

İLETİŞİM ÇALIŞMALARI



— Editör: —
ENSAR LOKMANOĞLU

BİDGE Yayınları

İletişim Çalışmaları

Editör: ENSAR LOKMANOĞLU

ISBN: 978-625-8995-31-2

1. Baskı

Sayfa Düzeni: Gözde YÜCEL

Yayınlama Tarihi: 2026-03-25

BİDGE Yayınları

Bu eserin bütün hakları saklıdır. Kaynak gösterilerek tanıtım için yapılacak kısa alıntılar dışında yayıncının ve editörün yazılı izni olmaksızın hiçbir yolla çoğaltılamaz.

Sertifika No: 71374

Yayın hakları © BİDGE Yayınları

www.bidgeyayinlari.com.tr - bidgeyayinlari@gmail.com

Krc Bilişim Ticaret ve Organizasyon Ltd. Şti.

Güzeltepe Mahallesi Abidin Daver Sokak Sefer Apartmanı No: 7/9 Çankaya /
Ankara



ÖNSÖZ

İnsanlık tarihi boyunca toplumsal yapının şekillenmesinde rol almış, bireyin kendini ifade etmesinin, toplumsal ilişkilerini düzenlemesinin ve bireyler arasında etkileşimin temel unsurlarından iletişim yalnızca bir bilgi aktarın sürecinden öte teknolojik gelişmelere bağlı olarak toplumsal algıları, toplumsal yönlendirmeleri, davranış kalıplarını ve hatta hukuki süreçleri dahi etkileyen çok yönlü ve güçlü bir mekanizma haline gelmiştir. Günümüzde giderek artan bilgi akışı ve bunun doğurduğu yeni sorun alanları, iletişim çalışmalarının önemini daha da artırmaktadır.

Bu kitap, Kitle iletişim araçları yoluyla gerçekleştirilen dolandırıcılık eylemleri ve bu soruna yönelik çözüm önerileri, etkili konuşma tekniklerinden varoluşçu felsefeye, dijital gazetecilikten bilim iletişimine ve sentetik medyadan yeni medyadaki değer dönüşümlerine kadar geniş bir yelpazede, kuramsal ve pratik boyutlarıyla ele almayı amaçlamakla birlikte iletişim olgusunu çok boyutlu bir perspektiften ele alarak okuyucuya hem teorik bir çerçeve sunmayı hem dijitalleşme sürecinde dönüşen iletişim pratiklerini kuramsal düzlemde incelemeyi hem de güncel gelişmeler ışığında değerlendirme yapma imkânı sağlamasıyla iletişim alanındaki akademik tartışmalara katkı sağlaması hedeflenmektedir.

Disiplinler arası bir perspektifle hazırlanan bu eserin; iletişim pratiklerindeki dönüşümü anlamlandırmak isteyen araştırmacılara, öğrencilere ve tüm okuyuculara akademik bir yol haritası sunmasını temenni ederim. Çalışmanın hazırlanmasında emeği geçen tüm bilim insanlarına, yayın sürecindeki katkıları için BİDGE Yayınevi çalışanlarına ve sürece katkı sağlayan herkese teşekkürlerimi sunarım.

Dr. Öğr.Üyesi Ensar LOKMANOĞLU

Mart, 2025

İÇİNDEKİLER

KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI YOLUYLA GERÇEKLEŞTİRİLEN DOLANDIRICILIK EYLEMLERİ VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ	1
<i>ENSAR LOKMANOĞLU, ÖZLEM BORA</i>	
GAZETECİLİK VE DİJİTAL TEKNOLOJİ İLİŞKİSİ: SÜREKLİLİK, KIRILMA VE YENİDEN DÜŞÜNME	26
<i>İKRAM ALPSOY</i>	
İLETİŞİM BİLİMİNDEN BİLİM İLETİŞİMİNE: TÜRKİYE'DE BİLİM İLETİŞİMİ FAALİYETLERİ	34
<i>ÖMER CENAP ÖZDEMİR</i>	
SYNTHETIC MEDIA, DEEPFAKES AND THE VERIFICATION CRISIS: THE PERCEPTION OF NEW DOCUMENTALISM	51
<i>SİMGE YILMAZ</i>	
GASSAL DİZİSİNDE KİMLİK VE ANLAM TEMALARI: BAKİ'NİN VAROLUŞSAL YOLCULUĞU	79
<i>ÖMER FARUK TOSUN, BAHAR ÖZTÜRK</i>	
YENİ MEDYA VE DEĞERLERİN DÖNÜŞÜMÜ	109
<i>MUHAMMET KEMAL KARAMAN</i>	
ETKİLİ VE GÜZEL KONUŞMANIN YÖNTEMLERİ: SÖZEL İFADE VE DİKSİYON ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	136
<i>ETHEM BABRAK</i>	

BÖLÜM 1

KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI YOLUYLA GERÇEKLEŞTİRİLEN DOLANDIRICILIK EYLEMLERİ VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

ENSAR LOKMANOĞLU¹
ÖZLEM BORA²

Giriş

Modern toplumların ayrılmaz bir parçası haline gelen kitle iletişim araçları, geniş kitlelere çok kısa sürede ulaşma imkânı sunarak bilgi akışını hızlandırmıştır. Teknolojik gelişmelerle birlikte yaygınlaşan bu araçlar, suç dünyası tarafından da hızla benimsenmiş; geleneksel dolandırıcılık yöntemleri, biçim değiştirerek dijital ortama taşınmıştır. Bu dönüşüm sonucunda, güven oluşturma, ikna etme ve haksız kazanç elde etme temeline dayanan klasik dolandırıcılık yöntemleri yerini; internet destekli kimlik avı (phishing), insider tehditler, link dolandırıcılığı ve deep web kullanımı gibi daha sofistike ve karmaşık yöntemlere bırakmıştır. Böylece bireysel zararların ötesine geçerek toplumsal menfaatleri ihlal eden bu suç türü, günümüzün en önemli sorunlarından biri

¹Dr.Öğr.Üyesi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Sakarya Meslek Yüksekokulu, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Orcid: 0000-0002-1597-3433.

²Dr.Öğr.Üyesi., Ondokuz Mayıs Üniversitesi Ali Fuad Başgil Hukuk Fakültesi, Özel Hukuk Bölümü, Orcid: 0009-0007-6372-3678.

haline gelmiştir. Bu çalışmada, ülkemizde yaygın olarak karşılaşılan iletişim yoluyla dolandırıcılık suçlarının toplumsal etkileri ele alınmakta ve bu suçların önlenmesine yönelik çözüm önerileri sunulmaktadır.

İçinde bulunduğumuz 21. yüzyıl, iletişim biçimlerinin köklü bir dönüşüm geçirdiği bir dönemdir. Kitle iletişim araçları aracılığıyla gerçekleştirilen iletişim, geniş topluluklara yönelik olup bireysel iletişimin ötesine geçmektedir. Bu bağlamda internet, insanların sesli, yazılı ve görüntülü olarak iletişim kurabildiği en gelişmiş iletişim aracı olarak öne çıkmaktadır (Şen, 2019, s. 31). Nitekim insanoğlu, içinde bulunduğu çağın koşullarına göre farklı iletişim araçları kullanmış; günümüzde ise bu araçların yerini büyük ölçüde teknolojik sistemler almıştır (Küçükvardar, 2018, s. 4).

Kitle iletişim araçları, doğru ve güvenilir bilgi aktarımı sağlandığında toplumu yönlendiren güçlü bir araç işlevi görmektedir. Nasıl ki doğru bir pusula hedefe ulaşmayı kolaylaştırıyorsa, güvenilir bilgi de toplumsal yönlendirmede benzer bir rol üstlenmektedir. Ancak bu araçların kötüye kullanılması, dolandırıcılık suçlarının daha geniş kitlelere ulaşmasını kolaylaştırmaktadır. Geleneksel dolandırıcılıkta kapı kapı dolaşarak gerçekleştirilen aldatma faaliyetleri, günümüzde yerini büyük ölçüde dijital platformlar üzerinden yürütülen modern dolandırıcılık yöntemlerine bırakmıştır.

Dolandırıcılık suçu, tarihsel süreç içerisinde de önemli bir dönüşüm geçirmiştir. 19. yüzyıldan itibaren bağımsız bir suç tipi olarak kabul edilen dolandırıcılık, ilk kez 19-22 Temmuz 1791 tarihli Fransız Ceza Kanunu'nda hırsızlık suçundan ayrılarak ayrı bir kategori olarak düzenlenmiştir (İnan, Orman , 2025, s. 251). Günümüzde ise bu suç, teknolojinin gelişimiyle birlikte daha karmaşık ve çok boyutlu bir yapı kazanmıştır.

Türk Ceza Kanunu'nda basın ve yayın yolu kavramı; yazılı, görsel, işitsel ve elektronik tüm kitle iletişim araçlarıyla yapılan yayınları kapsamaktadır. Bu kapsamda radyo, televizyon, dergi ve internet gibi araçlar kitle iletişim araçları olarak değerlendirilmektedir. Dolandırıcılık suçunun bu araçlar kullanılarak işlenmesi halinde, TCK'nın 158/1-g maddesi uyarınca ağırlaştırıcı nedenlerin uygulanması söz konusu olmaktadır (Korkmaz , 2020, s. 1427). Bu durum, kitle iletişim araçlarının suç işlenmesinde sağladığı kolaylığın hukuki boyutta da karşılık bulduğunu göstermektedir.

Kitle iletişim araçları, haber verme, bilgilendirme, kamuoyu oluşturma ve toplumsallaştırma gibi önemli işlevlere sahiptir. Ancak bu araçların kötüye kullanımı, dolandırıcılık suçlarının daha sistematik, organize ve etkili bir şekilde işlenmesine zemin hazırlamaktadır. Bu bağlamda, nitelikli dolandırıcılık suçları yalnızca bireysel mağduriyetlere yol açmakla kalmamakta, aynı zamanda toplumdaki güven duygusunu da ciddi şekilde zedelemektedir.

Bu çalışmanın temel amacı, 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu kapsamında kitle iletişim araçları yoluyla gerçekleştirilen dolandırıcılık suçlarını incelemektir. Bu çerçevede, suçu işleyen kişilerin demografik özelliklerinden ziyade, hangi yöntemleri kullandıklarından bahsedilerek çözüm önerileri geliştirilmektedir.

Öte yandan, bireyler dünyayı anlamlandırma süreçlerinde kitle iletişim araçlarının iletilerinden önemli ölçüde etkilenmektedir (Avcı, Boz, 1999, s. 41). Televizyon, sinema, video ve internet gibi araçlar; düşünce, haber ve bilgileri yazı, ses ve görüntü yoluyla çoğaltarak geniş ve anonim kitlelere ulaştırmaktadır (Dülger, 2021, s. 9). Bu yönüyle kitle iletişim araçları, bireylerin toplumsallaşmasında ve ortak bir bilinç oluşturulmasında belirleyici bir rol oynamaktadır (Sine, Nazlı & Sarı, 2019, s. 15). Teknolojik gelişmelerle birlikte bu araçlar, hızlı iletişimin vazgeçilmez bir

parçası haline gelmiş ve medya kavramı altında toplanmıştır (Soydan & Alparslan, 2014, s. 53-54).

Bununla birlikte, dijitalleşme yeni suç türlerini de beraberinde getirmiştir. Son yıllarda yaygınlaşan “banka hesaplarının kiralanması” uygulaması, siber suçlar kapsamında önemli bir araç haline gelmiştir. Bu yöntemde, ekonomik zorluk yaşayan kişilerle iletişime geçilerek banka hesapları belirli bir menfaat karşılığında kullanılmakta; bu hesaplar dolandırıcılık ve suç gelirlerinin aklanması gibi faaliyetlerde değerlendirilmektedir. Süreç genellikle iletişim kurulması, hesap bilgilerinin temin edilmesi ve sonrasında hukuki yaptırımlarla karşılaşılması şeklinde ilerlemektedir (Bulut, 2024, s. 727).

Benzer şekilde, “IBAN kiralama” olarak adlandırılan yöntem de suç örgütleri tarafından sıkça kullanılmaktadır. Bu yöntemde, üçüncü kişilere ait banka hesapları üzerinden yasa dışı bahis, terörizmin finansmanı ve benzeri suçlara ilişkin para transferleri gerçekleştirilmektedir. Bu tür faaliyetlerin artmasıyla birlikte ülkemizde bu kapsamda açılan dava sayısında da önemli bir artış gözlemlenmektedir (Kantarcı, 2025, s. 497).

Son olarak, bilişim sistemleri aracılığıyla işlenen suçların hukuki niteliği de önem taşımaktadır. Bilişim sistemine karşı hileli hareketlerle haksız menfaat sağlanması TCK’nın 244/4 maddesi kapsamında değerlendirilirken; bilişim sistemleri kullanılarak kişilere yönelik hileli davranışlarla çıkar sağlanması ise TCK’nın 158/1-f maddesi kapsamında ele alınmaktadır (Mucuk, 2022, s. 172). Bu suçların işlenmesinde sıklıkla kullanılan “para kuryeleri” (money mules) ise genellikle genç ve ekonomik açıdan dezavantajlı bireylerden oluşmakta olup, banka hesaplarını kullanarak suçun gerçekleşmesine aracılık etmektedir (İnan, Orman , 2025, s. 236).

Kitle İletişim

Kitle iletişim araçları, farklı kitlelere mesajların aynı anda iletilmesini sağlayan ve modern toplumların işleyişinde merkezi bir rol üstlenen temel araçlardır. Bu araçlar yalnızca toplumu bilgilendirme, eğitme ve eğlendirme işlevlerini yerine getirmekle kalmamakta; aynı zamanda kamuoyu oluşturma ve denetim gibi kritik görevleri de üstlenmektedir. Bu yönüyle kitle iletişim araçları, toplumsal yapının şekillenmesinde ve sürdürülmesinde vazgeçilmez bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Nitekim iletişim çağı olarak adlandırılan günümüz dünyasında, kitle iletişim araçları bireylerin yaşamını kuşatmış durumdadır (Arslan, 2016, s. 5). Küresel ölçekte yaşanan gelişmelerin adeta bir köyde gerçekleşiyormuşçasına takip edilebildiği bu ortamda, kişiler arası iletişimin yerini büyük ölçüde milyonlara hitap eden teknolojik sistemler almıştır (Bağardı, 1999, s. 91-92). Bu dönüşüm, iletişimin niteliğini değiştirerek bireysel etkileşimden kitlesel etkileşime doğru bir kaymayı beraberinde getirmiştir.

Teknolojik gelişmelerin etkisiyle iletişim araçlarının dönüşümü, yalnızca bilgi akışını değil, suçların işleniş biçimlerini de değiştirmiştir. Bu bağlamda, klasik suç tiplerinden biri olan dolandırıcılık suçu, özellikle bilişim sistemlerinin araç olarak kullanılmasıyla birlikte yeni ve daha karmaşık bir boyut kazanmıştır. Her ne kadar özünde hırsızlık unsurları barındırdığı ifade edilebilirse de, dolandırıcılık suçunun TCK m.158/1-f kapsamında işleniş biçimleri, yeni suç yöntemlerinin ortaya çıkmasına ve bu suçun yaygınlaşmasına neden olmuştur (Yılmaz Z. , 2023, s. 595-627). Bu durum, toplumsal menfaatleri ihlal eden ve bireylerin malvarlıklarını hedef alan hukuka aykırı fiillerin önlenmesini daha da önemli hale getirmektedir. Nitekim dolandırıcılık suçu, modern anlamda görece yeni sayılabilecek bir geçmişe sahip olup (Alkan , 2023, s. 185-188), günümüzde teknolojik gelişmelerle birlikte daha da çeşitlenmiştir.

Öte yandan, kitle iletişim araçlarının toplumsal etkileri yalnızca hukuki ve ekonomik boyutlarla sınırlı değildir. Frankfurt Okulu'nun Eleştirel Teori yaklaşımı, bu araçların bireylerin özgürleşmesini engelleyebileceğini ileri sürerken, bireylerin eleştirel düşünme becerilerini kullanarak aydınlanmalarını hedeflemektedir (Bagtimur, 2018, s. 63). Bu yaklaşım, kitle iletişim araçlarının yalnızca bilgi aktaran araçlar değil, aynı zamanda bireylerin düşünce dünyasını şekillendiren güçlü yapılar olduğunu ortaya koymaktadır.

Bu çerçevede internet, kitle iletişim araçları arasında özel bir konuma sahiptir. Mesajların kaynaktan hedefe hızlı ve sınır tanımaksızın aktarılmasını sağlayan internet; e-habercilikten e-bankacılığa ve hatta e-suça kadar hayatın her alanında kendini göstermektedir (Birsen, 2010, s. 129-140). İnternetin bu çok yönlü yapısı, hem iletişimi kolaylaştırmakta hem de yeni risk alanları yaratmaktadır. Nitekim 21. yüzyılda bireylerin neredeyse tamamı dolandırıcılık riskiyle karşı karşıya kalabilmektedir (Çalışkan, 2025, s. 2).

Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması, bilgiye erişimi kolaylaştıran en önemli faktörlerden biri olmuştur. Televizyon, radyo, sinema ve internet gibi araçlar sayesinde bilgi geniş kitlelere hızlı bir şekilde ulaştırılabilmektedir. Bu araçlar yalnızca haber verme işlevi görmekle kalmayıp, toplumları yönlendirme ve kültürel değerleri gelecek kuşaklara aktarma süreçlerinde de belirleyici rol oynamaktadır (Dilber, 2014, s. 60-66). Bu bağlamda iletişim çağı, aynı zamanda toplumsallaşma süreçlerinin büyük ölçüde medya üzerinden gerçekleştiği bir dönemi ifade etmektedir (Dolgun, 2016, s. 345).

İletişim süreci; bilgi üretme, anlamlandırma ve aktarma aşamalarından oluşmakta olup, bu sürecin kitlesel boyutunu mümkün kılan teknolojik araçlar kitle iletişim araçları olarak tanımlanmaktadır (Erdoğan, 2020, s. 96-98). Bu araçlar, sosyal sorumluluk teorisi çerçevesinde değerlendirildiğinde, topluma doğru

ve tarafsız bilgi sunmanın yanı sıra toplumsal hedeflerin belirlenmesine katkı sağlama görevini de üstlenmektedir (Falay, 1992, s. 56-57). Bununla birlikte, kitle iletişim araçlarının eğlendirme ve oyalama gibi işlevleri de göz ardı edilmemelidir (Güler, 1991, s. 324).

İletişim, gönderici ve alıcı arasında gerçekleşen bir anlam alışverişi süreci olup, bireysel ve toplumsal varoluşun temel unsurlarından biridir. Ancak kitle iletişimin yaygınlaşmasıyla birlikte bireylerin bu süreçteki aktif rolü zayıflamış, birey daha pasif bir konuma itilmiştir (Kara & Yanık, 2016 , s. 149-151). Bu durum, kitle iletişim araçlarının birey üzerindeki etkisinin artmasına neden olmuştur.

Tarihsel süreçte matbaanın icadıyla önemli bir gelişim gösteren kitle iletişim araçları (Kayador, 2001, s. 131), zamanla görsel, işitsel ve dijital iletişim araçlarının eklenmesiyle çeşitlenmiştir. Günümüzde televizyon, radyo, gazete, dergi, film ve internet gibi farklı araçlar, iletişim sürecinin temel bileşenleri haline gelmiştir (Kocadaş, 2018, s. 1). Bu araçların yaygınlaşması, toplumların iletişim ihtiyaçlarını karşılamadaki önemini daha da artırmıştır (Kocadaş, 2004, s. 129).

Kitle iletişim, bilgi, düşünce ve duyguların geniş kitlelere ulaştırılmasını sağlayan bir süreç olarak; toplumu bilgilendirme, eğitime ve eğlendirme işlevlerini bir arada yürütmektedir (Kukul, 2006, s. 20-21). Özellikle dijitalleşmenin hız kazandığı günümüzde, kitle iletişim araçları çeşitlenmiş ve etkisini artırmıştır (Varol, 2012, s. 141). Bu durum, kitle iletişim araçlarının modern toplumların en önemli enformasyon kaynaklarından biri haline gelmesine yol açmıştır (Pazarbaş, 2013, s. 127-139).

İletişim olgusu, insanlık tarihi kadar eski olmakla birlikte, günümüzde bireylerin bilgi edinme ihtiyaçları büyük ölçüde kitle iletişim araçları aracılığıyla karşılanmaktadır. Televizyon, radyo,

kitap, dergi, internet ve benzeri araçlar; bireylerin tutum ve davranışlarını şekillendirmekte ve kültürel üretim süreçlerinde önemli rol oynamaktadır (İlgaz, Büyükbaykal, 2005, s. 71-74). Ancak bu araçların sunduğu imkânlar, bazı olumsuz etkileri de beraberinde getirmektedir. Özellikle çocuklar ve gençler üzerinde saldırganlık, ahlaki bozulma ve suça yönelme gibi risklerin ortaya çıkabildiği görülmektedir. Nitekim kitle iletişim araçlarının bireylerin suç algısını ve risk davranışlarını şekillendirdiği ifade edilmektedir (Alpaydın Aksu , 2025, s. 10-12-110).

Kitle iletişim araçları, toplumsal etki, denetim ve yeniliklerin aktarılması gibi işlevlerinin yanı sıra toplumsal kurumların işleyişine katkı sağlayacak bilgilerin üretilmesini de mümkün kılmaktadır. Gazeteler, radyo, televizyon ve internet gibi araçlar bu kapsamda öne çıkmaktadır. Özellikle internet, geleneksel medyadan farklı olarak bireylere içerik üretme ve geniş kitlelere ulaşma imkânı tanımaktadır. Bu araçların geniş kitlelere ulaşabilme, eş zamanlı iletişim kurabilme ve kolay erişilebilir olma gibi özellikleri, onları güçlü birer toplumsal etki aracı haline getirmektedir (Oğuz, 2018, s. 127-138).

Yirmi birinci yüzyıl; iletişim çağı, gösteri çağı ve bilişim çağı gibi kavramlarla tanımlanmakta olup, bu dönemde kitle iletişim araçları toplumsal yaşam üzerinde belirleyici bir rol üstlenmektedir (Bilginer, Erdoğan , 2021, s. 109). Teknolojik gelişmelere paralel olarak hem niceliksel hem de niteliksel açıdan dönüşüm geçiren kitle iletişim araçları, toplumun eğitimine katkı sağlama gibi olumlu işlevlere sahip olmakla birlikte, çeşitli olumsuz etkileri de beraberinde getirmektedir (Cılızoğlu, 2011, s. 90-92). Nitekim iletişim teknolojilerindeki ilerlemeler, kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkisini ve hâkimiyet gücünü önemli ölçüde artırmıştır (Filiz , 2020, s. 1475).

Kitle iletişim araçlarının geniş kitleler üzerindeki etkisini açıklamaya yönelik farklı kuramsal yaklaşımlar geliştirilmiştir. Bu bağlamda, bireylerin medyayı hangi amaçlarla kullandığını ve bu süreçten nasıl doyum sağladığını açıklayan kullanımlar ve doyumlar kuramı; bireylerin sürekli benzer içeriklere maruz kalmaları sonucunda gerçeklik algılarının şekillendiğini ileri süren yetiştirme (ekme) kuramı; medyada şiddete maruz kalmanın saldırganlığı artırabileceğini savunan uyarma etkisi; şiddet içeriklerine karşı zamanla duyarsızlaşmayı ifade eden duyarsızlaşma etkisi; şiddet içerikli yayınların izlenmesiyle bireylerin saldırganlık düzeylerinin azalabileceğini ileri süren katharsis hipotezi; bireylerin davranışları gözlem ve deneyim yoluyla öğrendiğini ortaya koyan toplumsal öğrenme kuramı; medyanın zihinsel çağrışımlar yoluyla bireylerin düşünce süreçlerini etkilediğini ifade eden kullanım hazırlama yaklaşımı; bireylere ne düşüneceklerinden ziyade ne hakkında düşüneceklerini belirleyen gündem belirleme kuramı; suçun ortaya çıkış nedenlerini ve norm ihlallerini açıklayan durumsal eylem kuramı ile bireylerin kararlarını rasyonel tercihler doğrultusunda şekillendirdiğini savunan rasyonel seçim kuramı, kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki çok boyutlu etkilerini açıklayan başlıca yaklaşımlar arasında yer almaktadır (Kaplan & Yıldırım, 2022, s. 50-61).

Kitle iletişim sürecinde kaynak genellikle kurumsal bir yapı iken, gönderici profesyonel iletişimcilerden oluşmaktadır. Bu süreç çoğunlukla tek yönlü bir iletişim modeli üzerine kuruludur. Ancak gelişen iletişim teknolojilerine uyum sağlanması, kitle iletişim araçlarının etkinliğini sürdürmesi açısından büyük önem taşımaktadır (Arklan & Taşdemir, 2008, s. 74-75).

Son olarak, kitle iletişim araçlarının bireylerin dünyayı algılama biçimleri üzerinde belirleyici bir etkisi bulunmaktadır. McLuhan'ın da ifade ettiği üzere, iletişim araçları yalnızca mesajı

iletmekle kalmayıp, bireylerin düşünme biçimlerini de şekillendirmektedir (Dursunoğlu & Kömür, 2018, s. 405-411). Uydu ve bilgisayar teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte daha da yaygınlaşan bu araçlar, belirli tarihsel ve toplumsal koşulların bir ürünü olarak günümüzdeki yerini almıştır (Yaylagül, 2006, s. 13).

Dolandırıcılık

Dolandırıcılık, Türk Dil Kurumu'na göre “Birini aldatarak mal veya parasını alan kimse; ayyar, tokatçı” olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu , 2026). Günümüzde teknolojik yöntemlerin kullanılmasıyla birlikte dolandırıcılık eylemleri giderek karmaşık bir hal almıştır (Tunay, 2024, s. 169). Genel bir çerçevede ele alındığında, bu suç türünün temel özelliği, failin ikna kabiliyeti, planlama yeteneği ve kurnazlık gibi davranışlar yoluyla haksız gelir elde etmesidir. Dolandırıcılık, hileli davranışlarla karşısındakini aldatmak suretiyle menfaat sağlama amacına dayanır (Yılmaz A. , 2015, s. 1-2).

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler, dolandırıcılığın sosyal, ekonomik ve kültürel boyutlarını derinden etkilemiştir. Örneğin, sahte kimlik kullanılarak yeni bir SIM kart çıkarılması ve SMS yoluyla insanları aldatmak, banka veya resmi kurum mesajı izlenimi verilerek oltalama (phishing) yapılması, bilgisayarda yapılan tuş vuruşlarının kaydedilmesi (keylogger), ekran görüntülerinin alınması (screen logger), istenmeyen e-posta ile bilgi hırsızlığı, sosyal mühendislik teknikleri ve kötü amaçlı yazılımlar (malware, spyware) dolandırıcılığın dijital ortamda işlenişine örnek teşkil etmektedir (Açıkgöz, 2016, s. 299-401). Bu uygulamalar, kişisel verilerin hukuka aykırı biçimde üçüncü kişilerce depolanmasına ve kullanılmasına olanak sağlamaktadır.

Dolandırıcılık suçu, ülke mevzuatlarına geç giren ekonomik suçlar kapsamında düzenlenmiş olup, hilenin gerçekleştiği an ve yararın sağlanmasıyla tamamlanan bir suç türü olarak

nitelendirilmektedir. Türkiye’de 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu, dolandırıcılık suçuna ilişkin kapsamlı düzenlemeler içermektedir (Akbulut, 2022, s. 2267-2291). Yeni iletişim yollarının geniş kullanıcı tabanı ve veri paylaşımına olanak sağlaması, bu suç türü için ciddi güvenlik tehditleri oluşturmaktadır (Akkaş, 2025, s. 472).

Dolandırıcılık, temelinde bir aldatma suçu olarak tanımlanmakta; sabit unsur aldatma, değişken unsur ise malvarlığı açısından hile olarak kabul edilmektedir (Alkan , 2023, s. 216). Türk Ceza Kanunu’nun 157. maddesi, malvarlığına karşı işlenen suçları; 158. maddesi, bu suçları ağırlaştırıcı nedenlerle; 159. maddesi ise hafifletici nedenleri düzenlemektedir. Suçun manevi unsuru kasıt olup, aldatılan kişi ile malvarlığı zarara uğrayan kişinin aynı olması şart değildir (Aydın, 2021, s. 651-656).

Dolandırıcılık suçu, suç olgusunun karmaşık yapısı içerisinde hile unsuru ile öne çıkan ve bu yönüyle oldukça çetrefilli bir nitelik arz eden bir suç tipidir. Nitekim dolandırıcılık, insana ait yeniliklerin ve toplumsal gelişmelerin bulunduğu her alanda kendine yer bulan hileli davranışlar aracılığıyla fiilî unsurunu oluşturmaktadır (Agin, 2019, s. 1-89). Bu bağlamda, diğer mal varlığına karşı işlenen suçlardan farklı olarak dolandırıcılığın temelinde hile unsuru yer almakta olup, suçun karakteristik özelliğini bu unsur belirlemektedir (Birtek & Akpınar, 2022, s. 365).

Öte yandan, iletişim araçları vasıtasıyla gerçekleştirilen dolandırıcılık eylemleri, yaş, eğitim ve meslek ayrımı gözetmeksizin toplumun tüm kesimlerini potansiyel mağdur hâline getirmektedir. Bu tür eylemlerde failler, terör veya suç örgütleri gibi kamuoyunda geniş yankı uyandıran konuları kullanarak bireylerde panik ortamı oluşturmakta ve kişilerin bilinçaltında yer alan suça karışma korkusundan yararlanarak onları kolaylıkla ikna edebilmektedir (Demirci & Çengel, 2025, s. 32-34). Ayrıca, dolandırıcılık mağdurlarının bir kısmı, toplumsal saygınlıklarını kaybetme

endişesiyle maruz kaldıkları olayları yetkili mercilere bildirmekten kaçınabilmektedir (Erdoğu, 2019, s. 1).

Özellikle bilişim sistemleri üzerinden sosyal medya ve e-ticaret platformlarında dolandırıcılık yaygın olarak işlenmektedir. Bankalarla bağlantılı dolandırıcılık türlerinde fail, mağdurun banka işlemlerini ekran görüntüleri veya dekont paylaşımı yoluyla takip ederek güven duygusu oluşturmakta ve menfaat elde etmektedir (Baş, 2024, s. 1-116). Bilgi sistemleri, bireylerin günlük faaliyetlerini hızlandırmakla birlikte, sosyal medya gibi araçlar suç dünyası için önemli bir araç hâline gelmiştir (Cengiz, 2021, s. 408-415). Ancak adli bilişim altyapısının yetersizliği ve kolluk kuvvetlerinin sınırlı eğitimi, dijital delillerin doğru biçimde elde edilmesini güçleştirmektedir (Çelik & Atasoy, 2025, s. 447).

Banka ve kredi kurumlarının aracı olarak kullanılması suretiyle işlenen dolandırıcılık suçlarında, suçun karakteristik özelliği olan hile davranışının varlığı aranmaktadır (Datumani, 2025, s. 1). Bu suç türü, malvarlığı değerlerini ve bireylerin irade özgürlüğünü koruma amacı taşımaktadır (Eryiğit, 2019, s. 1-4). Özellikle kredi kartı ve online bankacılık süreçlerinde yaşanan dolandırıcılık olaylarının temelinde çoğu zaman bireylerin bilinç eksikliği bulunmaktadır (Göktaş, 2006, s. 143). Dolandırıcılığın geç tanımlanmasının nedeni ise, suçta yer alan hile unsurunun karmaşıklığıdır (Temiz, Gül, 2025, s. 389).

Gündelik hayatta sıkça karşılaşılan IBAN kiralama yoluyla dolandırıcılıkta Yargıtay'ın iki farklı kararı bulunmaktadır. Bir karar, ekonomik zorluk nedeniyle kişilerin teklifi kabul ettiğini ve suç kastı bulunmadığını savunurken; diğer karar, sanığın suçu işlediğine dair yeterli delil bulunduğunu belirterek mahkûmiyet kararı vermiştir (Temiz, Gül, 2025, s. 409). Bilişim sistemleri aracılığıyla işlenen bu yeni nesil beyaz yakalı suçlar, hem mağdurlara maddi zarar vermekte hem de suçun niteliğini bilmeyen

bireylerin yargılama süreciyle karşılaşmasına yol açmaktadır (Kaya, 2025, s. 1).

Sonuç ve Öneriler

Dolandırıcılıkla etkin mücadele, yalnızca hukuki önlemlerle sınırlı kalmamalı, aynı zamanda kitle iletişim araçlarının etkin kullanımı ve iletişim eğitimi yoluyla toplumsal bilinçlendirme süreçlerini de içermelidir. Bilişim suçlarının günümüzde öncelikli bir sorun olarak algılanması, kamu kurum ve kuruluşlarının ortak projeler geliştirmesi ile mümkün olacaktır; bu sayede halk, söz konusu suçlara karşı kendini koruma yolları hakkında bilinçlenebilir. Ayrıca, mevcut yasalara eklemeler yaparak çağın gereklerine uyum sağlamak yerine, dolandırıcılığı diğer suç türlerinden bağımsız olarak ele alan, çağın ihtiyaçlarına uygun yeni bir yasanın çıkarılması önem arz etmektedir.

Baş döndürücü bir hızla gelişen kitle iletişim araçları, yeni dolandırıcılık türlerinin ortaya çıkmasını önlemek amacıyla bir nevi koruyucu işlev üstlenebilir. Bu doğrultuda, halkın dolandırıcılık türleri ve yöntemleri konusunda bilinçlendirilmesine yönelik paket eğitim programlarının hazırlanması gerekmektedir. Dolandırıcılık vakalarının azaltılması için kitle iletişim araçlarının çağın gereklerine uygun, doğru ve bilinçli bir biçimde kullanılmasına yönelik eğitim süreçleri, okul öncesinden üniversite seviyesine kadar süreklilik arz edecek şekilde planlanmalıdır.

Kitle iletişim araçlarının devlet kurumlarıyla senkronize biçimde kullanılması, dolandırıcılıkla mücadelede etkili bir yöntemdir. Bu araçlarda sunulan içeriklerin çağın gereklerine göre analiz edilmesi, özellikle çocuklar ve gençler için dijital veriler üretilmesi ve korunmalarının sağlanması önemlidir. Kitle iletişim araçlarının bireyler, gruplar ve sosyal kurumlar üzerindeki etkileri ile kültür ve toplumlar üzerindeki yansımaları bütüncül olarak

değerlendirildiğinde, bu araçlar aracılığıyla dolandırıcılığa karşı önlemler alınmasının toplumsal farkındalığı artıracakı açıktır.

Bilgi aktarmanın ötesinde, kitle iletişim araçları dolandırıcılık faaliyetlerine zemin oluşturma riski taşımaktadır. Bu nedenle toplumun sosyal mühendislik teknikleri konusunda bilinçlendirilmesi ve önleyici politikaların uygulanması büyük önem taşımaktadır. Özellikle sosyal medya gibi yeni iletişim yollarını aktif kullanan üniversite öğrencilerinin dolandırıcılık süreçleri hakkında bilgi düzeylerinin artırılması, farkındalık oluşturulması ve seçmeli derslerle eğitilmesi etkili bir yöntem olarak değerlendirilebilir.

Bilişim teknolojilerinin hızlı gelişimi, dijital mecralardan tamamen uzak durmanın bir korunma yöntemi olmadığını göstermektedir. Bunun yerine, dijital ortamların dikkatli kullanılması ve tanınmayan kaynaklardan gelen bilgilere karşı temkinli olunması gerekmektedir. Gençler ve üniversite öğrencilerinin yoğun şekilde maruz kaldığı dolandırıcılık türlerine karşı, ders içeriklerinin alanında uzman savcı ve hâkimler tarafından hazırlanması, suçla mücadelede önemli bir adım olacaktır.

Atm dolandırıcılıklarının önlenmesi için yüksek kaliteli güvenlik sistemleri kurulması, telefon hatları ve en çok kullanılan online ilan siteleri için detaylı yönetmeliklerin çıkarılması gerekmektedir. Tüm kamu kurum ve kuruluşlarının, özellikle Adalet, İçişleri, Maliye (MASAK) ve Sermaye Piyasası Kurulu'nun ortak senkronize çalıştığı bir dijital hizmet platformu geliştirilmesi, dolandırıcılıkla mücadelede kritik bir rol oynayacaktır.

Problem odaklı suç önleme yaklaşımlarından biri olan Genel Kolluk-Özel Güvenlik İş Birliği ve Entegrasyonu (KAAN) uygulaması örneğinde görüldüğü üzere, çağın değişen ihtiyaç ve koşullarına uyum sağlayabilecek nitelikte, farklı kurum ve kuruluşlar arasında iş birliğini esas alan modellerin geliştirilmesi gerekmektedir.

Son olarak, bilimsel etkinlikler ve dolandırıcılık süreçleri hakkında sertifika programları aracılığıyla uzman yetiştirilmesi, bu alandaki farkındalığın artırılmasına katkı sağlayacaktır. Alanında uzman bireylerin yetiştirilmesi, dolandırıcılık yöntemlerinin giderek çeşitlendiği günümüzde, önleyici ve eğitim odaklı bir yaklaşımın temelini teşkil etmektedir.

