Üniversitesi.
- Cengiz, U. (2019). Çankırı’da Duygu Gazetesi’ne Göre (1930-1938) Çankırı’da Siyasal Yaşam. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Konya.
- Dereli, A. B. (2023). Kültürel Dönüşüm ve Reklamlar: Reklam Kuluçkası Üzerinden Bir İnceleme (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi.
- Dereli, A. B., & Çakır, V. (2023). *Reklam Kuluçkası: Kültürel Dönüşüm ve Reklamlar*. Çizgi Kitapevi.
- Foto Yıldız, “Reklam”, Çankırı’da Duygu Gazetesi, 18 Nisan 1931, s. 4.
- Fowles, J. (1996). *Advertising and popular culture* (Vol. 5). Sage.
- Frith, K. T. (1997). *Undressing the ad: Reading culture in advertising*. New York: Peter Lang.
- İlan Şartları - 1, Çankırı’da Duygu Gazetesi, 15 İkinci Teşrin 1930 (15 Kasım 1930), s. 4.
- İlan Şartları - 2, Çankırı’da Duygu Gazetesi, 27 Haziran 1931, s. 6.
- Kadioğlu, A. M. (2024). Atatürk Dönemi Politikalarının Reklamlara Yansıması: Cumhuriyet Gazetesi Örneği. *Korkut Ata Türkiyat Araştırmaları Dergisi* (16), 732-747.
- Kalaycı, H. (2020). Bir Parti ve Bir Yerel Gazete: SCF ve Çankırı Duygu Gazetesi Örneğinde Dönemin Siyasi olaylarının Sosyolojik Bir Analizi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Karatekin Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 8(1), 211-226.



- Kamu Spotu - 1, Çankırı'da Duygu Gazetesi, 06 Birinci Kanun 1930 (15 Aralık 1930), s. 1.
- Kamu Spotu - 2, Çankırı'da Duygu Gazetesi, 30 İkinci Kanun 1932 (30 Ocak 1932), s. 1.
- Kamu Spotu - 3, Çankırı'da Duygu Gazetesi, 30 İkinci Kanun 1932 (30 Ocak 1932), s. 1.
- Kamu Spotu - 4, Çankırı'da Duygu Gazetesi, 14 İkinci Kanun 1933 (14 Ocak 1932), s. 4.
- Kamu Spotu - 5, Çankırı'da Duygu Gazetesi, 25 Mart 1933, s. 1.
- Kamu Spotu - 6, Çankırı'da Duygu Gazetesi, 01 Nisan 1933, s. 1.
- Kamu Spotu - 7, Çankırı'da Duygu Gazetesi, 04 Mayıs 1935, s. 1 - 4.
- Kamu Spotu - 8, Çankırı'da Duygu Gazetesi, 09 Mayıs 1935, s. 1 - 4.
- Kamu Spotu - 9, Çankırı'da Duygu Gazetesi, 08 Mayıs 1937, s. 1 - 4.
- Kamu Spotu - 10, Çankırı'da Duygu Gazetesi, 15 Mayıs 1937, s. 1 - 4.
- Kamu Spotu - 11, Çankırı'da Duygu Gazetesi, 07 Birinci Kanun 1935 (7 Aralık 1935), s. 1.
- Kamu Spotu - 12, Çankırı'da Duygu Gazetesi, 14 Birinci Kanun 1935 (14 Aralık 1935), s. 1.
- Kamu Spotu - 13, Çankırı'da Duygu Gazetesi, t.y, s. 1.
- Kamu Spotu - 14, Çankırı'da Duygu Gazetesi, 21 Birinci Kanun 1935 (21 Aralık 1935), s. 1.
- Kamu Spotu - 15, Çankırı'da Duygu Gazetesi, 29 Ağustos 1936, s. 1-4.
- Karadaban, A., Kaplan, C., Özek, Ö., Çaksu, C., Aküzüm, F., & Aydın, M. (2023). Nitel Araştırma Yöntemlerinden Doküman İncelenmesi. Social Mentality and Research Thinkers Journal (Smart Journal), 9(67), 2666-2670.
- Kıral, B. (2020). Nitel Bir Veri Analizi Yöntemi Olarak Doküman Analizi. Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 15, 170-189.
- Koçer, D. N. (2022). İhâp Hulusi'nin Afişlerinde Modernleşme ve Yeni Yurttaş. Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8(2), 42-52.
- Koloğlu, O. (1999). Reklamcılığımızın İlk Yüzyılı 1840-1940. Reklamcılar Derneği.
- Kurnaz, C. (2007). Onay, Ahmet Talat. TDV İslam Ansiklopedisi, Cilt: 33, 352-353.
- Mezkit Saban, G. (2021). Erken Cumhuriyet Döneminde Gazete Müsabakaları ve Reklamlarında Oluşturulmak İstenen Modern Kadın İdeali. Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi, 25(1), 1-14.
- Nimet Bayanlar Bıçkı ve Dikiş Dersevi, "Reklam", Çankırı'da Duygu Gazetesi, 9 Ağustos 1932, s. 4.
- Özen, İ. (2012). Çankırı'da Yayınlanan Gazetelere Göre Menemen Olayı. Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi, 28(83), 39-64.
- Özer, Ş., & Yaldiran, M. (2021). Çankırı Duygu Gazetesi'nde Bulunan Hikâye ve Masallarda Motif İncelemesi. Uluslararası Anadolu Sosyal Bilimler Dergisi, 5(4), 1309-1330.
- Öztürk, R. G. (2018). 1920-1950 Yılları Arasında Türkiye'deki Reklamcılığın Değerlendirilmesi. Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi, 1(1), 41-54.
- Richards, J. I. (2022). A History of Advertising the First 300,000 Years. Rowman & Littlefield.
- RVD – Reklamverenler Derneği (2017). Sorumlu Reklamcılığa Adanan 25 Yıl. Gezegem Basım.
- Sak, R., Sak, İ. T. Ş., Şendil, Ç. Ö., & Nas, E. (2021). Bir Araştırma Yöntemi Olarak Doküman Analizi. Kocaeli Üniversitesi Eğitim Dergisi, 4(1), 227-256.
- Sherman, (2014). Advertising and the Creation of Exchange Value. Yayınlanmamış Doktora Tezi, University of Massachusetts Amherst.
- Taşdemir, E., & Dereli, A. B. (2017). Kengiri'den Günümüze Çankırı Basını. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, (44), 160-172.
- Teceddüt Terzihanesi, "Reklam", Çankırı'da Duygu Gazetesi, 9 Ağustos 1932, s. 4.
- Ticari İlan - 1, Çankırı'da Duygu Gazetesi, 18 Temmuz 1931, s. 4.
- Ticari İlan - 2, Çankırı'da Duygu Gazetesi, 25 Haziran 1932, s. 4.
- Ticari İlan - 3, Çankırı'da Duygu Gazetesi, 16 Eylül 1933, s. 4.
- Turan, G., Ödekan, A. (2009). Erken Cumhuriyet Dönemi'nde Yerli Malı Kavramı ve İstanbul Yerli Malı Sergileri. İtûdergis, 6(2), 15-26.
- Türk Dil Kurumu (2011). Büyük Türkçe Sözlük. Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Türk Hava Kurumu (2024). Türk Tayyare Cemiyeti. [https://thk.org.tr/turk\\_tayyare\\_cemiyeti](https://thk.org.tr/turk_tayyare_cemiyeti), Erişim Tarihi: 21.02.2024.
- ur Rehman, F., Javed, F., Yusoff, R. M., Harun, A., Khan, A., & Ismail, F. (2019). What is Advertising? A Short Review of Historical Development. Academic Research International, 10(4), 128-143.
- Varol, E. (2023). Cumhuriyet'in İlk 20 Yılında Türkiye'de Reklam ve Reklamcılık. Sakarya İletişim, 3(2), 76-99.
- Yavuz, Ş. (2007). Modernleşme Sürecinde Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Reklam Serüveni. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (29), 183-196.
- Yılmaz, R. A. (2001). İlanattan İnternete: Türkiye'de Reklamcılık. Kurgu Dergisi, 18, 355-367.

<sup>1</sup> Dünya reklam tarihinin ayrıntılı kronolojisi için bkzn. Richards (2022).

<sup>2</sup> Bu reklamlar yeni tüketim malları olan kahve, çikolata ve çay reklamlarıdır (Koloğlu, 1999, s. 6).

<sup>3</sup> Şair, yazar ve edebiyat araştırmacısı olan Ahmet Talat Onay, 1885 yılında dünyaya gelmiş ve 1956 yılında yaşamını kaybetmiştir. 12 Ağustos 1923'te II. dönem Çankırı milletvekili seçilmiş ve 1946 seçimlerine kadar milletvekilliği yapmıştır. Türkçü bir kimliğe sahip olan Onay, Milli Mücadele'de gösterdiği hizmetlerinden dolayı beyaz şeritli İstiklâl madalyası sahibidir (Kurnaz, 2007, s. 352-353).

