



**BAKIŞIN SOYKÜTÜĞÜ:
SOSYAL MEDYA ÇAĞINDA
GÖZ KÜLTÜNÜN YÜKSELİŞİ**

Selver MERTOĞLU

**Doktora Tezi
Gazetecilik Ana Bilim Dalı
Doç. Dr. Ömer ALANKA
2021**

Her Hakkı Saklıdır

**T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANA BİLİM DALI**

Selver MERTOĞLU

**BAKIŞIN SOYKÜTÜĞÜ: SOSYAL MEDYA ÇAĞINDA GÖZ
KÜLTÜNÜN YÜKSELİŞİ**

DOKTORA TEZİ

**TEZ YÖNETİCİSİ
Doç. Dr. Ömer ALANKA**

ERZURUM-2021



TEZ BEYAN FORMU

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

BİLDİRİM

Atatürk Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Uygulama Esaslarının ilgili maddelerine göre hazırlamış olduğum “BAKIŞIN SOYKÜTÜĞÜ: SOSYAL MEDYA ÇAĞINDA GÖZ KÜLTÜNÜN YÜKSELİŞİ” adlı tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kâğıt ve elektronik kopyalarının aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

Gereğini bilgilerinize arz ederim *.

- ☐ Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.
- ☐ Tezimin/Raporumun makale için **altı ay**, patent için **iki yıl** süreyle erişiminin ertelenmesini istiyorum.

30.06.2021

ASLI ISLAK İMZALIDIR

Selver MERTOĞLU

*** LİSANSÜSTÜ TEZLERİN ELEKTRONİK ORTAMDA TOPLANMASI, DÜZENLENMESİ VE ERİŞİME AÇILMASINA İLİŞKİN YÖNERGE**

.....

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Çeşitli ve Son Hükümler

Lisansüstü tezlerin erişime açılmasının ertelenmesi **MADDE 6– (1)** Lisansüstü teze ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu **iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.**

(2) Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz **makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış** ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile **altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.**

Gizlilik dereceli tezler MADDE 7– (1) Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.

(2) Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Graduate School of Social Sciences

TEZ KABUL TUTANAĞI

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Doç. Dr. Ömer ALANKA danışmanlığında, Selver MERTOĞLU tarafından hazırlanan bu çalışma 30 / 06 / 2021 tarihinde aşağıda isimleri yazılı jüri tarafından Gazetecilik Anabilim Dalı'nda Doktora Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan: Doç. Dr. Yavuz BAYRAM

İmza: ASLI ISLAK İMZALIDIR

Jüri Üyesi :Doç. Dr. Ömer ALANKA

İmza: ASLI ISLAK İMZALIDIR

Jüri Üyesi :Doç. Dr. İbrahim Etem ZİNDEREN

İmza: ASLI ISLAK İMZALIDIR

Jüri Üyesi :Dr. Öğr. Üyesi Yavuz KÜÇÜKALKAN

İmza: ASLI ISLAK İMZALIDIR

Jüri Üyesi : Dr. Öğr. Üyesi Fatih DEĞİRMENCİ

İmza: ASLI ISLAK İMZALIDIR

Prof. Dr. Sait UYLAŞ

Enstitü Müdürü

ASLI ISLAK İMZALIDIR

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	IV
ABSTRACT	V
ŞEKİLLER DİZİNİ	VI
RESİMLER DİZİNİ	VII
TABLolar DİZİNİ	IX
ÖNSÖZ.....	X
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM BAKİŞİN SOYKÜTÜĞÜ

1.1. PAGANİZM VE PAGAN BAKIŞ	5
1.1.1. Kurban	10
1.1.2. Büyü ve Cadıcılık	14
1.1.3. Cinsellik ve Kadın	16
1.1.4. Kan ve Şiddet	19
1.1.5. Tanrısallık.....	22
1.1.6. Doğa	29
1.1.7. Sembolizm.....	30
1.2. ANTİK ÇAĞ’ DA BAKIŞ	32
1.2.1. Mitoloji.....	36
1.2.2. Paganizm	39
1.2.3. Görme Kültü, Haptik ve Sanat	40
1.2.4. Kölelik	41
1.3. ORTA ÇAĞ VE TANRISAL BAKIŞ.....	43
1.3.1. Tanrısallık.....	47
1.3.2. Büyü ve Cadıcılık	49
1.3.3. Skolastik Düşünce	51
1.3.4. Kadın ve Cinsellik	52
1.3.5. Dinsel Şiddet	53
1.4. MODERNİZM VE MEKANİK/PERSPEKTİF BAKIŞ	55
1.5. MODERN SONRASI DÖNEM VE NEO-PAGANİK BAKIŞ	63