Kaynakça

- Açıkgöz, O. (2016). Kişisel Verilerin Hukuka Aykırı Şekilde Elde Edilmesi ve İnternet Bankacılığında Kullanılması Sonucu Malvarlığı Zarara Uğratan Bankaya Karşı Mevduat Sahibinin Hukuki Sorumluluğu. *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi* , 389-432.
- Agin, N. S. (2019). Türk ceza hukukun'da bilişim Sistemlerinin Araç Olarak kullanılması suretiyle dolandırıcılık Suçu (tck md. 158/1-f). *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi* . İstanbul: İstanbul Üniversitesi sosyal Bilimler Enstitüsü .
- Akbulut, B. (2022). Dolandırıcılık Suçunda Hile ve Hilenin Zamanı . *Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi* , 2267-2301.
- Akinbode, E. (2023). Jean-Paul Sartre's existential freedom: A critical analysis. AKİNBODE, E. (2023). Jean-Paul Sartre's existential freedom: A critical analysis. . *International Journal of European Studies* , 15–18.

- Akkaş, İ. (2025). Sosyal Medyada Siber Suçlar: Üniversite Gençliği Üzerine Uygulama . *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 472-488.
- Akkoç, N. (2019). Jean Paul Sartre’ın özgürlük anlayışının önemi. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 217–233.
- Alkan , Ö. (2023). Dolandırıcılık Suçunun Kişinin Kendisini Polis, Hakim veya Savcı Olarak Tanıtması Suretiyle İşlenmesi . *Dicle Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi* , 185-221.
- Alpaydın Aksu , A. (2025). Üniversite Öğrencilerinin Kitle ve Sosyal Medya İletişim Araçlarını Kullanımının Suç Algısı ve Risk Davranışları Üzerine Etkisi . *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi* . İstanbul: Üsküdar Üniversitesi Bağımlılık ve Adli Bilimler Enstitüsü Adli Bilimler Anabilim Dalı .
- Arklan, Ü., & Taşdemir, E. (2008). Bilgi Toplumu ve İletişim: Bilginin yayılması Sürecinde kitle iletişim araçları ve İnternet . *Selçuk İletişim* , 67-80.
- Arslan, M. (2016). Kitle İletişim Araçları, Medya ve Din İlişkisi Üzerine . *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi* , 5-26.
- Avcı, Boz, H. (1999). Kitle İletişim Araçları Ve Suskunluk Sarmalı. *Anakra Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 41-48.
- Aydın, D. (2021). Dolandırıcılık Suçu . *Hacettepe Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi* .
- Baş, Ç. (2024). Bilişim Sistemlerinin Banka Veya Kredi Kurumlarının Araç Olarak Kullanılması Suretiyle Dolandırıcılık Suçu . *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi* . Trabzon : Trabzon Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü .

- Bagtimur, M. E. (2018). Frankfurt Okulu Ve Kitle İletişim Araçları Eleştirisi . *Kuram ve Uygulamada Sosyal Bilimler Dergisi* , 50-63.
- Bağardı, S. (1999). Kitle İletişim Aracı Olarak Yerel Televizyonun İşlevleri . *Kurgu Dergisi* , 91-109.
- Bender, M. T. (2009). Varoluşçuluk Ve Jean Paul Sartre Örnekleme. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 23-33.
- Bilginer, Erdoğan , Ş. (2021). Görsel Kültürün Küresel Kültüre Dönüşmesinde Kitle iletişim Araçlarının Rolü. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimle Enstitüsü Dergisi* , 109-126.
- Birsen, H. (2010). İnternet İletişimi, iletişim özgürlüğü, yasalarla belirlenen Sınırları. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* , 129-143.
- Birtek, F., & Akpınar, E. (2022). belge Kullanılarak İşlenen Dolandırıcılık Suçunda Belgenin Aldatma Yeteneğinin Hileli Davranış Üzerine Etkisi . *Erciyes Üniversitesi Hukuk fakültesi Dergisi* , 365-402.
- Bulut, İ. (2024). Banka Hesaplarının Kullandırılması ve Ceza Sorumluluğu. *Akdeniz Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi* , 719-756.
- Cılızoğlu, G. (2011). Kitle İletişim Araçlarında Yer Alan Kurgusal Sosyal Mesajlar: Televizyon Dizilerinde KitleselleştirilenDeğerlere Yönelik Bir Analiz. *Selçuk iletişim* , 90-100.
- Camus, A. (1997). *Sisifos söyleni* . Can Yayınları.
- Cengiz, G. (2021). Siber Suçlar, Sosyal Medya ve Siber Etik . *İletişim Çalışmaları Dergisi* , 407-424.

- Çalışkan, M. (2025). Suç Korkusunu kullanarak telefon Aracılığıyla gerçekleştirilen Dolandırıcılık suçları (2020-2023)"türkiye Üzerine Bir Çalışma". *Adli Bilimler ve Suç Araştırmaları Dergisi* , 2-25.
- Çalgüner, E. (2019). Sinemada varoluşçuluk ve Aronofsky. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* , 291–307.
- Çaykıray, A. (2024). Sartre’da ölüm problemi. *International Academic Social Resources Journal*, 596–601.
- Çelik, G. N., & Atasoy, S. (2025). Siber Suç Soruşturmasında Karşılaşılan Başlıca Sorunlar . *İstanbul Üniversitesi Ceza Hukuku ve Kriminoloji Dergisi* , 429-451.
- Çelik, T. (2012). Gürsel Korat’ın tarihsel düzlemli romanlarında varoluşçuluk. *Mersin Üniversitesi Dil ve Edebiyat Dergisi*, 41–77.
- Çoşkun, S. (2015). Varoluşçuluk ve özgürlük problemi. *Felsefe Dünyası*, 80–105.
- Dülger, M. V. (2021, 03 26). Teknolojideki ve Kitle İletişim Araçlarındaki Gelişmelerin Uluslararası Terörizme Etkileri. İzmir.
- Datamani, E. (2025). Bilişim Sistemlerinin, Banka veya Kredi Kurumlarının Araç Olarak Kullanılması Suretiyle Dolandırıcılık Suçu . *Yayınlanmamış Yükske Lisans Tezi* . Diyarbakır: Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü .
- Demirci, U., & Çengel, R. (2025). Korkutma Yöntemiyle İşlenen İletişim Yoluyla Dolandırıcılıkla Mücadele: Polis özel Güvenlik İş Birliği . *Güvenlik Çalışmaları Dergisi* , 30-55.
- Deren, S. (1999). Angst ve ölümlülük. *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, 111–126.

- Dilber, F. (2014). Kitle İletişim Araçları ve Suç Olgusu . *Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal ve ekonomik Araştırmalar Dergisi* , 60-66.
- Dolgun, U. (2016). Kitle İletişim Araçları Ve Yeni Medya. A. Arslan, & M. Çalayandereli içinde, *Sosyoloji: Günlük Yaşamı Anlamak* (s. 345-369). Çanakkale : Paradigma Akademi .
- Dreyfus, H. L. (1991). *Being-in-the-world: A commentary on Heidegger's Being and Time, Division I*. MIT Press.
- Dursunoğlu, İ., & Kömür, G. (2018). Siyasal toplumsallaşma Sürecinde kitle İletişim Araçları: Geleneksel Medyadan Sosyal Medyaya. *The Journal of academic Social Science Studies* , 405-417.
- Erdoğan, H. A. (2020). Kitle İletişim Araçları Fonksiyonları Ve Televizyonun Görünmeyen Yüzü. *Kesit Akademi Dergisi* , 96-109.
- Erdoğan, O. (2019). Dolandırıcılık Suçunda Hile Unsuru . *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi* . İzmir : Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü .
- Eryiğit, M. (2019). Dolandırıcılık Suçu Ve Özel Olarak Bilişim Sistemlerinin, Banka veya Kredi Kurumlarının Araç Olarak Kullanılması Suretiyle Nitelikli Dolandırıcılık Suçu . *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi* . İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü .
- Falay, F. (1992). Kitle İletişim Teorisi . *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* 1, 47-58.
- Filiz , H. (2020). Kitle İletişim Araçlarının Hedonizm Ekseninde Günlük Yaşam İçerisindeki Kullanım Alanları. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , 1465-1476.

- Göktaş, Ç. (2006). Kredi Kartları Hukuku ve Bankacılık Uygulaması. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi* . İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü .
- Güler, D. (1991). Kitle İletişim Araçlarının İletişim ve Eğitim İletişimi Özellikleri . *Kurgu Dergisi* , 323-345.
- Genç, H. N. (2007). Varoluş-Bilinç Ekseninde İki Uyumsuz Tiyatro Yazarı Ve İki Oyun: Ionesco (Ders), Tardieu (Gereksiz Terbiye). *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Dergisi* , 77-96.
- Ilgaz, Büyükbaykal, C. (2005). Kitle İletişim Araçları Ve Toplumsal Yaşam . *İletişim Fakültesi Dergisi* , 71-75.
- Ültay, E., Akyurt, H., & Ültay, N. (2021). Sosyal Bilimlerde Betimsel İçerik Analizi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, 188-201.
- İnan, Orman , M. (2025). Bilişim Sistemlerinin Kullanılması Suretiyle İlenen Hırsızlık ve Dolandırıcılık Suçları . *Yayınlanmamış Doktora Tezi* . Bursa : Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü .
- Küçükvardar, M. (2018). Suç Olgusunun Değişen Yüzü: Siber Suçlar . *Uluslararası Bilişim, Teknoloji ve Felsefe Dergisi* , 1-17.
- Kantarcı, N. (2025). Banka Hesabının Kullandırılması Suretiyle Dolandırıcılık Suçuna İştirak . *Necmettin Erbakan Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi* , 497-539.
- Kaplan, M., & Yıldırım, A. (2022). Suçun Önlenmesinde Kitle iletişim Araçlarının Rolü: Kurumsal Açından bir Değerlendirme ve Örnekler . *Güvenlik Bilimleri Dergisi* , 49-74.

- Kara, M., & Yanık, C. (2016). İletişimin Toplumsal Boyutu Bağlamında Türkiye'de Devlet Turttaş Etkileşimi . *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* , 149-176.
- Kaya, Ö. F. (2025). Bilişim Sistemlerinin Araç Olarak Kullanılması Suretiyle Dolandırıcılık Suçu. *Yayınlanmamış Yükske Lisans Tezi* . Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü .
- Kayador, V. (2001). Bir Kitle İletişim Aracı OLarak Radyo ve Kamusal Radyoculuk . *Marmara İletişim Dergisi* , 131-142.
- Koç, E. (2018). Varoluşçuluğun Türkiye'deki ilk etkileri . *Sosyal Bilimler Dergisi*, 794–816.
- Kocadaş, B. (2004). Kitle İletişim Araçları Eğitim İlişkisi . *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi IV*, 129-135.
- Kocadaş, B. (2018). Medyanın Uyuşturucu Alışkanlığı Üzerindeki Etkisi Üzerine Kısa Bir Değerlendirme . *USE Uluslararası Sosyoloji ve Ekonomi Dergisi* , 1-7.
- Korkmaz , F. (2020). Dolandırıcılık Suçunun Bilişim Sistemlerinin Araç Olarak Kullanılması Suretiyle İşlenmesi . *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi* , 1415-1436.
- Kukul, M. (2006). Kitle İletişim Araçları Karşısında Özel Hayatın Korunması . *Yayınlanmamış Yükske Lisans Tezi* . İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü .
- Müminov, K. (2016). Nikolay Berdyayev ve Sartre felsefesinde kişilik ve özgürlük problemi. *Dini Araştırmalar* , 9–24. .
- Manav, F. (2011). Kaygı kavramı. *Toplum Bilimleri Dergisi*, 223–234.

- Mucuk, M. H. (2022). Bilişim Sistemine Girme (TCK 243) Ve Sistemi Engelleme, Bozma, Verileri Yok Etme VEYA Değiştirme (TCK 244) Suçları . *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi* . Ankara : Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü .
- Oğuz, M. T. (2018). Kitle İletişim . B. Kılınç, & U. Eriş içinde, *İletişim Bilgisi* (s. 127-134). Eskişehir : Anadolu niversitesi .
- Ökten, K. H. (2022). *Varoluşun halleri: Heidegger, Kant ve kadim meseleler*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Pazarbaş, M. (2013). Kitle İletişiminde Temel Kavramlar " Co-oryantasyon Modeli". *Akdeniz İletişim Dergisi* , 127-140.
- Polat, E., & Aşkın, Z. (2017). Ölüm Kavramının Heidegger ve Sartre Felsefesindeki Yeri. *Kilikya Felsefe Dergisi*, 42-60.
- Sarioğlu, G. (2014). Tarih felsefesi alanında bir inceleme: Varoluş felsefesi ve tarih anlayışı. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 243–257.
- Serin, İ. (2023). Felsefi Eleştirinin Temellendirilmesi zerine. *Kilikya Felsefe Dergisi*, 185-192.
- Sine, Nazlı , R., & Sarı, G. (2019). Kitle İletişim Araçlarının ocukların Algısına Etkisi: 15 Temmuz rneği . *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi* , 13-31.
- Soydan, E., & Alparslan, N. (2014). Medyanın Doğal Afetlerdeki İşlevi . *İstanbul Journal of Social Sciences* , 53-64.
- şen, E. (2019). Adli Muhasebe Kapsamında Siber Suçlar ve Adli Bilişim . *Yayınlanmamış Yükske Lisans Tezi* . İstanbul: Marmara niversitesi sosyal Bilimler Enstitüsü .

- Türk Dil Kurumu . (2026, 03 20). <https://sozluk.gov.tr>.
<https://tdk.gov.tr>: <https://sozluk.gov.tr> adresinden alındı
- Temiz, Gül, Y. (2025). Güncel Yargı Kararları Işığında Bilişim Sistemlerinin Araç Olarak Kullanılması Suretiyle Dolandırıcılık Suçuna İlişkin Bazı Tespit ve Değerlendirmeler. *İzmir Barosu Dergisi* , 387-431.
- Topakkaya, A., & Urtekin, G. (2012). Varoluş felsefesinde bir problem olarak: Kaygı. . *FLSF (Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi)*, 279–299.
- Tunay, M. (2024). Dolandırıcılık Girişimleri Ve Dolandırıcılıktan Korunma Yöntemleri . *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi* , 168-187.
- Varol, S. F. (2012). Kitle İletişim Araçlarındaki Eğlence İçeriklerine İlişkin Kuramsal Yaklaşımlar Hakkında Bir Değerlendirme . *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* , 141-161.
- Wu, H. (2024). Existentialist philosophies of anxiety: A comparative exploration of Kierkegaard and Heidegger. *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media*, 85–89.
- Yılmaz , Z. (2023). Dolandırıcılık Suçunun Basın ve Yayın Araçlarının Sağladığı Kolaylıktan Yararlanılmak Suretiyle İşlenmesi (TCK m.158/1-g). *Sakarya Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 595-631.
- Yılmaz, A. (2015). Türkiye'deki Dolandırıcılık Tipolojileri: Dolandırıcılık Olaylarının Kategorik Tasnifi ve Yapılış Şekilleri . *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi* , 1-24.
- Yalom, I. D. (1999). *Varoluşçu psikoterapi*. Kabalcı Yayınları.

Yanat, Y. (2008). *Zeki Demirkubuz sineması'nın varoluşçuluk açısından incelenmesi*. İstanbul: Yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon Sinema Anabilim Dalı.

Yaylagül, L. (2006). *Kitle iletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar* . Ankara: Dipnot Yayınları .

BÖLÜM 2

GAZETECİLİK VE DİJİTAL TEKNOLOJİ İLİŞKİSİ: SÜREKLİLİK, KIRILMA VE YENİDEN DÜŞÜNME

İKRAM ALPSOY¹

Giriş

Gazetecilik ve teknoloji arasındaki ilişki, tarihsel olarak karşılıklı bir belirlenim, eklemleme ve sürekli bir müzakere sürecine dayanmaktadır. Haber üretimi, dağıtımı ve tüketimi, her tarihsel kesitte mevcut teknolojik imkânlarla şekillenmiş; bu araçlar gazeteciliğin sadece teknik uygulama biçimlerini değil, aynı zamanda mesleki kimliğini, etik-normatif çerçevesini ve toplumsal meşruiyet zeminini de kökten dönüştürmüştür. Matbaanın icadından telgrafın kullanımına, radyo ve televizyonun kitleselleşmesinden internetin yaygınlaşmasına kadar her teknolojik sıçrama, gazetecilik alanında hem bir kriz hem de bir yenilenme söylemini beraberinde getirmiştir. Günümüzde dijitalleşme olarak adlandırılan ve veri temelli, ağ bağlantılı, algoritmik bir yapıyı ifade eden süreç, bu tarihsel ilişkinin niteliğini ve gazeteciliğin demokratik toplumlardaki işlevini yeniden radikal bir tartışmaya açmıştır.

Zelizer (2016), gazeteciliğin sadece bir teknik beceri seti veya bilgi aktarım kanalı olmadığını, aksine toplumda neyin gerçek ve önemli olduğuna dair karar veren bir kültürel otorite biçimi olduğunu vurgulamaktadır. Bu bağlamda dijitalleşme, sadece haberin iletim hızını artırmamış, bu otoritenin kaynaklarını ve

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, Orcid: 0000-0001-6798-5180

sınırlarını da sarsmıştır. Literatürdeki baskın ve teknosentrik eğilim, dijital teknolojilerin gazeteciliği hiyerarşik yapılardan kurtararak daha şeffaf, katılımcı ve demokratik bir yapıya kavuşturduğu yönündedir (Alankuş, 2005; Deuze, 2005; Peters & Witschge, 2015; Yaylagül, 2006). Bu dijital iyimserlik, internetin sunduğu sınırsız alan ve etkileşim imkânlarını, gazeteciliğin yapısal sorunlarına sihirli bir çözüm olarak sunmaktadır. Ancak bu yaklaşım, teknolojiyi toplumsal ve ekonomik bağlamından kopararak özerk bir kurtarıcı gibi gören teknolojik determinizm tuzağına düşme riski taşımaktadır (Akyazı, 2018; Gentzkow, 2018)

Dijitalleşme süreci, bir yandan haber odalarında yeni rutinler ve veri gazeteciliği, multimedya hikâyeciliği vb. üretken anlatı imkanları oluştururken diğer yandan gazeteciliğin ekonomi-politiğini sarsmakta, haberin doğrulanma süreçlerini hız baskısı altında zayıflatmakta ve editoryal bağımsızlığı platformların algoritmik mantığına bağımlı hale getirmektedir (Shafer, 2016). Bu çalışma, dijitalleşmeyi geleneksel gazetecilikten kopan doğrusal bir devrim olmaktan daha ziyade süreklilikler, kırılmalar ve yeniden yapılanmalar içeren diyalektik bir süreç olarak ele almaktadır. Bu çerçevede çalışma, dijital ekosistemin sunduğu normatif vaatler ile platformlaşan medya düzeninin yarattığı yapısal kısıtlar arasındaki gerilimi analiz etmeyi amaçlamaktadır (Singer vd., 2011).

Yöntem ve Kapsam

Bu çalışma, nitel araştırma desenlerinden eleştirel literatür incelemesi yöntemini benimsemektedir. Çalışma kapsamında, dijital gazetecilik literatüründeki temel tartışmalar; teknolojik determinizm ve sosyo-teknik yaklaşım ekseninde tematik olarak analiz edilmiştir. Analiz birimi olarak, 2000 sonrası dijital dönüşümü kuramsallaştıran ve alanın öncü kabul edilen metinleri seçilmiştir. Çalışma, mevcut literatürdeki boşlukları tespit ederek, dijitalleşmeyi bir kopuş değil, bir "modalite değişimi" olarak tanımlayan özgün bir perspektif sunmayı hedeflemektedir.

Gazetecilik ve Teknolojik Süreklilik: Normalizasyon Tezi

Gazetecilik, doğası gereği teknolojik araçlara bağımlı bir sosyo-teknik pratiktir. Tarihsel süreç, her yeni teknolojinin önceki pratikleri tamamen yok etmek yerine, onları dönüştürerek bünyesine kattığını göstermektedir (Boczkowski, 2005; Çetin, 2019). Buna paralel olarak Steensen (2011), çevrimiçi gazeteciliğin sunduğu teknolojik vaatlerin çoğu zaman kurumsal rutinler nedeniyle normalleştiğini ve geleneksel kalıplara hapsoldüğünü ileri sürmektedir. Bu bağlamda Normalizasyon Tezi, gazetecilerin yeni teknolojileri mevcut mesleki normlarına uydurma eğiliminde olduklarını savunur.

Dijital Gazetecilikte Normatif Beklentiler ve Yapısal Sınırlar

Dijital kavramına yapılan atıfların çoğu, dijital gazeteciliğin habercilikteki önceki teknolojilere göre daha demokratik, şeffaf, yenilikçi ve katılımcı olduğunu varsayan dört birbiriyle bağlantılı beklentinin bir kombinasyonunu içermektedir.

Dijital gazeteciliğin hizmet ettiği kitleleri bir şekilde demokratikleştireceğini beklemek, gazeteciliğin kendisiyle ilgili geniş beklentilerden kaynaklanmaktadır ve gazeteciliğin demokratik yaşamla sıkça bahsedilen ilgisini müjdelemektedir. Zaman içinde, gazetecilik teknolojilerinin hikayesi, büyük ölçüde demokrasiye giderek daha fazla katkı sağlayan, giderek farklı yaşam tarzlarına ve coğrafi bölgelere sahip artan sayıda insana bilgi sağlayan bir hikâye olarak anlatılmıştır. Dijital gazetecilikte, ağ toplumu kavramları, düzleştirilmiş hiyerarşileri ve açıklığı, kurumsallaşma ve profesyonelleşmeden uzaklaşma eğilimi, artan katılım ve kişisel etki gücü, demokratik işlevi güçlendirdiği ve eskiden çok az veya hiç sesi olmayan insanlara daha fazla ses verdiği vererek demokratik işlevi geliştirdiği düşünülmektedir.

Dijital gazetecilik söylemi genellikle üç temel vaat üzerine inşa edilmiştir:

Demokratikleşme ve Görünürlük: Dijital mecraların giriş bariyerlerini düşürmesi, haberin demokratikleştiği algısını yaratmıştır. Ancak Hindman (2008), dijital ortamda trafik ve ilginin Google, Meta vb. platformlarda yoğunlaştığını ortaya koyarak dijital demokrasi mitini eleştirmiştir.

Şeffaflık ve Güven: Hipermetinsellik ve kaynaklara doğrudan erişim şeffaflığı artırmakla birlikte algoritmik manipülasyon ve dezenformasyon süreçleri güven mekanizmalarını zayıflatmaktadır (Diakopoulos & Koliska, 2017).

Katılımın Niteliği: Kullanıcı katılımı (UGC), demokratik bir katkıdan ziyade, çoğu zaman tıklama odaklı metriklerin bir parçası haline gelerek tüketici etkileşimine indirgenmiştir (Poindexter, 2012).

Teknolojik Determinizm Eleştirisi ve Platformlaşma

Dijital gazetecilik tartışmalarının en zayıf halkası, teknolojiyi toplumsal bağlamdan kopuk, özerk bir güç olarak gören determinist bakış açısıdır. Oysa günümüzde gazetecilik, sadece "dijital" değil, aynı zamanda platformlaşmış bir yapıdadır (Van Dijck vd., 2018). Gazetecilik pratikleri artık teknolojik imkânlardan ziyade, platformların algoritmik mantığı ve ticari öncelikleri tarafından şekillendirilmektedir. Bu durum, teknolojinin tek başına özgürleştirici olmadığını, aksine yeni denetim ve bağımlılık ilişkileri ürettiğini göstermektedir.

Sonuç

Bu çalışma, dijital gazetecilik pratiklerini teknolojik bir kopuş anlatısından ziyade, tarihsel bir süreklilik ve yapısal dönüşüm diyalektiği içinde analiz etmiştir. Elde edilen bulgular ve literatür taraması göstermektedir ki; dijitalleşme gazeteciliğin doğrulama, kamu yararı, eşik bekçiliği vb. temel değerlerini ortadan kaldırmamış; ancak bu değerlerin icra edildiği zemini, yani

modaliteyi kökten değiştirmiştir. Gazetecilik alanı, dijital teknolojileri sadece bünyesine katmamış, aynı zamanda bu teknolojilerin dayattığı yeni hız, etkileşim ve ölçümlene rejimleri tarafından yeniden yapılandırılmıştır.

Normalizasyon Tezi çerçevesinde görüldüğü üzere, gazetecilik kurumları yeni teknolojileri başlangıçta geleneksel rutinlerine uydurmaya çalışsa da günümüzdeki platformlaşma süreci bu direnci kırmaktadır. Gazetecilik artık sadece dijital bir mecra da var olmamakta; Google, Meta ve X (Twitter) gibi dev platformların algoritmik mantığına, ticari önceliklerine ve veri politikalarına gömülu bir şekilde işlemektedir. Bu durum, haberin görünürlüğünün editöryal kararlardan ziyade, tıklama odaklı metrikler ve etkileşim algoritmaları tarafından belirlendiği bir dağıtım bekçiliği dönemini başlatmıştır. Dolayısıyla, dijitalin vaat ettiği demokratikleşme ve şeffaflık, platform ekonomisinin yarattığı yeni denetim ve bağımlılık ilişkileriyle sürekli bir çatışma halindedir.

Sonuç olarak, gazeteciliğin geleceği sadece yapay zeka, otomasyon, blokzincir vb. teknolojik yeniliklerin adaptasyonunda değil, bu yeniliklerin gazeteciliğin kamusal işleviyle nasıl harmanlanacağında yatmaktadır. Dijital olan, gazeteciliğin özü veya ontolojik karşılığı değil; onun içinde nefes aldığı, şekillendiği ve bazen de daraldığı teknolojik zarftır. Teknolojiyi toplumsal bağlamdan koparan determinist yaklaşımlar, gazeteciliğin karşı karşıya olduğu asıl sorunun -yani güven krizi ve ekonomik sürdürülebilirlik- teknolojik değil, yapısal olduğunu göz ardı etmektedir.

Akademik çalışmaların bundan sonraki süreçte, teknolojik araçların teknik özelliklerine odaklanmak yerine; bu araçların içinde işlediği ekonomi-politik yapıya, haber odalarındaki güç ilişkilerine ve platform bağımlılığının mesleki özerklik üzerindeki etkilerine odaklanması elzemdir. Gazeteciliği yeniden düşünmek, onu teknolojinin peşinden sürüklenen pasif bir alan olmanın yanı sıra teknolojiyi kamu yararı doğrultusunda evriltme potansiyeline sahip

aktif bir kültürel otorite olarak savunmayı gerektirmektedir. Dijital dönüşüm bir son değil, gazeteciliğin toplumsal sözleşmesini yeni araçlarla yeniden müzakere ettiği uzun soluklu bir evredir.

Kaynakça

Akyazı, A. (2018), Gazetecilikte dijitalleşme ve haber üretimine yansması: Robot gazeteciler. (Editör: Olcay Uçak). *Dijital Medya ve Gazetecilik* içinde. (ss. 15-30). Eğitim Yayınevi.

Alankuş, S. (2005). *Yeni iletişim teknolojileri ve medya*. (Ed: S. Alankuş). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, ss. 33-60.

Boczkowski, P. (2005). *Digitizing the News*. Cambridge, MA: MIT Press.

Çetin, B. (2019). *Geleceğin teknolojileri ve gazetecilik mesleği üzerine etkileri: Büyük veri, veri gazeteciliği, yeni yaklaşımlar*. Fenerbahçe University. (ss. 1-28).

Deuze, M. (2005). What Is Journalism? Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered. *Journalism* 6 (4), 422-464.

Diakopoulos, N. & Michael K. (2017). Algorithmic Transparency in the News Media. *Digital Journalism* 5 (7), 809-828.

Gentzkow, M. (2018). *Media and artificial intelligence*. Working Paper.

Hindman, M. (2008). *The Myth of Digital Democracy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Peters, C. & Tamara W. (2015). From Grand Narratives of Democracy to Small Expectations of Participation. *Journalism Practice* 9 (1), 19-34.

Poindexter, P. (2012). *Millennials, News and Social Media: Is Social Engagement a Thing of the Past?* New York, NY: Peter Lang.

Shafer, J. (2016). Why Print News Still Rules, *Politico*. <https://www.politico.com/magazine/story/2016/09/newspapers-print-news-online-journalism-214238>

Singer, J. B., Hermida, A., Domingo, D., Heinonen, A., Paulussen, S., Quandt, T., Reich, Z, & Vujnovic, M. (2011). *Participatory Journalism*. New York, NY: Wiley-Blackwell.

Steensen, S. (2011). Online Journalism and the Promises of New Technology. *Journalism Studies*, 12 (3), 311-327.

Van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press.

Yaylagül, L. (2006). *Kitle İletişim Kuramları: Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*. Ankara: Dipnot Yayınevi.

Zelizer, B. (2016). *What Journalism Could Be*. Cambridge, UK: Polity Press.

BÖLÜM 3

İLETİŞİM BİLİMİNDEN BİLİM İLETİŞİMİNE: TÜRKİYE’DE BİLİM İLETİŞİMİ FAALİYETLERİ

ÖMER CENAP ÖZDEMİR¹

Giriş

Bilimsel disiplinler arasında Piaget’e göre üç temel etkileşim vardır. Bunların ilki, farklı disiplinler içerisinde kendine özgü kavram ve yöntemlerin araştırmacılar tarafından kullanılması olan çok disiplinliktir. İkincisi disiplinlerarasılık, yani ikiden fazla disiplin arasında bilgiler, incelemeler ve yöntemlerin alışverişidir. Üçüncüsü ise herhangi bir sınıra aldırmadan farklı bilimleri kapsamış bilginin var olduğu disiplinlerötesiliktir. İletişim bilimleri bu üç etkileşimi bünyesinde barındırmaktadır. Diğer yandan, pozitif bilimler iletişim biliminin özgün bakış açısını oluştururken sosyoloji, psikoloji, dilbilimi ve göstergebilimi kapsayarak birçok bilim disiplininden katkılar sağlar. Diğer bilimlerde kullanılan gözlem, vaka incelemesi ve anketler gibi araştırma yöntemleri de iletişim biliminde kullanılmaktadır (Karataş, 2024, s. 218).

Bir bilim olarak iletişim çalışmaları ise Birinci ve İkinci Dünya Savaşları’nın ardından ortaya çıkmış olup, çalışmalar genel

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Ardahan Üniversitesi, Sosyal Hizmetler, Orcid: 0000-0002-8051-9894

olarak sosyal bilimler (edebiyat, sosyoloji, dilbilim, psikoloji, tarih, antropoloji, siyaset bilimi, retorik) ve fen bilimleri (mühendislik, mimarlık, bilgisayar bilimleri) alanlarından beslenerek yürütülmüştür. Ayrıca, iletişim çalışmaları bahsi geçen bilim alanlarında kullanılan yöntemler tercih edilerek yapılmış, onların bilimsel paradigmaları takip edilmiştir (Özüdoğru, 2014, s. 260). İletişim araştırmaları ve çalışmaları, iletişimin bir bilim olarak kabul görmesi ve yaygınlaşması için önemlidir. Yürütülen iletişim faaliyetleri ise iletişimin bilimselliğe giden yoluna köprüler kurmuştur.

Bilim iletişimi, bilgisayar teknolojilerinin gelişmesiyle son zamanlarda diğer teknolojik ürün ve hizmetlerin dünya pazarlarına ulaştırılması sonucunda daha da yaygınlaşmıştır. Bilim iletişimi, halkı bilgi ve enformasyon çağına taşıyan bir araç olmuş ve akademik bilimsel girişimler sayesinde kuramsal açıklamalara eklenmiştir. Bilim iletişimi, dördüncü güç olan medyanın toplumu bilgilendirme ve sosyal sorumluluk faaliyeti olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla, bilim iletişimi halkın haberdar edilmesine, rasyonel ve doğru kararlar vermesine, onların ne yaptığını bilen modern bireyler olmasına katkılar sunmaktadır (Erdoğan, 2007, s. 21). Öte yandan; dijital dünyada bilgi akışının hızı değişmiş olup, insanlar bilgi edinme, kendini geliştirme ve iletişim kurma faaliyetlerini dijital teknolojileri bilinçli ve verimli kullanarak gerçekleştirmiş olurlar (Kaya, 2012, s. 61). Dijital çağın teknolojileri bilim iletişimde de yaygın olarak kullanılmaktadır. Özellikle dijital iletişim teknolojileri aracılığıyla, bilim konusunda çok az bilgiye sahip olan birey ve toplumlara bilgiler aktarılmakta ve bilim iletişim faaliyetleri etkin bir şekilde yürütülebilmektedir.

Bilim iletişimi; uzman olan bilim insanlarının yürütmüş oldukları bilimsel faaliyet, araştırma ve bulgularından uzman olmayan vatandaşların haberdar edilmesi, bilgilendirilmesi, onların

dikkat ve ilgisinin çekilerek toplumun bilim farkındalığının artırılmasıdır.

Bilim iletişimi faaliyetleri sosyal, sağlık ve fen bilimlerinin bilim alanları ve konularına göre değişiklik göstermektedir. Bilim türüne göre de bilim iletişimde farklı araç ve yöntemler kullanılmaktadır. Bilimsel bilgi, tecrübe ve bulguların bilim iletişimi ile topluma aktarılmasında uzmanların yanı sıra, üniversiteler, belediyeler, sanayi toplulukları, sivil toplum kuruluşları, basın gibi çeşitli kurum ve kuruluşlardan, özel ve kamu sektörlerinde hizmet veren örgütlerden yararlanılmaktadır. Ayrıca; bilim iletişimde bilim uzmanları ve kurumlar, bilim alanına özgü geleneksel ve yeni medyanın radyo, gazete, dergi, televizyon, sosyal medya gibi çeşitli iletişim araçlarından faydalanmaktadır.

Bilim ve teknolojik gelişmelerin toplumlar ile devletlerin gelişimlerine olan etkilerinin fark edilmesinden sonra, dünyadaki dönüşüme paralel olarak Türkiye’de de özellikle 2000’li yılların başından itibaren devletin bilim iletişimine verdiği önemi artmıştır (Özdemir & Koçer, 2020, s. 382).

Türkiye’nin hemen hemen her alanda gelişmiş ülkelerin seviyesine ulaştığı, hatta bazı konularda onların önünde yer aldığı bilimsel yatırımlar ve atılımların sayısı artmıştır. Türkiye’de bilimsel üretime verilen öneme binaen bilim altyapısının geliştirilmesi, bilim insanlarını yetiştirme, bilimsel çalışmalara verilen teşvikler son yıllarda meyvelerini vermeye başlamıştır. Devlet ve özel sektör nezdinde yapılan bilimsel çalışmalar, Avrupa ve ABD başta olmak üzere uluslararası arenada birçok ülkenin yer aldığı yarışta Türkiye’yi ön sıralara taşımıştır. Bilim alanındaki çıktıların toplumsal zemine aktarılması ise dünyada olduğu gibi Türkiye’de de bilim iletişimi vasıtasıyla gerçekleştirilmektedir.

Bilim iletişiminin faaliyet, etkinlik ve organizasyonların sayısının ve niteliğinin her geçen gün daha fazla arttığı Türkiye’de

gerek devlet desteğiyle gerekse özel sektör aracılığıyla birçok uygulama profesyonel bir şekilde yürütülmektedir.

İletişim Bilimi

Toplumsal bir varlık olan insan, öncelikle kendi istek ve ihtiyaçlarını giderebilmek ve sonrasında diğer insanlarla ilişki kurmak için iletişime ihtiyaç duymuştur. İnsan iletişim sayesinde toplumsal bir varlık haline gelmiştir. İletişime bu açıdan bakıldığında, insanlık tarihi kadar eskilere dayandığı rahatlıkla anlaşılmaktadır (zdemir, & Taşcıoğlu, 2022, s. 67). İletişim bilimi ise ortalama yüzyıllık bir geçmişe sahiptir. İletişim bilimi serüveni daha çok teknolojik ve ekonomik değişimlerle şekillenmiş, endüstri devrimi ile birlikte yaşanan büyük dönüşüm sonucunda ses, görüntü ve işaretlerin iletilmesinde kullanılan araçlarının icadı, iletişim bilimin gelişiminin ana belirleyicisi olmuştur (Hülür & Yaşın, 2021, s. 9).

İletişimi bilimi esasen, insanlar arası ve kitle iletişimin kapsamı, ilkeleri, modelleri ve araçları gibi boyutları ile iletişim olgusunu inceleyen bir bilim dalıdır. İletişim olgusunun bilimsel olarak ele alınıp incelenmesi konusunda, iletişim bilimi ile iletişim sosyolojisi gibi iki önemli sosyal bilim ön plana çıkmaktadır (Karaca, 2016, s. 628). Toplumu inceleyen bir bilim olan sosyoloji bilimi, iletişimin bir bilim haline gelmesine önemli katkılarda bulunmuştur. Sosyologların toplumlar üzerine yapmış oldukları araştırmalarda kullandıkları yöntem ve teknikler, zaman içerisinde toplumsal hayata olan etkisini ön plana çıkarmıştır. Böylelikle, iletişimin sosyoloji tarafından incelenmesi sonucu doğmuştur. Kitle iletişim sosyolojisinin temelleri atılarak, iletişimin bilim olarak kabul edilmesine katkı sağlamıştır. Ayrıca Katz, Laswell, Merton, Hovland ve Klapper gibi isimler yaptıkları çalışmalarla, iletişimin bir bilim dalı olmasında çok önemli roller oynamışlardır (Işık, 2018, ss. 27-28).

İletişimin bir bilim dalı olmasına ve tüm dünyada kabul görmesine; iletişim faaliyetlerinin bilimsel bir zeminde yürütülmesi, yapılan nitel ve nicel araştırmalar, insanların ihtiyaçlarındaki çeşitlilik, toplumsal değişimler ile teknolojik ve bilimsel gelişmelerin etki ettiği rahatlıkla söylenebilir.