<sup>4</sup> Asri: *Çağdaş*

<sup>5</sup> Perukar: *Berber*

<sup>6</sup> Çankırı Muhterem Ahalisi: *Saygıdeğer Çankırı Halkı*

<sup>7</sup> Mücella: *Parlak, cilalı*

<sup>8</sup> Türk Havacılığının büyümesinin ve gelişmesinde önemli bir rol oynayan Türk Tayyare Cemiyet'i 16 Şubat 1925 tarihinde kurulmuştur. Cemiyet'in 24 Mayıs 1935 tarihinde gerçekleştirilen 6. Büyük Kongre'de adı Türk Hava Kurumu şeklinde değiştirilmiştir (Türk Hava Kurumu, 2024).

<sup>9</sup> Ulusal Ekonomi ve Arttırma Kurumu, milli iktisat bilincini oluşturmak ve vatandaşları yerli malı kullanımına yönlendirmek amacıyla 14 Aralık 1938 tarihinde "*Milli İktisat ve Tasarruf Cemiyeti*" adıyla kurulmuştur. Bu kurumun adı 1938 yılında "*Ulusal Ekonomi ve Arttırma Kurumu*" ve 1947 tarihinde ise "*Milli Ekonomi ve Arttırma Kurumu*" şeklinde değiştirilmiştir (Atatürk Ansiklopedisi, 2024).

<sup>10</sup> Kerime: *Kız Evlat*.





# Electronic Cumhuriyet Journal of Communication

| ecider.cumhuriyet.edu.tr |

Founded: 2017

Available online, ISSN: 2667-4246

Publisher: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

## Semiotic analysis of memes emphasising metalinguistic function

İsmail Demirbağ<sup>1,a,\*</sup>, Özge Sinem İmrağ<sup>2,b</sup><sup>1</sup> Department of Radio, Television and Cinema, Faculty of Communication, Sivas Cumhuriyet University, Sivas, Türkiye<sup>2</sup> Department of German Language and Literature, Faculty of Literature, Sivas Cumhuriyet University, Sivas, Türkiye

\*Corresponding author

### Research Article

#### History

Received: 01/08/2024

Accepted: 19/11/2024

### ABSTRACT

With the increase in the number of social media platforms, people have started to produce and share more content. One of these contents is memes prepared and shared digitally by the network society. These are signs created for purposes such as entertainment or criticism, consisting of a text, an image, or a combination of an image and text. Although memes are created by individuals, they become a collective product when shared by members of the network society. After being created in various contexts, memes that turn into a collective product after a signification process can be used for communicative purposes. As in every communication form, certain functions of language stand out in communication established through memes. One of these functions is the metalinguistic function, and sometimes the metalinguistic function of the language can be emphasized in the communication created with memes. The aim of this study, which will be handled with the semiotic analysis method, is to determine the parameters in the formation processes of memes as signs, which are created for entertainment purposes and highlight the metalinguistic function of the language. Memes created about language and selected through purposeful sampling method constitute the sample of the study. Selected memes will first be classified in terms of their signified elements and then the relationship between signifier and signified of memes will be revealed. Memes that emphasize the metalinguistic function of language can be classified in terms of their signified in relation to sub-branches of linguistics such as phonetic, phonology, morphology, semantics, lexicography and syntax. As a result of the study, it is seen that there are a lot of parameters in the formation processes of memes as signs. These are parameters such as difficulty of pronunciation, comparison of a word with its equivalents in different languages, number of morphemes forming a word, semantic relationships between the words, number of the equivalents of a word in other languages or sentence building rules in a language. In addition, it has been observed that the memes in question can become sign through comparison, mockery, identification and word play methods.

**Keywords:** meme, communication, metalinguistic function, semiotics, social media

## Üstdilsel İşlevi Vurgulayan Memlerin Göstergebilimsel Açidan Analizi

#### Süreç

Geliş: 01/10/2024

Kabul: 19/11/2024

#### Copyright



This work is licensed under  
Creative Commons  
Attribution 4.0  
International License

### Öz

Sosyal medya platformlarının sayısının artmasıyla insanlar daha fazla içerik üretip paylaşmaya başlamışlardır. Bu içeriklerden biri de ağ toplumu tarafından dijital ortamda hazırlanıp paylaşılan memlerdir. Bunlar eğlence veya eleştiri gibi amaçlarla oluşturulan, bir metinden, bir resimden veya bir resim ve metnin birleşiminden oluşan göstergelerdir. Memler tek tek bireyler tarafından oluşturulsa da ağ toplumunun üyeleri tarafından paylaşılmasıyla kolektif bir ürün hâline gelirler. Çeşitli bağlamlarda oluşturulduktan sonra girdikleri bir göstergeleşme sürecinin ardından kolektif bir ürüne dönüşen memler, iletişim amaçlı kullanılabilirler. Her iletişimde olduğu gibi memler yoluyla kurulan iletişimde de dilin belirli işlevleri ön plana çıkar. Bu işlevlerden biri üstdilsel işlevdir ve memlerle oluşturulan iletişimde bazen dilin üstdilsel işlevi vurgulanabilir. Göstergebilimsel çözümleme yöntemiyle ele alınacak olan bu çalışmanın amacı eğlence amacıyla oluşturulan ve dilin üstdilsel işlevini öne çıkaran memlerin gösterge olarak oluşum süreçlerindeki parametreleri saptamaktır. Dil hakkında oluşturulmuş ve amaçsal örneklem yöntemiyle seçilmiş olan memler çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır. Seçilen memler öncelikle gösterilenleri bakımından dilbilimin alt dallarına göre sınıflandırılacak, ardından gösteren ve gösterilen arasındaki ilişkiler ortaya konulacaktır. Dilin üstdilsel işlevini vurgulayan memler, fonetik, fonoloji, morfoloji, leksikografi, semantik ve sentaks gibi dilbilimin farklı alanlarıyla ilişkilendirilebilir. Çalışma sonucunda gösterge olarak memlerin oluşum sürecinde pek çok dilsel ve kültürel parametrenin bulunduğu saptanmıştır. Bunlar telaffuz zorluğu, bir sözcüğün farklı dillerdeki karşılıklarıyla kıyaslanması, sözcükleri oluşturan morform sayıları, sözcükler arasındaki anlam ilişkileri, bir sözcüğün anlamının başka dillerdeki karşılıklarının sayısı, bir dilde cümle oluşturma kuralları, bir sözcüğün çeşitli sözcük türlerinde birer anlama sahip olması gibi parametrelerdir. Ayrıca söz konusu memlerin karşılaştırma, alay etme, özdeşleşme ve sözcük oyunu yöntemleriyle göstergeleştiği gözlemlenmiştir.

**Anahtar Sözcükler:** Mem, iletişim, üstdilsel işlev, göstergebilim, sosyal medya



demirbag@cumhuriyet.edu.tr



orcid.org/0000-0002-0222-3000



ozgeimrag-14@hotmail.com



orcid.org/0000-0001-7252-803X

**How to Cite/Atf:** Demirbağ, İ., İmrağ, Ö. (2024). Üstdilsel İşlevi Vurgulayan Memlerin Göstergebilimsel Açidan Analizi, Electronic Cumhuriyet Journal of Communication, 6(2):102-111. DOI: 10.54089/ecider. 1559543

## Giriş

Günümüzde insanların sıklıkla vakit geçirdiği yeni medya ortamlarından Pinterest, YouTube, Facebook gibi dijital platformlarda çok sayıda içerik üretilip paylaşılmaktadır. Yeni medya ortamlarında üretilip, dil ve iletişim pratiklerine yenilikçi bir bakış açısı sunan (bkz. Düşünceli, 2023, s. 1003) bu içerikler eleştiri, destek veya eğlence gibi amaçlarla oluşturularak ağ toplumunun üyeleri arasında birer iletişim aracı hâline gelmektedir. Eğlence amacıyla oluşturulan içerikler genellikle mizahî unsurların kullanılmasıyla ortaya çıkar. Sosyal medya mizahının ortak özellikleri, üretilen mizah unsurlarının kendine özgü bir dilinin olması, kullanıldığı ortama göre şekil değiştirebilmesi, paylaşılarak çoğalıp yeniden üretilmesi, anonim özellik göstermesi ve internet bulunan her ortamda kolay ulaşılabilir olmasıdır (bkz. Arslan, 2017, ss. 22-38). Kullanıcıların ürettiği internet memleri, eğlence amacıyla oluşturulduğunda sosyal medyada yaygınlaşan ve iletişim aracı haline gelen mizah içerikleridir.

Richard Dawkins (2017) memler ile ilgili şu açıklamalarda bulunur: "Ezgiler, fikirler, sloganlar, giyside moda, çanak çömlek yapım yolları, kemer yapımı mem örnekleridir. Tıpkı genlerin sperm ya da yumurtalar yoluyla bir bedenden diğerine atlayarak gen havuzunda çoğalmaları gibi, memler de, geniş anlamda taklit denilebilecek bir süreç yoluyla, bir beyinden diğerine zıplayarak kendilerini gen havuzunda çoğaltırlar" (Dawkins, 2017, ss. 212-213). Pek çok farklı sosyal ağ alanında kullanıldıkça mem kavramı bir anlam genişlemesine uğramıştır. Davison (2012, 126) bu durumu "mem terimi neredeyse her şey anlamına gelebilir" şeklinde ifade eder. Benzer şekilde Löber (2011) de bir resmin, videonun, görselin, deyim, uzun bir metnin, diyalogun, tekrarlanan bir yazım hatasının, kısacası taklit edilebilen ve dönüştürülebilir her şeyin bir mem olabileceğini belirtir (Löber, 2011, s. 60).

Memler çeşitli sosyal ağ alanlarında oluşturulup paylaşılır ve bunlar günlük iletişim süreçlerindeki işlevleri üstlenirler (bkz. Hartmann, 2018, s. 5). Günlük iletişim süreçlerindeki bu işlevler çok çeşitli şekillerde tezahür edebilir. Sava (2018) memlerin istenmeyen sosyal gelişmelerle dalga geçmek, siyasi rakiplere saldırmak veya kişiliklerini tanımlamak için kullanıldığını belirtir. (bkz. Sava 2018, s. 155). Dilsel ve dil dışı öğelerin bir arada kullanılmasıyla oluşturulan göstergeler olarak memlerin internet kullanıcıları arasında iletişim aracı hâline gelmesinden dolayı memler göstergebilim, dilbilim veya iletişim gibi pek çok farklı alanda araştırma konusu hâline gelmiştir (bkz. Brodie, 2014, Davison, 2012, Osterroth, 2020, Meixner, 2020, Sava 2018).

Dilin bir gösterge sistemi olması ve bu sistemde hem sözlü hem de görsel öğelerin kullanılması göstergebilimsel çözümlene tekniğini iletişim disiplini bakımından önemli bir yöntem haline getirmiştir (bkz. Aydınlioğlu ve Susur, 2021, s. 1737). Dilsel ve görsel göstergelerin birleşiminden oluşup birer iletişim aracı hâline gelen memleri konu eden bu çalışmada da göstergebilimsel analiz yönteminden yararlanılacaktır. Çalışmanın teorik kısmında gösterge kavramı ve gösterge olarak memler üzerinde durulacaktır. Araştırma kısmında ise eğlence amacıyla oluşturulan ve dilin üstdilsel işlevini vurgulayan mem örnekleri Ferdinand de Saussure'un gösterge yaklaşımına uygun olarak göstergebilimsel analiz tekniğiyle incelenecektir. Çalışmanın amacı, Almanca ve İngilizceyi konu edinerek dilin üstdilsel işlevini öne çıkaran memleri birer gösterge olarak ele alıp, bu göstergelerin oluşum süreçlerindeki parametreleri saptamaktır.

## Gösterge Olarak Memler

Ağ ortamı, çeşitli konularda ve farklı biçimlerde içerik üretimi için zengin bir zemin sunmaktadır. Bu içeriklerden biri de memlerdir. Herhangi bir içeriğin internet memi özelliği kazanabilmesi, görüntünün daha önceden kullanılıp diğer kullanıcılar tarafından beğenilerek, yorumlanarak ve dönüştürülerek paylaşılmasıyla, yani viral olması ile bağlantılıdır (bkz. Gencer Çıtak, 2023, s. 339). Böyle koşullar doğrultusunda oluşturulan internet memleri dilsel ve dil dışı göstergelerin birlikte kullanıldığı toplumsal bir anlam oluşumu sürecini başlatır. Bu süreci ortaya koyanlar internet kullanıcılarıdır. "Onlar memleri Twitter, Instagram, Facebook ya da 9Gag, 4chan ve KnowyourMeme isimli görüntü tahtaları gibi farklı sosyal medya platformları tarafından yüklenen, paylaşılan, beğenilen ve yorumlanan eğlenceli resimler, videolar, Gifler veya hashtaglerle birleştirirler" (Meixner, 2020, s. 6). Bu birleşimden ortaya çıkan memler birer gösterge'dir.

Mehmet Rifat göstergeyi "kendi dışında bir şeyi temsil eden ve dolayısıyla bu temsil ettiği şeyin yerini alabilecek nitelikte olan her çeşit biçim, nesne, olgu, vb." şeklinde tanımlar (Rifat, 2008, s. 115). Saussure göstergenin, gösteren ile gösterilen olmak üzere iki temel unsurdan oluştuğunu, bu iki ögenin birbirine sıkı sıkıya bağlı olduğunu ve birbirini çağrıştırdığını belirtir (bkz. Saussure, 2001, s. 108). Birer gösterge olarak memler herhangi bir dilsel göstergeyle veya bir dilsel gösterge ve resim birleşimiyle oluşturulabilir.

Her göstergenin sahip olduğu dört temel özellik vardır. Göstergeler, somut özelliklerinin ötesinde, yeni anlamlar yüklenen soyut kavramlardır. Örneğin Rus araştırmacı Iwan Pawlow'un köpeklerle yaptığı deneyde kullandığı zil sesi, köpekleri beslemeyle özdeşleştirildiğinden dolayı bir gösterge haline gelmiştir ve artık sadece bir ses olma özelliğinden sıyrılıp, soyut hale gelmiştir. İkinci olarak göstergeler, deneyin amacına uygun olarak belirli kriterler dahilinde seçilirler, örneğin yukarıda bahsedilen deneyin ilk aşamasında zil sesi yerine farklı bir uyaran, yani farklı bir gösterge de seçilebilir. Üçüncü olarak göstergeler sabittir, yani değiştirilemez. Dolayısıyla gösteren bir kez zil sesi olarak seçildiğinde daha sonra farklı bir gösterenle değiştirilemez. Son olarak göstergeler uzlaşmaya dayalıdır, yani birden fazla kullanıcı tarafından sağlanan bir anlaşmaya dayanmaktadır. Göstergelerin bu genel özelliklerini yine birer gösterge olan memlerde de bulmak mümkündür.

Yukarıda bahsedilen genel özelliklerin dışında dilsel göstergelerin de belirli özellikleri bulunmaktadır. Bunlardan biri değiştirilebilir olmalarıdır. Aynı resmin üzerine farklı metinler eklenerek, çeşitli konularda pek çok farklı meme oluşturulabildiği görülmektedir. Osterroth imajı değiştirmenin, ancak mem üzerinde bir anlaşma sağlanmasıyla mümkün olduğunu ve bir memin tamamen gelenekselleştirilmesinin ardından, görüntünün de değiştirilebildiğini belirtir (bkz. Osterroth, 2020, s. 118). Örneğin, Mona Lisa tablosu üzerine eklenen farklı metinlerle oluşturulmuş sayısız meme, bu durumun en iyi örneklerinden biridir.

## Araştırmanın Metodolojisi

Bu çalışmanın amacı, eğlence amacıyla oluşturulan ve dilin üstdilsel işlevini öne çıkaran memlerin gösterilenleri bakımından dilbilimle ilişkisini ve göstergeleşme sürecinde hangi parametrelerin bulunduğunu saptamaktır. Birer gösterge olarak dilin üstdilsel işlevini vurgulayan memlerin

dilbilimin alt dallarıyla ilişki içinde olması gerekir. Bu nedenle çalışmada memler dilbilimin fonoloji, fonetik, morfoloji, leksikografi, semantik ve sentaks olmak üzere altı farklı alt dalına göre sınıflandırılmıştır. Genel kullanıma açık internet sitelerinde sıklıkla paylaşılmış olan memler çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Üstdilsel işlevin gözlemlenmesine olanak sağlamaları nedeniyle çalışmanın örneklemini dil konusunda üretilmiş olan memler oluşturmaktadır. Bu memler amaçsal örnekleme tekniği ile seçilerek Ferdinand de Saussure'ün gösterge modeli doğrultusunda göstergebilimsel çözümleme yöntemiyle incelenmiştir. Tüm dillerdeki memleri incelemek mümkün olmadığı için çalışma, Almanca ve İngilizce memlerle sınırlandırılmıştır. Örnekleme bu iki dilin dâhil edilmesinin nedeni, Almanca'nın çok uzun sözcükler ve karmaşık dil bilgisel yapılar barındırması özelliğiyle, İngilizcenin ise dünya dili olması özelliğiyle pek çok memin konusunu oluşturmasıdır.