İletişim biliminin Türkiye'deki gelişimi için iletişim araştırmaları olarak nelerin yapıldığı, iletişim alanında ilk araştırmanın kim tarafından ne zaman ve nerede yapıldığı önemli olmakla birlikte, iletişim araştırmalarının bugün ki konumu önem arz etmektedir. Çünkü, iletişim araştırmaları iletişim biliminin gelişimine katkıda bulunmuştur. Bu soruların cevapları ise iletişim ile ilgili değişkenlerin kullanılması yoluyla, çözümleme yapılmasına bağlıdır (Tokgöz, 2000, s. 14). Diğer yandan, Türkiye'de iletişim biliminin gelişimine katkıda bulunan ulusal ve uluslararası bilimsel etkinlikler, makale, kitap, araştırma, proje vb. gibi çeşitli çalışmalar ile üniversiteler, belediyeler, STK'lar, bağımsız kurum ve kuruluşlar vb. gibi birçok kurum tarafından vardır. İletişim biliminin dünyadaki gelişimi yakından takip edilerek, Türkiye'de ulusal düzeyde özgün çalışmaların yürütülmesi ve desteklenmesi ise ayrıca önem verilmesi gereken bir konudur.

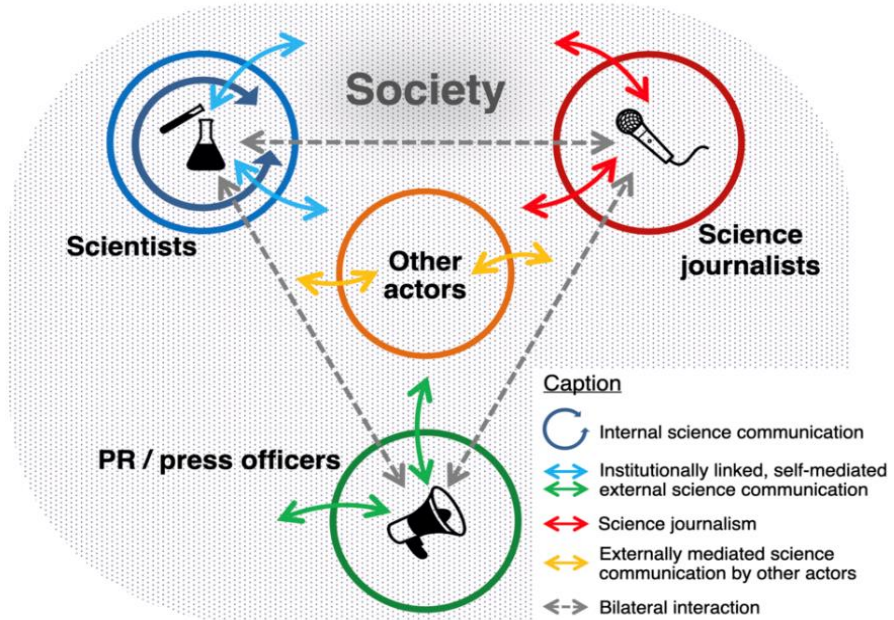
Bilim İletişimi

Bilim iletişimi 1990'lardan itibaren geliştirilmesi gereken bir alan olarak, özellikle endüstriyel batı ülkelerinde şekillenmiştir. Bilim iletişimi, 20. yüzyılda bilimin artan önemi ve toplumda ortak duyunun önemli kaynaklarından biri haline gelmesiyle daha fazla önem kazanmıştır. Böylelikle bilim iletişimi, bilim insanları ile sıradan insanların arasındaki bilgi aktarımını ve bilimin kamuya yani genel halka ulaşmasını kolaylaştırmıştır. Diğer yandan, bilim iletişimi bilimin popülerleşmesiyle birlikte ülkelerin gelecek vizyonları ve kamu politikaları arasına girmiştir (Dursun, 2010, s. 2).

Bilim iletişimi sayesinde bilgilenen toplum, bilime daha fazla ilgi duyacak ve bilimsel faaliyetlerin içerisinde yer alma isteği artacaktır. Dolayısıyla, bilim iletişimi; bilim konusunda daha az bilgiye ve ilgiye sahip insanlar üzerinde farkındalık yaratarak, onların bilimsel çalışmalara katılmalarına imkan sunar.

Bilim iletişimin önemi, son zamanlarda daha iyi anlaşılmıştır. Çünkü bilim iletişimi sayesinde bilim insanları, üretilen doğru bilgileri farklı guruplara yani halklara iletmektedirler. Bu sayede, bilime duyulan güven artırılarak bilim politikaları yeniden şekillenmiş olup, halkın bilim politikalarına katılımları özendirilmektedir. Bilim iletişiminde radyo, televizyon, gazete ve dergi gibi klasik iletişim kanallarının ötesinde sosyal medya, bloglar, podcast ve bilim kafeler gibi yeni araçlar kullanılmaktadır. Böylelikle, iki yönlü iletişim modelleri bilim iletişiminde daha popüler hale gelmiştir (Aydınoglu, 2020, ss. 65-66).

Şekil 1. Bilim İletişimi Alanının ve Aktörlerinin Genel Görünümü



Kaynak: (Könneker, 2016, s. 459)

Şekil 1'e göre: "20. yüzyılda kitle iletişim araçlarının ortaya çıkışından bu yana, üç aktör grubu gazeteciler (Sciences journalits), araştırma kurumlarının halkla ilişkiler/basın görevlileri (PR/ press officers) ve iletişim kuran bilim insanları (Scientists) genel halkı bilim hakkında bilgilendirmektedir. Bilim gazetecileri ve araştırma kurumlarının halkla ilişkiler/basın görevlileri için bu, ilgili mesleki rollerinin önemli bir parçasıdır. Bilim iletişimindeki bu üç klasik aktör grubu, örneğin gazeteciler bilim insanlarıyla röportaj yaptığında, basın görevlileri ve bilim insanları birlikte basın bültenleri hazırladığında veya basın sözcüleri gazetecilere bilgi verdiğinde veya sorularını yanıtladığında, karşılıklı olarak etkileşim halindedir. En önemlisi, her üç grup da doğrudan toplumla iletişim kurar (dış bilim iletişimi). Gazetecilerin özel bir özelliği, bilim sisteminin bir parçası olmamaları ve bu nedenle bilim hakkında bağımsız ve eleştirel bir şekilde haber yapma işlevine sahip olmalarıdır. Üç klasik gruba ek olarak, yazarlar, sanatçılar veya politikacılar gibi dış bilim iletişiminde başka aktörler de vardır ve dijital çağda blog yazarları, YouTuber'lar, podcast yayıncıları veya etkileyiciler de dahil olmak üzere bazıları kitle iletişim araçlarına ulaşmaktadır. Genel olarak, toplumu hedef alan dış bilim iletişimi alanı ve bilimsel topluluk içindeki gerçek bilimsel çalışmalara ve bilginin ilerlemesine hizmet eden iç bilim iletişimi (akademik iletişim) alanı, medyanın daha da gelişmesi, yeni teknolojiler, yeni ortaya çıkan kamusal alanlar ve toplumun katılım, doğrudan diyalog ve şeffaflık gibi konulardaki değişen beklentileri nedeniyle giderek daha karmaşık hale gelmektedir. Tüm bunlar, bilim iletişimi bilimi disiplininde araştırma konusudur." (Könneker, 2016, ss. 459-460).

Bu bilgilerden hareketle; bilim iletişiminde bilim insanları, gazeteciler, basın görevlileri ve diğer aktörler arasında önemli bir bağın olduğu anlaşılmaktadır. Bunların yürütmüş oldukları faaliyetlerle toplum, bilim iletişimi uygulamalarıyla bilgilendirilmektedir. Bahsi geçen üç grup ile diğer aktörler, dijital

ve kitle iletişim araçları vasıtasıyla toplumla doğrudan iletişim kurmaktadır.

Bilim iletişimi, çok aktörlü iletişim uygulamalarını kapsayarak bilim insanları ve kuruluşlarının toplum, medya ve devlet yönetimleriyle iletişiminin bilim odaklı iletişim faaliyetleriyle sürdürülmesidir. Toplumsal ölçekte bilimi iletişimi değerlendirildiğinde ise toplumsal yapılar üzerinde etkili olabileceği özellikle medya aracılığıyla bilimsel kaynaklardan insanlara yönelik gerçekleştirilen iletişim faaliyetleridir (Taşkiran & Ağca, 2021, s. 168). Bilim iletişiminde, bilim insanlarının araştırmalarının faydalı olacak şekilde ve sadelikte geliştirilmesi ve halkın anlayabileceği bir biçimde aktarılması önemlidir (Uçak, 2020, s. 1347). Dolayısıyla bilim iletişiminde yer alan kişiler ikna, metafor, hikaye anlatımı gibi yöntemleri kullanmakta, bilim insanları bazı teknikler konusunda aktörlerin iletişimlerinin geliştirilebilmesi için eğitilebilmektedirler (Beşergil, 2026, s. 1).

Bilim iletişimi faaliyetlerinde görev alacakların eğitilmiş uzman kişiler olması, bilimsel bilgilerin etkili iletişim teknikleriyle sade, açık ve anlaşılır bir dille halka aktarılmasına katkıda bulunacaktır. Bu husus bilimsel bilgi ve bulguların bilim dilinden uzak olan halka sunulmasında çok önemli bir noktadır.

“Bilim iletişimi, bilginin üretilmesi, bu bilginin yayılması, kullanımına dair tüm etkinlikleri içine alan, sosyal ve kültürel unsurlardan etkilenen, bunlarla etkileşim içinde bulunan ve aynı zamanda etkileyen dinamik bir faaliyet alanıdır. Bilim, iletilmediği ölçüde amacından uzaklaşmaktadır; bu nedenle bilim iletişimi bilimin var olmasının temel koşullarından biridir.” (Burakgazi, 2017, ss. 234-235). Bilim iletişimi sayesinde halkın bilim ve teknolojiyle olan bağlantısı artmış, bu yönde yazılı basın ve televizyonlarda bilimsel bilgi ve haberlere daha fazla yer verilmiştir. Dolayısıyla toplumun bilim hakkındaki görüşleri önem kazanmış, bilimsel gelişmelerden etkilenen halk bilim politikalarına ve karar alma

süreçlerine katılım sağlamaya başlamıştır (Özdemir & Koçer, 2020, s. 378).

Nihayetinde; bilimsel faaliyet ve üretimler nerede ve ne zaman yapılırsa yapılsın, uzman bilim insanlarının dışında daha az bilgi sahibi olan birey ve topluluklara aktarılmasıyla, bilim daha faydalı ve anlamlı hale gelmiş olur. Çünkü; bilim dünyasına toplumsal katılım ve desteğin sağlanmasıyla, bilimsel araştırmalar ve uygulamalar daha fazla çeşitlenebilmektedir. Bu katkı ve katılımlar ile bilimin kapsamının bir o kadar genişleyeceği rahatlıkla söylenebilir.

Bilim İletişimi Faaliyetlerinin Türkiye Örnekleri

Günümüzde birçok alanda gelişmiş ülkeler seviyesinde olan Türkiye, dünyadaki gelişmeleri yakinen takip etmekte, özellikle bilimsel üretime yapmış olduğu önemli yatırımlarla çeşitli çalışmalar yürütmektedir. Devletler bilimsel üretim ve çıktılarını bilim iletişimi adıyla halka aktararak, küresel dünyada olduğu gibi ulusal düzeyde de bilimsel üretim ve gelişmelere katkılar sunar. Bu durumun farkında olan Türkiye'nin hem kendi eliyle hem de özel sektöre vermiş olduğu desteklerle, ulusal ve uluslararası birçok bilim iletişimi organizasyonları düzenlediği bilinmektedir.

Türkiye'de bilim iletişiminin ilk örneklerine yazılı basının ilk dönemlerinde rastlanılmakta, bilim içerikli yazılar ve haberlere sıklıkla rastlanmaktadır. Bu sayede bilim iletişimi konusunda, kamuoyunun bilimsel konular hakkındaki farkındalıkları artırılmakta ve bilim okuryazarlığı becerileri geliştirilebilmektedir (Yıldız & Şahin Hassan, 2023, s. 132). Bilim iletişimi güçlü bir yaklaşım olarak Batı'da 1980'lerden, Türkiye'de ise 2000'lerden itibaren başlamıştır (Dursun, 2010, s. 24).

Türkiye'de bilimin kurumsallaşmasında, 1933 yılındaki “Üniversite Reformu” ile 1946 yılındaki “Üniversiteler Kanunu”nun hazırlandığı dönem çok önemlidir. 1963 yılında Türkiye Bilimsel ve

Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK)’nın kurulması ise bilim iletişimi içinde bir dönüm noktasıdır. 1967 yılında TÜBİTAK bünyesinde “Bilim ve Teknik Dergisi”ni yayına başlamıştır. 1980 yılında ise Teknokent kurma çalışmaları ile Üniversite-Sanayi iş birliğinin temelleri atılmıştır. 1993 yılına gelindiğinde ise 1993-2003 “TÜBİTAK-Türk Bilim ve Teknoloji Politikası” kabul edilmiştir. 2004 yılında toplumun bilimi anlaması için bilim merkezleri kurulma kararı alınarak, bilim okuryazarlığı vurgulanmıştır. Bu süreç devam ederek ilerlemiş, toplumun bilim konusundaki bilgi eksikliğinin giderilmesi için 2014 yılında TÜBİTAK, bilim söyleşileri faaliyetlerini hayata geçirmiştir (Burakgazi, 2017, s. 250).

Türkiye’de bilim iletişimi için belediyeler tarafından Ankara, İstanbul, İzmir, Erzurum, Eskişehir, Konya, Gaziantep gibi birçok şehirde bilim merkezleri kurulmuştur. Bunların dışında Türkiye’de bilim iletişimi kapsamında, bilim ve teknolojinin yaygınlaştırılması için kamu ve özel sektörün bir araya getirildiği “Türkiye Bilim ve Teknoloji Merkezleri Konferansı” düzenlenmiştir. İstanbul’da ilk kez 2016 yılında “Bilim ve Teknoloji İletişimi Konferansı” yapılmış, bu konferansın yenileri ise TÜBİTAK tarafından gerçekleştirilmektedir. Ayrıca, TÜBİTAK’ın desteğiyle ODTÜ tarafından 2019 yılında “Bilim Ev Hali” ismiyle ilk yerli bilim programı TRT Belgesel kanalında yayınlanmıştır. TÜBİTAK; bilim iletişimi için bilimi ulaşılır kılmak, bilimsel farkındalık yaratmak ve toplumun gözünde bilimin önemini artırmak için birçok faaliyet ve organizasyon yapmaktadır. Özellikle bilim merkezlerinde; gösteriler, sergiler ve eğitim atölyeleri vasıtasıyla çocuk ve yetişkinlere bilim deneyimlemesi mümkün kılınmaktadır (Özdemir & Koçer, 2020, ss. 387-388).

Bilim iletişimi konusunda üniversiteler, öğrencilerine ve topluma yönelik çeşitli bilimsel etkinlikler yapmaktadır. Bilim iletişimi hakkında üniversitelerin iletişim birimleri sorumluluk alarak, bilim iletişimi kapsamındaki faaliyetleri kurumsal bir şekilde

yapmaktadır (Öztunç, et al., 2023, s. 366). Bu açıdan bakıldığında, Türkiye’de hemen hemen her üniversitede bilim iletişimine yönelik çeşitli etkinlikler düzenlendiği bilinmektedir. Üniversiteler etkinliklerin dışında kurumsal yapıları içerisinde “Bilim İletişimi Ofisleri” “Bilim ve Teknoloji Uygulama Merkezleri”, “Bilim Evleri” gibi kurmuş oldukları alt birimlerle, bilim iletişimi faaliyetlerini daha sürdürülebilir ve profesyonel olarak yürütmektedir.

Türkiye’de devlet bünyesinde bilim iletişimini organize eden, bu konuda faaliyetler ve etkinlikler düzenleyen başat kurum TÜBİTAK’tır. Türkiye’de TÜBİTAK sadece bilimsel araştırmaların yapıldığı bir kurum olmayıp, aynı zaman da üretilmiş olan bilimsel bilgi ve bulguların insanlara aktarıldığı, bilim iletişiminin doğrudan desteklendiği ve bu bağlamda ilk örneklerinin yer aldığı önemli bir devlet kuruluşudur. TÜBİTAK’ın bilim iletişimi faaliyetleri; “TÜBİTAK Bilim Fuarları”, “TÜBİTAK Bilim Şenlikleri ve Festivalleri”, “TÜBİTAK Bilim Söyleşileri”, “Bilim Çocuk”, “Bilim Genç” ve “Bilim Teknik” gibi yayınlar ve bültenler, “TÜBİTAK Bilim Yarışmaları ve Ödülleri” ile “TÜBİTAK Mobil Bilim Tırları ve Gezici Atölyeler” olarak sıralanabilir.

TÜBİTAK’tan sonra üniversiteler ise bilim iletişimine en büyük katkıyı sunan özerk kurumlardır. Türkiye’de özellikle dünya sıralamalarında üst seviyelerde olan köklü üniversiteler, her anlamda olduğu gibi bilim iletişimi konusunda da diğer üniversitelere örnek olabilmektedir. Bilimsel üretime ve bilgiye hem ulusal hem de uluslararası katkılar sunan üniversiteler, üretmiş oldukları bilimsel bilgi ve bulguların öğrencilerinin dışında halka da aktarılmasında önemli görevler üstlenmektedirler. Bu bağlamda üniversiteler, en başta kurumsal yapılarında “Bilim İletişimi Ofisleri” gibi birimleri ile teşkilatlanma yoluna giderek etkinlikler, paneller, konferanslar vb. organizasyonlarla bilim iletişimine doğrudan katkılar sunmaktadır. Üniversitelerin araştırma merkezlerinde, laboratuvarlarında, teknokentlerinde ve proje ofislerinde üretilen

bilimsel bilgi ve bulgular, bilim iletişimi yoluyla vatandaşlara aktarılmaktadır.

Türkiye’de birçok üniversite de öğrenci olmayan halkında derslere katılabilmesinin önünün açılması, bilim iletişimine bakış açısının da çağın gereklerine göre değiştiğinin bir göstergesidir. Bu minvalde; üniversitelerdeki açık kampüs günleri sayesinde bilimsel bilgilerin aktarılmasında hedef kitlenin sadece öğrenciler olmadığı, bunun yanında halkında yer alması sağlanabilmektedir. Dolayısıyla bu tarz bilim iletişimi faaliyetleriyle akademik bilgiler halk düzeyinde daha görünür ve anlaşılır hale getirilmektedir. Sonuçta, üniversiteler vasıtasıyla bilim halka açılmaktadır.

Türkiye’de üniversite ve sanayi iş birlikleri sonucunda çeşitli özel kuruluşlara kampüslerin kapısının açılması, bilimsel bilgi ve bulgu üretimlerinin kampüsler içerisindeki ofislerde yapılmasının teşvik edilmesi atılan önemli adımlardan birisidir. Türkiye’de üniversitelerde yapılan bu bilim iletişimi örnekleriyle bilim sadece akademi sınırlarında kalmayıp, toplumun bir parçası haline getirilmeye çalışılmaktadır.

STK’ların bilimsel bilgiye ulaşım yollarının toplu organizasyonlarla desteklenmesi bilim iletişimin önemli örneklerindendir. Çeşitli dernekler ve vakıflar gibi örgütler aracılığıyla bilimsel bilgi, bulgu ve tecrübeler toplumsal guruplara aktarılmaktadır. Bilim iletişiminde yer alan STK’lara; Türkiye Bilimler Akademisi (TÜBA), Türkiye Bilim Kahramanları Derneği, Türkiye Erozyonla Mücadele, Ağaçlandırma ve Doğal Varlıkları Koruma Vakfı (TEMA), Türkiye Bilişim Vakfı (TBV), Türkiye Teknoloji Takımı (T3 Vakfı), Türkiye Gençlik Vakfı (TÜGVA), Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı (TEGV), Türk Astronomi Derneği (TAD), Türk Fizik Derneği (TFD) vb. gibi örgütlenmeler örnek olarak verilebilir. Türkiye’de bütçe, üye sayısı ve hizmet alanları genişliği açısından önde gelen bu büyük STK’lar ve diğerleri, bilim iletişimi konusunda çok kapsamlı faaliyetler yürütmektedir.

Türkiye’de gerek kamu gerekse özel sektörde yer alan önemli sanayi kuruluşları da bilim iletişiminde aktif rol almaktadırlar. Bu sanayi kuruluşlarından olan Askeri Elektronik Sanayi (ASELSAN), Türk Havacılık ve Uzay Sanayi (TÜSAŞ), Roket Sanayii ve Ticaret A.Ş. (ROKETSAN) ve Hava Elektronik Sanayii (HAVELSAN)’ın yanında Koç Holding, Sabancı Holding, Abdi İbrahim ve Eczacıbaşı gibi bilimsel bulgu ve çıktılar üreten önemli kuruluşların bilim iletişimi kapsamında bilimi yaymakta, toplumu bilim konusunda bilgilendirmekte ve halkı bilime yönlendirmektedir.

Türkiye’de faaliyette bulunan; Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO), Dünya Sağlık Örgütü (WHO), Avrupa Birliği (AB), Birleşmiş Milletler (BM), vb. gibi uluslararası kurum, kuruluş ve örgütler çeşitli eğitim ve projeleriyle bilim iletişimine destek olmaktadır. Bunlara ek olarak; Horizon Europa, Erasmus, STEM Projeleri ile Avrupa Nükleer Araştırma Örgütü olan CERN’in fizik ve parçacık eğitim programları önemli bilim iletişimi örnekleridir.

Sonuç olarak; Türkiye’de bilim iletişimi faaliyetleri Batı’ya ve ABD’ye kıyasla her ne kadar geç başlamış olsa bile, bahsi geçen kamu kurumları, kamu ve özel sektör iş birlikleri, yapılan yatırımlar, alınan ulusal ve uluslararası destekler, STK’lar ve özel girişimlerin çabaları sonucunda giderek daha fazla yaygınlaşmıştır.

Sonuç

Bilim iletişimi sadece bilimsel bilginin aktarılması değildir. Aslında bilim iletişimi bilimsel merakı teşvik etme, toplumun bilime duyulan ilgiyi artırma ve kamuoyunda bilime dayalı bir bilinç oluşturmaktır. Bilim iletişiminde asıl amaç, karmaşık olan bilimsel bilgilerin ve bulguların uzman olmayan halka aktarılmasıdır (Tomrukçu, et al., 2025, ss. 2343-2344).

Bilim iletişimi konusunda dünyada oluşan farkındalık ve ihtiyaç, özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde bilimsel

Üretim ve çalışmaların toplumsal düzeye indirgenebilmesi adına önemlidir. Bilimsel çalışmaların devletler dışında vatandaşlar düzeyinde yapılabilmesi için bilim iletişimi uygulamalarına ihtiyaç duyulmaktadır. Çünkü, bilim iletişimi faaliyetleriyle halk bilgilendirilir ve onların bilimsel faaliyetlere katılımları desteklenir. Türkiye bilim iletişimi sayesinde, bilimsel çalışmaların yapıldığı kamu ve özel sektörlerine vatandaşlarını da dahil ederek, bilimi ulusal düzeyde topyekn yürütülen bir faaliyet haline getirebilir.

Türkiye’de bilim iletişiminin önemli örneklerinden olan; TÜBİTAK bilim şenlikleri ve bilim söyleşileri, üniversitelerin bilim iletişim ofisleri, açık ders ve laboratuvar günleri ile ğrenci topluluklarının bilimsel etkinlikleri, halka açık yapılan Havacılık, Uzay ve Teknoloji Festivali TEKNOFEST, TEMA vakfının yapmış olduğu evre bilim projeleri, TÜBA, TBV, T3 Vakfı, TGVA, TEGV, TAD ve TFD gibi önemli STK’lar ile organizasyonların etkinlikleriyle, bilim halk tarafından daha çok erişilebilir ve anlaşılabilir hale getirilerek toplumsal faydaya dönüştürülebilmektedir. ASELSAN, TSAş, ROKETSAN, HAVELSAN, Eczacıbaşı, Abdi İbrahim, Koç ve Sabancı Holding gibi çeşitli kamu ve özel sektör girişimlerinin bilim iletişim çalışmaları da vardır. Ayrıca belediyeler tarafından birçok şehirde kurulan bilim merkezleri, bilim iletişimin yrtldğu önemli birimler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunlara ilaveten TÜBİTAK tarafından hazırlanan bilim ocuk, bilim genç ve bilim teknik gibi yayınlar bilim iletişimine önemli katkılar sunmaktadır. Yine Türkiye’nin dahil olduğu UNESCO, WHO, BM, AB, CERN, STEM Projeleri, Horizon Europa ve Erasmus gibi uluslararası örgütler ve organizasyonlar vasıtasıyla önemli bilim iletişimi faaliyetleri sürdürülmektedir.

Türkiye’de bilim iletişiminin gelişimi için bu konuda yapılan çalışmalardan elde edilen sonuçların ulusal politika süreçlerine entegre edilmesi, odaklanması gereken önemli bir noktadır.

Türkiye’deki bilim iletişimi faaliyetlerinin etkisinin artırılmasıyla, bilim iletişimi konusunda toplumsal fayda ve alanın gelişmesi sağlanabilir (Kaygusuz, 2024, s. 157). Bu durumun farkında olan Türkiye, bilim iletişimi faaliyetlerini yukarıda sayılan önemli kurum ve kuruluşları vasıtasıyla ulusal ve uluslararası düzeyde yürütmektedir. Ayrıca; bilim iletişimi faaliyetlerinin sonuçları yeniden gözden geçirilerek, bilim iletişimi uygulamalarının içeriği ve kapsamı her geçen gün daha genişletilmektedir. Türkiye’nin yapmış olduğu bütün bu bilim iletişimi çalışmalarının pozitif çıktılarının, kısa zamanda olmasa da uzun vade görüleceği açıktır. Öte yandan, Türkiye’de bilimsel üretime ayrılan kaynakların ve yapılan yatırımların, bilim iletişimi süreçlerini kapsayacak bir şekilde genişletilmesi stratejik bir gerekliliktir.

Türkiye’de bilim iletişiminin ana aktörleri olarak; devlet ve özel sektör kurumları, kamu ve özel eğitim kurumları, gönüllü girişimler olan STK’lar ile uluslararası örgütler ve organizasyonlar şeklinde sıralanabilir.

Kaynakça

Aydinoğlu, A. U. (2020). *Türkiye’de STS: Bilim ve teknoloji çalışmalarına giriş*, Aydan Turanlı, Arsev Umur Aydınoğlu, Melike Şahinol, (Eds), İstanbul: İTÜ Yayınları, 59-68.

Beşergil, B. (2026). Bilim iletişimi, <https://bilsenbesergil.blogspot.com/p/bilim-iletisimi-science-communication.html>

Burakgazi, S. G. (2017). Kritik olaylar, politik dokümanlar, raporlar ve araştırmalar ışığında Türkiye’de bilim iletişimi. *Seçuk İletişim*, 10(1), 232-261.

Dursun, Ç. (2010). Dünyada bilim iletişiminin gelişimi ve farklı yaklaşımlar: toplum için bilimden toplumda bilime. *Kurgu*, 23(1), 1-31. <https://izlik.org/JA75LN68WX>

Erdoğan, İ. (2007). *Türkiye’de gazetecilik ve bilim iletişimi. Yapısal özellikler sorunlar ve çözüm önerileri*, Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Araştırmaları Merkezi.

Hülür, H. & Yaşın, C. (2021). *Kitle medyasından yeni medyaya iletişim biliminin serüveni. Yeni medya, toplum ve iletişim biliminin dönüşümü*, Ankara: Siyasal Kitapevi, 79-94.

Karaca, M. (2016). Sosyolojik perspektiften iletişim. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(57).

Karataş, E. (2024). Bir bilim dalı olarak iletişim bilimleri alanının Türkiye'deki konusal kapsam analizi. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 16(51), 217-228.

Kaya, E. (2021). Toplumsal eşitsizlik ve dijital okuryazarlık: lise öğrencileri üzerine bir alan araştırması. *Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi*, 3(2), 1-31.
<https://doi.org/10.53281/kritik.984041>

Kaygusuz, E. (2024). Türkiye’de bilim iletişimi çalışmaları (2010-2023): hakemli dergi makaleleri ve lisansüstü tezler üzerine bibliyometrik analiz. *Moment Dergi*, 11(1), 132-163.

Könneker, C. (2016). *Wissenschaftskommunikation in vernetzten öffentlichkeiten*. In: Bonfadelli, H., Fähnrich, B., Lüthje, C., Milde, J., Rhomberg, M., Schäfer, M. (Eds) Forschungsfeld Wissenschaftskommunikation. Springer VS, Wiesbaden, 453-476.
https://doi.org/10.1007/978-3-658-12898-2_24

Işık, M. (2018). *İletişim bilimine giriş*, 2. Baskı. Konya: Eğitim Yayınevi.

Özdemir, Ö. C. & Taşcıoğlu, R. (2022). Kurumsal iletişimde sosyal medya kullanımı: Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı üzerine bir inceleme. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 1(53), 65-81. <https://doi.org/10.17498/kdeniz.1070535>

Özdemir, S. & Koçer, D. N. (2020). 21. Yüzyılda Türkiye'nin bilim iletişimi uygulamaları üzerine bir çalışma. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(Özel Sayı), 373-392.

Öztunç, M., Bedir, U. & Suerdem, A. (2023). Üniversitelerin bilim iletişimi etkinliklerinin kurumsallaştırılması üzerine yeni bir ölçek önerisi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(86), 362-390.

Özüdoğru, Ş. (2014). Nitel araştırmının iletişim araştırmalarında rol ve önemi üzerine bir deneme. *Global Media Journal: Turkish Edition*, 4(8). 260-275.

Taşkıran, H. B. & Ağca, M. E. (2021). Bilim iletişimi ve medya: internet haber sitelerinin yerli aşıya yönelik içerikleri üzerine bir inceleme. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, (41), 167-188.

Tokgöz, O. (2000). Türkiye'de iletişim araştırması: nereden nereye. *Kültür ve İletişim*, 3(6), 11-30.

Tomrukçu, Ç., Aydın, S. S. & Yücel, A. (2025). Bilim iletişimi üzerine göstergebilimsel çözümleme. *Journal of History School*, 18(XXVI), 2321-2350.
<http://dx.doi.org/10.29228/joh.78995>

Uçak, O. (2020). Türkiye'de bilim iletişimi ve bilim gazeteciliği örnekleri, *Journal Of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 6(30), 1343-1356.
<http://dx.doi.org/10.31589/JOSHAS.387>

Yıldız, F. & Şahin Hassan, M. (2023). Bilim iletişimi bağlamında öncü bir dergi: Yeni adam. *İNİF E- Dergi*, 8(1), 132-153.
<https://doi.org/10.47107/inifedergi.1146739>

BÖLÜM 4

SYNTHETIC MEDIA, DEEPPAKES AND THE VERIFICATION CRISIS: THE PERCEPTION OF NEW DOCUMENTALISM

Simge YILMAZ¹

Introduction

Over the last decade, as digitalization has accelerated, journalism has entered a profound transformation not only in terms of production and distribution practices but also with regard to the notions of truth, credibility, and evidentiary value attributed to information. In particular, the development of artificial intelligence-based content generation technologies has led to an increasing questioning of the traditional relationship between visual and auditory materials and reality. As a result, the epistemological foundations of journalism—traditionally grounded in documentation, witnessing, and verification—have been significantly eroded. In this context, synthetic media and deepfake technologies should be understood not merely as emerging technical challenges but also as structural turning points that reshape the knowledge-production regime of journalism.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Görsel İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı Bölümü, 0000-0001-5382-1089

Within the existing academic literature, synthetic media is largely examined under the themes of disinformation, the fight against misinformation, and ethical violations, while the issue of verification is predominantly discussed in relation to technical tools, platform-based solutions, and algorithmic monitoring mechanisms. Although these studies address an important gap, they often leave the theoretical and epistemological dimensions of the transformation in journalism's documentary practices in the background. However, the proliferation of synthetic content does not only raise the problem of detecting false information; it also reintroduces a more fundamental question: what kind of information can still be considered a document.

This book chapter approaches synthetic media and deepfake technologies not solely through the lenses of disinformation or ethical misconduct but within the broader context of a transformation in the knowledge regime that encompasses changes in journalistic practices of documentation, witnessing, and verification. Unlike many studies that focus primarily on technical verification tools, platform policies, or AI-related risks, this chapter centers on the epistemological implications of synthetic content for journalism and proposes the concept of a “new documentalism” as a conceptual framework. In doing so, it interprets the erosion of the evidentiary status of visual and auditory materials not merely as a technological problem but as a structural transformation that must be reconsidered through the lenses of public trust, ethical transparency, and institutional responsibility. In this respect, the study aims to offer a comprehensive contribution to the literature on digital journalism by examining the verification crisis together with its ethical, theoretical, and institutional dimensions.

Within this framework, the concept of new documentalism refers to a shift away from the evidentiary status of documents in classical journalism—traditionally grounded in physical traces,

visual indexicality, and direct witnessing—toward an understanding in which evidence is redefined through the transparency of production processes, the traceability of verification chains, and the justification of editorial decisions. In the context of synthetic media environments, the status of a document is no longer determined solely by the content itself; rather, it gains meaning through the conditions under which the content was produced, the context in which it is presented, and the verification procedures through which it has passed. This transformation indicates that journalism's function of generating trust through documentation is increasingly linked not only to technological tools but also to institutional and ethical governance mechanisms.

In this chapter, the ethical discussion is framed within the accountability paradigm in media ethics. This approach emphasizes not only journalism's responsibility to produce accurate information but also the necessity of publicly justifying the conditions under which information is produced, the technological tools involved in its production, and the editorial decisions through which it reaches the public. In an environment where synthetic media and AI-generated content are becoming increasingly widespread, ethical responsibility can no longer be limited to correcting erroneous information. Instead, it must be redefined through the transparency of production processes, the traceability of verification mechanisms, and the accountability of institutional decision-making practices. Accordingly, ethics in this study is approached not merely as a normative set of principles but as a dynamic governance field aimed at reconstructing trust at both institutional and public levels.

Finally, this chapter is designed as a critical–conceptual study that examines the literature on synthetic media, deepfake technologies, and digital journalism without relying on an empirical dataset. By situating the concept of new documentalism within the contexts of the verification crisis and epistemic uncertainty, and by relating it to

media ethics and new media theories, the study seeks to provide a conceptual contribution to ongoing debates in the field.

The Rise of Synthetic Media and the Transformation of Visual Reality

In the digital age, the concept of “reality” is undergoing a profound transformation. In a post-truth environment, “felt truths” grounded in personal emotions and beliefs increasingly come to the fore, while the classical understanding of truth based on objective data has receded into the background (Koçbaşı, 2025). In this context, artificial intelligence–driven synthetic media content blurs the boundaries between the real and the fabricated, undermining trust in audiovisual experience and deepening the risk of disinformation (Demir, 2025). Synthetic media should therefore be understood not merely as a form of image manipulation, but as an indicator of a new phase in the information regime in which media platforms both reflect reality and actively shape it. As a consequence, traditional forms of evidence such as photographs and videos have become increasingly contested, and the long-standing principle that “seeing is believing” has gradually been replaced by a more cautious skepticism (Koçbaşı, 2025).

Throughout the history of journalism, photographs and videos have functioned as powerful documentary tools, serving as realistic records of observed events. A video depicting police violence or an image of torture shared on social media, for instance, has often been capable of immediately challenging or invalidating official statements by providing visual evidence. Yet today this evidentiary status has become increasingly fragile. As emphasized by Karataş, visual materials must now be subjected to verification processes in the same way as verbal statements and written documents (Karataş, 2015). Otherwise, an old image circulated in an incorrect context may distort a current event and mislead the public;

in the literature, this phenomenon is referred to as “fauxtography” (Demir, 2025). In this sense, the documentary value of visual materials has ceased to be absolute. Even a photograph assumed to be authentic may become a manipulative instrument when presented within a misleading context. This erosion of the concept of the document inevitably compels audiences and readers to question the origin and production conditions of visual content (Koçbaş, 2025).

Among the most prominent forms of synthetic media are deepfake technologies and generative artificial intelligence applications. Deepfake technologies, based on deep learning algorithms, make it possible to produce audiovisual content that appears highly realistic but is entirely artificial. According to Payne, deepfakes consist of synthetic images, videos, and audio that depict events which never actually occurred, yet are presented as if they were real (as cited in Demir, 2025). Initially developed for entertainment and the film industry, these technologies have rapidly evolved into strategic tools of disinformation. Generative artificial intelligence systems, on the other hand, are capable of producing entirely new texts, images, and sounds by drawing upon large datasets, without relying on any direct real-world source material. As a result, individuals, events, and environments that do not exist in reality can be simulated in highly convincing ways (Koçbaş, 2025).

Deepfake content constitutes a particularly significant risk in the context of political communication. During election periods, the circulation of fabricated images or videos involving political candidates may influence voter behavior indirectly through micro-targeting strategies, even if such content does not directly persuade audiences (Demir, 2025). Similarly, generative AI-driven content introduces speed and diversity into news production while simultaneously raising serious concerns regarding accuracy and ethical responsibility. Moreover, simulation environments created through virtual and augmented reality technologies further blur the

boundary between reality and fiction, evoking Jean Baudrillard's concept of hyperreality. Within this framework, knowledge production can no longer be regarded as stable; instead, it becomes a process that remains continuously open to negotiation (Koçbaşı, 2025).