### Bulgular ve Analiz

Mem, kısa ve özlü bir mesajla, genellikle bir fotoğraf, resim veya videoya işaret eden ve yeni bir anlam üstlenerek internet kullanıcıları arasında iletişim aracı hâline gelen bir kültür fenomenidir. İletişim aracı olarak memler bazen dilin üstdilsel işlevini vurgulayabilir. Bu işlev Roman Jakobson'un (1869-1982) Karl Bühler'in Organon Modelinden hareketle

oluşturduğu iletişim modelinde ifade ettiği altı işlevden biridir. Berke Vardar yönetiminde hazırlanan Açıklamalı Dilbilim Terimleri Sözlüğünde (1998, s. 219) üstdil işlev "konuşucunun kullandığı düzgü üstüne bilgi verdiği, onun bir ögesini açıkladığı durumlarda gerçekleşen işlev" olarak tanımlanır. "Bildiri, düzgüye ilişkin bir açıklama getiriyorsa (tanımlar vb.) üstdil işlevi yerine getiriyor, "dili açıklayan, dilden söz eden dil" biçimine bürünüyor demektir" (Vardar, 1982, s. 46). Dilin üstdilsel işlevini vurgulayan memlerde mem göstergesinin gösterileni doğrudan dilin kendisi ile bağlantılıdır. Üstdilsel işlevi vurgulayan memlerin oluşturduğu göstergelerin gösterilenleri fonolojik, fonetik, morfolojik, leksikografik, semantik ve sentaktik açılardan incelenebilir.

#### Fonetik Gösterilenli Memler

Sesbilgisi adıyla da anılan fonetik "sesleri, bildirişim sürecinde üstlendikleri işlevlere bakmaksızın, yalnızca fiziksel somut gerçeklikler olarak inceleyen dilbilim dalıdır" (Huber, 2013, s. 114). Bir dildeki sesleri tanımlamayı hedefleyen fonetik sadece konuşma diliyle ilgilenir (bkz. Ernst, 2008, s. 61). Dolayısıyla seslerin nasıl çıkarıldığı –yani telaffuz edildiği– fonetiğin inceleme alanıdır. Bu bağlamda, bir dildeki telaffuz zorluğu mizah amacıyla memlerde ifade bulabilir. Böyle durumlarda söz konusu dil çoğunlukla diğer dillerle karşılaştırılır.

Çizelge 1. 1-2-3-4 numaralı görsellerin göstergebilimsel analizi

Table 1. Semiotic analysis of images numbered 1-2-3-4

| Gösterge                         | Gösteren  | Gösterilen  |
|----------------------------------|---|---|
| <p>Görsel 1 (Kaynak: http-1)</p> | <p>"You know you're German when you can pronounce tschechisches Streichholzschächtelchen" yazısı ve üst tarafta arka planda bir Alman bayrağı</p>   |   |
| <p>Görsel 2 (Kaynak: http-2)</p> | <p>Siyah bir zemin üzerinde "etzsche" harflerinin altı çizili bir şekilde beyaz harflerle yazılmış "Nietzsche" sözcüğü ve altında "Türkçenin gözünü seveyim" ifadesi</p>  | <p>Almanca bazı seslerin telaffuzunun zor ve tuhaf olarak görülmesi</p> |
| <p>Görsel 3 (Kaynak: http-3)</p> | <p>"Would like to hear any non-German pronouncing this word" cümlesi ve tam ortada "zuzuzurren" şeklinde Almanca bir kelime</p>   |   |
| <p>Görsel 4 (Kaynak: http-4)</p> | <p>Ağız tuhaf bir şekil almış olan bir kedi resmi ve bu resmin alt ve üstünü çerçeveleyecek şekilde yer alan "When your English teacher explains how to pronounce "th" (İngilizce öğretmenin "th" sesini öğretmeye çalışırken) yazısı</p> | <p>İngilizcede bir sesin telaffuzunun zor ve tuhaf olarak görülmesi</p> |

Yukarıdaki örnek memlerin ilk üçünde Almandaki bazı kelimelerin telaffuz zorluğu konu edinilmiştir. İlk göstergeyi oluşturan görselde “ch”, “sch” ve “tsch” seslerinin yoğun bir şekilde kullanıldığı bir sıfat tamlaması yer almaktadır. Bu seslerin bir arada kullanılması yabancı dil olarak Almanca konuşanlar için bir zorluk oluşturmakta ve bu zorluk, söz konusu memde vurgulanmaya çalışılmıştır. İkinci görselde Almanca bir özel isim olan Nietzsche sözcüğü üzerinden “tsch” sesinin Almandaki beş harfin birleşiminden oluşmasına rağmen Türkçede aynı sesin tek bir harfe (ç) karşılık gelmesi alaylı bir şekilde karşılaştırılmıştır. Üçüncü görselde yine Almandaki “z” ve “u” seslerinin bir arada sık kullanılmasının oluşturduğu telaffuz zorluğu, farklı bir açıdan mizah konusu yapılmıştır. Dördüncü görselde ise İngilizcede peltek bir şekilde çıkarılması gereken “th” sesinde karşılaşılan telaffuz zorluğu söz konusu memin konusunu oluşturmaktadır. Tüm bu memlerin göstergeleşme sürecinde bir dil ile diğerlerini mizahi bir dille ifade ettiği görülmektedir.

### Fonolojik Gösterilenli Memler

Dillerin gramerinin bir bileşeni olan fonoloji -diğer adıyla sesbilim- bir dilin ses varlığını, tek tek seslerin bir dil sisteminde hangi işlevleri üstlendiğini, bir dilde seslerin dağılımını (örneğin hangi kombinasyonlarla bir arada kullanılabileceğini) ve

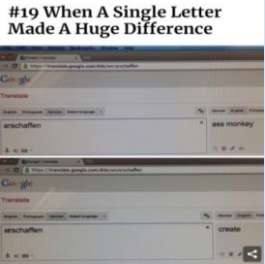
yanlarındaki seslere göre nasıl değişikliklere uğrayabileceğini inceler (bkz. Ernst, 2008, s. 61). Fonolojinin temel ilgi alanı, bir dilde anlam farklılığı yaratan en küçük ses birimleri olan fonemlerdir. Bazı memler dilin bu birimlerini konu edebilir. Bu memler bir sözcüğün farklı dillerdeki karşılıklarında rastlanan benzerlik veya farklılıklar üzerinden oluşturulabilir.

Yukarıda incelenen (Tablo 2) mem örneğinde gösterilen unsurun bir dilin fonemleri üzerinden oluşturulduğu görülmektedir. Burada Almanca ve İngilizcenin fonemleri bağlamında karşılaştırıldığı ve Almandaki tek bir fonemin değiştirilmesiyle tamamen yeni bir sözcük ortaya çıktığı gösterilmiştir. İki dilin birbiriyle kıyaslanması ve Almandaki yeni oluşan sözcüğün argo bir ifade olması nedeniyle burada alay etme yoluyla göstergeleşme sürecinin gerçekleştiği gözlemlenmektedir.

### Leksikografik Gösterilenli Memler


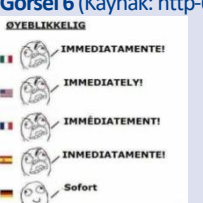

Sözlük biliminin amacı, bir dilin kelime hazinesini betimlemek amacıyla gerekli ilke ve yöntemlerin bilimsel olarak oluşturulabilmesi için o dilde yer alan kelimeleri değişik kullanım açılarıyla ele alıp sözlüğün oluşturulmasını sağlamaktır (bkz. Kahraman, 2016, s. 3294). Üstdilsel işlevi öne çıkaran memlerin gösterileni sözlük maddeleriyle unsurlarla oluşturulabilir.

Çizelge 2. 5 numaralı görsellerin göstergebilimsel analizi  
Table 2. Semiotic analysis of images numbered 5.

| Gösterge   | Gösteren   | Gösterilen   |
|--|--|--|
|  <p>#19 When A Single Letter Made A Huge Difference</p> | <p>Yatay bir şekilde ortadan ikiye bölünmüş ve üzerinde Google çeviri uygulamasının açık olduğu bir bilgisayar ekranı, sol üst köşede “arschaffen” sözcüğü, karşısında “assmonkey” şeklinde İngilizce karşılığı, sol alt köşede ise “erschaffen” sözcüğü ve karşısında “create” şeklinde İngilizce karşılığı</p> | <p>Almandaki bir sözcüğü oluşturan tek bir fonemin değiştirilmesiyle yeni bir argo sözcüğün oluşması</p> |

Görsel 5 (Kaynak: http-5)





Çizelge 3. 6-7-8 numaralı görsellerin göstergebilimsel analizi  
Table 3. Semiotic analysis of images numbered 6-7-8.

| Gösterge   | Gösteren  | Gösterilen  |
|--|---|---|
|  <p>Görsel 6 (Kaynak: http-6)</p> | <p>Beş farklı bayrak resmi ve bu ülkelerin dilinde “hesap makinesi” sözcüğü ve hesap makinesi görseli</p> |   |
|  <p>Görsel 7 (Kaynak: http-7)</p> | <p>Beş farklı bayrak resmi ve bu ülkelerin dilinde “hemen” sözcüğü</p>                                    | <p>Söz konusu sözcüklerin diğer pek çok dilde fonetik açıdan birbirine benzemesi, fakat Almandaki onlardan çok farklı bir şekilde telaffuz edilmesi</p> |
|  <p>Görsel 8 (Kaynak: http-8)</p> | <p>Beş farklı bayrak resmi ve bu ülkelerin dilinde “taçyaprakları” sözcüğü</p>                            |   |