The proliferation of synthetic media has also produced significant disruptions in verification processes. Rather than relying on a single visual piece of evidence, contemporary verification practices require a multilayered examination of a content's production source, contextual background, and circulation trajectory. The increasing prevalence of AI-generated content has generated what may be described as a "gaslighting" effect, in which individuals begin to doubt even their own perceptions (Demir, 2025). As Mitchell suggests, the principle that "seeing is believing" has lost much of its validity; audiences have become increasingly inclined to question even sources traditionally regarded as reliable (as cited in Koçbaşı, 2025). In this context, the concept of the "liar's dividend" has gained prominence in the literature. This term refers to the way in which the ambiguity produced by synthetic media allows actors to dismiss genuine information as fabricated, thereby undermining trust in verified evidence (Demir, 2025). Consequently, even authenticated documents are now evaluated within a persistent climate of skepticism.

Ultimately, the rise of synthetic media is fundamentally transforming the epistemological foundations of visual reality. The era in which photographs and videos were regarded as unquestionable evidence has largely come to an end, and the very concept of the document has undergone significant erosion. Deepfake videos, generative AI-driven simulations, and emerging media practices have rendered notions such as objectivity and reliability increasingly contested. Under these conditions, journalism, media institutions, and audiences alike must construct a

new architecture of trust centered on data literacy, source criticism, and ethical responsibility (Koçbaşı, 2025; Demir, 2025). Otherwise, the historical evidentiary function of photographs and videos risks becoming entirely obsolete.

The transformation emerging in the age of synthetic media necessitates a theoretical reconsideration of the concept of the document in journalism, moving beyond a purely technical problem of verification. In this context, the concept of the “perception of new documentalism” proposed in this study refers to an approach that situates the credibility of a document not solely in the visual or auditory representation itself, but in the transparency of its production process, the traceability of its contextual framework, and its position within a broader chain of verification. In classical documentary logic, photographs and videos were accepted as evidence carrying direct testimonial value due to their indexical connection to physical reality. Within the framework of new documentalism, however, the reliability of a document is evaluated in relation to the technological tools used in its production, the editorial filters through which it passes, and the ethical framework within which it is presented to audiences. This transformation corresponds to the rupture between representation and reality described in Baudrillard’s theory of simulation, where the visual image can no longer guarantee truth. In the post-truth context, the document no longer provides a self-evident representation of reality but instead becomes an informational object that must be continuously negotiated and supported by verification practices. Accordingly, new documentalism shifts the focus from the ontological status of the document toward its epistemic and ethical conditions, redefining journalistic witnessing not as an absolute claim to truth but as a practice grounded in transparency and accountability.

This transformation also compels a reconsideration of how the concept of the document is defined in journalism. In traditional journalistic practice, documentary logic rests on the assumption that visual and auditory materials maintain a direct physical connection with reality. According to the principle of indexicality, photographs and videos are regarded as material traces of events that occurred at a particular time and place; thus, the visual image functions not only as a complement to narrative but also as the evidentiary core of the news story. Physical witnessing is grounded in the camera's presence at the moment of the event, and this presence elevates the image to the status of "direct evidence." Yet with the proliferation of synthetic media technologies, this epistemological foundation has been profoundly destabilized. Images that do not directly encounter reality but are algorithmically generated or transformed undermine the material basis of documentary logic, rendering the evidentiary value of visual content inseparable from the conditions under which it was produced.

In this context, the emerging "perception of new documentalism" represents an approach that locates the reliability of the document not in the image itself but in the processes of production, verification, and circulation. Within this framework, the visual is no longer treated as a direct representation of truth; rather, it acquires meaning as an informational object whose production conditions are disclosed, whose verification chain is clearly defined, and whose presentation is embedded within a transparent institutional context. Consequently, the document is redefined less as a material trace and more as a structure grounded in verifiability, accountability, and contextual integrity. This shift aligns closely with post-truth debates that emphasize the constructed nature of truth and resonates with Jean Baudrillard's theory of simulation, which highlights the rupture between reality and representation. In the age of synthetic media, the document increasingly functions not as proof

of what happened, but as an indicator of how what is presented as truth has been produced.

Historical and Theoretical Foundations of the Concept of the Document in Journalism

The historical roots of the concept of the document in journalism are closely linked to the emergence of print media. The widespread adoption of the printing press in the fifteenth century enabled the reproduction of information through standardized texts and established the news text as a fundamental pillar of credibility. In the early modern period, newspapers operated within a documentary regime constructed through testimony, official records, and written statements; the credibility of news was largely associated with the institutional legitimacy of written sources (Briggs & Burke, 2009). A similar trajectory can be observed in Ottoman press history. Beginning with *Takvim-i Vekâyi*, official documents functioned as the primary foundation of the state's narrative of truth (Koloğlu, 1992).

During this early period, the concept of the document was predominantly textual in nature. Newsworthiness was defined through the status of the witness, the official character of the document, and its capacity for archival preservation. However, with the development of photographic technology in the nineteenth century, the concept of the document expanded beyond written text, and visual representation began to be regarded as a carrier of truth. Photographs, particularly in contexts of war and crisis, came to be perceived as evidence of “having been there,” thereby strengthening the epistemic authority of the visual document in journalism (Sontag, 2003). Nevertheless, the recognition that photographs generate meaning through framing, selection, and contextualization also revealed that documents are never entirely neutral.

From the early twentieth century onward, the widespread adoption of radio and television introduced oral and audiovisual records into the center of journalistic documentation. Live broadcasts, audio recordings, and video interviews enabled the real-time documentation of events, transforming the document from a static archival artifact into a dynamic form of witnessing. The Watergate scandal represents a significant historical turning point in this regard. The audio recordings attributed to Richard Nixon not only exposed a major political scandal but also demonstrated how oral documentation could become a decisive instrument of public accountability (Schudson, 1992). This case illustrated that documentary authority could be produced not only through written records but also through technically recorded audio forms.

The theoretical examination of the concept of the document has deepened particularly through debates surrounding representation and epistemology. Theories of representation argue that documents presented in media do not simply reflect reality as it is; rather, they reconstruct it within specific discursive and ideological frameworks (Hall, 1997). In this sense, a document contains not only what has occurred but also how it is interpreted and framed. Media archaeology, meanwhile, emphasizes that documents cannot be understood independently of the technological environments in which they are produced. According to Ernst (2012), media documents must be evaluated not only in terms of their content but also in relation to their technical infrastructures and recording systems. This perspective allows the concept of the document in journalism to be analyzed through moments of rupture and transformation rather than through a narrative of continuous historical progression.

With the process of digitalization, the concept of the document has undergone another significant transformation. The publication of the WikiLeaks documents demonstrated that raw

materials released without passing through traditional editorial filters could also play a role in the production of public truth. At the same time, this development highlighted the importance not only of the authenticity of documents but also of their contextualization (Bennett & Livingston, 2018). Similarly, the photographs taken in the Abu Ghraib prison revealed the power of visual documentation to challenge political authority while simultaneously raising questions about how such images were produced and circulated (Butler, 2016).

In the Turkish context, the Soma mining disaster provides a striking example that reveals the relationship between documentation and institutional transparency. The discrepancies between official reports and the documents produced by independent professional organizations demonstrated that documents must be evaluated not only in themselves but also in relation to their production context and accessibility (TMMOB, 2015). This situation illustrates that in journalism the document is not merely a technical form of evidence but also a site of political struggle.

In conclusion, the concept of the document in journalism has historically undergone a multilayered transformation, evolving from written text to audiovisual records and, more recently, to digital data and algorithmic outputs. The document can no longer be considered an absolute guarantee of truth; rather, it has become a fragile structure that requires verification, contextualization, and critical interpretation. Contemporary journalism must therefore approach the document not as a fixed form of evidence but as an epistemic instrument that is continuously questioned and reinterpreted.

Within this framework, the present study proposes the concept of the “new documentary perception” as a conceptual lens for explaining the transformation of the meaning of the document in journalism under conditions of digital and synthetic media. Classical documentary understanding relies on the indexical nature of the

document—that is, its physical and causal connection to reality—while witnessing is assumed to depend on spatial presence at the site of the event, and audiovisual material is regarded as possessing the status of “direct evidence.” However, in a digital environment dominated by synthetic content, AI-generated imagery, and algorithmic circulation, these assumptions are increasingly unsustainable. The new documentary perception redefines the credibility of the document not through a single visual proof but through the transparency of the content’s production process, the traceability of its verification chain, and contextual–institutional transparency. Within this perspective, the document is no longer understood as “reality itself,” but rather as the outcome of a process whose technical, editorial, and institutional conditions of production are explicitly revealed. Consequently, the new documentary approach intersects with post-truth debates and with Jean Baudrillard’s discussions of simulation and hyperreality, offering an ethical, epistemological, and institutional repositioning in response to the erosion of the representational authority of the visual.

Verification Crisis and Epistemic Uncertainty in the Age of Deepfakes

The rapid transformation of media technologies in the digital age has fundamentally altered verification practices in journalism and the epistemic value attributed to documents. With the widespread production of AI-generated synthetic media, the historical credibility of photographs and videos as forms of “evidence” has been significantly eroded, rendering the reality claims of audiovisual materials increasingly contested. In particular, deepfake technologies generate highly realistic yet fabricated content, undermining the long-standing assumption that “seeing is believing” and intensifying epistemic uncertainty in journalism (Yadav, Ross, & Hancock, 2025). In this context, although truth and credibility remain enduring ethical principles of journalism, the

ways in which these principles are implemented must be reconsidered within the digital media environment (EJN, 2018).

In traditional journalistic practice, documents were primarily represented through editorially verified written texts, photographs, and recorded audiovisual materials. Within this structure, the reliability of documentation was secured through institutional sources, professional witnessing, and multiple layers of editorial scrutiny. With the emergence of online journalism, however, the production of documentary material has accelerated dramatically, and user-generated content as well as social media posts have become central components of the news flow. This transformation has expanded the responsibility for verification beyond journalists alone, turning it into a shared task within the broader media ecosystem. The prioritization of speed and circulation often renders contextual, temporal, and source verification secondary, thereby necessitating a new understanding of documentation.

Deepfake technologies represent one of the most striking manifestations of this transformation. Synthetic images and audio generated through deep learning algorithms not only produce false information but also enable the denial of authentic content. According to Koçbaşı (2025), in the age of synthetic media the document has ceased to function as an ontologically stable indicator of reality and has instead become a fragile data object that requires verification. This situation is described in the literature through the concept of epistemic uncertainty, referring to the weakening of individuals' ability to determine which information is accurate (Yadav et al., 2025). Furthermore, increasing awareness of deepfakes paradoxically erodes trust even in genuine images, leading to a climate in which verified documents are also approached with suspicion (Twomey et al., 2023).

Such epistemic uncertainty becomes visible not only in political content but also in events with high public impact that lack

a direct ideological dimension. During periods of disaster, the circulation of old images or visuals from different geographical contexts as if they belonged to current crises can generate public panic and misinformation. In Türkiye, various fact-checking platforms have debunked such images shared during earthquakes and wildfires through reverse image searches and source analysis (Doğrulab, 2023). Similarly, AI-generated fake treatment videos and images circulating in the health domain have undermined public trust in scientific knowledge and encouraged harmful health behaviors (Stimpson, 2025). In recent years, AI-generated simulations of traffic accidents and disasters have also been circulated as if they depicted real events, further calling into question the evidentiary value of visual documentation (Reuters, 2024).

These examples clearly demonstrate that within the new documentary framework, the document is no longer sufficient in itself. Its meaning emerges through the context of its production, the platform of its circulation, and the processes of its verification. At this point, media ethics plays a central role in addressing the verification crisis. According to Ward (2019), journalism ethics in the digital age must involve not only preventing misinformation but also making verification processes transparent and visible. Explicitly identifying the sources of audiovisual materials, publicly sharing verification methods, and issuing corrections when errors occur are critical steps in rebuilding epistemic trust.

Similarly, UNESCO (2023) emphasizes that media literacy in the age of artificial intelligence cannot be limited to technical skills alone but must be supported by ethical awareness and critical thinking. This perspective positions the new documentary understanding as a public practice that assigns responsibility not only to journalists but also to audiences and readers. Verification thus evolves from a purely professional technical operation into a broader social practice of trust.

In conclusion, the verification crisis in the age of deepfakes fundamentally transforms the historical meaning of the document in journalism. The era in which photographs and videos were accepted as direct evidence has come to an end; the document has become an epistemic structure that must be continuously questioned and verified. This transformation redefines journalism not merely as a profession that transmits information but as a field grounded in ethical responsibility and the construction of public trust. When considered together with media ethics and a culture of critical verification, the new documentary approach offers a powerful framework for reestablishing the epistemic legitimacy of journalism in the age of synthetic media.

The New Documentary Perception: Reconstructing Witnessing, Evidence, and Trust

In the digital media environment, the traditional understanding of documentation has undergone a profound transformation. Documents are no longer limited to printed records or archival materials; they now circulate through digital objects such as photographs, videos, and social media posts. Within this new environment, the evidentiary status of content is continuously questioned, and the reconstruction of trust has become a central challenge. According to Bennke (2023), this situation requires verification to be addressed not as a singular editorial practice but within a multilayered “network of verification tools.” In this framework, not only the verification of sources but also traceability mechanisms supported by technologies such as blockchain gain significance in the production of trust. Consequently, the production of evidence is no longer confined to the professional oversight of journalists; it must also be considered alongside digital certificates, technical infrastructures, and platform policies. Indeed, the algorithmic structures of digital platforms, which are based on user engagement, tend to prioritize emotional or sensational content,

thereby facilitating the rapid spread of misinformation while reducing the visibility of accurate information (Akyüz et al., 2021). This situation reveals a structural tension between the engagement-driven economic logic of platforms and the public principle of factual accuracy.

With digitalization, the concept of witnessing has also been reshaped at both individual and collective levels. Today, almost anyone can record an event using a smartphone and instantly share that record with large audiences. The act of recording with smartphones largely occurs in the form of “witnessing an event and transmitting that witnessing through social media” (Pantti, 2019). The fact that audiovisual content production has become accessible to ordinary users has introduced a participatory dimension of collective witnessing into the news production process. The widespread use of mobile phones, drones, and similar digital recording devices has normalized this rapid witnessing practice. During earthquakes, accidents, or moments of social crisis, images shared by citizen reporters from the scene quickly circulate on social media and are repeatedly shared by numerous users, thereby forming a collective witnessing space. However, the direct and unfiltered circulation of such content also generates significant concerns regarding reliability. For this reason, the credibility of user-generated posts can only be established through independent verification processes conducted at later stages.

Within this context, the evidentiary status of digital content is constantly subjected to debate, and epistemic trust is repeatedly reconstructed. As Bennke (2023) notes, the function of evidence has, in many respects, been reversed: even images capable of proving reality may be declared false through AI-assisted analyses. This situation is related not only to the proliferation of synthetic content but also to the limited trust placed in verification tools themselves. Bennke (2023) draws attention to the fact that AI-based analytical

systems may also produce erroneous results, emphasizing that absolute trust in visual perception and technical tools is no longer possible. This environment, shaped by algorithmic mediation, creates a clear epistemic rupture for journalism. Similarly, Akyüz ve diğerleri (2021) argues that engagement-oriented algorithms tend to prioritize emotional content, thereby accelerating the circulation of misleading information. This pattern indicates that digital platforms prioritize visibility and engagement economies rather than a public responsibility centered on truth. Experts warn that the increasing reliance of platforms on community-based or automated systems instead of independent verification mechanisms may further weaken collective trust.

New media technologies have also transformed the form and scale of journalistic witnessing. Through social networks and visual sharing platforms, news circulation based on user contributions has significantly accelerated. Images shared by users during natural disasters, accidents, or unexpected events rapidly generate widespread interaction and evolve into collective witnessing practices. However, this development simultaneously intensifies concerns regarding the reliability of news sources. Content that has not passed through editorial scrutiny can gain credibility among audiences only when supported by the comparison of evidence from multiple perspectives and by expert evaluations.

Within this new context, verification platforms and algorithms assume decisive roles. Recent studies indicate that there are hundreds of active fact-checking initiatives worldwide (Akyüz et al., 2021). Nevertheless, the preference of some digital platforms for proprietary algorithmic solutions rather than independent verification mechanisms introduces new risks in preventing the spread of misinformation. In community-based verification models, factors such as user interaction and identity may influence decision-making processes, thereby distancing judgments of truth from

objective criteria. According to Akyüz ve diğerleri (2021), this situation is a consequence of platform capitalism: profit-oriented algorithmic systems prioritize the interaction potential of content rather than its accuracy. These dynamics also weaken trust in independent fact-checking initiatives.

In conclusion, the understanding of documentation in digital journalism is being redefined through its close interrelation with the concepts of witnessing and trust. While digitalization opens journalism to the participation of broad audiences, the susceptibility of the evidence produced through such participation to manipulation generates a new epistemic rupture. For this reason, media ethics in the digital age must prioritize verification strategies centered on concepts such as chains of evidence and traceability. However, these technical measures cannot establish lasting trust unless they are supported by ethical transparency and principles of editorial responsibility. The restoration of public trust in the media in the digital era can only be achieved through such a comprehensive approach.

Journalism Ethics and Transparency: The Conditions of Living with Synthetic Content

This section approaches the ethical debate through the paradigm of accountability in media ethics. This perspective emphasizes not only the accuracy of content in journalistic practices but also the clear justification of the conditions under which information is produced, the verification processes it undergoes, and the editorial decisions through which it is presented to the public. In the digital journalism environment, the proliferation of AI-assisted synthetic content—such as deepfake videos, artificial voices, generative images, and automated texts—necessitates a reconsideration of the fundamental pillars of journalism: truth, documentation, witnessing, and trust. In this context, journalism

ethics transcends its role as merely a set of professional norms and assumes a central function in reconstructing public trust in the age of synthetic media. In particular, the transformation of the production processes of visual and auditory documents through automation renders the ontological status of news increasingly contested; the evidentiary value of the document is now questioned according to the degree of technological mediation involved (Koçbaş, 2025).

In traditional journalism, the document has been regarded as an element—whether printed or audiovisual—that is directly connected to physical reality and carries the value of witnessing. However, AI-generated content in the digital environment weakens this assumption of directness, turning the source, production process, and intention of the document into an ethical field of evaluation. For this reason, the core principles of journalism ethics—truthfulness, impartiality, transparency, and accountability—must be applied in a stricter and more explicit manner in the era of synthetic content (Press Council, 2024).

An examination of institutional media practices in Türkiye reveals that ethical responses to this transformation have developed particularly within the contexts of public broadcasting and agency journalism. The ethical guidelines issued by Anadolu Agency regarding the use of artificial intelligence emphasize that synthetic content may be used in news production only under human supervision and with explicit disclosure (Anadolu Agency, n.d.). Similarly, publications of TRT Academy state that AI-assisted content should not be presented in a manner that distorts the interpretive framework of news or creates a misleading perception of reality among audiences (TRT Academy, 2025). This approach aligns with the classical journalistic understanding that ethical responsibility belongs not to technological tools but to editorial decision-making processes.

In the European context, institutions with strong traditions of public service broadcasting have increasingly adopted ethical transparency as an institutional principle in response to synthetic media. In the case of Deutsche Welle, content generated by artificial intelligence is required to be clearly labeled in a way that prevents it from being perceived as authentic reality, and audiences must be informed accordingly (Kasper-Claridge, 2023). This approach does not entirely exclude synthetic content; rather, it favors its use within clearly defined ethical boundaries and a transparent editorial framework—an orientation consistent with the emerging understanding of “new documentary practice.” In this perspective, the document is no longer merely “a record of what happened,” but a narrative element whose production conditions are disclosed, contextualized, and ethically framed.

A comparison of institutional media practices in Türkiye and Europe reveals that ethical responses to synthetic content are grounded in different institutional logics. In the European context, the verification crisis is largely addressed through regulatory frameworks and legal norms; principles such as transparency, labeling, and platform responsibility are supported by legal enforcement mechanisms. Regulatory initiatives such as the Digital Services Act and artificial intelligence governance frameworks reflect a macro-level approach aimed at structurally limiting the circulation of synthetic content. In contrast, the response to synthetic media in Türkiye has primarily developed through editorial ethics, institutional guidelines, and professional principles. Ethical directives issued by institutions such as Anadolu Agency and TRT emphasize professional responsibility and public trust rather than legal obligation, seeking to ensure verification and transparency through institutional self-regulation. This difference indicates that the verification crisis is not merely a technological issue but also

reflects structural divergences in how ethical responsibility is institutionalized within different media systems.

With the emergence of synthetic content, transparency in journalism extends beyond the traditional practices of citing sources or explaining editorial processes. It also involves disclosing the technological tools used in the production of news. The labeling of texts, images, or videos produced with the assistance of artificial intelligence has become not merely an ethical preference but a requirement of public responsibility (Press Council, 2024). From the perspective of ethical theory, deontological approaches and public-interest-based frameworks both emphasize transparency as essential to safeguarding the audience's right to accurate information.

The comparison between Türkiye and Europe demonstrates not only differences in institutional practices regarding synthetic content but also varying degrees of institutionalization in approaches to documentation and verification in journalism. In Europe, responses to synthetic media and verification challenges are largely shaped through regulatory frameworks, legal norms, and platform accountability. European Union regulations concerning digital services and artificial intelligence propose a structural model that distributes verification responsibilities not only to journalists but also to the platforms that manage the circulation of content. In contrast, in Türkiye the issue of synthetic content and verification is addressed primarily through editorial ethics, institutional guidelines, and professional self-regulation mechanisms. Institutional media organizations seek to build trust through internal ethical codes, verification teams, and editorial decision-making processes rather than through formal legal regulations. This distinction indicates that verification in Europe has become institutionalized as a normative and legal responsibility, whereas in Türkiye it largely functions as a professional ethical practice grounded in institutional initiative. Consequently, the fundamental difference between the two contexts

lies in the question of who guarantees verification and through which mechanisms.

Moreover, media literacy emerges as a complementary element of ethical journalism in the age of synthetic content. Ensuring that both journalists and audiences possess the knowledge and awareness necessary to identify AI-generated content is critical for mitigating the effects of the verification crisis (Olanipekun & Olakoyenikan, 2022).. Ethical AI debates within the European Broadcasting Union (EBU) similarly emphasize the need to establish a bridge between institutional ethical principles and public awareness (European Broadcasting Union, 2025).

In conclusion, the conditions of living with synthetic content do not require the reinvention of journalism ethics but rather its more visible, systematic, and binding implementation. While the new documentary perception rethinks the concepts of witnessing and evidence within a technological context, the reconstruction of trust becomes possible through ethical transparency, editorial responsibility, and public accountability. Within this framework, institutional media examples demonstrate that sustainable journalistic practice grounded in ethical principles remains possible despite the inevitability of synthetic media.

Conclusion: From the Verification Crisis to the Transformation of the Knowledge Regime

The discussions presented in this book chapter demonstrate that the impacts of synthetic media—particularly deepfake technologies—on journalism, documentary practices, and the public knowledge regime cannot be understood merely as technical or ethical issues; rather, they signal a deeper epistemic transformation. The “evidentiary value” historically attributed to visual and auditory recordings has been radically eroded with the advent of digitalization and AI-assisted production tools. This shift has made it necessary to

reconsider verification processes, the concept of witnessing, and the institutional relationships of trust that underpin journalism.

Classical journalistic ethics has traditionally been structured around the principles of truth, objectivity, and accuracy, with visual and documentary materials regarded as key carriers of these values. However, the proliferation of synthetic content has called into question the ontological assumptions underlying this normative framework. The central problem is no longer limited to identifying “misinformation”; rather, it concerns how information is produced, through which technical infrastructures it is generated, and within which institutional contexts it circulates. In this sense, verification is no longer a post-content control mechanism but increasingly becomes an institutional reflex that must be integrated into the production process from the very beginning (Wardle & Derakhshan, 2017).

Examples from Türkiye and Europe demonstrate that this transformation is unfolding at different scales and speeds. While regulatory frameworks such as the Digital Services Act (DSA) and the Artificial Intelligence Act (AI Act) implemented within the European Union establish a new normative foundation concerning the labeling of synthetic content, transparency obligations, and platform responsibility (European Commission, 2023), institutional media in Türkiye appear to respond to these developments primarily through editorial guidelines, ethical principles, and fact-checking initiatives (Çetinkaya & Karlı, 2018). This contrast indicates that the verification crisis is not solely related to technological capacity but is also closely tied to the structural characteristics of different media systems.

One of the central arguments advanced throughout this study is that a “new documentary perception” emerging in documentary and journalistic practices redefines witnessing not as a claim to absolute truth but as a relational, contextual, and transparent

narrative practice. In the age of synthetic media, trust no longer depends solely on the content itself; instead, it relies on the explicit disclosure of production conditions, the visibility of the technologies used, and institutional accountability (Floridi, 2014). Within this framework, ethics ceases to function as a fixed set of norms and instead becomes a dynamic and situational field of governance.

Ultimately, the verification crisis does not signify the end of journalism; rather, it represents a critical threshold for rethinking the public circulation of knowledge. This crisis positions media institutions not only as content producers but also as epistemic intermediaries and architects of knowledge. The transformation of the knowledge regime therefore requires the combined consideration of technical solutions, ethical theories, new media scholarship, and institutional practices. By placing the phenomenon of verification at the center of its analysis, this study seeks to contribute to ongoing theoretical and empirical debates in communication studies concerning journalism ethics and documentary practices in the age of synthetic media.

Kaynakça

- Akyüz, S. S., Gülnar, B., & Kazaz, M. (2021). Yeni medyada haber güvenilirliği sorunu: Üniversite öğrencilerinin sahte/yalan haberlere yönelik doğrulama refleksleri. *Opus International Journal of Society Researches*, 17(36), 2816-2840.
- Anadolu Ajansı. (2025). Medyada Yapay Zeka Etik Kullanım Rehberi. AA Haber Akademisi.
- Basın Konseyi. (2024). “Bir Güven Hikayesi: Dijital Çağda Güneydoğu Avrupa ve Türkiye’de Kaliteli Gazeteciliğe Giden Yollar” Deklarasyonu. Basın Konseyi.
- Baudrillard, J. (2003). Simülakrlar ve Simülasyon (O. Adanır, Çev.). Doğu Batı Yayınları. (Orijinal eser 1981’de yayımlanmıştır)
- Bennett, W. L., & Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122–139.
- Bennke, B. (2023). Digital verification and epistemic trust in the age of synthetic media. *Journalism Studies*, 24(1), 1–17.
- Briggs, A., & Burke, P. (2009). A social history of the media: From Gutenberg to the Internet. Polity Press.
- Butler, J. (2016). *Frames of war: When is life grievable?* Verso.
- Çetinkaya, A. & Karlı, İ. (2018). Haberciliğin değişen pratikleri: Çoklu ortam, çoklu yetenek, çevrimiçi gazetecilik. *AJIT-e: Academic Journal of Information Technology*, 9(35), 17-30.

- Demir, M. (2025). Gerçek mi, kurgu mu? Deepfake teknolojisi ve dezenformasyon çağı. Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 40, 142–177.
- Ernst, W. (2012). Digital memory and the archive. University of Minnesota Press.
- European Broadcasting Union (EBU). (2025). AI Ethics Group. EBU. (Erişim: ebu.ch)
- European Commission. (2023). The Digital Services Act package. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-services-act-package>
- Floridi, L. (2014). The fourth revolution: How the infosphere is reshaping human reality. Oxford University Press.
- Hall, S. (1997). Representation: Cultural representations and signifying practices. Sage.
- Karataş, E. O. (2015). Geleneksel gazetecilikten dijital gazeteciliğe dönüşüm: Radikal Gazetesi örneği.
- Kasper-Claridge, M. (2023). What is Deutsche Welle's approach to generative AI? Deutsche Welle.
- Koçbaş, Ö. (2025). Hakikat Sonrası Çağda Sentetik Medya Olgusu: Gerçeklik Algısı ve Etik Sorunsalı. 4. Boyut Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi, 26, 124–145.
- Koloğlu, O. (1992). Osmanlı'dan günümüze Türkiye'de basın. İletişim Yayınları.
- Olanipekun, S. O., & Olakoyenikan, O. (2022). Ethical implications of generative AI in journalism: Balancing innovation, truth,

- and public communication trust. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 16(3), 1293
- Pantti, M. (2019). Journalism and witnessing. In *The handbook of journalism studies* (pp. 151-164). Routledge.
- Reuters. (2024). Artificial intelligence-generated images and misinformation challenges in digital media. Reuters Institute Digital News Report.
- Schudson, M. (1992). *Watergate in American memory*. Basic Books.
- Sontag, S. (2003). Başkalarının acısına bakmak. *Agora Kitaplığı*.
- Stimpson, J. P., Park, S., Adhikari, E. H., Nelson, D. B., & Ortega, A. N. (2025). Perceived Health Misinformation on Social Media and Public Trust in Health Care. *Medical care*, 63(9), 686-693.
- TMMOB, (2015). Soma maden faciası teknik inceleme raporu. Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği.
- TRT Akademi, (2025). Etkili ve Doğru Haber İçerikleri Nasıl Oluşturulur? TRT Akademi.
- Twomey, J., Ching, D., Aylett, M. P., Quayle, M., Linehan, C., & Murphy, G. (2023). Do deepfake videos undermine our epistemic trust? A thematic analysis of tweets that discuss deepfakes in the Russian invasion of Ukraine. *Plos one*, 18(10), e0291668.
- UNESCO. (2023). Guidance on generative AI and freedom of expression. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.

- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe.
<https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>
- Yadav, S., Kesharwani, A., & Sharma, D. (2025). Blurred Boundaries of Truth: A Review of Deepfakes and Fake News. *Journal of Internet Commerce*, 1-23.

BÖLÜM 5

GASSAL DİZİSİNDE KİMLİK VE ANLAM TEMALARI: BAKİ'NİN VAROLUŞSAL YOLCULUĞU

ÖMER FARUK TOSUN¹
BAHAR ÖZTÜRK²

Giriş

I. ve II. Dünya savaşı sonrasında insanların yaşadığı bunalım özellikle Avrupa ülkelerinde oldukça güçlü bir etki yaratmıştır. Bu etki insanın bütün niteliklerinin irdelenmesine sebep olmuştur. Bu büyük yıkımın beraberinde somut bir olgunun yanı sıra var olmanın soyut etkileri de ele alınır. 20.yüzyılın felsefe akımı olan Varoluşçuluk, bireyin herhangi bir ilke, kural ya da kısıtlamaya tabi olmadan varlığını ortaya koyması ve sürdürmesi ilkesine dayanmaktadır (Genç, 2007, s. 78). Varoluşçuluk kavramı, kökeni itibarıyla ‘‘varoluş’’ (existence) teriminden türemekte; Fransızca ‘‘existentiel’’ ve İngilizce ‘‘existential’’ gibi sıfatlarla da desteklenen bu terim, Türkçede ‘‘-çuluk’’ ekiyle felsefî bir akıma dönüşmektedir. Kavram en temelde bireyin somut gerçekliğini ve toplumsal bağlam

¹Yüksek Lisans Öğrencisi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı Orcid: 0009-0002-6598-0751

² Doç. Dr., İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, Orcid: 0000-0002-9470-9664

içindeki bireyselliğini temel alan bir düşünce sistemi olarak tanımlanır (Yanat, 2008, s. 3). İlk varoluşçu kuramcılar, “olma” kavramını derinlemesine sorgulamadıklarını, onu yalnızca dilsel öge (bağlaç ya da yüklem) gibi yüzeysel şekilde ele aldıklarını ifade etmişlerdir. 19. yüzyıldan günümüze kadar “olmak” kavramı başlı başına bir gerçeklik olarak kabul edilmeye başlamış olsa da aslında “var olmak” kavramı çok yaygın kullanılan fakat derin anlamı kolayca unutulmuş felsefenin en bilinmez uğraşlarından biri olarak değerlendirilmektedir (Çelik, 2012, s. 42).

Varoluşçuluk, bilgi ve yöntem anlayışı açısından kökenini, Fenomenolojinin kurucusu olan Alman filozof Edmund Husserl’in (1859-1938) düşüncelerinden almaktadır. Husserl doğrudan bir varoluşçu olmamasına rağmen, özellikle bilgi kuramı alanındaki görüşleriyle bu akıma zemin hazırlamıştır. Husserl’in yaklaşımında, “içsel deneyim, dış dünyaya ilişkin algı olmadan mümkün değildir” düşüncesi belirleyicidir (Sarıoğlu, 2014, s. 245). Varoluşçuluk düşüncesi, tarihsel süreçte birçok düşünür ve edebiyatçının katkısı beraberinde şekillenmiştir. Jean- Paul Sartre, Albert Camus, Franz Kafka ve Andre Gide gibi isimler, bu akımın edebi ve felsefi temsilleri arasında sıklıkla anılmaktadır. Beraberinde, varoluşçuluğu açıkça bir felsefi yönelim olarak benimseyip sistemli biçimde savunan Sartre, akım içerisinde merkezi bir konumda değerlendirilmektedir (Çalgüner, 2019, s. 293). Varoluşçuluk, Weil tarafından bunalım, Marcel tarafından özgürlük arayışı, Benda tarafından ise irrasyonalizm olarak değerlendirilir. Fakat bu yorumlar, çoğunlukla felsefi öğretinin yalnızca tek bir yönünü yansıtır. Sartre ise, varoluşçuluğu “özden önce varoluş ilkesine dayandırır. Bu, insanın önce dünyaya atıldığını, sonra kim olacağına eylemleriyle karar verdiğini ifade eder (Sartre, 1985, s. 7). Varoluşçuluğa dair tek bir tanım olmasa da, ortak bazı ilkeler ortaya çıkmaktadır. Bu ilkeler arasında varoluşçuların birleştiği temel görüş, insanın özünün varoluşundan sonra geldiği düşüncesidir.

İnsan, kendi özünü eylemleriyle seçer; bu da, seçim yapabilmek için ilk olarak var olmanın zorunlu olduğunu gösterir (Bender, 2009, s. 25). Varoluşçuluk, sadece teorik bir felsefe olarak kalmamış, düşünsel etkisini edebiyattan psikolojiye, dinden siyasete, kadar birçok alana yayarak geniş bir etki sahası oluşturmuştur. Bu durum, varoluşçuluğun akademik çevrelerin dışına taşarak, gündelik hayatın sorunlarına hitap edebilmesinden kaynaklanmaktadır. Özellikle bireyin anlam arayışına dair sunduğu açıklamalar onun sanat ve kültür alanlarında da güçlü bir karşılık bulmasına neden olmuştur (Koç, 2018, s. 795).

Bu araştırma, TRT'nin Tabii platformundan yayınlanan Gassal dizisinde Baki karakterinin yaşamındaki dönüşümün varoluşsal temalarla birlikte nasıl kesiştiğini incelemeyi amaçlamaktadır. Baki'nin içsel çabası, varoluşçuluğun esas sorunlarından biri olan varoluşsal kaygılar ve ölümle olan ilişkisi ile doğrudan bağlantılıdır. Bu araştırma, Baki'nin kimlik arayışını, özgürlüğünü ve anlam arayışını anlamaya çalışırken, varoluşçuluk felsefesinin bu süreçte nasıl bir çerçevede yansıtıldığını incelemeyi hedeflemektedir. Çalışmada, 1. ve 2. sezon olmak üzere toplamda 20 bölümden oluşan Gassal dizisinin başrol karakteri olan Baki'nin replikleri ve eylemleri, felsefi eleştiri yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Bu doğrultuda, nicel bir veri dökümü veya betimsel bir sınıflandırma yerine, eserin içerdiği düşünsel "idea"yı ve iletileri açığa çıkarmayı amaçlayan bir okuma gerçekleştirilmiştir. İnceleme sürecinde, Baki karakterinin içsel yolculuğu ve yaşadığı ontolojik krizler; dizinin anlatı yapısı içerisinden seçilen sahneler üzerinden takip edilmiştir. Belirlenen bu sahneler, kaygı, özgürlük, ölüm ve özcülüğün reddi gibi varoluşçu felsefenin temel kavramlarıyla ilişkilendirilmiş ve karakterin varoluşsal duruşu, ilgili felsefi görüşler ışığında temellendirilerek yorumlanmıştır.

Yöntem

Felsefi üretim sürecinde eleştiri, filozofun tek amacı olmasa bile düşünsel etkinliğin kaçınılmaz bir bileşenidir. Filozoflar, hem geçmişten gelen düşünce mirasını hem de çağdaş tartışmaları eleştirel bir süzgeçten geçirerek kendi özgün felsefi anlayışlarını bu süreçte inşa ederler. Bu bağlamda eleştiri, felsefi etkinliğin doğasını belirleyen kurucu bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Özellikle felsefi görüşlerin temellendirilmesi, kavranması ve derinlemesine çözümlenmesinde felsefi eleştiri yöntemi kilit bir rol oynamaktadır (Serin, 2023, s. 186).

Bu doğrultuda araştırmada nitel bir yaklaşım benimsenmiş ve yöntem olarak felsefi eleştiri kullanılmıştır. Araştırmanın kapsamını Tabii platformunda yayımlanan Gassal dizisi oluşturmaktadır. Dizinin 1. ve 2. sezonlarında yer alan toplam 20 bölüm, eserin biçimsel özelliklerinden ziyade içerdiği düşünsel iletileri ve ontolojik katmanları açığa çıkarma amacıyla incelenmiştir.

Varoluşçulukta Temel Kavramlar

Farklı düşünülerin tanımları doğrultusunda şekillenen varoluşçu temalar, bireyin özne olarak konumlanışa dair çok katmanlı okumalar sunmaktadır. Heidegger, insan varoluşunu hem ontik hem de ontolojik düzlemde ele almaktadır. Bu nedenle onun için ‘‘zaman’’ ile varlık birbirinden ayrılmayan kavramlardır (Ökten, 2022, s. 16). Flynn’a göre (2006) varoluş beş temel temadan oluşmaktadır. Bunlar sırasıyla varoluşçuluğun özden önce gelmesi, zamanın yaşamsal niteliği, birey merkezli bir hümanizm, özgürlük ve bununla gelen sorumluluktur. Crowell (2012) ise, varoluşçuluğu tanımlayan temel kavramları özcülüğün reddi, özden önce varoluşa öncelik verilmesi, öznel deneyimin önemi, bireyin sorumluluğu, özgürlüğün anlamı, kaygı, ölüm, suçluluk, vicdan ve adanmışlık gibi unsurlar olarak tanımlamaktadır. Çalışmanın bu bölümünde, varoluşçu felsefesinin temel temaları kuramsal bir çerçevede

incelenerek Gassal dizisi kaygı, özgürlüğün anlamı, ölüm ve özcülüğün reddi olmak üzere toplam dört başlık altında ele alınmaktadır.

Varoluşçulukta Kaygı

Varoluşçu filozoflar, kaygı kavramını ele aldıklarında onu genelde korkudan ayırarak değerlendirir. Korku, belirli ve somut bir nesneye ya da duruma bağlı olarak gelişen bir duygudur. Örneğin; yükseklik korkusu yaşayan biri sadece yüksek bir mekânda bu korkuyu hisseder ve bu durum ortadan kalktığında korku da sona erer. Fakat kaygı, belirli bir nesneye bağlı değildir; bireyin tüm varoluşunu etkileyen geçici değil sürekli bir ruh halidir. Kaygı hissi bireyi derin bir iç sorgulamaya yönlendirir, yaşamın anlamı ve kendi varlığı üzerine düşünmesini sağlar. Ölümden duyulan korku ile ölümün gerçekliği karşısında hissedilen iç daralması arasında fark vardır. Ölümün gerçekliği karşısında hissedilen iç daralması, korkudan ziyade kaygıdır. Bu nedenle varoluşçu düşünürler, kaygıyı olumsuz bir duygu olarak değil, bireyin kendi varlığını anlamlandırmasına yardımcı olan bir uyarıcı olarak görürler. Kaygı, bireyin yaşamı boyunca deneyimleyeceği sürekli ve dönüştürücü bir bilinç durumudur (Topakkaya & Urtekin, 2012, s. 281). Kierkegaard ve Heidegger'in kaygı anlayışlarının bütüncül şekilde değerlendirilebilmesi için, bu filozofların şekillendiği dinsel ve kültürel bağlamların dikkate alınması önemlidir. Özellikle her iki düşünürün de dini geleneklerle kurduğu ilişkiler, onların kaygıyı anlamlandırma biçimlerini derinden etkilemiştir (Wu, 2024). Kierkegaard'ın varoluşsal kaygı anlayışı, onun edebiyata yakın üslubu ve Sokratçı "kendini bil" yaklaşımıyla yakından ilişkilidir. Ona göre birey, kendisini ancak var oldukça tanır ve bu tanıma süreci, kişinin kendi potansiyelini gerçekleştirilmesiyle sağlanır. Kaygı, insanın sonluluğunu fark ettiği anda ortaya çıkar ve bu yüzden herhangi bir nesneye değil hiçliğe yönelir (Deren, 1999, s. 105). Heidegger, Dasein'ı (insan varoluşunu) ortaya koymak

amacıyla bütün varlık türlerini bu temele indirgemeye çalıştığı temel ontoloji yaklaşımında, Dasein'ın bütün yapısını açığa çıkarabilecek özel yönteme ihtiyaç duymuştur. Bu yüzden, kaygı kavramı üzerinde ayrıntılı biçimde durur; çünkü kaygı, bu yapının derinlemesine anlaşılmasında önemli bir anahtardır (Dreyfus, 1991). Kaygı kavramı, ontolojik olarak değerlendirildiğinde, insan benliğinin oluşum sürecindeki belirleyici rolüyle öne çıkar. Özellikle nesnesinin 'hiçlik' olması, kaygının yalnızca psikolojik bir durum değil, aynı zamanda insanın varoluşsal yönelimini belirleyen bir güç olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda kaygı, bireyin hiçlik durumundan varoluşa sıçramasını sağlayan uyarıcı ve itici bir unsur olarak kabul edilir (Manav, 2011, s. 210). Bu bağlamda, araştırma varoluşsal kaygı temasını Baki karakterinin yaşadığı içsel gerilimlerin ve dönüşümün ışığında değerlendirmektedir.

Varoluşçulukta Özgürlüğün Anlamı

Kişilik ve özgürlük sorunları, felsefe tarihinde ilkçağ filozoflarından bu yana tartışılacelmiş konular arasında yer almaktadır. Fakat bu temalar, özellikle 19. ve 20. yüzyılda gelişen varoluşçu düşünceyle daha derinlikli biçimde ele alınmıştır (Müminov, 2016, s. 10). Varoluşçuluk anlayışına göre, birey özsel ve evrensel bir tasarımdan önce gelir; yani kişi, kendi özgürlüğü doğrultusunda seçimleriyle özünü inşa eder ve böylelikle yaşamına anlam kazandırır (Çoşkun, 2015, s. 101). Satre'ın özgürlük anlayışının temelinde, insanın özünün önceden belirlenmemiş olması yatmaktadır. Bu bağlamda özgürlük, insanın doğuştan herhangi bir yazgıya ya da belirlenmiş bir 'öz'e sahip olmaması anlamında kullanılır (Akkoç, 2019, s. 222). Bu anlayış, etik öznelciliğin bir biçimi olarak değerlendirilmekte ve bireyin özgür seçimlerinin onun değerlerini temsil ettiği ileri sürülmektedir (Akinbode, 2023). İnsan varoluş yolculuğunda durağan bir varlık değil, sürekli olarak gelişen, dönüşen ve eylemde bulunan özne olarak karşımıza çıkar. Bu süreç, bireyin özgür iradesiyle

gerçekleştirdiği tercihler ve aldığı kararlar doğrultusunda şekillenir. İnsanın nesnelere ve çevresine yönelik ilişkisi, sadece dışsal koşulların değil, aynı zamanda içsel bir yönelişinde ürünüdür. Kendi yaşamını her defasında yeniden inşa eden birey, böylece varoluşunu bilinçli olarak gerçekleştirme imkânı sağlar (Çavuşoğlu, 2024). Birey, yaptığı her tercihle kendi yaşamının şekillenmesinde aktif bir rol oynadığını fark ettiğinde, bu özgürlük deneyimi kaygı verici bir hale gelebilir (Yalom, 1999) Bu bağlamda, özgürlük, varoluşçuluğun sadece teorik bir ilkesi değil; bireyin kendi yaşamını inşa etme cesaretine dayanan ontolojik bir zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır.

Varoluşçulukta Ölüm

Ölüm felsefesi, varlık ve yokluk çerçevesinde varoluşçu fikri ve düşünce sahiplerini ayrıntılı bir şekilde inceleyen ve hayatın anlamını-önemini öne çıkaran bir alan olmuştur. Bu çerçevede varlık anlamındaki kasıt diğer hayat anlayışının varlığının ve inancının olmasıdır. Yokluk kavramın içeriği ise bu dünya hayatının(insan, hayvan, bitki) tümüyle son bulması ve sona ermesi olmuştur. İnsanoğlunun en çok düşündüğü konulardan biri de kuşkusuz ölümdür. Bunun da ölümün bilinçli şekilde tam olarak deneyimlenmemesinden kaynaklanan kaygı ve korkudan ileri sürüldüğü; dolayısıyla ölüm hakkında çok konuşulmasına rağmen tatmin edici bilgi edinilemeyen ölümün, kimilerine göre bir yok oluş ve hiçlik, kimilerine göre ise hakiki hayatın başlangıcı olarak görülmektedir (Çavuşoğlu, 2019, s. 117). Bu kapsamda varoluşçu felsefeciler tarafından ölüm kavramının nasıl ilişkilendirildiği sorgulanmaktadır (Polat & Aşkın, 2017, s. 42). Yalom’a göre, varoluşu psikoterapide ölüm, bireyin karşı karşıya olduğu en temel kaygılardan biridir ve diğer varoluşsal sorunlarla da iç içedir (Yalom, 1999). Kierkegaard’a göre ölüm, yalnızca bedensel sona işaret etmemektedir. Bireyin Tanrı ile kurduğu ilişki içinde anlam kazanan varoluşsal bir sınavdır. İbrahim’in oğlunu kurban etme buyruğu,

sadece ölüm korkusunda değil, aynı zamanda Tanrı'ya duyulan inançla bireyin özgürlüğü ve ahlaki yükümlülükleri arasındaki çatışmayı ortaya koyar. Bu durum, insanın ölüm karşısında sadece yaşamın sonunu değil, inancının ve sorumluluğunun da sınındığı bir anla yüzleştğini göstermektedir (Kierkegaard, 2022). Sartre ise, bireyin ölümü deneyimleyemeyeceğini ve ölümün, kişi için bir olanak değil başkalarının gözünde anlam kazanan dışsal bir olgu olduğunu ileri sürer (Sartre, 1985). Ölüm üzerine soru sormak insan için kaçınılmaz olmakla birlikte, ölüme dair sorular ontolojik bir mahiyete sahiptir. Bu sorular insanın kendi sonuna dair kaygılarını, korkularını ifade ederken bir yandan da varoluşun anlamına dair derin sorgulamalar içerir (Çaykıray, 2024, s. 597). Bu çerçevede varoluşçulukta ölüm teması, hem bireysel bilincin sınırlarını hem de insanın anlam arayışını odağına alan bir mesele olarak öne çıkar.

Varoluşçulukta Özcülüğün Reddi

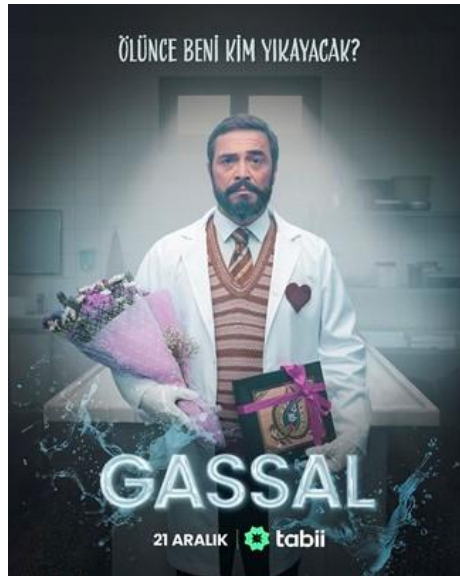
Varoluşçu felsefe, bireyin önceden belirlenmiş bir özü olmadığını, aksine bireyin özünü kendi özgür eylemleri ve seçimleriyle inşa ettiği düşüncesi üzerine temellenmektedir. Kierkegaard, Jaspers, Marcel, Heidegger, Sartre ve Camus gibi filozoflar, bireyin varlığının ontoloji, varlık, öz ve özcülük kavramlarıyla sıkı biçimde ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Bu çerçevede varlık ve öz önceliği sorunsalı, varoluşçuluğun temel ontolojik meselelerinden biri olarak değerlendirilmektedir (Çavuşoğlu, 2023, s. 2). Camus'nün düşüncesinde insan, önceden belirlenmiş bir doğaya sahip değildir; tam tersine kendi yaşamı sürecince bu doğayı inşa etmekle yükümlüdür (Camus, 1997). Sartre'a göre, insanda —ama yalnız insanda— varoluş özden önce gelir; insan "dünyaya atılarak, orada acı çekerek, savaşıarak yavaş yavaş kendini belirler" (Sartre, 1985, s. 8). Bu düşünce, Kierkegaard'ın da insanı “kendi olmayı istemek” yoluyla inşa eden bir varlık olarak tanımlamasıyla örtüşmektedir. Nitekim o da, “Umutsuzluk, kendini yok etmeye çalışır ama başaramaz.

Umutsuzluk, ben'in sonsuzluğunu yok edemez" diyerek insanın önceden verilmiş bir özü değil, oluş halinde bir 'ben' olduğunu vurgular (Kierkegaard, 2010). Bu bağlamda varoluşçulukta özcülüğün reddi, insanı, özü önceden belirlenmiş bir varlık olarak değil; eylemleri, kararları ve yaşantısıyla kendi özünü inşa eden dinamik bir varlık olarak ele alır.

Gassal Dizisi

2024-2025 yılında Türk yapımı olarak izleyicisiyle buluşan dizi, Sümeyye Karaarslan'ın senaryosunu yazıp Selçuk Aydemir'in yönetmenliğini üstlendiği bir yapımdır. Tabii platformunda yayınlanan bu yapımın 1.sezonu 10, 2.sezonu 10, toplamda 20 bölümden oluşmaktadır. Dizinin toplam süresi 600-650 dakika olup, her bir bölüm 30-35 dakika uzunluğundadır. Güçlü oyuncu kadrosuyla dizide Ahmet Kural, Hande Soral, Ezgi Özyürekoğlu, Muharrem Türkseven gibi isimler yer almaktadır.

Resim 1 Gassal Dizi Afişi



Kaynak: Wikipedia, 2025.

Gassal dizisinin birinci sezonunda; Baki karakteri, geçimini gassallık mesleğinden kazanan, ölümlerle iç içe yaşayan bir adamdır. Günlük rutini ölümlerle yüzleşmek olan Baki, bir gün kendi ölümü hakkında "Ben ölünce beni kim yıkayacak?" sorusunu sorarak derin bir varoluşsal sorgulamaya dalmıştır. Ailevi yaraları, yalnızlığı ve kimlik arayışlarıyla yalnız kalan Baki, ilk kez hayatını ve kendini sorgulamaya başlamıştır. İkinci sezonda ise hikâyeye daha içine dönük bir hal alırken, Baki artık sadece ölümü değil, geçmişi, ilişkilerini ve duygusal iç dünyasını da sorgulamaktadır. Travmalarıyla yüzleşirken varoluşçuluğun temaları olan kaygı, özgürlüğün anlamı, ölüm ve özcülüğün reddi kavramları üzerinde yolculuğa çıkmaktadır. Baki yalnızca bir Gassal değil, acı çeken, hayatı sorgulayan, anlam arayışı içinde kendi varoluşunu tartmaya çalışan bir karakterdir.

Baki Karakteri Replikleri Üzerinden Varoluşsal Temaların Felsefi Eleştirisi

Çalışmanın bu bölümünde, dizinin başkahramanı Baki'ye ait replikler, yalnızca senaryoya hizmet eden diyalog unsurları olarak değil, varoluşçu felsefenin temel argümanlarını somutlaştıran metinler olarak ele alınmaktadır. Karakterin iki sezon boyunca dile getirdiği ifadeler, maruz kaldığı içsel çatışmalar ve eyleme döktüğü varoluşsal sorgulamalar; çalışmanın teorik çerçevesinde temellendirilen kaygı, özgürlüğün anlamı, ölüm ve özcülüğün reddi kavramları ışığında felsefi eleştiri yöntemi ile incelenmiştir. Bu incelemede amaç, repliklerin görünen anlamını betimlemekle sınırlı kalmayıp; karakterin ontolojik duruşunu, hiçlik karşısındaki konumunu ve modern insanın varoluş krizini nasıl temsil ettiğini derinlemesine çözümlemektir.

Repliklerde 'Kaygı' Temasının Yansımaları

Birinci sezon, birinci bölümde Baki'nin evinde, arkadaşı Ahmet ile baş başa otururken gerçekleşen konuşmasında kurduğu

cümle sıradan bir diyalog değil somut bir olgunun yanı sıra var olmanın soyut etkilerinin de ele alındığı bir andır. Sahne, insanın bütün niteliklerinin irdelenmesine sebep olan" o varoluşsal bunalımın hane içindeki yansımasıdır. Baki, o an derin anlamı kolayca unutulmuş ve felsefenin en bilinmez uğraşlarından biri olan "var olmak" gerçeğiyle yüz yüzedir. Husserl'in bakış açısında da görüldüğü üzere, Baki dış dünyadaki ölümü algılayarak kendi içsel deneyimine yönelmektedir.

Resim 2 Gassal Dizi Sahnesi (1.Sezon, 1.Bölüm)



Kaynak: (Gassal, 2024).

“Ben her gün ölüyle yüzleşiyorum, ölümle değil. İlk defa öleceğimi düşündüm. Aslında şöyle, sonra ne olacağını düşündüm Ahmet. Ölmek sorun değil. Kafama sonrası takıldı. Beni ölünce beni kim yıkayacak?”

Felsefi eleştiri açısından bu sahne, Baki'nin yaşadığı ruh halinin geçici bir korku değil, bireyin tüm varoluşunu etkileyen sürekli bir kaygı (angst) olduğunu kanıtlar. Sartre'ın ifadesiyle, bireyin ölümü deneyimleyemeyeceği ve ölümün başkalarının gözünde anlam kazanan dışsal bir olgu olduğu görüşü, Baki'nin zihninde bir çatışmaya dönüşür. Baki, başkaları için "dışsal bir olgu" olan ölümü, kendi içsel deneyimine dönüştürmeye çalışmaktadır.

Bu bağlamda "Beni kim yıkayacak?" sorusu, basit bir merak ifadesi değildir. Bu soru, ölümün gerçekliği karşısında hissedilen iç daralmasının dışavurumudur ve bu iç daralması korkudan ziyade kaygıdır. Baki'nin yüzleştiği bu kaygı, onu derin bir iç sorgulamaya yönlendirerek, ölüme dair soruların ontolojik mahiyetini açığa çıkarır. Karakter, bu sorusuyla aslında "özden önce varoluş" ilkesini sorgulamakta; henüz gerçekleşmemiş bir son (ölüm) üzerinden, şimdiki varoluşunu anlamlandırmaya çalışan bir bilince dönüşmektedir. Dolayısıyla bu replik, biyolojik bir sondan duyulan endişe değil, bireyin hiçlik durumundan varoluşa sıçramasını sağlayan uyarıcı bir unsurdur.

Baki ile Nazım arasında geçen bu diyalog, yüzeyde mesleki bir sohbet gibi görünse de Heidegger'in düşüncesi çerçevesinde insan varoluşunun ontik ve ontolojik yönlerine işaret etmektedir. Baki'nin "Burası gasilhane... Zaman diriyken kıymetli" tespiti, Heidegger için birbirinden ayrılmayan iki kavram olan "zaman" ile "varlık" ilişkisinin gasilhane atmosferinde nasıl koptuğunu eleştirel bir dille sunar.

Resim 3 Gassal Dizi Sahnesi (1.Sezon, 2.Bölüm)



Kaynak: (Gassal, 2024).

“Burası gasilhane. Burada pratik işlere gerek yok Nazım abi. Hiç kimsenin acelesi yok. Mevta bir yere yetişemeyecek artık. Zaman diriyken kıymetli, ölenin vakti bol olur.”

Baki'nin "Onlara da alışınca yol kenarındaki detayları okuyamıyoruz" ifadesi, Husserl'in "içsel deneyim, dış dünyaya ilişkin algı olmadan mümkün değildir" ilkesinin bir savunması niteliğindedir. Baki için araba kullanmanın mekanikleşmesi (alışkanlık), dış dünyaya ilişkin algının körelmesi demektir; bu da kaçınılmaz olarak bireyin içsel deneyiminin ve varoluşunun fakirleşmesine yol açar. Flynn'a göre varoluşun temel temalarından biri olan "zamanın yaşamsal niteliği", Baki'nin "Mevta bir yere yetişemeyecek artık" cümlesiyle kesintiye uğrar. Burada Baki, zamanı yalnızca akan bir süreklilik olarak değil, bireyin kendini eylemleriyle tanımladığı bir süreç olarak ele alır. "Acelesi olmamak", bir rahatlık değil; eylemin, seçimin ve dolayısıyla "özden önce varoluş" ilkesinin son bulmasıdır.

Felsefi eleştiri açısından Baki'nin bu söylemi, belirli ve somut bir nesneye bağlı olan korkudan tamamen farklıdır. Mevtanın bir yere yetişemeyecek olması, belirli bir duruma (örneğin işe geç kalmaya) dair bir korku değil; nesnesi "hiçlik" olan ve bireyin tüm varoluşunu etkileyen derin bir kaygı durumudur. Baki, "Zaman diriyken kıymetli" diyerek, aslında ölümün gerçekliği karşısında hissedilen o iç daralmasını dile getirmekte; zamanın bitişinin, insanın kendi özünü eylemleriyle seçme imkanını elinden aldığını vurgulamaktadır. Dolayısıyla bu sahne, bireyin yaşamı boyunca deneyimleyeceği sürekli ve dönüştürücü bir bilinç durumu olan kaygının, zaman kavramı üzerinden somutlaşmış halidir.

İkinci sezonun beşinci bölümünde Baki'nin araba kullanmayı reddederken öne sürdüğü gerekçeler, varoluşçu felsefenin bilgi ve yöntem anlayışının kökenini oluşturan Edmund Husserl'in fenomenolojik yaklaşımıyla eleştirel bir bağlamda okunabilir.

Resim 4 Gassal Dizi Sahnesi (2.Sezon, 5.Bölüm)



Kaynak: (Gassal, 2025).

“Alışmak istemiyorum. Zaten yaptığımız çok az şey var. Onlara da alışınca yol kenarındaki detayları okuyamıyoruz.”

Baki'nin "Onlara da alışınca yol kenarındaki detayları okuyamıyoruz" ifadesi, Husserl'in "içsel deneyim, dış dünyaya ilişkin algı olmadan mümkün değildir" ilkesinin bir savunması niteliğindedir. Baki için araba kullanmanın mekanikleşmesi (alışkanlık), dış dünyaya ilişkin algının körelmesi demektir; bu da kaçınılmaz olarak bireyin içsel deneyiminin ve varoluşunun fakirleşmesine yol açar.

Felsefi eleştiri açısından Baki'nin bu tutumu, basit bir sürüş tercihindense, insanın "sürekli olarak gelişen, dönüşen ve eylemde bulunan özne" olma halini koruma çabasıdır. Alışkanlık, eylemi bilinçli bir seçim olmaktan çıkarıp otomatige bağladığında, Sartre'ın vurguladığı "bireyin kendini eylemleri aracılığıyla tanımladığı süreç" kesintiye uğrar. Baki, "alışmak istemiyorum" diyerek, aslında varoluşunu durağan bir nesne gibi sabitlemeyi reddetmekte; her anı yeniden inşa edilen bir bilinç hali olarak yaşamayı talep etmektedir.

Bu sahnede Baki'nin duyduğu rahatsızlık, korku değil, saf bir kaygıdır. Çünkü korku belirli ve somut bir nesneye (örneğin kaza yapmaya) yönelirken; Baki'nin bu hissi belirli bir nesneye bağlı değildir, bireyin tüm varoluşunu etkileyen ve yaşamın anlamını yitirmesine (detayların kaybolmasına) dair duyulan sürekli bir ruh halidir. Baki, "yol kenarındaki detayları" yani yaşamın fenomenlerini kaçırma ihtimali üzerinden, kendi varlığını anlamlandırmasına yardımcı olan o uyanık kalma halini, yani ontolojik kaygısını muhafaza etmeye çalışmaktadır.

Repliklerde ‘Özgürlüğün Anlamı’ Temasının Yansımaları

Birinci sezonun beşinci bölümünde Baki'nin kasa görevlisiyle yaşadığı diyalog, sıradan bir alışveriş sahnesinin ötesinde, bireyin "nesnelere ve çevresine yönelik ilişkisinin" sadece dışsal koşulların değil, aynı zamanda "içsel bir yönelişin" ürünü olduğunu kanıtlayan bir eylem sahasıdır. Satış görevlisinin sunduğu kampanyalar ve veri talebi, varoluşçu terminolojide bireye dayatılan "özel ve evrensel bir tasarım" girişimidir.

Resim 5 Gassal Dizi Sahnesi (1.Sezon, 5.Bölüm)



Kaynak: (Gassal, 2024).

“Gelmesin ucuza. Kazıklayın beni. Kasa arkasındaki ürünlerle ilgilenmiyorum. İki ödeyip üç tane almak istemiyorum. Telefon numaramı da size vermeyeceğim. Kısa, yalın, net bir ilişki

rica ediyorum. Paramı verdim, ürünü de alıp gideyim. Bu çok zor değil!”

Baki'nin "Gelmesin ucuza. Kazıklayın beni" çıkışı, bu dışsal tasarıma karşı, insanın "kendi özgürlüğü doğrultusunda seçimleriyle özünü inşa etme" çabasının somut bir yansımasıdır.

Felsefi eleştiri açısından Baki'nin bu tutumu, Sartre'ın özgürlük anlayışının temelinde yatan "insanın özünün önceden belirlenmemiş olması" ilkesiyle birebir örtüşmektedir. Sistem, Baki'yi "tüketici" adı altında belirlenmiş bir "öz" kalıbına sokmaya çalışırken; Baki, "Telefon numaramı da size vermeyeceğim" diyerek bu kalıbı kırmakta ve "sürekli olarak gelişen, dönüşen ve eylemde bulunan özne" konumunu korumaktadır.

Burada Baki'nin maddi zararı göze alarak (pahalıya alarak) sergilediği tavır, "etik öznelciliğin" en somut örneğidir; nitekim bu anlayışta bireyin özgür seçimlerinin onun değerlerini temsil ettiği ileri sürülmektedir. O, sistemin rasyonel aklına (kampanyaya) karşı, kendi irrasyonel ama özgür seçimini koyarak "kendi yaşamını her defasında yeniden inşa eden birey" olma vasfını kazanır. Sonuç olarak Baki'nin "Bu çok zor değil!" isyanı, basit bir müşteri şikayeti değil; Yalom'un ifadesiyle "bireyin kendi yaşamını inşa etme cesaretine dayanan ontolojik bir zorunluluk" olarak okunmalıdır.

İkinci sezonun altıncı bölümünde Baki'nin biyolojik annesi Saniye Hanım ile yüzleşmesi, varoluşçu felsefenin en temel düsturu olan "varoluş özden önce gelir" ilkesinin dramatik bir sınamasıdır.

Resim 6 Gassal Dizi Sahnesi (2.Sezon, 6.Bölüm)



Kaynak: (Gassal, 2025).

“Yapmadıkların için özür dileyeceksin! Benimle kız istemeye gelmediğin için! Ev ödevimi yaparken bana yardım etmediğin için! Eve geç geldim diye bana kızmadığın için! Peşimden atmadığın, fırlatmadığın her terlik için! Özür dileyeceksin! Ama ben seni dinlemeyeceğim. ‘Ölürken insanların aklında ne kaldıysa ifadesine o yansır’ diyor bir arkadaşım. Belki yaşarken özür dilemek isteyeceksin benden. Ama dinlemeyeceğim. En kötü ihtimalle ölürken, son nefeslerini aldığını fark ettiğinde önce o kundakta verdiği bebek sonra da o bebekten özür dilemek gelecek aklına ama dileyemeyeceksin. Belki o cansız yüzünde o ifadeyi görürüm diye dayanamam seni affederim diye cesedine bile bakmayacağım Saniye Hanım.”

Baki’nin "Yapmadıkların için özür dileyeceksin!" haykırışı, annelik kavramının biyolojik bir veri (öz) değil, eylemlerle inşa edilmesi gereken bir süreç olduğunu kanıtlar. Sartre’ın "insan önce dünyaya atılır, sonra kim olacağına eylemleriyle karar verir" . Saniye Hanım, eylemleriyle (veya eylemsizliğiyle) "anne" olmayı seçmemiş; Baki ise bu boşluğu kendi varoluşsal inşası için bir zemine dönüştürmüştür.

Felsefi eleştiri açısından Baki'nin "Ama ben seni dinlemeyeceğim" resti, kurban psikolojisinden çıkıp "eylemde bulunan özne" konumuna geçişin ilanıdır. Sartre'ın özgürlük anlayışında "insanın doğuştan herhangi bir yazgıya... sahip olmaması", Baki'ye geçmişin belirlenmişliğine karşı geleceği reddetme gücü verir. Annesinin geçmişteki "terk etme özgürlüğüne" karşılık, Baki şimdi "bağışlamama özgürlüğünü" kullanarak, "kendi yaşamını her defasında yeniden inşa eden birey" kimliğine bürünür.

Sahnenin finalindeki ölüm vurgusu ise özgürlüğün sınırlarını çizer. Baki'nin "Özür dilemek gelecek aklına ama dileyemeyeceksin" tespiti, ölümün "kişi için bir olanak değil, başkalarının gözünde anlam kazanan dışsal bir olgu" olduğu gerçeğiyle örtüşür. Baki, "cesedine bile bakmayacağım" diyerek, ölümü bir barışma vesilesi (romantik bir yanılsama) olmaktan çıkarır ve onu ontolojik bir kopuş olarak konumlandırır. Bu tavır, insanın "kendi özünü eylemleriyle seçmesi" sürecinde, merhamet gibi geleneksel değerleri dahi reddedebilecek radikal bir özgürlük alanına sahip olduğunu gösteren sarsıcı bir örnektir.

Repliklerde ‘Ölüm’ Temasının Yansımaları

İkinci sezonun üçüncü bölümünde yer alan bu sahnede, Baki'nin annesinin ölümü üzerinden gerçekleştirdiği geçmişe dönük sorgulama, bireysel yas sürecinin ötesine geçerek ölümün geri dönülmezliği üzerine ontolojik bir kabullenışı tasvir etmektedir. Karakterin çocukluk travmasıyla yüzleştiği bu an, ölümün duygusal bir yoksunluktan çıkıp mutlak bir doğa yasası olarak idrak edildiği zihinsel bir eşliği temsil eder.

Resim 7 Gassal Dizi Sahnesi (2. Sezon, 3.Bölüm)



Kaynak: (Gassal, 2025).

"Geri dönmüyorlar... Çok ağlamıştım annem öldüğünde, çok ama... Sonra dedim ki, geri dönme imkânı olsaydı annem gelirdi. Dayanamaz, gelirdi. Benim annem o gün gelmedi. İşte o zaman anladım; giden gelmiyor."

Baki'nin "Geri dönmüyorlar..." tespitiyle başlayan bu monoloğu, ölüm felsefesinin "yokluk" kavramıyla kurduğu ilişkinin somut bir tezahürüdür. Baki'nin çocukluğunda yaşadığı ve "Çok ağlamıştım" diyerek ifade ettiği süreç, ölümün bilinçli Görselde tam olarak deneyimlenmemesinden kaynaklanan korkunun bir yansımasıdır. Ancak Baki, bu duygusal tepkiden sıyrılarak ölümü ontolojik bir düzlemde sorgulamaya başlar.

Baki'nin "Geri dönme imkânı olsaydı annem gelirdi" önermesi, Kierkegaard'ın ölümü sadece bedensel bir son olarak değil, bireyin inancı ve bağlarıyla sınındığı "varoluşsal bir sınav" olarak görmesiyle örtüşmektedir. Baki, annesinin sevgisine (inancına) sığınarak bu sınavı geçmeye çalışmış, ancak ölümün mutlaklığı karşısında bu bağın yetersiz kaldığını fark etmiştir. Annesinin gelmeyişi, Baki için Sartre'ın ölüm üzerine görüşlerini doğrulayan bir kırılma anıdır. Sartre'a göre ölüm, kişi için bir olanak değil, başkalarının gözünde anlam kazanan "dışsal bir olgu"dur.

Baki, annesinin geri dönme iradesini kullanamayacağını, çünkü ölümün onun özneliğini yok edip onu tamamen dışsal bir olguya dönüştürdüğünü idrak etmiştir.

"İşte o zaman anladım; giden gelmiyor" cümlesi, Baki'nin ölüm üzerine sorduğu soruların "ontolojik bir mahiyete" sahip olduğunun kanıtıdır. Bu ifade, ölümün dünya hayatının tümüyle son bulması ve bir "yokluk" hali olduğu gerçeğinin kabulüdür. Baki, bu noktada ölüm karşısında duyduğu kaygıyı, varoluşun anlamına dair derin bir sorgulamaya dönüştürür. Artık ölüm onun için bir yas süreci değil, "gidenin gelmemesi" üzerinden tanımladığı ve hayatı anlamlandırdığı mutlak bir bilgi kaynağıdır.

Birinci sezonun dördüncü bölümünde, bir mafya babasının cenazesine gidilirken gerçekleşen bu sahnede, ölüm olgusunun toplumsal bir gösteriye dönüşmesi ile bireyin ölüm karşısındaki çıplak gerçekliği arasındaki tezatlık işlenmektedir. Baki, şoförün beklediği resmi yas ritüellerine karşı çıkarak, ölümün ontolojik ağırlığını "hazırlıksız yakalanma" durumu üzerinden tanımlamaktadır.

Resim 8 Gassal Dizi Sahnesi (1. Sezon, 4.Bölüm)



Kaynak: (Gassal, 2024).

"Yas tutmak, üstünde ne varsa o hâlde evden çıkıp gelmektir. Gerçek yas, ayıcıklı pijamayla gelmeyi gerektirir."

Baki'nin yas sürecini "ayıcıklı pijama" metaforuyla tanımlaması, ölümün "ontolojik bir mahiyete" sahip olduğu görüşünün en çarpıcı savunmasıdır. Toplum, ölümü belirli kıyafetler ve ritüellerle (siyah takım elbise, ciddi duruş) bir "öz" kalıbına sokarak ehlileştirmeye çalışırken; Baki bu ritüelleri reddeder. Onun "ayıcıklı pijama" vurgusu, Kierkegaard'ın ölümü birey için bir "varoluşsal sınav" olarak görmesiyle örtüşür; çünkü bu sınav, toplumsal maskelerle değil, bireyin en savunmasız ve en saf haliyle (pijamayla) verilebilir.

Felsefi açıdan Baki'nin bu tutumu, Sartre'ın ölümün "başkalarının gözünde anlam kazanan dışsal bir olgu" olduğu fikrine karşı geliştirilmiş bir dirençtir. Cenaze töreni, mafya babasının ölümünü "başkaları için" bir gösteriye dönüştürürken; Baki "üstünde ne varsa o halde gelmek" diyerek ölümü içsel ve dolaysız bir deneyime indirger. Bu replik, ölüm korkusu ile ölüm kaygısı arasındaki ayrımı da belirginleştirir. Hazırlanılmış bir yas (takım elbise), ölümü belirli bir nesneye indirgeyen "korku"nun ürünüdür; oysa "ayıcıklı pijama", ölümün belirsizliği ve anılığı karşısında duyulan saf "kaygı"nın ve ontolojik çaresizliğin simgesidir. Baki, bu metaforla ölümü statülerden arındırarak, insanı sadece "var olan" bir canlı olarak ölümün mutlaklığıyla yüzleştirir.

İkinci sezonun dördüncü bölümünde, Baki'nin Hande ile olan diyalogu, ölüm bilincine sahip bir birey ile gündelik yaşamın akışına kapılmış "diğerleri" arasındaki ontolojik kopuşu simgeler. Baki, sosyal ilişkilerin başlangıç kodlarını (doğum, burçlar) reddederek, kendi varoluşsal zamanını ölüm fenomeni üzerinden tanımlamaktadır

Resim 9 Gassal Dizi Sahnesi (2. Sezon, 4.Bölüm)



Kaynak: (Gassal, 2025).

“Cenaze arabasında ölü yıkamaya giderken kadına burcunu mu sorayım Hande abla? Biz doğum tarihleriyle değil ölüm tarihleriyle ilgileniyoruz.”

Baki'nin bu çıkışı, Yalom'un belirttiği "ölümün bireyin karşı karşıya olduğu en temel kaygı" olduğu gerçeğinin radikal bir kabulüdür. Hande'nin önerdiği "burç sorma" eylemi, insanın doğuştan getirdiği varsayılan özelliklere (öze) yapılan bir atıfken; Baki'nin "ölüm tarihleri" vurgusu, tüm bu özlerin silindiği mutlak sona işaret eder. Kierkegaard'a göre birey, sonsuzluk (ölüm/tanrı) ile sonluluk (dünya) arasında bir sentezdir; ancak Baki bu sentezi yitirmiş, terazinin tamamen ölüm kefesinde yaşamaya başlamıştır.

Felsefi açıdan Baki, "yaşayanların dünyası"nın sembolik dilini (astroloji, flört, gelecek planları) reddetmektedir. Çünkü o, her gün Sartre'ın "dışsal bir olgu" olarak tanımladığı ölümü, birinci elden deneyimleyen bir tanıktır. "Biz doğum tarihleriyle değil ölüm tarihleriyle ilgileniyoruz" cümlesi, Heideggerci anlamda bir "ölüme-doğru-olma" (Sein-zum-Tode) halinin mesleki bir deformasyona dönüşmüş şeklidir. Doğum tarihi bir "imkân ve potansiyel" alanı iken, ölüm tarihi bir "tamamlanmışlık ve hiçlik" alanıdır. Baki,

potansiyellerin tükendiği noktada durduğu için, yaşayanların kurduğu sahte anlam dünyasına (Hande'nin dünyasına) dahil olmayı ontolojik olarak imkânsız bulmaktadır.

Repliklerde 'Özcülüğün Reddi' Temasının Yansımaları

Birinci sezonun ilk bölümünde Baki'nin toplumsal kurumlar ve dayatılan kimlikler karşısındaki eleştirel duruşu incelenmektedir. Baki, toplumun bireye biçtiği "hazır kalıp" rolleri (özleri) reddederek, bireyin kendi eylemleriyle kendini inşa etmesi gerektiğini savunan varoluşçu tutumu sergilemektedir.

Resim 10 Gassal Dizi Sahnesi (1.Sezon, 1. Bölüm)



Kaynak: (Gassal, 2024).

“Ben de onu diyorum. Benim evlenecek zamanım gelmiş, bu ailenin kızı var. Ahmet yakıştırmış. Aylardır başımın etini yemiş. İstemeye gidiyoruz. Ama finalde Neslihan parlaklı kıyafeti giyiliyor. Bence kadınlar süslenmek için bizi bahane ediyor.”