## Çizelge 4. 9-10 numaralı görsellerin göstergebilimsel analizi

Table 4 . Semiotic analysis of images numbered 9-10.

| Gösterge  | Gösteren  | Gösterilen  |
|---|---|---|
| <br><br> | <br>İngiltere bayrağı + Hand<br>Almanya bayrağı + Hand<br>İngiltere bayrağı + Shoes<br>Almanya bayrağı + Schuhe<br>İngiltere bayrağı + Gloves<br>Almanya bayrağı + Handschuhe<br>Önce onaylayan sonra ise şaşırın bir yüz ifadesine sahip bir adam görseli | Almandaca bir sözcüğün birden fazla leksikal morfemin birleşimiyle oluşturulmasına karşın İngilizcede aynı sözcüğün bir birleşik kelime yerine tek bir sözcükle ifade edilmesinin ilginçliği                              |
|    | Üst tarafta "23" yazısı<br>Sol alt köşede Alman Bayrağı ve "three + twenty" yazısı<br>Sağ alt köşede "most languages" yazısı<br>"twenty-three" yazısı   | İngilizce gibi pek çok dilde iki basamaklı sayıların önce onlar, ardından birler basamağı okunacak şekilde isimlendirilmesine rağmen Almandaca bunun aksine önce birler, sonra onlar basamağının söylenmesinin ilginçliği |
|    | Üst tarafta "23" yazısı<br>Sol alt köşede Alman Bayrağı ve "three + twenty" yazısı<br>Sağ alt köşede "most languages" yazısı<br>"twenty-three" yazısı   | İngilizce gibi pek çok dilde iki basamaklı sayıların önce onlar, ardından birler basamağı okunacak şekilde isimlendirilmesine rağmen Almandaca bunun aksine önce birler, sonra onlar basamağının söylenmesinin ilginçliği |

Yukarıdaki tabloda yer alan mem örneklerinin tamamında Almanca, bu özelliğiyle diğer dillerden ayrılan bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. İlk örnekte "Taschenrechner" (hesap makinesi), ikinci örnekte "sofort" (hemen), üçüncü örnekte ise "Blütenblätter" (taçyaprağı) sözcükleri İngilizce, Fransızca, İtalyanca gibi dillerdeki karşılıklarıyla karşılaştırıldığında Almanca sözcüklerin farklılıkları daha net bir şekilde görülmektedir. Bu durum, Almandanın diğer dillerden ayrılan bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. Yani Almanca bu özelliğiyle diğer dillerle mizahi bir yolla karşılaştırılmıştır.

## Morfolojik Gösterilenli Memler

Sözcüklerin yapısı ve oluşum biçimlerini inceleyen morfoloji -diğer adıyla biçimbilim- ek ve kök gibi birimlerin birleşme biçimleriyle ve yeni sözcüklerin hangi mekanizmalar sayesinde oluştuğuyla ilgilendirir (bkz. Eisenberg, 2013, s. 201). Bir dilde anlam taşıyan en küçük yapı birimi olan morfemler morfolojinin inceleme konusudur ve bazen memlerin gösterilen unsuru olarak kullanılabilir. Memlerin bu bağlamda oluşturulmasında farklı parametreler söz konusudur. Örneğin, bir dilde sözcüklerin diğer dillerdekenden çok farklı morfemlerle oluşturulması memlerin konusu olabilir.

Önce onaylayan sonra ise şaşırın bir yüz ifadesine sahip bir adam görseli Almandaca bir sözcüğün birden fazla leksikal morfemin birleşimiyle oluşturulmasına karşın İngilizcede aynı sözcüğün bir birleşik kelime yerine tek bir sözcükle ifade edilmesinin ilginçliği "twenty-three" yazısı İngilizce gibi pek çok dilde iki basamaklı sayıların önce onlar, ardından birler basamağı okunacak şekilde isimlendirilmesine rağmen Almandaca bunun aksine önce birler, sonra onlar basamağının söylenmesinin ilginçliği Tablo 4'teki ilk görselde Almandaca bir sözcüğün iki tane leksikal morfemin bir araya gelmesiyle oluşması, buna karşın İngilizcede aynı sözcüğün böyle bir birleşik isim yerine tek bir leksikal morfemden oluşması gösterilmektedir. Başka bir deyişle "eldiven" anlamına gelen "Handschuhe" ismi "el"

anlamına gelen "Hand" ve "ayakkabı" anlamına gelen "Schuh" sözcüklerinin birleşmesiyle oluşturulurken İngilizcede aynı sözcük "gloves" şeklinde yeni bir sözcükle ifade edilmektedir. Bu durum anadili Almandaca olmayan kişiler şaşırıcı gelebilir. Tablodaki ikinci görselde ise iki basamaklı sayıların önce onlar basamağı sonra da birler basamağı olacak şekilde söylendiği pek çok dilin aksine Almandaca önce birler basamağı, ardından "ve" anlamına gelen "und" sözcüğü, sonrasında ise onlar basamağı olacak şekilde söylenmesi esprili bir şekilde gösterilmiştir. Her iki örnekte de bir dilde sözcük oluşturma yolları konu edilmiştir. Kısacası bu örneklerde söz konusu göstergelerin göstergeleşme sürecinde bir taraftan İngiliz ve Alman dillerinin morfolojik bağlamda karşılaştırıldığı diğer taraftan ise ilk örnekte İngiliz, ikinci örnekte ise Alman dilinde sözcük oluşturma biçimleriyle dalga geçildiği gözlemlenmektedir.

Morfolojik bağlamda memlere konu olabilecek başka bir nokta ise bazı dillerde sözcüklerin çok sayıda dil bilgisel veya leksikal morfemden oluşmasıdır. Çok sayıda morfemin birleşiminden oluşan pek çok sözcük barındıran Almandanın bu bağlamda memlere sıklıkla konu olduğu görülmektedir.

Tablo 5'te ilk görselde Almandaca "zemin zımpara makinesi kiralama" anlamına gelen "Fussbodenschleifmaschineverleih" sözcüğünün Fuß+Boden+Schleif+Maschine+Verleih şeklinde beş tane leksikal morfemin birleşiminden oluşması, ikinci görselde ise Almandaca "birliktelik" anlamına gelen "Zusammenghörigkeitsgefühl" sözcüğünün Zusammen + gehör + ig + keit + s + gefühl gibi leksikal ve dil bilgisel morfemlerin birleşiminden oluşması gösterilmektedir. Daha açık ifade etmek gerekirse örnek olarak verilen memlerin ikisinde de Almandaca fazla sayıda morfemin bir araya gelmesiyle çok uzun sözcüklerin oluşması mizahi bir şekilde ele alınmaktadır. İlk örnekte yer alan "Almanca scrabble oynarken ben" yazısından bu mem göstergesinde özdeşleşmeye yer verildiği görülmektedir. Ayrıca Türkçenin daha kısa ve basit sözcüklerine karşın Almandanın uzun ve karmaşık sözcüklerinin olduğu vurgulanmaktadır.



### Semantik Gösterilenli Memler

Fonolojik, fonetik ve morfolojik açıdan incelenebilecek mem göstergeleri dışında semantik açıdan ele alınabilecek mem göstergeleri de vardır. Anlambilim adıyla da anılan semantik “göstergelerin gösterilen alanlarını inceleyen dilbilim dalıdır” (Huber, 2013, s. 141). Bu göstergelerin gösterilen unsuru herhangi bir dildeki sözcüklerin anlamları üzerinden oluşturulurken, gösteren kısmında eş sesli, eş anlamlı veya zıt anlamlı sözcükler, metafor ve metonimi gibi dilsel araçlar bulunabilmektedir.

Yukarıdaki örnekte İngilizce “to pass” fiilinin “bir sınavı geçmek” anlamı yerine “Covid-19 testini geçmek” anlamında kullanılması ve bulaşıcı hastalığın pek çok kişiye bulaştığı bir dönemde hastalığa yakalanmamış olmanın başarı ile özdeşleştirilmesi gösterilmektedir. Sözcük oyunu yoluyla oluşturulan göstergeler, anlamı ön planda tutmaları nedeniyle çoğunlukla semantik açıdan incelenebilir. Bazen de bir dildeki herhangi bir sözcüğün başka dillerde pek çok sözcüğe denk gelmesi üzerinden mem göstergeleri oluşturulabilir.

Tablodaki (Tablo 7) ilk görselde Almanca bitte sözcüğünün İngilizcede altı farklı anlama sahip olması, ikinci görselde İngilizce “you” sözcüğünün Almancada yedi farklı anlama sahip olması, son görselde ise Almancada

neden anlamını taşıyan altı farklı sözcüğün bulunması gösterilmektedir. Verilen örneklerde, Almanca ve İngilizce kelimeler arasındaki anlamsal farklılıklar, iki dilin kelime hazinelerinin ve yapısal özelliklerinin birbirinden farklı olduğunu mizahi bir yolla göstermektedir. Bu özellik dışında semantik açıdan ele alınabilecek başka mem örnekleri de mevcuttur.