Baki'nin kız isteme ritüeli üzerine yaptığı bu çözümleme, Sartre'ın reddettiği "belirlenimciliğin" (determinizm) toplumsal yaşamdaki yansımalarına dair keskin bir eleştiridir. "Benim evlenecek zamanım gelmiş... Ahmet yakıştırmış" ifadeleri, bireyin kendi varoluşunu (kararını) ortaya koymadan önce, ona dışarıdan bir "öz" (evlenmesi gereken adam) atfedildiğini gösterir. Baki, burada "kendi

olmayı istemek" yerine, başkalarının (Ahmet'in, toplumun) yazdığı bir senaryonun nesnesi konumuna indirgendiğinin farkındadır.

Özellikle "Neslihan parlaklı kıyafeti giyiliyor" tespiti, ritüelin "özü" ile "görünüşü" arasındaki çatışmayı ifşa eder. Toplumun kutsal bir birliktelik (öz) olarak sunduğu evlilik kurumu, Baki'nin gözünde bir gösteri estetiğine (görünüşe) dönüşmüştür. Baki, "bizi bahane ediyor" diyerek, bu ritüelde kendisinin bir "özne" değil, sadece karşı tarafın kendini sergilemesi için gerekli bir "dekor" (araç) olduğunu saptar. Bu durum, bireyin eylemleriyle kendi özünü yaratma imkânının, toplumsal normlar tarafından nasıl engellendiğini gösterir. Baki, bu yapaylığı dile getirerek, kendisine dayatılan bu toplumsal "özü" kabullenmediğini ve duruma yabancılaşarak kendi otantik varoluşunu korumaya çalıştığını ortaya koyar.

İkinci sezon, üçüncü bölümde Baki'nin kimlik inşası sürecindeki en somut eylem, kendisine dışarıdan atfedilen tanımları reddedip kendi ismini dayattığı bu sahnede görülmektedir. Burada karakter, "gassallık" mesleğinin toplumsal algısı ile kendi bireysel varoluşu arasına bilinçli bir sınır çekmektedir.

Resim 11 Gassal Dizi Sahnesi (2. Sezon, 3.Bölüm)



Kaynak: (Gassal, 2025).

“Bana kısaca gassal de kardeşim. Hatta Baki de daha kısa.”

Baki'nin bu müdahalesi, Sartre'ın "varoluş özden önce gelir" ilkesinin gündelik dildeki bir savunmasıdır. Muhatabı, ona "Ölü yıkayıcısı" diye hitap ederek Baki'yi sadece yaptığı işlevsel eylemle tanımlanan bir nesneye (belirlenmiş bir öze) indirgemeye çalışmaktadır. Ancak Baki, bu dışsal tanımlamayı reddeder. Camus'nün insanın kendi doğasını inşa etmekle yükümlü olduğu fikrine paralel olarak, Baki kendisine hitap edilecek kelimeleri bizzat seçer.

"Gassal" diyerek mesleğine ontolojik bir saygınlık kazandırırken; "Hatta Baki de" diyerek tüm sıfatlardan sıyrılmış çıplak varoluşunu (ismini) öne sürer. Bu tavır, insanın "önceden verilmiş bir özü değil, oluş halinde bir ben olduğu" gerçeğinin ilanıdır. Baki, başkasının bakışıyla nesneleşmeyi (ölü yıkayıcısı olmayı) reddedip, kendi ismini seçerek "kim olacağına eylemleriyle karar veren" özgür bir özne olarak kendini yeniden kurmaktadır.

Sonuç

Bu çalışma, TRT'nin dijital platformu Tabii'de yayımlanan Gassal dizisinin başkarakteri Baki'nin içsel dönüşümünü, varoluşçu felsefenin temel kavramlarıyla ilişkilendirerek incelemiştir. Araştırmada nitel bir yaklaşım benimsenmiş ve yöntem olarak felsefi eleştiri kullanılarak; eserin biçimsel özelliklerinden ziyade içerdiği düşünsel iletiler ve ontolojik katmanlar açığa çıkarılmıştır. Baki karakterinin söylemleri ve eylemleri, Sartre, Heidegger ve Kierkegaard gibi düşünürlerin kavramsal çerçevesi ışığında birer "felsefi metin" olarak okunmuştur.

Yapılan analizler sonucunda, Baki karakterinin yaşadığı sürecin basit bir psikolojik bunalım değil, ontolojik bir uyanış olduğu görülmüştür. Karakterin "Ben ölünce beni kim yıkayacak?" sorusu, biyolojik bir sondan duyulan korkudan ziyade, nesnesi hiçlik olan ve bireyin tüm varoluşunu etkileyen sürekli bir kaygı (angst) durumunu temsil etmektedir. Baki'nin araba kullanırken "alışmak

istemiyorum" şeklindeki itirazı, mekanikleşen alışkanlıklara karşı bir direnç olup, Husserl'in belirttiği içsel deneyim ve dış dünyaya ilişkin algının canlı tutulması çabasını yansıtmaktadır. Bu tutum, karakterin varoluşunu durağan bir nesne gibi sabitlemeyi reddettiğini ve her anı yeniden inşa edilen bir bilinç hali olarak yaşamayı talep ettiğini göstermektedir.

Özgürlük teması bağlamında Baki'nin duruşu, Sartre'ın "varoluş özden önce gelir" ilkesinin somut bir örneği olarak karşımıza çıkmaktadır. Karakterin marketteki veri toplama dayatmasına karşı sergilediği tavır ve biyolojik annesi Saniye Hanım ile yüzleşmesi, bireyin kendisine dayatılan dışsal tasarımları reddederek özünü kendi eylemleriyle inşa etme sürecini kanıtlar niteliktedir. Baki, annesini affetmeyerek ve "bağışlamama özgürlüğünü" kullanarak, geçmişin belirlenmişliğine karşı kendi geleceğini kuran bir özne konumuna yükselmiştir.

Ölüm olgusu, dizide ve karakterin dünyasında romantik bir yas sürecinden çıkarılarak ontolojik bir gerçekliğe dönüştürülmüştür. Baki'nin yas tutmayı "ayıcıklı pijama" metaforuyla tanımlaması, ölümü toplumsal statülerden ve ritüellerden arındırarak, bireyin en savunmasız haliyle yüzleştiği bir "varoluşsal sınav" olarak konumlandırmaktadır. "Biz doğum tarihleriyle değil ölüm tarihleriyle ilgileniyoruz" ifadesi ise, yaşayanların kurduğu sahte anlam dünyasının reddedildiğini ve karakterin Heideggerci anlamda bir "ölüme-doğru-olma" hali içinde yaşadığını ortaya koymaktadır.

Son olarak, özcülüğün reddi temasında Baki, toplumun bireye biçtiği "evlenmesi gereken adam" veya sadece bir "ölü yıkayıcısı" gibi hazır kalıp rolleri kabul etmemiştir. Kendisine "Gassal" veya "Baki" denmesini tercih ederek, başkasının bakışıyla nesneleşmeyi reddetmiş ve kim olacağına eylemleriyle karar veren özgür bir özne olarak kendini yeniden kurmuştur.

Kaynakça

Akinbode, E. (2023). Jean-Paul Sartre's existential freedom: A critical analysis. *International Journal of European Studies*, 7 (1), 15–18. Doi: 10.11648/j.ijes.20230701.13

Akkoç, N. (2019). Jean Paul Sartre'in özgürlük anlayışının önemi. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20 (36), 217–233. Doi: 10.21550/sosbilder.420474

Bender, M. T. (2009). Varoluşçuluk ve Jean Paul Sartre örnekleme. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1 (4), 23–33. Doi: 10.18603/std.90611

Camus, A. (1997). *Sisifos söyleni*. (T. Yücel, Çev.). Can Yayınları. (Original work published 1942)

Crowell, S. (2012). Existentialism and its legacy. In S. Crowell (Ed.), *The Cambridge companion to existentialism* (pp. 1–26). Cambridge University Press.

Çakıray, A. (2024). J.P. Sartre'da ölüm problemi. *International Academic Social Resources Journal*, 9 (6), 596–601. Doi: 10.5281/zenodo.14559688

Çalgüner, E. (2019). Sinemada varoluşçuluk ve Aronofsky. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (48), 291–307.

Çavuşoğlu, H. (2019). Ölümün felsefesi ve varoluşu. II. Uluslararası eğitimde ve kültürde akademik çalışmalar sempozyumu (I-SASEC 2019): Tam metin kitabı içinde (s. 116–121). Vize Akademik.

Çavuşoğlu, H. (2023). Varoluşçuluğun terminolojisinin kökenleri ve özcülüğün kavramsal epistemolojisi üzerine. *Bingöl Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, (22), 1–16. Doi: 10.34085/buifd.1319848

Çavuşoğlu, H. (2024). *Varoluşçu teoloji açısından insan özgürlüğü problemi* (Tez No. 871439) [Doktora tezi, Bursa Uludağ Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

Çelik, T. (2012). Gürsel Korat'ın tarihsel düzlemleri romanlarında varoluşçuluk. *Mersin Üniversitesi Dil ve Edebiyat Dergisi*, 8 (1), 41–77.

Çoşkun, S. (2015). Varoluşçuluk ve özgürlük problemi. *Felsefe Dünyası*, (61), 80–105.

Deren, S. (1999). Angst ve ölümlülük. *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, (6), 111–126.

Dreyfus, H. L. (1991). Being-in-the-world: A commentary on Heidegger's Being and Time, Division I. MIT Press.

Flynn, T. R. (2006). *Existentialism: A very short introduction*. Oxford University Press.

Genç, H. N. (2007). Varoluş-bilinç ekseninde iki uyumsuz tiyatro yazarı ve iki oyun: Ionesco (Ders), Tardieu (Gereksiz Terbiye). *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, (18), 77–96.

Kierkegaard, S. (2010). *Ölümcül hastalık: Umutsuzluk*. (M. M. Yakupoğlu, Çev.). Doğu Batı Yayınları. (Original work published 1849)

Kierkegaard, S. (2022). *Korku ve titreme*. (İ. Kapaklıkaya, Çev.). Ketebe Yayınları. (Original work published 1843)

Koç, E. (2018). Varoluşçuluğun Türkiye'deki ilk etkileri. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (32), 794–816.

Manav, F. (2011). Kaygı kavramı. *Toplum Bilimleri Dergisi*, 5 (10), 223–234.

Müminov, K. (2016). Nikolay Berdyayev ve Sartre felsefesinde kişilik ve özgürlük problemi. *Dini Araştırmalar*, 19 (50), 9–24. Doi: 10.15745/da.92682

Ökten, K. H. (2022). Varoluşun halleri: Heidegger, Kant ve kadim meseleler. Alfa Yayınları.

Polat, E. & Aşkın, Z. (2017). Ölüm kavramının Heidegger ve Sartre felsefesindeki yeri. *Kilikya Felsefe Dergisi*, (1), 42–60.

Sarioğlu, G. (2014). Tarih felsefesi alanında bir inceleme: Varoluş felsefesi ve tarih anlayışı. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11 (25), 243–257.

Sartre, J.-P. (1985). *Varoluşçuluk*. (A. Bezirci, Çev.; 8. bs.). Say Yayınları. (Original work published 1946).

Sartre, J.-P. (1989). *Being and nothingness: An essay on phenomenological ontology*. (H. E. Barnes, Trans.). Philosophical Library. (Original work published 1943).

Sartre, J.-P. (2010). *Varlık ve hiçlik: Fenomenolojik ontoloji denemesi*. (T. İlğaz & G. Çankaya Eksen, Çev.). İthaki Yayınları. (Original work published 1943).

Serin, İ. (2023). Felsefi eleştirinin temellendirilmesi üzerine. *Kilikya Felsefe Dergisi*, (2), 185–192.

Tabii (2024). Gassal dizisi. (11/12/2025 tarihinde <https://www.tabii.com/> adresinden ulaşılmıştır).

Topakkaya, A. & Urtekin, G. (2022). Varoluş felsefesinde bir problem olarak: Kaygı. *FLSF (Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi)*, (34), 279–299. Doi: 10.53844/flsf.1137548

Wikipedia (2025). Gassal. (11/12/2025 tarihinde <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/tr/3/37/Gassal.jpg> adresinden ulaşılmıştır).

Wu, H. (2024). Existentialist philosophies of anxiety: A comparative exploration of Kierkegaard and Heidegger. *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media*, 61 (1), 85–89. Doi: 10.54254/2753-7048/61/20240475

Yalom, I. D. (1999). *Varoluşçu psikoterapi*. (Z. I. Babayiğit, Çev.). Kabalcı Yayınları. (Original work published 1980)

Yanat, Y. (2008). *Zeki Demirkubuz sineması'nın varoluşçuluk açısından incelenmesi*. (Yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü). <https://nek.istanbul.edu.tr/ekos/TEZ/43758.pdf>

BÖLÜM 6

YENİ MEDYA VE DEĞERLERİN DÖNÜŞÜMÜ

MUHAMMET KEMAL KARAMAN¹

Giriş

Yeni medya teknolojilerinin toplumsal hayata nüfuzu, iletişim biçimlerinde yaşanan bir dönüşümün ötesinde kültürel anlam üretim süreçlerini ve değer sistemlerini köklü biçimde etkilemektedir. Medya bu bağlamda yalnızca değerlerin temsil edildiği bir araç olmaktan çıkarak değerlerin üretildiği, dolaşıma sokulduğu ve meşrulaştırıldığı temel toplumsal alanlardan biri haline gelmiştir. Bu durum değerleri sabit ve tarih dışı normlar olarak ele alan yaklaşımları yetersiz kılmakta, değerlerin tarihsel, kültürel ve medyatik bağlamlarla birlikte ele alınmasını zorunlu hale getirmektedir (Tirocchi, 2024).

İnternet öncesi dönemde Türk kültüründe değerler, büyük ölçüde aile, mahalle, din ve yüz yüze etkileşim ağları aracılığıyla aktarılmıştır. Bu süreç habitus kavramıyla açıklanabilecek biçimde bireylerin gündelik pratiklerine yerleşmiş, sorgulanmaksızın

¹ Doç. Dr. Muhammet Kemal Karaman, Uşak Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Yeni Medya ve İletişim Bölümü, kemal.karaman@usak.edu.tr, Orcid: 0000-0003-3238-6641

yeniden üretilen kültürel yapılar oluşturmuştur (Graziano, 2025). Saygı, mahremiyet, aidiyet ve sorumluluk gibi değerler, toplumsal düzeni sürdüren sembolik iktidar ilişkilerinin parçası olarak işlev görmüştür. Türk modernleşmesi üzerine yapılan çalışmalar da bu değerlerin toplumsal yapının sürekliliğini sağlayan temel referanslar olduğunu ortaya koymaktadır (Mardin, 1991).

Yeni medya ile birlikte sembolik düzenin üretim koşulları belirgin biçimde dönüşmüştür. Medya mantığının yapısal bir zorunluluk haline geldiği günümüzde, toplumsal pratikler giderek medyanın mantığına eklenmekte ve kültürel alanlar medya teknolojilerinin biçimsel, ekonomik ve algoritmik yapıları doğrultusunda yeniden düzenlenmektedir. Medyayı özerk bir toplumsal kurum olarak ele alarak siyaset, din, aile ve kültür gibi alanların medya mantığına uyum sağlamak zorunda kaldığı söylenebilir. Bu çerçevede görünürlük, hız ve popülerlik, değerlerin dolaşıma girme ve meşrulaşma koşullarını belirleyen temel ölçütler haline gelmektedir (Hjarvard, 2008). Buna karşılık sosyal inşacı yaklaşım medyatizasyonu, medya ile toplumsal aktörler arasında karşılıklı etkileşimle şekillenen bir dönüşüm olarak ele alır. Bu noktada değerler, medya tarafından dayatılan anlamlar olmaktan çok kullanıcı pratikleri, gündelik etkileşimler ve kültürel bağlamlar içerisinde yeniden üretilmektedir. Dolayısıyla medyatizasyon, değerlerin ortadan kalkmasından çok, onların farklı bağlamlarda yeniden tanımlanmasına işaret eden bir süreçtir. Türk kültürü bağlamında bu dönüşüm, her iki yaklaşımın birlikte okunmasını gerekli kılmaktadır. Bir yandan medya platformlarının kurumsal mantığı, mahremiyetin kamusal alanda görünürlük kazanmasına, saygı ve hiyerarşi ilişkilerinin yataylaşmasına ve aidiyet biçimlerinin dijital platformlar üzerinden yeniden kurulmasına zemin hazırlamaktadır. Öte yandan bu süreç kültürel kodlardan bağımsız değildir. Mahremiyet, saygı ve aidiyet gibi değerler dijital ortamlarda tamamen çözülmekten ziyade, yerel kültürel anlamlarla

yeniden yorumlanmaktadır. Göle'ye (2011) göre Türkiye'de mahremiyetin kamusal görünürlüğü, basit bir sınır ihlalden çok modernlik, gelenek ve din ekseninde yeniden kurulan sembolik bir müzakere alanı olarak ortaya çıkmaktadır.

Bu dönüşüm süreci kamusal ve akademik olmayan tartışmalarda sıklıkla değerler krizi söylemiyle ifade edilmektedir. Özellikle genç kuşakların sosyal medya pratikleri geleneksel değerlerden kopuşun başlıca göstergesi olarak sunulmakta ve yeni medya ahlaki çözülmenin temel nedeni olarak görülmektedir. Bu bakış çoğu zaman belirli aktörler tarafından üretilmekte ve dolaşıma sokulmaktadır. Ahlaki panik kavramsallaştırması, bu aktörlerin rolünü görünür kılmak açısından önemli bir analitik çerçeve sunmaktadır (Walsh, 2020). Ahlaki panik süreçlerinde medya, siyasal söylem üreticileri, dini ve ahlaki otoriteler, tehdit olarak tanımlanan davranış/söylemleri seçerek görünür kılmakta ve onları toplumsal düzen açısından sorunlu unsurlar olarak çerçevelemektedir. Bu bağlamda karmaşık yapısal dönüşümler bireysel ahlaki zaafıya indirgenmektedir. Bu süreçte değerlerde yaşanan değişim toplumsal ve teknolojik dönüşümlerle ilişkilendirilmekten ziyade belirli grupların sapkın davranışlarının sonucu olarak çerçevelenmektedir. Günümüzde bu süreç özellikle yeni medya üzerinden üretilen görünürlük, ifşa ve dijital mizah etrafında şekillenmektedir. Geleneksel değerlerin korunmasını savunanlar yeni medya ortamlarını kontrolsüzlük, saygısızlık ve ahlaki sınır ihlaliyle özdeşleştirirler ve bu platformları kullanan genç kuşakları toplumsal çözülmenin faili olarak konumlandırmaktadır. Ahlaki panik ise mevcut sembolik düzenin dönüşmesi karşısında ortaya çıkan belirsizlik ve denetim kaybı algısının bir sonucudur. Dolayısıyla panik, değerleri yeniden tanımlamak yerine normatif çerçeveleri yeniden tesis etmeye yönelik bir sembolik savunma mekanizması olarak işlev görmektedir.

Türkiye’de yeni medya ve değerler ilişkisini ele alan çalışmalar bu dönüşümün tek yönlü bir çözölme süreci olmadığını göstermektedir. Yeni medya ortamlarının değer algılarını dönüştürdüğünü ortaya koyan araştırmalar, sosyal medyanın hem değerlerin aşınmasına hem de yeni değer biçimlerinin ortaya çıkmasına zemin hazırladığını vurgulamaktadır (Bulduklu & Şeker, 2020; Coşkun, Özer & Duran, 2024). Bu çerçevede yeni medya değerlerin kaybolduğı bir alan olmaktan ziyade, değerlerin yeniden tanımlandığı ve müzakere edildiğı bir kültürel mücadele alanı olarak değerlendirilmelidir.

Bu çalışma yeni medya ve değerler ilişkisini normatif kayıp söylemleriyle açıklamak yerine analitik bir dönüşüm perspektifi doğrultusunda ele almaktadır. İnternette önce Türk kültüründe değerlerin hangi toplumsal ve kültürel mekanizmalarla üretildiğı, internet sonrasında bu mekanizmaların nasıl dönüştüğü ve yeni medyanın bu süreçteki somut etkilerinin neler olduğı temel sorular olarak ele alınmaktadır. Çalışmanın merkezinde ayrıca, yaşanan sürecin bir değerler krizine mi yoksa değerlerin yeni medya koşullarında yeniden yapılandığı bir dönüşüme mi işaret ettiğı sorusu yer almaktadır. Dolayısıyla çalışma Türk kültüründe değerlerin dijital çağdaki konumunu kuramsal ve kültürel bir bütünlük içinde tartışmayı amaçlamaktadır.

Yeni medya ile değerler arasındaki ilişkinin tartışılması, yalnızca teknolojik bir dönüşümün toplumsal etkilerini anlamaya yönelik bir çaba değildir. Çağdaş toplumlarda normatif düzenin nasıl kurulduğunu, dolaşıma sokulduğunu ve yeniden tanımlandığını kavramaya yönelik temel bir gerekliliktir. Dijitalleşme süreci bireylerin iletişim biçimlerini dönüştürmekle kalmamış, doğru–yanlış, mahrem–kamusal, saygı–ihlal gibi değer kategorilerinin anlam ve sınırlarını da yeniden şekillendirmiştir. Bu nedenle yeni medya, değerlerin aşındığı bir alan olarak değil, değerlerin üretildiğı,

sergilendiği ve müzakere edildiği özgül bir toplumsal zemin olarak ele alınmalıdır.

Bu tartışmayı gerekli kılan başlıca nedenlerden biri, değerlerin dijital ekonomi içerisinde yalnızca inanılan ilkeler olmaktan çıkarak sembolik sermaye ve pazarlama aracına dönüşmesidir. Yeni medya ortamlarında değerler bireysel kimlik sunumlarının, kurumsal marka stratejilerinin ve politik duruşların temel bileşeni haline gelmiştir. Günümüzde duyarlılık, etik duruş ve toplumsal sorumluluk gibi değerler birer sembolik kaynak gibi işlenerek etkileşim aracına dönüşmüştür. Böylece değerın özü veya içeriği ikincil plana itilirken, onun nasıl sunulduğu ve temsil edildiği temel öncelik haline gelmiştir. Sonuçta değerler normatif bağlayıcılıklarından çok, görünürlük odaklı ve stratejik kullanımları üzerinden anlam kazanmaktadır.

Yeni medya ve değerler ilişkisini tartışmayı zorunlu kılan bir diğer boyut, algoritmik içerik düzenleme mekanizmalarının ortak bir toplumsal değerler zeminini aşındırma potansiyelidir. Algoritmalar bireyleri çoğunlukla kendi değer dünyalarıyla uyumlu içeriklerle karşılaştırmaktadır. Bu eğilim farklı değer sistemlerinin karşılaşma ve müzakere imkanını sınırlamaktadır. Değerlerin kamusal alanda tartışılarak şekillenmesi yerine, birbirinden yalıtılmış dijital topluluklar içerisinde mutlak doğrular halinde pekişmesi riski ortaya çıkmaktadır. Yeni medya farklı görüşleri gün yüzüne çıkarsa da bu görüşlerin ortak bir noktada buluşmasını zorlaştırarak aralarında bir çatışma alanı oluşturur.

Bununla bağlantılı olarak dijital medya ortamları geleneksel toplumsal dünyada birbirinden görece ayrı tutulan bağlamların iç içe geçmesine yol açmaktadır. Aile, iş, arkadaş çevresi ve kamusal alan gibi farklı beklentilere sahip sosyal alanlar, dijital platformlarda aynı anda ve aynı görünürlük rejimi içerisinde kesişmektedir. Bu çakışma hangi değerın hangi durumda geçerli olduğuna dair belirsizlikleri artırmakta ve bireyleri sürekli bir değerler arası dengeleme pratiğine

zorlamaktadır. Geleneksel dünyada belirli mekanlarda korunan değer sınırları, yeni medyanın alan çakışmasıyla sarsılmaktadır. Böylece değerler bağlamsal olarak düzenlenen rehber ilkeler olmaktan çok sürekli sahnelenen ve savunulan pozisyonlara dönüşmektedir.

Son olarak, yeni medya ve değerler ilişkisini tartışmak, değerlerin kimler tarafından, hangi söylemler aracılığıyla ve hangi sembolik güç ilişkileri içerisinde tanımlandığını görünür kılmak açısından önem taşımaktadır. Dijital platformlar geleneksel değer üretim merkezlerinin etkisini zayıflatırken, yeni türden kültürel araçlara, görünürlük rejimlerine ve norm koyucu aktörlere alan açmaktadır. Bu dinamik değerlerin sabit ve uzlaşıya dayalı normlar biçiminde anlaşılmasından uzaklaşarak onları sürekli yeniden kurulan, pazarlık edilen ve çatışmalı bir süreç olarak ele almayı gerekli kılmaktadır.

İnternet Öncesi Dönemde Türk Kültüründe Değerler

Son iki yüzyıllık tarihsel süreçte Türk kültüründe değerlerin üretimi ve aktarımı, birbirinden oldukça farklı toplumsal ve teknolojik evrelerden geçerek şekillenmiştir. Bu nedenle internet öncesi dönem homojen ve durağan bir geleneksel toplum olarak tanımlanmaktan ziyade, modernleşme, kentleşme ve kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla kademeli biçimde dönüşen bir değerler alanı olarak ele alınmalıdır. Değerlerin bu dönemdeki temel niteliği büyük ölçüde yüz yüze etkileşime, bağlama duyarlı normlara ve hiyerarşik sosyal yapılara dayalı olmasıdır.

Sözlü kültürün belirleyici olduğu toplumsal yapılarda değerler yazılı kurallar ya da soyut ilkelere çok, tekrar eden anlatılar, örnek davranışlar ve kolektif hafıza yoluyla aktarılmaktadır. Çalışmalar, sözlü ve yazılı kültürün modernleşme süreçlerinde iç içe geçtiğini göstermektedir. Osmanlı modernleşmesinden Cumhuriyet'in erken dönemine uzanan süreçte

değerler, hukuki ve eğitsel metinlerle resmi olarak tanımlanmıştır ancak gündelik hayatta sözlü normlar, yerel gelenekler ve dini referanslar belirleyici olmaya devam etmiştir (Mardin, 2007).

Bu bağlamda aile ve mahalle, internet öncesi dönemde değerlerin üretildiği ve denetlendiği temel toplumsal mekanlar olarak öne çıkmaktadır. İtaat, saygı, namus ve cinsiyet rolleri gibi değerlerin erken yaşta içselleştirildiği birincil sosyalleşme alanı aile olmuştur. Mahalle ise bu değerlerin sürekli gözetim altında tutulduğu yarı-kamusal bir denetim alanı sunmuştur. Sosyal kontrol kuramları bu tür yüz yüze topluluklarda normların kurumsal yaptırımlardan çok gayriresmi mekanizmalarla korunduğunu göstermektedir (Sampson & Groves, 1989).

Mahallenin bu işlevi panoptik bir gözetim mantığıyla örtüşmektedir. Bireyler, sürekli izlenme ihtimali üzerinden davranışlarını düzenlemekte ve ayıplama, dedikodu ve dışlama gibi sembolik yaptırımlar yoluyla değer ihlalleri bastırılmaktadır (Mathiesen, 1997). Türkiye bağlamında mahalle bu yönüyle hem aidiyet üreten hem de normatif sınırları sıkı biçimde çizen bir sosyal kontrol mekanizması olarak çalışmıştır. Bu normatif yapı, belirgin biçimde ataerkil bir karakter taşımaktadır. Değerlerin korunması ve aktarımı büyük ölçüde cinsiyetlendirilmiş roller üzerinden gerçekleşmiş ve özellikle kadın bedeni ve davranışları ahlaki düzenin merkezi göstergeleri haline gelmiştir. Bu yapının yalnızca kültürel değil, aynı zamanda siyasal ve ekonomik boyutları olan bir pazarlık alanı olduğu anlaşılmaktadır (Kandiyoti, 1988). İnternet öncesi dönemde değerler bu ataerkil düzen içerisinde doğal ve sorgulanamaz normlar olarak meşrulaştırılmıştır.

1950 sonrası hızlı kentleşme ve gecekondu olgusu değerlerin bağlamsal niteliğini daha görünür hale getirmiştir. Kırsal değer sistemleri kent mekanına taşınmış ancak yeni ekonomik ilişkiler ve mekansal yoğunluk, bu değerlerin yeniden müzakere edilmesine yol açmıştır. Bu süreçte mahalle geleneksel normları korurken aynı

zamanda modern kent yaşamının belirsizlikleriyle baş etmeye çalışan hibrit bir değer alanı üretmiştir (Simmel, 2002).

1970'lerden itibaren radyo ve özellikle televizyonun yaygınlaşması değerlerin ulusal ölçekte standartlaştırılmasında belirleyici bir rol oynamıştır. Kamusal yayıncılık anlayışı çerçevesinde televizyon ahlaki normları, aile yapısını ve makbul vatandaşlık ideallerini merkezden çevreye taşıyan bir kültürel araç olarak işlev görmüştür. Kitle iletişim araçlarının bu dönemdeki etkisi değerlerin yerel bağlamlardan kopmadan ulusal bir çerçeve içinde yeniden kodlanmasına olanak tanımıştır (Scannell, 1989). Türkiye'de TRT dönemi bu anlamda değerlerin merkezi biçimde dolaşıma sokulduğu bir ara evre olarak değerlendirilebilir.

Sonuç olarak internet öncesi dönemde Türk kültüründe değerler yüz yüze etkileşimlere dayalı, bağlama duyarlı, hiyerarşik ve büyük ölçüde örtük bir normatif düzen içerisinde üretilmiş ve aktarılmıştır. Bu örtük ve bağlamsal değer rejimi bireylerin değerlerle kurduğu ilişkiyi sürekli gözetim ve aidiyet mekanizmaları üzerinden düzenlemiştir. Yeni medya ile birlikte yaşanan dönüşüm ise değerlerin mekandan, ilişkilerden ve hiyerarşilerden koparak sürekli görünür ve tartışılabilir hale gelmesi üzerinden anlam kazanmaktadır.

Yeni Medya ve Değer Dönüşümünün Teorik Arka Planı

İnternet öncesi dönemde değerlerin üretimi normatif bir düzen içerisinde gerçekleşirken, yeni medya bu düzenin üretim koşullarını yapısal düzeyde dönüştürmüştür. Yeni medya ortamlarının özelliklerinden olan hız ve eşzamanlılık, değer yargılarının uzun vadeli toplumsal müzakere süreçlerinden ziyade anlık tepkiler ve duygulanımlar üzerinden dolaşıma girmesine zemin hazırlamaktadır (Klinger & Svensson, 2015).

Dijital platformlarda sürekli görünürlük ve kalıcı iz bırakma olgusu bireysel tutum ve değer ifadelerinin belirli bağlamlarla sınırlı

kalmayıp, potansiyel olarak geniş ve belirsiz kamusal alanlara taşınmasına yol açmaktadır. Bu gelişme değerlerin yalnızca paylaşılmasını değil, aynı zamanda gösterimsel biçimde sergilenmesini de teşvik etmektedir (van Dijck & Poell, 2013).

Yeni medyanın etkileşimlilik özelliği kullanıcıları, pasif alıcılar olmaktan çıkararak değerlerin yeniden üretiminde aktif aktörler haline getirmektedir. Sosyal medya araçları kullanıcılarına duygu, düşünce ve deneyimlerini dijital ortamda ifade etme ve aynı anda karşılık bulma imkanı sunarak bu katılımı güçlendirmektedir. Bu katılım biçimi çoğu zaman kurumsal uzlaşıdan ziyade beğeni, paylaşım ve görünürlük metrikleri üzerinden şekillenmektedir (Jenkins & Deuze, 2008; Keleş & Deniz, 2023). Bununla birlikte, algoritmik içerik düzenleme hangi değerlerin görünür olacağına, hangilerinin geri plana itileceğine ilişkin kararları teknik ve ticari öncelikler doğrultusunda belirlemektedir Böylece değerler kültürel bir uzlaşma alanı olmaktan çıkarak veri temelli verimlileştirme süreçlerinin nesnesi haline gelmektedir (Gillespie, 2014; Garajamirli, 2025). Algoritmik aracılık, içerik tercihlerimizi şekillendirmenin yanı sıra normatif yönelimlerimizi ve kamusal alanda meşru kabul edilen değerleri de dolaylı biçimde yapılandırmaktadır. Bu çerçevede yeni medya değerlerin yalnızca dolaşımını hızlandıran bir araç değildir Değerlerin tanımlanma, meşrulaştırılma ve tartışılma biçimlerini yeniden kuran teknik bir ortam olarak işlev görmektedir.

Bu dönüşüm değerlerin üretim ve dolaşımının mekanlara, ilişkilere ya da otoritelere bağlı olmaktan uzaklaşarak dijital platformların teknik ve ekonomik işleyişiyle şekillenmesine yol açmaktadır. Sürekli güncellenen içerik akışları, anlık tepkiler ve ölçülebilir etkileşim göstergeleri, normatif yargıların hızla üretilip tüketildiği bir değer ortamı yaratmaktadır. Bu bağlamda yeni medya değerlerin istikrarlı biçimde aktarılmasından ziyade, gösterimsel ve

geçici biçimlerde sergilendiği bir kültürel alan sunmaktadır (Klinger & Svensson, 2015).

Bu noktada temel tartışmalardan biri, yeni medyanın değerler üzerinde belirleyici bir etkiye sahip olup olmadığı ya da mevcut kültürel yapıların dijital ortamlara uyarlanıp uyarlanmadığı sorusudur. Medya belirleyiciliğini merkeze alan yaklaşımlar, platformların teknik özelliklerinin toplumsal pratikleri dönüştürdüğünü vurgular. Kültürel uyarlama perspektifi ise kullanıcıların mevcut değer sistemlerini yeni medya ortamlarına taşıdığını savunur. Güncel çalışmalarda bu ikili karşıtlığın ötesine geçerek, değer dönüşümünü teknik altyapılar ile kültürel pratiklerin karşılıklı etkileşimi üzerinden ele almaktadır (van Dijck & Poell, 2013).

Algoritmik yapıların bu süreçte oynadığı rol, değer dönüşümünün en kritik boyutlarından birini oluşturmaktadır. Algoritmalar hangi içeriklerin görünür olacağını belirleyerek, hangi değer söylemlerinin meşru, popüler ya da marjinal kabul edileceğini dolaylı biçimde düzenlemektedir. Bu mekanizma, değerlerin kamusal müzakereyle şekillenmesinden uzaklaşarak çoğu zaman şeffaf olmayan teknik süreçler aracılığıyla öne çıkarıldığı yeni bir normatif ortam üretmektedir. (Gillespie, 2014). Böylece değerler evrensel ya da kolektif ilkeler olmaktan çok platform dinamikleri içinde rekabet eden söylemler haline gelmektedir.

Bu çerçevede yeni medya bağlamında sıkça dile getirilen değer erozyonu söylemi, analitik açıdan sınırlı bir açıklama sunmaktadır. Dijitalleşme değerleri ortadan kaldırmaktan çok, onları yeniden yapılandırmakta ve farklı bağlamlarda yeniden anlamlandırmaktadır. Değerler artık sabit normlar olmaktan ziyade, görünürlük, etkileşim ve duygulanımsal tepkiler üzerinden sürekli yeniden inşa edilen dinamik süreçler olarak işlemektedir. (Papacharissi, 2015).

Türk Kùltüründe Seçilmiş Değerlerin Yeni Medya Bağlamında Dönüşümü

Mahremiyet

İnternet öncesi dönemde Türk kùltüründe mahremiyet, büyük ölçüde mekansal, ilişkisel ve bağlamsal sınırlar üzerinden tanımlanan bir değer olmuştur. Aile içi alan, mahalle ve kamusal mekanlar arasında net ayrımlar bulunmaktaydı ve bireyin kendisini ne ölçüde açacağı, içinde bulunduğu sosyal bağlam tarafından belirlenmekteydi. Mahremiyet açık biçimde tanımlanan bir normdan çok toplumsal olarak paylaşılan ve içselleştirilen örtük bir değer rejimi içerisinde yeniden üretilmiştir. Bu yapı sosyal kontrol mekanizmalarıyla iç içe geçmiş ve bireyler, sınır ihlallerini çoğu zaman doğrudan yaptırımlardan ziyade toplumsal onay ve dışlama üzerinden deneyimlemiştir.

Yeni medya ortamlarının yaygınlaşmasıyla birlikte bu bağlamsal yapı belirgin biçimde çözülmeye başlamıştır. Sosyal medya platformları mahremiyetin üretildiği mekansal ve ilişkisel sınırları ortadan kaldırarak özel alanı sürekli görünür ve dolaşıma açık hale getirmiştir. Mahremiyet algısı giderek bireysel tercihlere ve platform dinamiklerine bağlı olarak yeniden tanımlanmış ve özel alan ise paylaşım pratikleri aracılığıyla kamusal içeriğe dönüşmüştür (şahan, 2023). Bu dönüşüm mahremiyetin tamamen ortadan kalkmasından ziyade, yeni medya mantığı içinde farklı bir değer rejimi içerisinde yeniden konumlandırıldığını düşündürmektedir.

Güncel medya pratikleri bu dönüşümü açık biçimde görünür kılmaktadır. Instagram ve TikTok gibi platformlarda aile içi ilişkiler, çocukların gündelik yaşamı, özel kutlamalar ve hatta yas süreçleri içerik üretiminin parçası haline gelmektedir. Sosyal medyada gözetim ve mahremiyet algısını inceleyen çalışmalar, kullanıcıların görünürlükle mahremiyet arasında sürekli bir müzakere halinde olduklarını göstermekte ve beğeni, takipçi sayısı ve sosyal onayın bu

müzakereyi belirleyen temel faktörler olduğunu ortaya koymaktadır (Turan, 2024). Bu bağlamda mahremiyet korunması gereken sabit bir değer olmaktan çıkarak, sembolik ve duygusal bir sermaye unsuru haline gelmektedir.

Yeni medya döneminde mahremiyet saklanan bir sır olmaktan çıkıp itiraf kültürü nesnesine dönüşmüştür. Türk kültürü bağlamında kol kırılır yen içinde kalır anlayışının yerini, dijital görünürlüğün getirdiği sosyal sermayeye bıraktığı gözlemlenmektedir. Birey mahrem alanına ait görselleri ve anlatıları dijital dolaşıma sokarak ağ toplumunda varlığını tescil ettirmekte ve bu gönüllü ifşa pratikleri üzerinden yeni bir toplumsal statü inşa etmektedir. Dolayısıyla mahremiyetin dönüşümü sadece bir sınır kaybı değil, aynı zamanda özel olanın metalaşarak takas edilebilir bir değere evrilmesidir.

Saygı

Türk kültüründe saygı internet öncesi dönemde büyük ölçüde hiyerarşik ilişkilerle bağlantılı, davranışsal olarak gözlemlenebilir bir değeri ifade etmektedir. Yaş, meslek, toplumsal statü ve cinsiyet gibi değişkenler saygının kime ve nasıl gösterileceğini belirlemektedir. Bu normlar yüz yüze etkileşimlerde beden dili, hitap biçimleri ve sessizlik gibi pratiklerle pekiştirilmektedir. Özellikle ataerkil toplumsal yapı içerisinde saygı cinsiyetlendirilmiş bir içerik taşımakta ve erkeklik otorite, söz alma ve kamusal görünürlükle ilişkilendirilirken, kadınlardan saygıyı daha çok suskunluk, geri çekilme ve uyum üzerinden göstermeleri beklenmektedir. Bu yönüyle saygı yalnızca ahlaki bir değer değil, aynı zamanda toplumsal cinsiyet düzeninin yeniden üretildiği bir norm olarak işlev görmektedir.

Yeni medya ortamları bu hiyerarşik ve cinsiyet temelli çerçeveyi belirgin biçimde dönüştürmüştür. Sosyal medya platformlarında bireyler geleneksel otorite figürleriyle ve erkek

egemen söylemlerle aynı iletişim düzleminde yer almaktadır. Kadınlar ve gençler, daha önce sınırlı erişime sahip oldukları kamusal tartışma alanlarında görünürlük kazanmaktadır. Çalışmalar, sosyal medya kullanımının saygı algısını dönüştürdüğünü, özellikle çevrim içi ortamlarda hiyerarşik mesafenin azalmasının, geleneksel saygı göstergelerini zayıflattığını ortaya koymaktadır (Erol & Özcan, 2024). Bu dönüşüm aynı zamanda cinsiyet temelli saygı beklentilerinin de sorgulanmasına yol açmaktadır.

Bu süreç kamusal tartışmalarda sıklıkla saygının kaybı ya da edepsizlik söylemleriyle çerçevelenmektedir. Özellikle kadınların ve gençlerin dijital mecralarda daha görünür ve eleştirel tutumlar sergilemesi, geleneksel saygı normlarının ihlali olarak yorumlanabilmektedir. Bu yapı saygının biçim değiştirmesi ve ataerkil hiyerarşilerden kısmen bağımsızlaşması olarak ele alınmalıdır. Z kuşağı üzerine yapılan çalışmalar, medya okuryazarlığı düzeyi arttıkça saygının tamamen reddedilmediğini ancak cinsiyet, yaş ve statü temelli mutlak otorite beklentilerinden uzaklaşarak eleştirel ifade ve eşit katılım hakkı temelinde yeniden tanımlandığını göstermektedir (Hoşgör & Deniz, 2025). Dolayısıyla yeni medya saygıyı ortadan kaldırmaktan ziyade onu hem yatay ilişkiler hem de toplumsal cinsiyet rejimi açısından yeniden tanımlamaktadır.

Saygı değerindeki bu dönüşüm, geleneksel Türk toplumundaki verili otorite ile dijital ağların dayattığı kazanılmış otorite arasındaki çatışmada belirginleşmektedir. Suler'in (2004) tanımladığı çevrim içi engellenmişlik kaybı, bireyleri fiziksel dünyadaki bedensel ve dilsel kısıtlamalardan özgürleştirirken, saygıyı, hiyerarşik bir yükümlülükten ziyade etkileşimsel bir müzakere süreci haline getirmektedir. Z kuşağının otorite figürleriyle girdiği dikey olmayan iletişimi bir saygı erozyonu olarak değil, simgesel hiyerarşilerin önüne geçme çabası olarak görmek gerektiği ifade edilebilir.

Aidiyet Algısı

İnternet öncesi dönemde aidiyet büyük ölçüde mekan ve kurum bağlamı üzerinden inşa edilmiştir. Aile, mahalle, okul ve işyeri gibi fiziksel mekanlar bireyin kimliğini ve toplumsal konumunu belirleyen temel aidiyet alanlarıdır. Bu alanlar, süreklilik ve yüz yüze etkileşim yoluyla güçlü ve oldukça istikrarlı aidiyet duyguları üretmektedir.

Yeni medya ortamları bu aidiyet biçimlerini dönüştürerek, mekandan bağımsız ve daha akışkan aidiyet alanları yaratmıştır. Sosyal medya platformları bireylerin ilgi, kimlik ve değer temelli dijital topluluklara katılmasına olanak tanımaktadır. Araştırmalar, özellikle genç kullanıcıların çevrim içi topluluklar aracılığıyla yeni aidiyet biçimleri geliştirdiğini ve bu durumun fiziksel mekanlara dayalı aidiyet algısını zayıflattığını göstermektedir (Markoc & Sarı Haksever, 2021). Güncel medya kullanımında ortaya çıkan dijital dayanışma biçimleri, kısa süreli ancak yoğun duygusal bağlar üretmesi bakımından bu dönüşümün somut örneklerini sunmaktadır. Hashtag temelli kampanyalar, çevrim içi topluluklar ve geçici dijital hareketler, güçlü aidiyet duyguları üretmekte ancak bu bağlar çoğu zaman süreklilik kazanmamaktadır. Dolayısıyla yeni medya aidiyeti ortadan kaldırmaktan ziyade onu daha kırılgan ve geçici hale getirmektedir.

Aidiyet duygusunun mekansal bağlamından koparak çözülmesi, toplumsal örgütlenmenin artık birey odaklı ancak geniş ağlarla örülü yeni bir evresine işaret etmektedir. Birey mahalle veya aile gibi sınırları önceden belirlenmiş kapalı yapıların kısıtlayıcı etkisinden uzaklaşırken, ortak sembolik değerler ve anlık duygusal paylaşımlar etrafında kümelenen esnek dijital topluluklara katılmaktadır. Bu yeni aidiyet biçimi bireye coğrafi sınırlardan bağımsız çok daha geniş bir kimlik alanı ve hareket kabiliyeti verirken, kurulan bu yeni bağların akışkan doğası toplumsal ilişkilerin geleneksel sürekliliğini zayıflatmaktadır. Sonuç olarak

aidiyet birey için sınırlanacak güvenli bir alan olmaktan çıkarak, dijital platformlardaki etkileşimler ve görünürlük pratikleri aracılığıyla her an yeniden inşa edilmesi gereken görünür olma sürecine dönüşmektedir.

Sorumluluk

İnternet öncesi dönemde sorumluluk bireyin aile, iş ve toplum içindeki rollerine bağlı olarak tanımlanan ve büyük ölçüde yüz yüze ilişkilerle pekiştirilen bir değerdir. Sorumluluk bireyin davranışlarının doğrudan ve somut sonuçları üzerinden değerlendirilmekte ve verilen sözlerin tutulması, görevlerin yerine getirilmesi ve toplumsal beklentilerle uyumlu davranılması temel ölçüt olarak kabul edilmektedir. Bu bağlamda sorumluluk hukuki yaptırımlardan ziyade ahlaki ve toplumsal denetim mekanizmalarıyla düzenlenen bir normatif çerçeve içerisinde işlev görmektedir.

Yeni medya ortamlarında ise sorumluluk algısı hem kapsam hem de içerik bakımından belirgin biçimde karmaşıklaşmıştır. Dijital platformlarda üretilen içerikler, bireyin sorumluluğunu yakın çevresiyle sınırlı tutmayıp geniş, belirsiz ve çoğu zaman anonim bir kitleye karşı da gündeme getirmektedir. Çalışmalar, sosyal medya kullanıcılarının dijital davranışlarını insani değerler bağlamında değerlendirdiğini ve sorumluluk algısının çevrim içi etkileşimlerin etik sonuçlarıyla birlikte ele alındığını göstermektedir (Kılıçer, Özeke & Çoklar, 2018). Bu bağlamda sorumluluk, yalnızca niyet üzerinden değerlendirilen bir ilke olmaktan uzaklaşarak içeriklerin yarattığı etki üzerinden ölçülmeye başlanmaktadır. Bu dönüşüm yanlış bilgi paylaşımı, çevrim içi linç ve nefret söylemi tartışmalarında açık biçimde görünür hale gelmektedir. Sosyal medyada yapılan paylaşımların hukuki sonuçlarının artan biçimde gündeme gelmesi, sorumluluk algısına yeni bir boyut eklemiştir. Hakaret, kişisel verilerin ihlali, dezenformasyon ve nefret söylemi

gibi içeriklere yönelik soruştırmalar ve yaptırımlar, bireylerin dijital davranışlarını hukuki sonuçları olan eylemler olarak değerlendirmelerine yol açmaktadır. Bu süreçte sorumluluk bireysel bir erdem olmaktan çıkarak, platform politikaları, algoritmik denetim ve yasal düzenlemelerle şekillenen kolektif ve kurumsal bir mesele haline gelmektedir. Dolayısıyla yeni medya ortamında sorumluluk hem etik hem de hukuki düzlemde sürekli yeniden tanımlanan ve müzakere edilen bir değer olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu bağlamda yeni medya ortamlarında sorumluluğun dönüşümü, etik ilkelere dayalı içsel bir denetim anlayışından, hukuki yaptırımlarla ervelenen dışsal bir zorunluluk rejimine doğru yönelimi işaret etmektedir. İnternet ncesi dönemde sorumluluk büyük ölçüde toplumsal onay, vicdani yükümlülük ve yüz yüze ilişkilerin yarattığı ahlaki baskı üzerinden işlerken, dijital iletişim ortamlarında bu içsel mekanizmaların zayıflaması sorumluluğun giderek yasal düzenlemeler ve platform politikaları aracılığıyla tanımlanmasına yol açmaktadır. Bu süreç, değerlerin ortadan kalkmasından ziyade yeni medya bağlamında etik sorumluluğun tek başına yeterli görülmediği ve hukuki ervelerle desteklenen yeni bir normatif düzenin inşa edildiğine işaret etmektedir. Dolayısıyla etik sorumluluktan hukuki zorunluluğa doğru yaşanan bu kayma, değerler alanındaki dönüşümün en somut ve yapısal göstergelerinden biri olarak değerlendirilebilir.

Yeni Medyanın Değerler zerindeki Somut Etkileri

Yeni medya ortamları gündelik dil kullanımını yalnızca hızlandırmakla kalmamış aynı zamanda değerlerin dilsel temsillerini dönüştüren bir alan haline gelmiştir. İnternet ncesi dönemde saygı, mahremiyet ve sorumluluk gibi değerler hitap biçimleri, nezaket kalıpları ve bağlama duyarlı söylem pratikleriyle korunurken, sosyal medya ortamlarında bu dilsel sınırlar büyük ölçüde esnemiştir.

Çalışmalar, dijital platformlarda kullanılan dilin daha doğrudan ve kimi zaman saldırgan bir karakter kazandığını, bu durumun çevrim içi ortamlarda etik sınırlar ve değer aktarımı açısından yeni tartışmalar doğurduğunu göstermektedir (Binark & Bayraktutan, 2013). Özellikle mizah yeni medya bağlamında değerlerin yeniden müzakere edildiği temel alanlardan biri haline gelmiştir. Caps kültürü, parodi hesaplar ve kısa video formatları, toplumsal normları görünür kılarken aynı zamanda onları sorgulayan bir işlev üstlenmektedir. Saygı ve otorite gibi geleneksel değerler mizah aracılığıyla ters yüz edilmekte ve genç kullanıcılar tarafından eleştirel ifade olarak meşrulaştırılmaktadır (Kırmızı, 2022). Bu bağlamda mizah değerlerin yeniden tanımlandığı bir söylem alanı olarak işlev görmektedir. Ancak bu dönüşüm her zaman özgürleştirici bir nitelik taşımamaktadır. Günlük dilde hakaret, dışlayıcı ifade ve nefret söyleminin mizah kisvesi altında dolaşıma girmesi etik sınırların belirsizleşmesine yol açmaktadır. Dijital ortamlarda dilin denetimsizleşmesi değerlerin içselleştirilmesinden ziyade gösterimsel biçimde sergilenmesine neden olmakta ve değerlerin yüzeysel ve bağlama duyarsız biçimde yeniden üretilmesi riskini beraberinde getirmektedir (Büyüktanır, Yakar, & Altinel Girgin, 2024). Ayrıca medya içeriklerinde hangi söylemlerin görünür kılındığı ve hangilerinin sessizleştirildiği de değerlerin kamusal temsilini doğrudan etkilemektedir. Türkiye’de medya söylemi üzerine yapılan çalışmalar, bazı olay ve söylemlerin görünürlüğünün sınırlı tutulmasının ya da belirli çerçeveler içinde sunulmasının kamusal değer tartışmalarının yönünü etkileyebildiğini göstermektedir (Deniz, İmamoğlu, & Topsakal, 2025).

Dijital mecralardaki mizah toplumsal hiyerarşilerin ve katı kuralların geçici olarak askıya alındığı, resmiyetten arınmış bir ifade alanı olarak işlev görmektedir. Geleneksel değerlerin görsel içerikler aracılığıyla yeniden harmanlanması, değerlerin köklü ve tarihsel bağlamlarından kopmasına neden olmaktadır. Değerlerin bu şekilde

taklit ve yeniden üretim temelli bir nitelik kazanması, onları daha erişilebilir kılıp eleştiriye açsa da, ahlaki sorumluluk bilincini zayıflatmakta ve etik ihlalleri mizahın sağladığı koruma kalkını ardına gizleyebilmektedir. Dolayısıyla dijital dil, değerleri içselleştirilen birer hayat pratiği olmaktan çıkarıp, anlık etkileşim uğruna tüketilen ve sürekli biçim değiştiren sembolik nesnelere dönüştürmektedir.

Yeni medya dini ve kültürel sembollerin temsil biçimlerini köklü biçimde dönüştürmüştür. İnternet öncesi dönemde bu semboller büyük ölçüde belirli mekanlara (cami, aile ortamı, eğitim kurumu) ve ritüellere bağlı olarak anlam kazanmaktadır. Dolayısıyla sembolik değer, inanç pratiğinin sürekliliği ve kurumsal dini otoriteyle ilişkili biçimde üretilmektedir. Dijital ortamda ise bu semboller, bağlamından koparılarak hızla dolaşıma sokulmakta ve çoğu zaman mizahi ya da politik içeriklerle iç içe sunulmaktadır. Bu dolaşım sembollerin tekil ve sabit anlamlarını zayıflatmakta ve çok katmanlı ve bağlama göre değişen anlam üretimlerine zemin hazırlamaktadır (Şener,& Atar, 2017).

Bu dönüşüm, ahlaki değerlerin temsili açısından da belirleyici sonuçlar doğurmaktadır. Özellikle mahremiyet ve edepli davranış gibi değerler Instagram ve TikTok gibi görsel ağırlıklı platformlarda sürekli yeniden tanımlanmaktadır. Dini semboller kimi zaman bireysel dindarlığın ifadesi olmaktan çıkarak dijital kimliğin bir parçası, hatta görsel bir aksesuar işlevi görmeye başlamaktadır (Oyman, N., & Macit, M. 2025). Beden temsilleri ve dini kimliğin görünürlüğü üzerinden yürütülen tartışmalar, ahlaki normların sabitliğini zayıflattığını ve bireysel tercihlerin kamusal ahlak söylemiyle daha görünür biçimde çatıştığını ortaya koymaktadır. Dolayısıyla semboller imanın parçası olmaktan ziyade, kullanıcı tarafından stratejik olarak konumlandırılan kimlik göstergelerine dönüşebilmektedir.

Öte yandan bu süreç, dini ve kültürel sembollerin anlamlandırılma biçimlerinde otorite kaymasını da beraberinde getirmektedir. Geleneksel dönemde sembollerin anlamı büyük ölçüde dini kurumlar, resmi otoriteler ve cemaat önderleri tarafından belirlenirken, dijital ortamda her kullanıcı, sembolleri yeniden yorumlayan ve dolaşıma sokan bir anlam üreticisi haline gelmektedir. Yeni medya kültürel ve dini sembollerin kamusal alanda görünürlük kazanmasını sağlarken aynı zamanda bu sembollerin anlam tekeli kırılmaktadır. Dijital mecralar farklı yorum ve pratiklerin yan yana gelmesine imkan tanıyarak değerlerin tekil ve mutlak anlamlarını sorgulanabilir kılmaktadır. Bu dönüşüm değerlerin aşınmasından ziyade çoğulcu bir anlam evreni içerisinde yeniden üretilmesi olarak değerlendirilmektedir (Kılınç & Gökçam, 2024).

Dini ve kültürel sembollerin mekansal bağlamından koparak dijital mecralara taşınması, bu sembollerin artık dini otoritelerden ziyade platformların görsel ve ekonomik mantığına göre yeniden şekillenmesine yol açmaktadır. Geleneksel dönemde kutsal kabul edilen ve belirli ritüellerle korunan değerler, yeni medyada gündelik tüketimin parçası kılınmaktadır. Bu süreçte semboller manevi bir derinlikten çok dijital kimlik inşasında kullanılan görsel birer araca dönüşmektedir. Bu aracılık, ahlaki normların toplumsal dayanağını zayıflatırken bireysel yorumların ön plana çıktığı akışkan bir anlam evreni yaratmaktadır. Sonuç olarak dini ve kültürel sembollerin dijitalleşmesi, değerlerin mutlaklığını sarsarak onları sürekli müzakere edilen, gösterimsel ve bağlamdan bağımsız görsel göstergeler haline getirmektedir.

Yeni medyanın değerler üzerindeki en somut ve yapısal etkilerinden biri, algoritmik düzenleme mekanizmaları aracılığıyla ortaya çıkmaktadır. Sosyal medya platformları kullanıcıların ilgi, beğeni ve etkileşim verilerine dayalı olarak içerik sunmaktadır. Algoritmik içerik düzenleme, içerik akışını şekillendirmenin

ötesinde hangi değerlerin görünür, meşru ve makbul kabul edileceğini de dolaylı biçimde belirleyen bir rol oynamaktadır. Bu yönüyle algoritmalar, pasif birer iletken olmaktan çıkarak, neyin ahlaki, neyin kabul edilebilir ya da neyin trend olduğu konusunda aktif birer kültürel aktör haline gelmektedir. Algoritmik kültür üzerine yapılan çalışmalar, dijital ortamda öne çıkan söylemlerin, etik ve kültürel değerlere ilişkin algıyı yönlendirdiğini göstermektedir (Bilgici, 2023).

Algoritmaların rolü, özellikle duygusal yoğunluğu yüksek içeriklerin önceliklendirilmesi üzerinden somutlaşmaktadır. Kullanıcının platformda kalma süresini artırmaya yönelik tasarlanan algoritmik sistemler, öfke, coşku, korku ve nefret gibi güçlü duygular uyandıran içerikleri daha görünür kılmaktadır. Değerlerin uzlaştırıcı ve bütünleştirici olmak yerine, çatışma ve kutuplaşma üretme potansiyeli taşıyan biçimlerde dolaşıma girmesine yol açmaktadır. Saygı, sorumluluk ve aidiyet gibi değerler, dikkat çekme ve etkileşim üretme kapasitesi yüksek söylemsel performanslar olarak sunulabilmektedir. Algoritmik görünürlük, değerlerin içerik üreticileri tarafından stratejik ve çoğu zaman tık odaklı biçimde araçsallaştırılmasına zemin oluşturmaktadır (Özdemir & Çevik, 2025).

Bu çerçevede yeni medya ortamında değerler, yalnızca bireysel inanç ve tercihler doğrultusunda yer almamakta, teknik, ekonomik ve ticari algoritmaların yönlendirmesiyle de şekillenmektedir. Değerlerin giderek segilenen, ölçülen ve optimize edilen göstergelere dönüşmesi, ahlaki olanın popüler olanla yer değiştirmesi riskini beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla değerler alanında insan merkezli etik yaklaşımların, platform temelli düzenleme ve sorumluluk tartışmalarıyla birlikte ele alınması zorunlu hale gelmektedir. Algoritmaların çoğu zaman görünmez kalan bu etkisi, değerlerin dönüşümünü hızlandıran ancak gündelik

farkındalık düzeyinde yeterince sorgulanmayan temel dinamiklerden biri olarak öne çıkmaktadır.

Değerlerin algoritmalar aracılığıyla yapısal bir dönüşüme uğraması, dijital ekosistemin ilgi ekonomisi mantığıyla doğrudan ilişkilidir. Algoritmalar teknik birer araç olmanın ötesine geçerek, kullanıcıyı yalnızca kendi mevcut yargılarını besleyen içeriklerle sınırlayan yankı odalarına hapsedmektedir. Yankı odaları ise değerlerin evrensel bir müzakere yerine kutuplaşmış alt kültürlerde radikalleşmesine neden olmaktadır. Bu teknik süreçte değerler toplumsal bir uzlaş zemininden koparak platformların ticari hedefleri doğrultusunda araçsallaştırılmaktadır. Etik denetim, yerini verimlilik odaklı yazılımsal tercihlere bırakmaktadır. Sonuç olarak algoritmik düzenleme, değerlerin doğal akışını bozarak onları önceden tasarlanmış birer görünürlük performansına dönüştürmektedir. Bu değişim dijitalleşen toplumda etik bilincin platform bağımlı hale gelmesi riskini doğurmaktadır.

Sonuç

Bu çalışma, yeni medya ile değerler arasındaki ilişkinin basit bir yozlaşma ya da çözülme anlatısıyla açıklanamayacağını ortaya koymaktadır. Türk kültüründe mahremiyet, saygı, aidiyet ve sorumluluk gibi temel değerler, dijitalleşme süreciyle birlikte ortadan kalkmamış, aksine üretildikleri bağlamlar, dolaşıma girme biçimleri ve meşruiyet dayanakları köklü biçimde dönüşmüştür. Bu dönüşüm, değerlerin içeriğinden ziyade, onların kimler tarafından, hangi mecralarda ve hangi iktidar ilişkileri içerisinde tanımlandığına ilişkin yapısal bir değişimi işaret etmektedir. Yeni medya döneminde değerler görünürlük, hız ve ölçülebilirlik ekseninde yeniden yapılandırmıştır. Dijital ortamlar değerleri sürekli sergilenen ve tartışılan sembolik pozisyonlara dönüştürmüştür. Değerlerin sembolik yapılara dönüşümü toplumsal bağlayıcılığı zayıflatmakla

birlikte, onları kamusal müzakereye daha açık fakat aynı zamanda daha kırılgan hale getiren çift yönlü bir etki yaratmaktadır.

Çalışmada ele alınan her bir değer, bu dönüşümün farklı boyutlarını görünür kılmaktadır. Mahremiyet korunması gereken bir sınır olmaktan ziyade bireyin dijital görünürlük stratejilerinin parçası haline gelmiştir. Saygı ise verili hiyerarşilere dayalı bir yükümlülüğten etkileşimsel ve müzakereye açık bir ilişki biçimine dönüşmüştür. Aidiyet mekansal ve kurumsal sürekliliklerden koparak geçici ve akışkan dijital topluluklar üzerinden kurulur hale gelmiştir. Sorumluluk ise etik bir erdemden hukuki ve platform temelli bir zorunluluk rejimine doğru kaymıştır. Bu örnekler değerlerin zayıfladığını değil, yeni medya koşulları içinde yeniden işlev kazandığını göstermektedir.

Türkiye bağlamında değer dönüşümü, kültürel alanla sınırlı kalmayıp siyasal ve kurumsal boyutları da kapsayan çok katmanlı bir süreç olarak ortaya çıkmaktadır. Dijital platformlar bir yandan dini ve kültürel sembollerin görünürlüğünü artırırken diğer yandan bu sembollerin politikleştiği, kutuplaştırıcı söylemler içerisinde yeniden konumlandığı bir alan üretmektedir. Devletin dijital alanı düzenleme çabaları, platformların algoritmik öncelikleri ve kullanıcıların gündelik pratikleri arasında ortaya çıkan gerilim, değerlerin tekil bir merkezden tanımlanan sabit normlar olmaktan uzaklaşarak çoklu ve çatışmalı iktidar odakları tarafından belirlendiğini göstermektedir. Bu çerçevede merkez-çevre ilişkilerinin dijital düzlemde yeniden üretildiği ve değerlerin ulusal düzeyde ortak bir zemin oluşturma kapasitesinin giderek zayıfladığı bir tablo ortaya çıkmaktadır.

Algoritmik düzenleme mekanizmaları, bu sürecin en belirleyici yapısal boyutunu oluşturmaktadır. Algoritmalar, yalnızca içerik akışını düzenleyen teknik araçlar değil, hangi söylemlerin makbul, hangi değerlerin görünür ve hangilerinin marjinal olacağını belirleyen aktif aktörlerdir. Değerlerin tıklanabilirlik, etkileşim ve

duygusal yoğunluk üzerinden dolaşıma girmesi, etik olan ile popüler olan arasındaki sınırı giderek belirsizleştirmekte ve normatif yargılar, kalıcılığından çok dolaşım hızına göre anlam kazanmaktadır.

Sonuç olarak yeni medya, Türk kültüründe değerleri ortadan kaldıran bir tehditten ziyade, değerlerin en yoğun biçimde tartışıldığı, sınandığı ve yeniden tanımlandığı çatışmalı bir kültürel alan olarak değerlendirilmelidir. Mesele, değerlerin yeni medya koşulları içerisinde nasıl adil, sorumlu ve müzakereye açık biçimde yeniden üretilebileceğini tartışmaktır. Bu nedenle yeni medya Türk toplumunda değerlerin hem en görünür hem de en kırılğan hale geldiği tarihsel bir eşiği temsil etmektedir.

Kaynakça

Bilgici, C. (2023). Yapay zeka ve algoritmik kültür bağlamında sosyal medya deneyiminin geleceği üzerine bir değerlendirme. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 7(3), 216-237.

Binark, M., & Bayraktutan, G. (2013). *Ayın karanlık yüzü: Yeni medya ve etik*. Kalkedon Yayınları.

Bulduklu, Y., & Şeker, M. (2020). Yeni medya ve değişen toplumsal değerler. In M. Şeker (Ed.), *Bilgi toplumu ve iletişim* (pp. 169-188). TÜBA.

Büyüktanır, B., Yakar, Ö., & Altınel Girgin, A. B. (2024). Sosyal medyada nefret söylemi çerçevesi: Geçmişten günümüze kapsamlı bir derleme. *Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 40(1), 685-712.
<https://doi.org/10.17341/gazimmfd.1327840>

Coşkun, A., Özer, B., & Duran, A. A. (2024). Sosyal medyanın değer kazanımına etkisinin incelenmesi. *Anadolu Türk Eğitim Dergisi*, 6(3), 334-350.

Deniz, Ö., İmamoğlu, H. V., & Topsakal, T. (2025). Missing Bodies, Silent Pages: How Turkish Media Portrays Journalist Murders and Silence. *Media and Communication*, 13, Article 10526.
<https://doi.org/10.17645/mac.10526>

Erol, M. E., & Özcan, Z. (2024). Çalışanların yöneticileriyle ilgili sosyal medya algılarının etik değerlere yatkınlıkları açısından incelenmesi. *Akademi Karabük Dergisi*, 8(1-2), 163-182.

Garajamirli, N. (2025). Algorithmic gatekeeping and democratic communication: Who decides what the public sees? *European Journal of Communication and Media Studies*, 4(3), 1-10.
<https://doi.org/10.24018/ejmedia.2025.4.3.54>

Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms. In T. Gillespie, P. J. Boczkowski, & K. A. Foot (Eds.), *Media technologies: Essays on communication, materiality, and society* (pp. 167–194). MIT Press.

Göle, N. (2011). *Modern mahrem: Medeniyet ve örtünme*. Metis Yayınları.

Graziano, R. (2025). Popular Habitus: Updating the Concept of “Habitus” as a Guide for the Selection of Cases of Analysis in Qualitative Digital Research. *Societies*, 15(6), 150.
<https://doi.org/10.3390/soc15060150>

Hjarvard, S. (2008). Mediatization of society: A theory of the media as agents of social and cultural change. *Nordicom Review*, 29(2), 105-134. <https://doi.org/10.1515/nor-2017-0181>

Hoşgör, H. K., & Deniz, Ö. (2025). The effect of media literacy on journalism students' trust level in social media news. *Sinop Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1), 55-78. <https://doi.org/10.30561/sinopusd.1629910>

Jenkins, H., & Deuze, M. (2008). Editorial: Convergence culture. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14(1), 5-12. <https://doi.org/10.1177/1354856507084415>

Kandiyoti, D. (1988). Bargaining with patriarchy. *Gender & Society*, 2(3), 274-290.

Keleş, B. A., & Deniz, Ö. (2023). The impact of digitalization on the journalism profession and news production. *Journal of Communication, Sociology and History Studies*, 3(1), 18-32.

Kılıçer, K., Özeke, V., & Çoklar, A. N. (2018). Sosyal medya kullanıcılarına ait siber davranışların insani değerler bağlamında incelenmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 56, 19-39.

Kılınç, Meriç, Gökçam, Başak (2024). Dijital Hegemonya: Egemen İdeolojinin Yeniden Üretim Sürecinde Influencer Pazarlama. 4. *BOYUT Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 25, 141-165. <https://doi.org/10.26650/4boyut.2024.1525083>

Kırmızı, Ö. (2022). Dijital kültür ortamında mizahın yeni bir mecrası: Twitter'daki anonim hesaplar. *Kültür Araştırmaları Dergisi*, 12, 1-17. <https://doi.org/10.46250/kulturder.1035835>

Klinger, U., & Svensson, J. (2015). The emergence of network media logic in political communication. *New Media &*

Society, 17(8), 1241-1257.
<https://doi.org/10.1177/1461444814522952>

Mardin, Ş. (1991). *Türk modernleşmesi*. İletişim Yayınları.

Mardin, Ş. (2007). *Türkiye’de din ve siyaset*. İletişim Yayınları.

Markoc, I., & Sari Haksever, T. (2021). Young adults' sense of belonging in the context of SNS and cyberspace usage: Istanbul, Turkey. *International Journal of Cyber Behavior, Psychology and Learning*, 11(2), 1-12. <https://doi.org/10.4018/IJCBPL.2021040101>

Mathiesen, T. (1997). The viewer society: Michel Foucault’s “Panopticon” revisited. *Theoretical Criminology*, 1(2), 215-234. <https://doi.org/10.1177/1362480697001002003>

Oyman, N., & Macit, M. (2025). Yeni Medyada Kutsal Gösteri: Eğlenceye Dair Dinî Sembollerin Kullanımı. *İmgelem, Yeni Medya Çalışmaları*, 27-60. <https://doi.org/10.53791/imgelem.1735542>

Özdemir, M., & Çevik, H. (2025). Sosyal Medya Algoritmalarının Toplumsal Cinsiyet Temsilleri Üzerindeki Etkileri ve Dışlayıcı Pratikler. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(2), 344-358. <https://doi.org/10.31592/aeusbed.1653944>

Papacharissi, Z. (2015). Affective publics and structures of storytelling. *Information, Communication & Society*, 18(3), 307-324. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2014.923988>

Sampson, R. J., & Groves, W. B. (1989). Community structure and crime: Testing social-disorganization theory. *American Journal of Sociology*, 94(4), 774-802.

Scannell, P. (1989). Public service broadcasting and modern public life. *Media, Culture & Society*, 11(2), 135-166.

Simmel, G. (2002). The metropolis and mental life. In G. Bridge & S. Watson (Eds.), *The Blackwell city reader* (pp. 11-19). Blackwell.

Suler, J. (2004). The online disinhibition effect. *CyberPsychology & Behavior*, 7(3), 321-341.

Şahan, S. (2023). Sosyal Medya Kullanıcılarının Mahremiyet Yönelimlerinin Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Yeni Medya*, 15, 92-111. <https://doi.org/10.55609/yenimedya.1355358>

Şener, G., & Atar, G. M. (2017). Türkiye'ye özgü kültürel sembollerin emojilere dönüşümü: Dijital iletişimde kültürel sembolere yönelik bir araştırma. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 53, 189-209. <https://doi.org/10.17064/iuifd.364939>

Turan, Y. (2024). Sosyal Medyada Gözetim ve Mahremiyet Algısı: Instagram Kullanıcıları Üzerine Bir İnceleme. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 47, 146-169. <https://doi.org/10.31123/akil.1427283>

Tirotchi, S. (2024). Generation Z, values, and media: From influencers to BeReal, between visibility and authenticity. *Frontiers in Sociology*, 8, 1304093. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2023.1304093>

Van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Understanding social media logic. *Media and Communication*, 1(1), 2-14.

Walsh, J. P. (2020). Social media and moral panics: Assessing the effects of technological change on societal reaction. *International Journal of Cultural Studies*, 23(6), 840-859. <https://doi.org/10.1177/1367877920912257>

BÖLÜM 7

ETKİLİ VE GÜZEL KONUŞMANIN YÖNTEMLERİ: SÖZEL İFADE VE DİKSİYON ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

ETHEM BABRAK¹

Giriş

Konuşma, insan hayatının vazgeçilmez bir parçasıdır. İnsan için su gibi ekmek gibi lüzumludur. Konuşma, insanın toplumsal yaşamda kendisini ifade etmesinin en temel aracıdır. İnsan; duygu, düşüncelerini yahut istek ve arzularını karşısındakine aktarır, kendisini ifade eder ve bu sayede hem sosyal ilişkilerini düzenler hem de mesleki yaşamında başarıya ulaşır hem de toplumsal ilişkilerini düzenler.

Dili olan herkes konuşabilir elbette. Ancak bu konuşma yahut aktarımlar her zaman kusursuz gerçekleşmez; kimi zaman gönderici tarafından kodlanan mesaj alıcıya eksik ulaşabilir ya da çeşitli

¹ Öğr. Gör. Bitlis Eren Üniversitesi, Güroymak Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, ebabrak@beu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8418-9271 Bitlis, Türkiye.

nedenlerle doğru biçimde algılanamayabilir. İşte bu noktada güzel konuşma devreye girmektedir.

Güzel konuşma, mesajın daha anlaşılır, açık ve etkili biçimde karşı tarafa iletilmesini sağlar. Güzel konuşma becerisine sahip bireyler, çevrelerinde kısa sürede etki yaratır, sosyal ortamlarda kabul görür ve iş yaşamında öne çıkar (Hazneci, 2015, s. 45). Güzel konuşan bir kimse, sesleri doğru çıkarmakla kalmaz aynı zamanda anlamı net ve sorunsuz biçimde aktarır.

Konuşmak sadece sesle olmaz. Birey kıyafetiyle, saçlarıyla, aksesuarlarıyla, yürüyüş ve fiziksel biçimiyle veya sanatıyla da konuşabilir. Konuşabilirden kasıt mesaj aktarımıdır. Ancak bizim burada üzerinden durduğumuz husus, sesli konuşmak biçimi başka bir ifadeyle dil ve sözle iletilen mesaj olacaktır.

Son yıllarda Türkiye’de yapılan araştırmalar, güzel konuşmanın sadece teknik bir beceri olmadığını; sosyal, psikolojik ve pedagojik boyutlarıyla ele alınması gerektiğini ortaya koymaktadır. Diksiyon, nefes kontrolü, sesin doğru kullanımı, beden dili ve psikolojik hazırlık bu sürecin temel unsurları olmaktadır. Öte yandan Türkçe öğretim programlarında konuşma becerisinin yeri giderek daha fazla önem kazanmaktadır.

Bu araştırmada, güzel konuşmanın tanımı, unsurları ve günlük hayatta uygulanabilecek yöntemler ele alınacaktır. Ayrıca Türkiye’de yapılan araştırmalar ışığında konuşma eğitiminin önemi vurgulanacak ve bireylerin güzel konuşma becerilerini geliştirmeleri için öneriler sunulacaktır.

Bu çalışma, nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi ile hazırlanmıştır. Türkiye’de özellikle son zamanlarda yayımlanan kitap ile makaleler incelenmiş ve bu süreçteki farklı kaynaklar içerik analiziyle değerlendirilmiştir.

Güzel Konuşmanın Tanımı ve Önemi

Konuşma, insanın duygu, düşüncelerini ve istemlerini sözlü/sesli olarak aktarmasını sağlayan temel iletişim şeklidir; güzel konuşma ise bu aktarımın doğru, açık, etkili ve estetik bir şekilde yapılmasıdır. Türk Dil Kurumu'na göre konuşma; “konuşmak işi”, “görüşme, danışma, müzakere” ve “dinleyicilere bilgi vermek amacıyla yapılan söyleşi” gibi anlamlar taşımaktadır (TDK, 2012, s. 1212b). Bilimsel literatürde konuşma, biyolojik ve zihinsel süreçlerin eşgüdümüyle gerçekleşen bir dilsel üretim olarak tanımlanmaktadır (Ökcün-Akçamuş, 2010, s. 5).