Yukarıda verilen mem örneklerinin ilkinde İngilizcede “aynı” anlamına gelen “same” sözcüğüne Almancada “dasselbe” ve “das Gleiche” şeklinde iki farklı sözcüğün denk gelmesi ama bu iki sözcük arasında ince bir ayırım olması konu edinilmiştir. “Dasselbe” tek bir kavram kastedilerek “aynı” anlamına gelirken “das Gleiche” birden fazla kavramın aynı olduğunu ifade eder. Örneğin “Ayşe ve Fatma aynı kitabı kullanıyor” cümlesinde yazarı ve adı aynı olan iki farklı kitabın söz konusu olması – yani Ayşe’de bir kitap ve Fatma’da başka bir kitabın olması - durumunda “das Gleiche” kullanılır. Ancak biri kitabını evde unutmuş ve diğerinin kitabını birlikte kullanıyorlarsa tek bir kitap söz konusu olacağı için bu durumda “dasselbe” kullanılır. Böyle bir ayırım Türkçede de söz konusu değildir. Yukarıdaki ikinci mem örneği ise “Gift” sözcüğünün hem Almancada hem de İngilizcede bulunması, ancak her iki dilde de farklı anlamlara sahip olması üzerinden oluşturulmuştur.

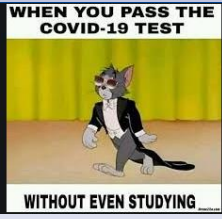
Çizelge 5. 11-12 numaralı görsellerin göstergebilimsel analizi

Table 5 . Semiotic analysis of images numbered 11-12.

| Gösterge   | Gösteren   | Gösterilen   |
|--|--|--|
| <p><b>Almanca scrabble oynarken ben</b></p>  <p><b>Görsel 11</b> (Kaynak: http-11)</p>  | <p>Fussbodenschleifmaschinenverleih (zemin zımpara makinesi kiralama) tabelası<br/>Das perfekte Do-it-yourself System zur Renovierung alter Holzfußböden (Eski ahşap döşemeleri yenilemek için en mükemmel kendin yap sistemi) yazısı<br/>Dükkân görseli</p> | <p>Almancada çok sayıda morfemin birleştirilmesiyle çok uzun sözcüklerin oluşturulabilmesi</p>   |
|  <p><b>Görsel 12</b> (Kaynak: http-12)</p> | <p>Üstte “How can I say “Togetherness” on german language?” (Almancada “Birliktelik” nasıl denir?), altta ise “Zusammengehörigkeitsgefühl” yazısı ve „Finding Neverland“ adlı filmde üç sahnenin görseli</p>   | <p>İngilizce gibi pek çok dilde iki basamaklı sayıların önce onlar, ardından birler basamağı okunacak şekilde isimlendirilmesine rağmen Almancada bunun aksine önce birler, sonra onlar basamağının söylenmesinin ilginçliği</p> |

Çizelge 6. 13 numaralı görsellerin göstergebilimsel analizi

Table 6 . Semiotic analysis of images numbered 13.

| Gösterge  | Gösteren   | Gösterilen  |
|---|--|---|
|  | “Tom ve Jerry” adlı çizgi film karakterlerinden biri olan Tom adındaki kedinin havalı bir şekilde yürümesinden oluşan görsel ve “WHEN YOU PASS THE COVID-19 TEST - WITHOUT EVEN STUDYING” yazısı (Covid-19 testini geçtiğinde - hem de hiç çalışmadan) | İngilizcede “to pass a test” yani “bir testi geçmek” ifadesinin Covid-19 testi anlamında kullanılmasıyla bir sözcük oyunu yapılması |
| <b>Görsel 13</b> (Kaynak: http-13)  |  |   |

Çizelge 7. 14-15-16 numaralı görsellerin göstergebilimsel analizi

Table 7 . Semiotic analysis of images numbered 15-15-16.

| Gösterge  | Gösteren   | Gösterilen  |
|---|--|---|
|    | İngiliz Bayrağı / Alman Bayrağı<br>“Pardon? Bitte?<br>Please Bitte<br>Go ahead Bitte<br>Here you go Bitte<br>You’re welcome Bitte<br>Not at all Bitte” yazısı  | Almancadaki “bitte” sözcüğünün İngilizcede altı farklı anlama gelmesi |
| <b>Görsel 14</b> (Kaynak: http-14)  |  |   |
|   | Alman Bayrağı / İngiliz Bayrağı<br>“German vs. English<br>du - you<br>dich - you<br>dir - you<br>Sie - you<br>Ihnen - you<br>ihr - you<br>euch - you” yazısı   | İngilizcedeki “you” sözcüğünün Almancada yedi farklı anlama gelmesi   |
| <b>Görsel 15</b> (Kaynak: http-15)  |  |   |
|  | “The German Creation Story<br>Day 1: On the first day, God created “warum”.<br>Day 2: On the second day, God created “wieso”<br>Day 3: On the third day, God created “wozu”<br>Day 4: On the fourth day, God created “wofür”<br>Day 5: On the fifth day, God created “weshalb”<br>Day 6: On the sixth day, God created “weswegen”<br>Day 27 On the seventh day, after being satisfied with his creation of six different ways of saying WHY, with pretty much the same meaning, God rested.” yazısı<br>(Almanca yaratılış hikâyesi | Almancada “neden” anlamına gelen altı farklı sözcüğün bulunması       |
| <b>Görsel 16</b> (Kaynak: http-16)  | Tanrı birinci gün “warum”u, ikinci gün “wieso”yu, üçüncü gün “wozu”yu, dördüncü gün “wofür”ü, beşinci gün “weshalb”i, altıncı gün “weswegen”ı yarattı. Yedinci gün niçin demenin altı farklı yolunu yaratmaktan memnun olduktan sonra Tanrı dinlendi)  |   |

### Sentaktik Gösterilenli Memler

Fonemler bir araya gelerek morfepleri, morfepler sözcükleri, sözcükler ise tümceleri oluşturur. Ancak sözcüklerin bir araya gelerek anlamlı tümceler oluşturabilmesi için gereken belirli kurallar vardır. Bu kuralları inceleyen dilbilim dalına sentaks denir. Bir dildeki cümlelerin oluşturulma kuralları memlerin konusunu oluşturabilir. Bu şekilde oluşturulan memler sentaktik açıdan incelenebilir. Örneğin yüklem cümle içinde bulunması gereken yerin bir dilden diğerine farklılık göstermesi memlere konu olabilir. Almanca hakkında oluşturulmuş olan aşağıdaki mem


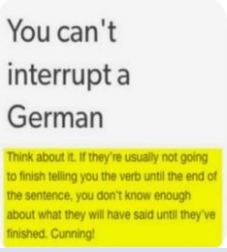
örneğini bu bağlamda sentaktik açıdan incelemek mümkündür:

Bu mem örneği Almanca yan cümlelerde yüklem sona kullanılma zorunluluğunu konu edinmiştir.

Almancada sadece yan cümlelerde karşılaşılan bu durum Türkçede bütün bildirme cümleleri için geçerlidir. Burada yine alaylı bir şekilde bir dilin diğer dillerle karşılaştırıldığı görülmektedir. Bunun dışında bazı dillerde tek bir sözcük pek çok farklı sözcük türüne denk gelebilecek bir anlama sahip olabilir. Aşağıdaki mem göstergeleri bu duruma örnektir.

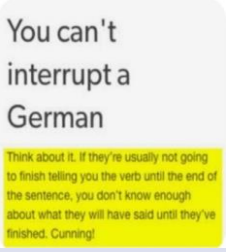
## Çizelge 8. 17-18 numaralı görsellerin göstergebilimsel analizi

Table 8 . *Semiotic analysis of images numbered 17-18.*

| Gösterge  | Gösteren  | Gösterilen  |
|---|---|---|
|  <p>Görsel 17 (Kaynak: http-17)</p>  | <p>Alman bayrağının renkleri ve<br/>         "You know you're German when ...<br/>         You know that the same (dasselbe) and the same (das Gleiche) aren't the same at all." (dasselbe ve das Gleiche sözcüklerinin aynı olmadığını biliyorsan Almansın) yazısı</p> <p>Sol tarafta İngiltere bayrağı, hediye resmi ve "Gift" yazısı<br/>         Sağ tarafta Alman bayrağı, zehir resmi ve "Gift" yazısı<br/>         Alt tarafta "make sure you give the right Gift!" yazısı (Doğru "Gift"i verdiğine emin ol)</p> | <p>Aynı anlama geldiği düşünülen iki sözcüğün Almancada farklı anlamlara gelmesi</p> <p>Aynı şekilde yazılan "Gift" sözcüğünün Almancada olumsuz (zehir), İngilizcede ise olumlu (hediye) bir anlama sahip olması</p> |
|  <p>Görsel 18 (Kaynak: http-18)</p> | <p>"You can't interrupt a German<br/>         Think about it. If they're usually not going to finish telling you the verb until the end of the sentence, you don't know enough about what they will have said until they've finished. Cunning!" yazısı<br/>         (Bir Alman'ın sözünü kesemezsiniz. Genellikle cümlelerin sonuna dek fiili söylemediklerini düşünsenize. Cümlelerin sonuna gelinceye kadar onların ne dediklerini tam olarak anlayamazsınız. Kurnazca!)</p>  | <p>Almanca yan cümlelerde yüklem cümle sonunda kullanılmasından dolayı Almanca sözdiziminin karmaşık yapısı</p>   |