Kurudayıoğlu (2006: 71) konuşmayı, insanı diğer canlılardan ayıran en temel özelliklerden biri olarak tanımlar. Ona göre konuşma, “insanın beyân kabiliyetiyle var olan ve düşüncelerin söz kalıbına dökülmesiyle ortaya çıkan bir süreçtir” Hazneci (2015: 45) güzel konuşmayı, “sesin doğru kullanımı, beden dili, nefes kontrolü ve psikolojik hazırlığın birleşimiyle ortaya çıkan etkili iletişim biçimi olarak açıklamaktadır. Diksiyon Akademisi (2023: 3) güzel konuşmayı, “konuşmada yapılan hatalardan arınmış, yerinde, zamanında ve doğru hedefe yönlendirilmiş konuşmalar” olarak tanımlar. Güzel konuşma yalnızca neyin söylendiği değil, nasıl ve ne zaman söylendiğiyle de ilgilidir. MEB (2020: 2) tarafından hazırlanan “Güzel Konuşma” modülünde ise güzel konuşma, “doğru ses, telaffuz ve vurgu ile anlamın karşı tarafa açık bir şekilde aktarılması” olarak tanımlanmıştır.

Güzel konuşma, bireyin topluluk önünde özgüvenle konuşabilmesi ve mesajını etkili biçimde aktarabilmesidir (Dinçel, 2023, s. 880)

Güzel konuşma, dilin estetik yönünü kullanarak anlamı zenginleştirme ve dinleyicide etki bırakma sanatıdır (Özbay, 2007, s. 101)

Güzel konuşma, bireyin sözel anlatımını görsel ve işitsel öğelerle destekleyerek çok kanallı iletişim kurmasıdır (Temizyürek, Erdem & Çelik, 2007, s. 294).

Topçuoğlu Ünal ve Özden'e göre konuşma üç temel düzeyde ele alınabilir: İlki, bireyin çocukluk döneminde konuşmayı öğrenmesiyle başlayan temel dilsel edinim sürecidir. İkincisi, kişinin sosyal çevresinde (aile, arkadaş, iş ortamı vb.) kendini ifade etme ve etkileşim kurma becerisidir. Üçüncüsü ise bireyin uzmanlık alanında dinleyicilere bilgi sunarak onları ikna etme yetkinliğidir. Bu üç aşama, konuşma eğitiminin kapsamını belirler ve bireyin hem bireysel hem toplumsal düzeyde etkili iletişim kurabilmesini sağlamaktadır (Topçuoğlu Ünal & Özden, 2019, s. 15).

Yukarıdaki tanımlamalardan da görüldüğü üzere güzel konuşmaya ilişkin farklı tanımlar söz konusu olabilmektedir. Esasen güzel konuşmaya ilişkin yeryüzündeki insan sayısınca tanım yapılabilir. Çünkü güzellik kavramı kişiden kişiye değişebilmektedir. Ancak genel kabuller üzerinden ortak tanımlara ulaşabilmek mümkündür. Öte yandan Türkiye'de son yıllarda yapılan araştırmalar, konuşma becerisinin eğitim programlarında giderek daha fazla önem kazandığını göstermektedir (Bağcı Ayrancı, 2016, s. 17).

Güzel konuşma, bireyin hem sosyal çevresinde kabul görmesini hem de özel ve mesleki hayatında başarıya ulaşmasını sağlayan etkili bir iletişim becerisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Güzel konuşma, etkili iletişimin temelidir. Hazneci (2015), güzel konuşmanın bireyin çevresindekileri kısa sürede etkileyebilmesini, kabul görmesini ve sosyal ilişkilerde merkez hâline gelmesini sağladığını belirtmektedir. Bu beceri, hem özel hem de mesleki yaşamda kişinin kendini tanıtmayı, bilgi ve becerilerini aktarması açısından kritik bir öneme sahiptir.

Güzel konuşma, bireyin özgüvenini artırmaktadır. Topluluk önünde konuşma korkusunu azaltmakta ve bireyin kendini ifade etme kapasitesini güçlendirmektedir. Dinçel (2023), öğretmen adaylarının konuşma hatalarının özgüven eksikliğiyle ilişkili olduğunu ve konuşma eğitiminin bu eksikliği gidermede etkili olduğunu ortaya koymuştur.

Konuşma eğitimi, bireyin akademik başarısını da doğrudan etkilemektedir. Topçuoğlu Ünal & Özden (2019), diksiyon ve ses eğitiminin öğrencilerin ses, vurgu ve duraklama becerilerini geliştirdiğini; böylece daha anlaşılır ve etkili konuşmalar yapabildiklerini belirtmektedir.

Güzel konuşma, bireyin hem özel hem de mesleki yaşamında kendini kabul ettirmesinin ve başarılı olmasının anahtarıdır. İş yaşamında birey, kendisini tanıtabilmek ve mesleki bilgi ile becerilerini aktarabilmek için konuşma becerisine ihtiyaç duymaktadır. Özel yaşamda ise aile ve arkadaşlarla sağlıklı iletişim kurmanın, mutluluğu yakalamanın yolu güzel konuşmadan geçmektedir (Hazneci, 2015, s. 47).

Güzel konuşmak her bireyin istediği bir yetenektir. Kişi ne kadar güzel konuşursa konuşması o denli dinlenmekte ve kişi bu sayede saygınlık kazanmaktadır. Konuşma, kişiliğin önemli bir göstergesidir. Sokrates'in "*Konuş, kim olduğunu söyleyeyim*" sözü bu anlamda oldukça manidardır.

Konuşma becerisinin geliştirilmesi, bireysel anlamda ifade gücünü arttırılması ya da güçlendirilmesinin yanında akademik başarı, sosyal ilişkiler ve mesleki yaşamda da önemli avantajları beraberinde getirecektir. Güzel konuşma ya da konuşabilme yeteneği hayatımızdaki tüm ilişkileri kuşatmakta ya da bir şekilde etkilemektedir. Bu nedenle sosyal bir varlık olan toplum içerisinde yaşayan birey olabildiğince güzel konuşmalıdır.

Güzel Konuşmak İçin Gerekli Fiziksel ve Psikolojik Unsurlar

Güzel konuşmanın fiziksel unsurları arasında diksiyon, nefes kontrolü, jest ve mimikler yer almaktadır. Özellikle diyafram nefesi, konuşmanın akıcılığı için en uygun yöntem olarak önerilmektedir (Bağcı Ayrancı, 2016, s. 18). Psikolojik açıdan bakıldığında ise topluluk karşısında konuşma korkusu, bireylerin en büyük engellerinden biridir. Bu nedenle konuşmacının özgüven kazanması ve içtenlikli davranması önem arz etmektedir (Bağcı Ayrancı, 2016, s. 19).

Güzel konuşmak için olmazsa olmaz diyebileceğimiz birtakım unsurlar aşağıda sıralanmıştır:

• Diksiyon Kuralları

Diksiyonda bazı kurallar bulunmaktadır. Örneğin Türkçe kelimelerdeki “ğ” harfi ya okunmaz ya da y’ye dönüşerek telaffuz edilmektedir (Demircan, 1996, s. 78-79). Buna benzer diksiyonda ve Türkçe’de var olan kurallara uyulmalıdır.

• Vurgu ve Tonlama

Vurgu, kelime veya cümle içinde belirli bir hecenin ya da ögenin diğerlerinden daha güçlü, daha baskın söylenmesiyle ortaya çıkmaktadır. Kelimelerin anlam ayırıcı özelliğini ortaya çıkarmaktadır. Örneğin 'Bİri geldi' ile 'biRİ geldi' farklı anlamlar taşımaktadır (Börekçi, 2005, s. 193). Dinleyiciye hangi ögenin önemli olduğunu göstererek odaklama sağlamaktadır (Demircan, 2001, s. 65-74). Öte yandan yanlış vurgu hali, kelimenin anlamını bozabileceği için diksiyon eğitiminde doğru vurgu yapmak temel bir beceri sayılmaktadır.

Tonlama ise konuşmaya duygusal değer katmakta; sevinç, üzüntü, kahramanlık gibi duygular tonlama ile aktarılmaktadır

(Vardar, 1998, s. 203). Tonlama dinleyicinin dikkatini canlı tutmakta, monotonluğu engellemektedir. Bu nedenle diksiyon eğitiminde tonlama, anlamı destekleyen müzikal unsur olarak öğretilmektedir (Üçok, 1951, s. 135).

Vurgu, kelime ya da öbek düzeyinde anlam ayırıcı bir fonkisyona sahipken; tonlama ise, cümle düzeyinde duygusal ve anlamsal bütünlüğü sağlamaktadır. Vurgu ve tonlamaların doğru yapılması ve birlikte kullanılması halinde, hem anlam doğru aktarılmakta hem de dinleyici üzerinde etki bırakma gücü kazanılmaktadır. Öte yandan Soykan, Türkçe'de vurgu ve tonlamanın esnek bir yapı sergilediğini; yani bağlama göre yer değiştirebildiğini ve farklı anlamlar yaratabildiğini belirtmektedir (Soykan, 1998, s. 119-142).

Özetle vurgu, sözcük ve öbek düzeyinde anlamı ayırmakta; tonlama ise cümle düzeyinde duyguyu ve anlamı pekiştirmektedir. Diksiyon eğitiminde bu iki unsur, hem doğru anlaşılmayı hem de etkili bir iletişimi sağlamaktadır.

• Ses, Nefes ve Diyafram

Sesin şiddeti, yüksekliği ve rengi konuşmanın etkisini belirlemektedir. Yanlış telaffuz ve boğumlama bozuklukları, mesajın anlaşılabilirliğini azaltmaktadır (Erdem, 2013, s. 420). Güzel konuşma için sesin doğal, akıcı ve dinleyiciyi yormayacak şekilde kullanılması gerekmektedir.

Konuşmada nefes kontrolü kritik öneme sahiptir. Diyafram nefesi, sesin sürekliliğini ve gücünü artırarak konuşmanın akıcılığını sağlar. Göğüsten alınan kısa nefesler ise konuşmayı kesintiye uğratar (Bağcı Ayrancı, 2016, s. 18). Düzenli nefes egzersizleri, konuşmacının sesini daha etkili kullanmasına yardımcı olmaktadır.

• Beden Dili

Konuşmanın salt sözcüklerden ibaret olmadığı, beden diliyle desteklendiğinde daha etkili olduğu bilinmektedir. Jest ve mimikler, iletişimin %55–60'ını oluşturmaktadır (Hazneci, 2015, s. 45). Göz teması kurmak, elleri doğal biçimde kullanmak ve yüz ifadelerini konuşmaya uygun hale getirmek, güzel konuşmanın vazgeçilmez unsurlarındandır.

Beden dilinin doğru ve etkili kullanımı kelimelerin gücünü artırmakta ve dinleyicilerin anlamı daha iyi kavramasını sağlamaktadır.

Albert Mehrabian'ın çokça bilinen klasik çalışmasına göre, iletişimde anlamın %55'i beden dili, %38'i ses tonu, yalnızca %7'si sözcüklerden kaynaklanmaktadır (Mehrabian, 1971, s. 43). Sakshi (2025), beden dilinin iletişimde güven, açıklık ve duygusal aktarımı artırdığını; jest ve mimiklerin mesajın anlaşılmasını kolaylaştırdığını ifade etmektedir. Özellikle eğitim ve sunum ortamlarında, beden dilinin sözel mesajla uyumlu olması, öğrencilerin veya dinleyicilerin bilgiye daha hızlı erişmesini ve hatırlamasını sağlamaktadır (Burgoon, Guerrero & Floyd, 2016, s. 89).

Yukarıda da bahsedildiğı gibi bilimsel araştırmalar, beden dilinin konuşmaya uyum göstermesi halinde dinleyicilerin mesajı daha iyi anladığını ve sözcüklerin daha güçlü algılandığını ortaya koymaktadır. Özellikle jestler, mimikler ve duruş, sözel ifadeyi destekleyerek iletişimin netliğini ve ikna gücünü artırmaktadır (Knapp & Hall, 2010, s. 112).

• Psikolojik Hazırlık

Bireyler genellikle birden çok insanların olduğu ortamlarda konuşmaktan çekinirler. Topluluk karşısında konuşma kaygısı, bireylerin yaklaşık %25'inde görülen yaygın bir sosyal kaygı türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu oran, üniversite öğrencileri

üzerinde yapılan çalışmalarda da doğrulanmıştır (Mayrambeg Kızı & Efilti, 2023).

Öğretmen adayları üzerinde yapılan araştırmalarda da, katılımcıların önemli bir kısmının topluluk karşısında konuşma kaygısı yaşadığı ve bunun mükemmeliyetçilik eğilimleriyle ilişkili olduğu saptanmıştır (Şeref & Toker Öz, 2025, s. 120-123).

Topluluk karşısında konuşma korkusu, güzel konuşmanın önündeki en büyük engellerden biridir. Bu nedenle konuşmacının özgüven kazanması, heyecanını kontrol etmesi ve içtenlikli davranması gerekmektedir (Dinçel, 2023, s. 885). Psikolojik hazırlık, konuşmanın başarısını doğrudan etkilemektedir.

Güzel Konuşmak İçin Yapılması Gerekenler

Sever (1995, s. 56-57), duygu ve düşüncelerin sözle, anlaşılır, etkili ve doğru bir şekilde anlatılabilmesi için aşağıda verilen ilkeleri savunmaktadır;

- Konuşurken burundan, göğüs boşluğundan ve diyaframdan soluk alınmalı,
- Sözcükleri doğru ve anlaşılır biçimde söylenmeli,
- Açık ve doğru cümleler kurulmalı,
- Sözcük ve cümleler anlamına göre vurgulanmalı, konuşma ise konuya ve düzeye uygun bir tonla sürdürülmeli,
- Akışı bozacak duraksamalardan kaçınmalı, konu dışına çıkılmamalı,
- Dinleyenlerle göz teması kurulmalı ve söz, jest ile mimikleri uyum içinde kullanılmalı,
- Gereksiz tekrarlar, yerel ağız ve argo söyleyişler, anlamsız sesler ve ayrıntılar konuşmadan uzak tutulmalı,

- Sesin işitilebilir düzeyde olmasına özen gösterilmelidir.

Giray (2001) doğru ve güzel konuşmak için birtakım önerilerde bulunmuştur. Bu öneriler aşağıda maddeler halinde sıralanmıştır:

- **Soluk**

Doğru nefes, diyaframdan alınmalı; nefes alırken cömert, verirken cimri davranılmalıdır. Bu yöntem, sesin sürekliliğini ve gücünü artırır.

- **Durak**

Konuşmada kısa, normal ve uzun durakların yerinde kullanılması, anlamın netleşmesini sağlar. Duraklar, hem fonetik hem de diksiyon açısından konuşmayı düzenler.

- **Ses**

Konuşma orta şiddette ve doğal ses tonuyla yapılmalıdır. Sesin aşırı yükseltilmesi veya çok kısılması dinleyiciyi yorar.

- **Yorum**

Her konuşmanın bir amacı ve kitlesi vardır. Konuşmacı, mesajını kime ilettiğini bilerek yorumunu buna göre şekillendirmelidir.

- **Üslup**

Üslup, dinleyiciye ve ortama uygun olmalıdır. Yanlış üslup, mesajın etkisini azaltır.

- **Telaffuz**

Harfler ve sözcükler yutulmadan, yuvarlanmadan ve ulama kurallarına uygun biçimde çıkarılmalıdır. Doğru telaffuz, anlaşılabilirliği artırır.

- **Tonlama**

Konuşmada monoton olmaktan kaçınmalı; ses tonunda çeşitlilik sağlanmalıdır. Tonlama, duygunun aktarılmasında kritik rol oynar.

- **Vurgu**

Cümlede öne çıkarılmak istenen kelime veya kelime grubu vurgulanmalıdır. Vurgu, anlamı ve duyguyu güçlendirir.

- **Mimik ve Jest**

Beden dili, konuşmanın tamamlayıcı unsurudur. Jest ve mimikler, duygu ve düşünceleri destekler; uyumsuz kullanıldığında ise iletişimi zayıflatır.

Tüm bu yukarıda sayılan maddeler uygulanırken ölçülü olunmalı, abartıya kaılmamalıdır. Ölçü, konuşmayı yapaylıktan korumakta ve doğallığı sağlamaktadır. Konuşmacı; nefesinden sesine, üslubundan beden diline kadar tüm unsurları dengeli bir şekilde kullanarak dinleyici üzerinde güçlü bir etki bırakabilmektedir. Özetle Giray’a (2001) göre; güzel konuşmak için doğru nefes alıp vermek, doğru vurgu ve tonlama yapmak ve doğru yerde duraklamak, sesi etkili kullanmak, üsluba dikkat etmek telaffuzu doğru yapmak, hedef kitleyi bilmek, beden dilini etkili kullanmak gerekmektedir.

şener (2005, s. 85-86), iyi bir konuşma için şunları sıralamaktadır:

- **Dil Bilgisi ve Yapı:** Dilin kurallarını iyi bilmek ve doğru, yerinde kullanmak.
- **Seslendirme:** Ses, kelime ve sözleri doğru biçimde seslendirmek.
- **Konuşma Sağlığı:** Konuşma bozukluklarından arınmış olmak.
- **Anlaşılabilirlik:** Konuşmayı açık ve anlaşılır kılmak.

- **Nefes Kontrolü:** Konuşma için gerekli nefesi doğru kullanmak.
- **Bağlam ve Duygu Bilinci:** Konuşulan yerin ve aktarılmak istenen duygunun farkında olmak.
- **Heyecan Yönetimi:** Heyecanı kontrol ederek samimiyet ve ifade gücünü korumak.
- **Beden Dili:** Konuşmayı jest, mimik ve beden diliyle destekleyerek bütüncül bir sunum yapmak.

Şener (2005) güzel konuşmanın; dil bilgisi, anlaşılabilirlik, ses ve nefes kontrolü, duygusal farkındalık ve beden dili gibi unsurların bir arada ve uyum içinde kullanılmasıyla gelişeceğini belirtmektedir.

Dalkılıç’a (2023, s. 58–59) göre etkili ve güzel konuşmayı engelleyen başlıca faktörler; dilsel, psikolojik ve davranışsal düzeyde çeşitli yetersizliklerden kaynaklanmaktadır. Konuşma sürecinde aceleci bir tutum sergilemek, yöresel ağız kullanımı, dil bilgisi ve ilgisindeki eksiklikler ile telaffuz hataları, iletişimin anlaşılabilirliğini ve estetiğini bozan unsurlar arasında yer almaktadır. Kelime dağarcığının sınırlı olması, yabancı kelimelere yönelme alışkanlığı ve konuşma düzeninin bozulması da anlatımın bütünlüğünü zedelemektedir. Beden dilinin ihmal edilmesi, gereksiz ses ve kelimelerin kullanımı, özgüven eksikliği, kendini yetersiz görme ya da kibirli bir üslup benimseme gibi kişisel özellikler, konuşmanın etkisini azaltmaktadır. Ayrıca bencilce, aşırı ve gereksiz konuşmak; sesin kısık, cılız ya da bağırarak kullanılması; dedikodu, kırıcı ifadeler ve tehditkâr söylemler; konuya ilgisizlik, söz kesme ve yapmacık tavırlar da güzel konuşmayı olumsuz etkilemektedir. Konuşma sırasında kelime ve seslerin gereksiz yere uzatılması, tekrar edilmesi, argo ifadelerin tercih edilmesi, geveleme, görgü kurallarına aykırı davranışlar ve plansız konuşma biçimi; vurgu, tonlama ve duraklamalardaki bozukluklar; nefes kontrolünün yetersizliği, sesin titremesi, jest ve mimiklerin abartılı kullanımı ile

ağız içinde konuşma alışkanlığı (dudak, dil, diş tembelliği) gibi teknik eksiklikler de konuşmanın başarısını düşüren diğer önemli etkenlerdendir. Son olarak, dinleme becerisinin gelişmemiş olması, etkili konuşmanın önündeki önemli engellerden biridir (Dalkılıç, 2023, s. 58–59).

Tüm bu yukarıda anlatılanlar ışığında iyi bir diksiyon için gerekli unsurları şöyle sıralamak mümkündür:

1. Ses ve Nefes Kontrolü

İyi bir ses; hırıltılı olmayan, kulak tırmalamayan bir ses gereklidir. Öte yandan diksiyonun en temel unsurlarından biri de doğru nefes teknikleridir. Diyafram nefesi, sesin daha güçlü ve kontrollü çıkmasını sağlar. Sesin tınısı, yüksekliği ve ritmi dinleyici üzerinde doğrudan etki yaratır (Ergin, 2013).

2. Artikülasyon (Boğumlama)

Seslerin doğru ve net çıkarılması, kelimelerin anlaşılır bir şekilde ifade edilmesi gerekmektedir. Türkçede ünlü ve ünsüzlerin doğru boğumlanması, konuşmanın akıcılığını artırır (Demir, 2017).

3. Vurgu ve Tonlama

Anlamı güçlendirmek için cümle ve sözcüklerde doğru vurgu yapılmalıdır. Tonlama, duygunun aktarımında kritik rol oynar. Yanlış tonlama, mesajın yanlış anlaşılmasına yol açabilmektedir (Korkmaz, 2019).

4. Konuşma Hızı ve Akıcılık

Çok hızlı konuşmak anlaşılmayı zorlaştırır, çok yavaş konuşmak ise dinleyiciyi sıkabilir. Akıcı bir konuşma için ritmik bir tempo tercih edilmelidir (Çelik, 2020).

5. Bedensel ve Psikolojik Hazırlık

Diksiyon yalnızca sesle değil, beden diliyle de desteklenmektedir. Konuşmacının özgüveni, psikolojik rahatlığı ve duruşu, diksiyonun etkisini artırmaktadır (Özdemir, 2018).

6. Dil Bilgisi ve Kelime Seçimi

Doğru dil bilgisi kurallarına uygun konuşmak, diksiyonun akademik ve profesyonel değerini yükseltmektedir. Kelime dağarcığının zenginliği, anlatımın etkisini artırmaktadır (Aydın, 2021).

Sonuç olarak iyi güzel bir konuşma için; iyi bir ses, boğumlama, tonlamayı ve vurguyu doğru yapmak, konuşmanın akıcı olması, konuşma yapacak bireyin ruhen kendisini hazır hissetmesi ve dil kurallarını iyi bilip uygulaması gerekmektedir.

Şayet güzel konuşmaya ilişkin birtakım ilkeler olacaksa bu ilkeleri şu şekilde sıralamak mümkündür (Özdemir, 2005; Erdem, Deniz, 2008; Girgin, 2010; Gücüyeter, 2014): tonlama, açıklık, amaca uygunluk, hedef kitleye uygunluk, esneklik, jest ve mimikler, inandırıcılık, içtenlik, etkileyicilik, sadelik, akıcılık, kendine güven, ön hazırlık, göz teması, ses tonu, ses hızı, yerinde duraklama, telaffuz ve vurgu.

Bireyin iyi ve güzel bir konuşma yapması için konuşma öncesi, sonrası ve konuşma sırasında uygulaması gereken unsurlar da söz konusudur. Bunlar;

1. Konuşma Öncesi

- Konu belirlenmeli, planlanmalı ve sınırlandırılmalıdır.
- Konuşma öncesi zihinsel hazırlık yapılmalı, heyecan kontrol edilmeli ve heyecana yenik düşülmemelidir.
- Dinleyici kitlesi yani alıcı kitle analiz edilmeli, konuşma onların ilgi ve ihtiyaçlarına göre şekillendirilmelidir (Temizyürek, Erdem & Çelik, 2007, s. 294).

2. Konuşma Sırasında

- Konuşmaya dikkat çekici bir giriş yapılmalı, dinleyicinin ilgisi ilk anda kazanılmalıdır.
- Konuşmacı gözlerini dinleyicilerden kaçırmamalı, zaman zaman göz teması sağlamalıdır.
- Açık, anlaşılır ve dinleyicinin seviyesine uygun bir dil kullanılmalıdır.
- Jest ve mimikler doğal olmalı, yapmacıktan kaçınılmalı, göz teması kurulmalıdır.
- Beden dili etkili ve doğru kullanılmalı, aşırı beden dili kullanımından uzak durulmalıdır.
- Konuşma, dinleyicinin zihninde kalıcılığı artırmak amacıyla, hikâye veya kısa mizahi anlatılar gibi dikkat çekici unsurlarla zenginleştirilmelidir.
- Konuşma sırasında ses hep aynı tonda ve yükseklikte kalmamalıdır.
- Konuşma süresi kontrol edilmeli, çok uzun tutulmamalı, konu dışına çıkılmamalıdır.
- Konuşma güçlü bir sonuçla bitirilmeli, ana mesaj net biçimde vurgulanmalıdır.

3. Konuşma Sonrasında

- Konuşma özetlenmeli, ana noktalar sonlara doğru yeniden hatırlatılmalıdır.
- Dinleyici soruları yanıtlanmalı, iletişim sürdürülmelidir.
- Konuşma sonunda dinleyicilere teşekkür edilmelidir.

Güzel Konuşma Yeteneğini Geliştirme Etkinlikleri ve Türkiye’de Güzel Konuşma Eğitimi

Türkiye’de yapılan araştırmalar, konuşma eğitiminin salt teknik bir beceri olmadığını; aynı zamanda sosyal ve psikolojik bir süreç olduğunu ortaya koymaktadır. Öğretmen adaylarının görüşleri, bu eğitimin uygulamalı etkinliklerle desteklenmesi gerektiğini

göstermektedir (Dinçel, 2023, s. 880). Konuşma yeteneğini geliştirmek amacıyla öğrencilerin aktif katılımını sağlayacak yöntemler önerilmektedir. Bu yöntemler arasında dramatizasyon, sempozyum, münazara, panel gibi uygulamalar ile tekerleme tekrarları, betimleme çalışmaları ve anı anlatma etkinlikleri yer almaktadır (Bağcı Ayrancı, 2016, s. 24).

Alan yazındaki bulgular da bu görüşü desteklemektedir:

- Ablak & Topçuoğlu Ünal (2024, s. 75), diksiyon eğitiminde kullanılan örnek metinlerin öğrencilerin ses, vurgu ve duraklama becerilerini geliştirdiğini ortaya koymuştur.

- Kesici (2023, s. 12), konuşma becerisini geliştirmede dramatizasyon, münazara, tekerleme ve empatik dinleme gibi etkinliklerin öne çıktığını vurgulamaktadır.

- Dinçel (2023, s. 880), Türkçe öğretmeni adaylarının konuşma hataları üzerine yaptığı çalışmada, adayların diksiyon ve ses eğitimi derslerinin önemini belirttiğini ifade etmektedir.

Konuşma eğitimi; soluk alıp verme, jest ve mimiklerin kullanımı, konunun hazırlanması ve konuşmacının psikolojik hazırlığı gibi pek çok sürecin iç içe geçtiği bir bütündür. Bu eğitimin çeşitli etkinliklerle desteklenmesi, öğrencilerin aktif katılımını sağlaması ve öğretmenin etkili rehberliğiyle daha verimli hale gelmektedir. Ayrıca Türkiye'deki Türkçe programlarının tarihsel gelişimi, konuşma becerilerinin giderek daha fazla önem kazandığını göstermektedir.

Konuşma, bireyin kendini ifade etmesinde en temel iletişim aracıdır. Güzel konuşma becerisi yalnızca dil bilgisi kurallarına hâkimiyetle sınırlı olmayıp; anlaşılabilirlik, ses ve nefes kontrolü, duygusal farkındalık ve beden dili gibi unsurların bütüncül bir şekilde kullanılmasıyla gelişmektedir (Kesici, 2023, s. 90). Bu

nedenle eğitim ortamlarında konuşma becerilerini geliştirmeye yönelik etkinliklerin planlanması büyük önem taşımaktadır.

Güzel Konuşma Becerisini Geliştirme Etkinlikleri bağlamında şunlar yapılabilir:

- **Rol Yapma ve Drama Çalışmaları**

Öğrencilerin farklı sosyal durumları canlandırarak konuşma pratiği yapmaları, hem özgüven hem de ifade becerisini artırır (Kesici, 2023, s. 98).

- **Doğaçlama Konuşmalar**

Öğrencilerin hazırlıksız şekilde belirli bir konu üzerine konuşmaları, hızlı düşünme ve akıcı ifade yeteneğini geliştirir (Göçer & Aksoy, 2025, s. 30).

- **Ses ve Nefes Egzersizleri**

Diyafram nefesi çalışmaları, sesin daha güçlü ve kontrollü çıkmasını sağlar. Bu tür etkinlikler özellikle öğretmen adayları için önerilmektedir (Karaca vd., 2024, s. 15).

- **Konuşma Günlükleri ve Video Analizi**

Öğrencilerin kendi konuşmalarını kaydedip izlemeleri, hatalarını fark etmelerine ve gelişimlerini takip etmelerine yardımcı olur (Göçer & Aksoy, 2025, s. 35).

- **Tartışma ve Münazara Etkinlikleri**

Eleştirel düşünme, argüman geliştirme ve ikna edici konuşma becerilerini destekler (Kesici, 2023, s. 102).

Eğitim ortamlarında drama, doğaçlama, ses-nefes egzersizleri ve münazara gibi etkinliklerin sistematik biçimde uygulanması, öğrencilerin bu beceriyi kazanmasında etkili olmaktadır.

Sonuç ve Öneriler

Güzel konuşma, bireyin mesleki ve toplumsal yaşamında başarıya ulaşması için vazgeçilmez bir yetenektir. Bu becerinin gelişmesi için diksiyon, nefes, ses, beden dili ve psikolojik hazırlık unsurlarının birlikte ele alınması gerekmektedir.

Konuşma eğitimi süreç odaklı olmalı, öğrencilerin aktif katılımını sağlamalı ve öğretmenin rehberliğiyle desteklenmelidir. Türkiye’deki Türkçe öğretim programlarının tarihsel gelişimi, konuşma becerisinin giderek daha fazla önem kazandığını göstermektedir. Türkçe öğretim programlarında konuşma becerisine verilen önem, bu becerinin eğitim sürecinde sistematik olarak geliştirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda:

- **Türkiye için**, uluslararası literatürde öne çıkan teknoloji destekli yöntemler (örneğin yapay zekâ tabanlı ses analizi, çevrimiçi geri bildirim sistemleri) Türkçe konuşma eğitimine entegre edilmelidir.
- **Uluslararası için**, Türkiye’de uygulanan tekerleme, dramatizasyon ve münazara gibi etkinlikler öğrencilerin özgüvenini artırmada etkilidir; bu yöntemler küresel ölçekte daha fazla kullanılabilir.
- **Genel olarak**, güzel konuşma eğitimi hem teknik (diksiyon, nefes, ses) hem de sosyal-psikolojik (özgüven, kaygı yönetimi) boyutlarıyla ele alınmalı; süreç odaklı değerlendirme benimsenmelidir.
- **Öğretmenlerce**, konuşma eğitimi derslerinde öğrencilerin aktif katılımını sağlayacak dramatizasyon, münazara ve panel etkinliklerine yer verilmelidir.
- **Öğretmenlerce**, öğrencilerin konuşma hatalarını anında düzeltilmeli ve öğrencilere doğru telaffuz alışkanlığı kazandırılmalıdır.

- **Öğrenciler**, diyafram nefesi çalışmalarını düzenli yapmalı, sesin gücü ve sürekliliğini artırılmalıdır.
- **Öğrenciler**, günlük konuşmalarda tekerleme ve seslendirme alıştırmalarını yaparak diksiyonlarını geliştirilmelidir.
- **Öğrencilerce** topluluk karşısında konuşma denemeleri yapılarak özgüven artırılmalıdır.
- **Millî Eğitim Bakanlığı** nezdinde, ilkokuldan başlayarak tüm eğitim kademelerinde güzel konuşmaya yönelik dersler programa dahil edilmelidir.
- **Akademisyenler** tarafından konuşma eğitimi üzerine uygulamalı araştırmalar artırılmalı ve yeni yöntem ile tekniklerin etkililiği test edilmelidir.
- **Akademisyenler**, Türkçe öğretim programlarında konuşma becerisine yönelik ölçme-değerlendirme araçları geliştirmelidir.

Kaynakça

Ablak, K., & Topçuoğlu Ünal, F. (2024). Diksiyonu geliştirmede yararlanılabilecek örnek uygulama metinleri. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (41), 71–84.

Andersen, J. F. (1979). Teacher immediacy as a predictor of teaching effectiveness. *Communication Yearbook*, 3, 543–559.

Aydın, M. (2021). *Türkçede diksiyon ve etkili konuşma*. Pegem Akademi.

Bağcı Ayrancı, B. (2016). Konuşma, konuşma eğitimi ve Türkçe programlarındaki yeri. *Karaelmas Journal of Educational Sciences*, 4, 15–24.

Börekçi, M. (2005). Türkçede vurgu–tonlama–ölçü–anlam ilişkisi. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12, 188–200.

Burgoon, J. K., Guerrero, L. K., & Floyd, K. (2016). *Nonverbal communication*. Routledge.

Çelik, H. (2020). *Konuşma eğitimi ve diksiyon*. Nobel Yayınları.

Dalkılıç, T. (2023). *Herkes güzel ve etkili konuşabilir: Etkili ve güzel konuşmak üstünlük ve ayrıcalık belgesidir* (6. bs.). Elma Yayınevi.

Demir, R. (2017). *Ses eğitimi ve artikülasyon teknikleri*. Ege Üniversitesi Yayınları.

Demircan, Ö. (1996). *Türkçenin ses dizimi*. Der Yayınları.

Demircan, Ö. (2001). *Türkçede vurgu*. Der Yayınları.

Diksiyon Akademi. (2023). *Güzel konuşma*. <https://diksiyonakademi.com/guzel-konusma> (Erişim tarihi: 19 Ocak 2026)

Dinçel, B. K. (2023). Türkçe öğretmeni adaylarının konuşma hatalarına ve güzel konuşmaya ilişkin görüşleri. *Gümüşhane University Journal of Social Sciences*, 14(3), 873–888.

Erdem, İ. (2013). Konuşma eğitimi esnasında karşılaşılan konuşma bozuklukları ve bunları düzeltme yolları. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(11), 416–427.

Ergin, A. (2013). *Konuşma sanatı*. Der Yayınları.

Giray, Ü. (2001). *Türkçeyi güzel konuşma ve okuma kılavuzu*. Bilgi Yayınevi.

Göçer, A., & Aksoy, E. (2025). Ortaokul öğrencilerinin konuşma becerilerinin geliştirilmesine yönelik bir eylem araştırması. *Studies in Educational Research and Development*, 9(1), 17–41.

Hazneci, E. (2015). *Etkili ve güzel konuşma*. Pegem Akademi.

Karaca, U., Nizamoğlu Çakır, A., & Karakuş Tayşi, E. (2024). Konuşma becerisi ile ilişkili ölçek geliştirme süreci: Bir tematik içerik analizi. *Avrasya Dil Eğitimi ve Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 1–24.

Kesici, S. (2023). Konuşma becerisini geliştirmede kullanılan tür, yöntem ve teknikler: Bir alanyazın taraması. *Türkiye Eğitim Dergisi*, 88–105.
<https://doi.org/10.54979/turkegitimdergisi.1265865>

Knapp, M. L., & Hall, J. A. (2010). *Nonverbal communication in human interaction*. Wadsworth.

Korkmaz, Z. (2019). *Türkçede vurgu ve tonlama*. Türk Dil Kurumu Yayınları.

Kurudayıoğlu, M. (2006). Konuşma eğitimi ve konuşma becerisini geliştirmeye yönelik etkinlikler. *TUBAR*, 19, 71–85.

Mayrambeg Kızı, A., & Efilti, E. (2023). Üniversite öğrencilerinin topluluk önünde konuşma kaygı düzeyinin belirlenmesi. *Uluslararası Medeniyet Çalışmaları Dergisi*, 8(1), 134–147. <https://doi.org/10.58648/inciss.1289256>

Mehrabian, A. (1971). *Silent messages*. Wadsworth.

Ökcün-Akçamuş, M. Ç. (2010). Dil ve iletişim becerilerine giriş: Konuşma. *Ankara Üniversitesi Açık Ders Kaynakları*, 5–10.

Özbay, M. (2007). *Türkçe öğretiminde konuşma eğitimi*. Pegem Akademi.

Özdemir, S. (2018). *Etkili iletişim ve beden dili*. Beta Yayınları.

Patil, M., Patil, V., & Katre, U. (2023). Unspoken science: Exploring the significance of body language in science and academia. *European Heart Journal*, 45(4), 250–252.

Sakshi, S. (2025). *The influence of body language on the effectiveness of communication*.

Sever, S. (1995). *Dil ve iletişim: Etkili yazılı ve sözlü anlatım*. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları.

Soykan, Ö. (1998). *Türkçede söz dizimi ve vurgu*. Yapı Kredi Yayınları.

Şener, A. C. (2005). *Doğru ve güzel konuşarak gelişen kimlik* (Yüksek lisans tezi, Bilkent Üniversitesi).

Şeref, İ., & Toker Öz, E. (2025). Öğretmen adaylarının akademik mükemmeliyetçilik düzeyleri ile topluluk karşısında konuşma kaygı düzeyleri arasındaki ilişki. *Uluslararası Güncel Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 11(1), 114–126.

T.C. Millî Eğitim Bakanlığı. (2020). *Güzel konuşma modülü*. Millî Eğitim Bakanlığı Yayınları.

Temizyürek, F., Erdem, İ., & Çelik, M. (2007). *Konuşma eğitimi*. Nobel Yayıncılık.

Topçuoğlu Ünal, F., & Özden, M. (2019). *Diksiyon ve konuşma eğitimi*. Pegem Akademi.

Türk Dil Kurumu. (2012). *Türkçe sözlük*. Türk Dil Kurumu Yayınları.

Üçok, C. (1951). *Türkçede tonlama ve ritim*. Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Yayınları.

Vardar, B. (1998). *Açıklamalı dilbilim terimleri sözlüğü*. Multilingual Yayınları.