## Çizelge 9. 19 numaralı görsellerin göstergebilimsel analizi

Table 9 . *Semiotic analysis of images numbered 19.*

| Gösterge   | Gösteren   | Gösterilen  |
|--|--|---|
|  <p>Görsel 19 (Kaynak: http: 19)</p> | <p>"You can't interrupt a German<br/>         Think about it. If they're usually not going to finish telling you the verb until the end of the sentence, you don't know enough about what they will have said until they've finished. Cunning!" yazısı<br/>         (Bir Alman'ın sözünü kesemezsiniz. Genellikle cümlelerin sonuna dek fiili söylemediklerini düşünsenize. Cümlelerin sonuna gelinceye kadar onların ne dediklerini tam olarak anlayamazsınız. Kurnazca!)</p> | <p>Almanca yan cümlelerde yüklem cümle sonunda kullanılmasından dolayı Almanca sözdiziminin karmaşık yapısı</p> |

## Çizelge 10. 20-21 numaralı görsellerin göstergebilimsel analizi

Table 10 . *Semiotic analysis of images numbered 20-21.*

| Gösterge   | Gösteren   | Gösterilen   |
|--|--|--|
|  <p>Görsel 20 (Kaynak: http-20)</p> | <p>Kırmızı bir zeminde beyaz şekilde yazılmış "HABT IHR IHR IHR IHR BUCH GEGEBEN?" (Ona kitabınızı verdiniz mi?) cümlesi</p>   | <p>Almancada "ihr" şeklindeki tek bir sözcüğün bir cümlede üç farklı ögeyi karşılayacak şekilde farklı kullanımlarının bulunması</p>                                   |
|  <p>Görsel 21 (Kaynak: http-21)</p> | <p>Alman bayrağının renkleri üzerinde WENN FLIEGEN HINTER FLIEGEN FLIEGEN FLIEGEN FLIEGEN NACH MAKES PERFECTLY SENSE IN GERMAN LANGUAGE yazısı (Sinekler sineklerin arkasından uçtuğunda sinekler sineklerin ardından uçar<br/>         Alman dilinde son derece anlamlıdır)</p> | <p>Almancada "fliegen" sözcüğünün hem uçmak hem de sinekler anlamına gelmesinden dolayı bu sözcüğün yinelenmesiyle sentaktik açıdan karmaşık bir tümcenin oluşması</p> |


Yukarıdaki örnekte Almancada "ihr" sözcüğünün aynı cümlede üç farklı anlama gelecek şekilde kullanıldığı görülmektedir. Bu bağlamda söz konusu mem örneği semantik açıdan da incelenebilecek bir gösterilen unsura sahiptir; ancak bu cümlede kullanılan "ihr" sözcüklerinin ilki özneyi, ikincisi dolaylı tümleci, üçüncüsü ise kendisinden sonra gelen sözcükle birlikte belirtili nesneyi oluşturduğu için sentaktik açıdan ele alınabilir. İkinci örnekte de "fliegen" sözcüğünün küçük harfle başladığında uçmak anlamına gelen bir fiili, büyük harfle

başladığında ise sinekler anlamına gelen bir ismi karşılıyor olmasından dolayı çok karmaşık yapıya sahip bir tümcenin oluştuğu görülmektedir. Bu tümce alaylı bir şekilde yukarıdaki mem göstergesine konu olmuştur.

Bu örnekte Almanca, İtalyanca, İspanyolca, Fransızca gibi pek çok dilde bulunan fakat İngilizcede bulunmayan dil bilgisel cinsiyet belirten sözcüklerin İngilizce konuşan kişiler tarafından zor algılanması alaylı bir şekilde gösterilmiştir.

## Çizelge 11. 22 numaralı görsellerin göstergebilimsel analizi

Table 9 . *Semiotic analysis of images numbered 22.*

| Gösterge  | Gösteren  | Gösterilen   |
|---|---|--|
|  | <p>“Birdbox” adlı filmde bir sahne (gözleri bağlı bir kadın) ve</p> <p>“WHEN I HAVE TO CHOOSE BETWEEN DER, DIE, DAS DEM, DEN, DES” (Der, die, das, dem, den, des arasında seçim yapmam gerektiğinde) yazısı</p> | İngilizcede bulunmayan dil bilgilendirici cinsiyet unsurunun Almancada bulunması |

Görsel 22 (Kaynak: http-22)

## Sonuç

Sosyal medya platformlarında üretilip paylaşılan içeriklerden biri olan memler çoğunlukla eğlence amacıyla oluşturulur. Memler genellikle bir resim, bir metin veya bir resimle metnin birleşiminden oluşan göstergelerdir. Ağ toplumunun üyeleri memler yoluyla iletişim kurabilirler. Diğer iletişim türlerinde olduğu gibi memlerle kurulan iletişimde de dilin belirli özellikleri vurgulanır. Bu çalışmada dilin üstdilsel işlevini vurgulayan memler Ferdinand de Saussure’ün gösterge modeline göre göstergebilimsel açıdan incelenmeye çalışılmıştır. Üstdilsel işlevin ön planda olduğu memlerde mem göstergesinin gösterileni dilin kendisi ile ilgilidir. Dolayısıyla dili konu edinen memlerin, gösterilenleri bağlamında dilbilimin fonoloji, morfoloji, semantik ve sentaks dallarıyla ilişki içinde olması gerekir.

Fonetik gösterilenli memler genellikle bir dildeki telaffuz zorluğu gibi unsurlarla oluşturulabilirken, fonolojik gösterilenli memleri oluşturan unsurlar sözcüğün anlamını değiştirme özelliğiyle doğrudan fonemlerdir. Leksikografik gösterilenli memler bir sözcüğün farklı dillerdeki karşılıklarında rastlanan benzerlikler ile farklılıklar üzerinden oluşturulur. Morfolojik gösterilenli memlerin herhangi bir dilde bazı sözcüklerin diğer dillerdekinden çok farklı morfeimlerle oluşturulması ve bazı dillerde sözcüklerin çok sayıda morfeimden oluşması üzerinden oluşturulduğu gözlemlenmiştir. Semantik gösterilenli memler eş sesli, eş anlamlı veya zıt anlamlı sözcükler, bir dildeki herhangi bir sözcüğün başka dillerde pek çok sözcüğe denk gelmesi veya aynı şekilde yazılan bir sözcüğün farklı dillerde farklı anlamlara gelmesi üzerinden oluşturulmuştur. Sentaktik gösterilenli memlerin ise yüklem bulunması gereken yerin bir dilden diğerine farklılıklar göstermesi, bir dilde herhangi bir sözcüğün cümlenin farklı öğelerine denk gelmesi veya bir dilde bulunup başka bir dilde bulunmayan dil bilgilendirici unsurlar üzerinden oluşturulduğu gözlemlenmiştir. Üstdilsel işlevi vurgulayan memlerin, hangi türden bir gösterilen unsura sahip olursa olsun, özellikle karşılaştırma ve alay etme yöntemleriyle, bazen de bunlara ek olarak özdeşleşme veya sözcük oyunu gibi yöntemlerle göstergeleştiği gözlemlenmiştir.

## Extended Abstract

Memes, which are one of the contents produced and shared on social media platforms, are mostly created for entertainment purposes. They are signs that usually consist of an image, text, or a combination of image and text. Members of the network society can communicate through memes. As in other types of communication, certain features of language are emphasized in communication with memes. In this study, memes that emphasize the metalinguistic function of language were tried to be examined.

Semiotic analysis method was used in this study, which deals with memes that are a combination of linguistic and visual signs and become a means of communication. In the theoretical part of the study, the concept of sign and memes as signs were focused on. In the research part, examples of memes created for entertainment purposes and emphasizing the metalinguistic function of the language were examined with the semiotic analysis technique in accordance with Ferdinand de Saussure's sign approach. The aim of this study was to determine the relationship of memes created for entertainment purposes and highlighting the metalinguistic function of language with linguistics in terms of their signified elements and which parameters are present in the signification process.

Memes that emphasize the metalinguistic function of language as a sign must be in relationship with sub-branches of linguistics. For this reason, in the study, memes were classified according to six different sub-branches of linguistics: phonology, phonetics, morphology, lexicography, semantics and syntax. Memes frequently shared on public websites constitute the universe of the study. The sample of the study consists of memes produced on the subject of language because they allow the observation of metalinguistic functions. These memes were selected with the purposeful sampling method and examined with the semiotic analysis method in line with Ferdinand de Saussure's sign model. Since it is impossible to examine memes about all languages, memes created about German and English constituted the limitation of the study. The reason of including these two languages in the sample of the study is that German, with its particularity of having long words and complex grammatical structures, and English, with its particularity



of being a world language, is the subject of many memes.

As a result of the study, the following results were observed:

Memes with phonetic connotations can generally be created by elements such as difficulty in pronunciation in a language.

Memes with phonological connotations can be created based on phonemes, which are the smallest unit that changes meaning in a language.

Memes with lexicographic connotations are created based on the similarities and differences in the equivalents of a word in different languages.

Memes with morphological connotations are formed by the fact that some words in any language are formed with very different morphemes from those in other languages, and that in some languages words consist of a lot of morphemes.

Memes with semantic connotations are created through homophones, synonyms or antonyms, any word in one language corresponding to many words in other languages, or a word written in the same way having different meanings in different languages.

Memes with syntactic connotations are created on the one hand, based on the fact that position where the predicate should be located varies from one language to another, on the other hand, words corresponding to different parts of the sentence, or grammatical elements that are found in one language but not in another.

#### Kaynakça

- Arslan, A. S. (2017). Geleneğin yeniden üretimi ve tüketimi kapsamında bir deneme: sosyal medya ve mizah. III. Uluslararası Halkbilimciler Sempozyumu Bildirileri, (Ed. Metin Özasan) Hacettepe Üniversitesi Türk Halkbilimi Bölümü Yayınları: 2, 22-38.
- Aydınloğlu, Ö., & Susur, M. (2021). Sürdürülebilirlik ve kurumsal reklam ilişkisi bağlamında göstergebilimsel bir analiz. *Selçuk İletişim*, 14(4), 1727-1763.
- Brodie R. (2014). Akl virüsü – Yeni bir bilim dalı: Memetik. (Çev. Özgü Çelik). Pegasus Yayınları.
- Davison, P. (2012). The Language of Internet Memes. in: *The Social Media Reader*. Michael Mandiberg (Hg.). NY. University Press: 120–134.
- Dawkins, R. (2017). Gen bencildir. (Çev. Tunç Tuncay Bilgin, Uygur Polat), Kuzey Yayınları.
- De Saussure, F. (2001). Genel dilbilim dersleri. (Çev. Berke Vardar). Multilingual Yayınları.
- Düşünceli, D. K. (2023). Yeni medyada Türk-Alman ilişkileri bağlamında Türkçe ve Almanca söylem türlerinin karşılaştırmalı analizi. *Rumeli Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi* (Ö13), 1002-1042. <https://doi.org/10.29000/rumelide.1378970>
- Eisenberg, P. (2013). *Grundriss der deutschen Grammatik*. Band 1: Das Wort. Metzler'sche Verlagsbuchhandlung.
- Ernst, P. (2008). *Germanistische Sprachwissenschaft*. UTB Verlag.
- Gencer-Çıtak, Ö. (2023). Türkçe ve Almanca internet memlerinin söz edimleri kuramı bağlamında analizi. *Diyalog Interkulturelle Zeitschrift Für Germanistik*, 11(2), 333-359. <https://doi.org/10.37583/diyalog.1404198>
- Hartmann, F. (2017). *Meme: Die kunst des remix*. Amadeu Antonio Stiftung.
- Huber, E. (2013). *Dilbilime giriş*. Yabancıdil Yayınları.
- Kahraman, M. (2016). Sözlük bilim kuramı, ilke ve yöntemleri üzerine. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi* 5(8): 3288-3312.
- Löber, N. (2011). In den unterwelten des web 2.0. *ethnographie eines imageboards*. Vereinigung für Volkskunde Verlag.
- Meixner, L. (2020). How dare you make a meme of me?! Kritik an Greta Thunberg in Form von Internet-Memes. Masterarbeit.
- Osterroth, A. (2020). Internet-Memes als multimodale sprechakte in öffentlichen diskursen anhand von beispielen aus antwort threads von @realDonaldTrump. *Linguistikonline* 101, 1/2020. <http://dx.doi.org/10.13092/lo.101.6680>
- Rifat, M. (2008). XX. yüzyılda dilbilim ve göstergebilim kuramları. (4. Basım). Yapı Kredi Yayınları.
- Sava, D. (2018). Internet-Meme als öffentliche kritikform. *Lucian-Bloga-Universität Germanistische Beiträge* 43, ss. 151-174.
- Vardar, B. (1982). *Dilbilimin temel kavram ve ilkeleri*. DTK Yayınları.
- Vardar, B. (Ed.). (1998). *Açıklamalı dilbilim terimler sözlüğü*. ABC Yayınları.
- İnternet Kaynakları
- http-1: <https://m.facebook.com/9gag/photos/a.109041001839/10154387360261840/?type=3&p=60> (Erişim Tarihi:02.10.2024)
- http-2: <https://tr.pinterest.com/pin/463237511644651175/> (Erişim Tarihi:03.10.2024)
- http-3: <https://tr.pinterest.com/pin/232076187040938419/> (Erişim Tarihi:05.10.2024)
- http-4: <https://www.facebook.com/400191640327719/photos/a.452691115077771/966619903684887/?type=3> (Erişim Tarihi:01.10.2024)
- http-5: <https://www.boredpanda.com/funny-german-language-> (Erişim Tarihi:01.10.2024) [jokes/?utm\\_source=google&utm\\_medium=organic&utm\\_campaign=organic](https://www.boredpanda.com/funny-german-language-jokes/?utm_source=google&utm_medium=organic&utm_campaign=organic) (Erişim Tarihi:02.10.2024)
- http-6: <https://tr.pinterest.com/pin/798403840184610765/0> (Erişim Tarihi:04.10.2024)
- http-7: [https://www.sohu.com/a/405012783\\_159992](https://www.sohu.com/a/405012783_159992) (Erişim Tarihi:04.10.2024)
- http-8: <https://www.memesmonkey.com/topic/german+language> (Erişim Tarihi:06.10.2024)
- http-9: [https://twitter.com/ling\\_languages/status/1568253041299828739?lang=zh-Hant](https://twitter.com/ling_languages/status/1568253041299828739?lang=zh-Hant) (Erişim Tarihi:05.10.2024)
- http-10: <https://ifunny.co/picture/most-languages-three-and-twenty-> [uucH4UxHA](https://ifunny.co/picture/most-languages-three-and-twenty-uucH4UxHA) (Erişim Tarihi:01.10.2024)
- http-11: <https://www.daszeitung.com/das-akademie-2017-capsleri-yayinlandi/almanca-scrabble-oyarken-ben/> (Erişim Tarihi:02.10.2024)
- http-12: <https://tr.pinterest.com/pin/663999538794086986/> (Erişim Tarihi:03.10.2024)
- http-13: <https://memezila.com/When-you-pass-the-covid-19-test-without-even-studying-meme-1391> (Erişim Tarihi:06.10.2024)
- http-14: <https://www.quora.com/What-is-the-translation-of-the-German-word-bitte-please-youre-welcome-or-what> (Erişim Tarihi:01.10.2024)
- http-15: [https://www.facebook.com/Finverbus/photos/german-vs-englishwhat-about-your-languagegerman-english-languages/1141969902628488/?paipv=0&eav=AfZO-FMosfPlyX7yb6K67yglImf-OyrRFGS2O3fHKbte6iCUuZDINsAVTwbOwjib3Y&\\_rdr](https://www.facebook.com/Finverbus/photos/german-vs-englishwhat-about-your-languagegerman-english-languages/1141969902628488/?paipv=0&eav=AfZO-FMosfPlyX7yb6K67yglImf-OyrRFGS2O3fHKbte6iCUuZDINsAVTwbOwjib3Y&_rdr) (Erişim Tarihi:01.10.2024)
- http-16: <https://zwingliusredivivus.wordpress.com/2019/07/01/german-creation-story/> (Erişim Tarihi:03.10.2024)
- http-17: <https://blogs.transparent.com/german/dasselbe-das-gleiche-not-the-same-at-all/> (Erişim Tarihi:02.10.2024)
- http-18: <https://www.buzzfeed.de/buzz/fotos-die-deinen-freunden-helfen-werden-deutsch-zu-verstehen-90139185.html#.nggJYgr9d> (Erişim Tarihi:08.10.2024)
- http-19: <https://www.facebook.com/tobetranlated/posts/you-cant-interrupt-a-german/3142508875795664/> (Erişim Tarihi:09.10.2024)
- http-20: <https://www.instagram.com/p/CrJo1aGsnmj/> (Erişim Tarihi:06.10.2024)
- http-21: <https://tr.pinterest.com/pin/553450241689116463/> (Erişim Tarihi:06.10.2024)
- http-22: <https://tr.pinterest.com/pin/633952085030200999/> (Erişim Tarihi:01.10.2024)