İKİNCİ BÖLÜM

MODERN SONRASI DÖNEMDE GÖZ KÜLTÜNÜN YÜKSELİŞİ

2.1. MODERN SONRASI DÖNEMİN TİNİ	74
2.2. POSTMODERN AMORFİK BAKIŞ	84
2.3. YENİ MEDYADA VOYÖRİSTİK BAKIŞ	90
2.4. POSTMODERNİZM VE PAGANİZM KARŞILAŞMALARI	98
2.5. DİJİTAL GÖZÜN KARTOGRAFYASI	105

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GÖZ KÜLTÜ VE YENİ MEDYA

3.1. FACEBOOK: SURETLER KİTABI	119
3.2. TWİTTER: YAZININ AZALMASI VE RESMİN ÇOĞALMASI.....	135
3.3. INSTAGRAM: DİJİTAL İMGELEM	145
3.4. PİNTEREST: İMGENİN HAFIZA KATMANLARI	154

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

GÖZ KÜLTÜNE DAİR SOSYAL MEDYA ANALİZLERİ

4.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU.....	161
4.2. ARAŞTIRMANIN AMACI.....	162
4.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ.....	163
4.4. ARAŞTIRMANIN KAPSAM VE SINIRLILIKLARI	164
4.5. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	164
4.5.1. Araştırma Soruları ve Hipotezleri	167
4.5.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	168
4.5.3. Veri Toplama Araçları	169
4.6. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME	169
4.6.1. Facebook'un Göstergebilimsel Analizi	169
4.6.2. Instagram'ın Göstergebilimsel Analizi	183
4.6.3. Pinterest'in Göstergebilimsel Analizi	196
4.6.4. Twitter'ın Göstergebilimsel Analizi.....	208

SONUÇ VE ÖNERİLER.....	223
KAYNAKÇA	229
ÖZGEÇMİŞ.....	243



ÖZET**DOKTORA TEZİ****BAKİŞİN SOYKÜTÜĞÜ: SOSYAL MEDYA ÇAĞINDA GÖZ KÜLTÜNÜN
YÜKSELİŞİ****Selver MERTOĞLU****Tez Danışmanı: Doç. Dr. Ömer ALANKA****2021, 243 Sayfa****Jüri: Doç. Dr. Ömer ALANKA****Doç. Dr. İbrahim Etem ZİNDEREN****Doç. Dr. Yavuz BAYRAM****Dr. Öğr. Üyesi Fatih DEĞİRMENCİ****Dr. Öğr. Üyesi Yavuz KÜÇÜKALKAN**

Bu çalışma belirli kodlar üzerinden gözün ve bakışın tarihsel olarak izini sürüp postmodern dönemde göz kültürünün sosyal medya vasıtasıyla nasıl dönüştüğünü göstermeye odaklanmaktadır. Ayrıca görmenin soykütüğünü inceleyen çalışmada pagan dönemden başlayarak Antik Dönem, Orta Çağ, modern dönem ve postmodern dönemde zihniyet yapılarının ne gibi değişimlere uğradığı belirli kodlar üzerinden incelenmiştir. Böylelikle aşırılıklar çağı olarak da nitelendirebileceğimiz pagan dönemin 21. yüzyılda ne gibi değişikliklere uğrayarak neo-paganizm adı altında tekrar canlandırıldığı gösterilmeye çalışılmıştır. Bunun için sosyal medya ortamlarından Facebook, Twitter, Instagram ve Pinterest'ten en çok takipçiye sahip 35' şer kişi içerisinde seçilen 3'er kişi belirlenmiştir. Toplam 12 farklı kullanıcının yapmış olduğu paylaşımlardan seçilen 2 farklı görsel araştırılmak üzere seçilmiştir. Böylelikle her kullanıcının yapmış olduğu görsel paylaşımından 2'şer tane seçilerek toplam 24 içerik göstergebilimsel analizle incelenmiştir. Çalışmanın hipotezlerine göre sosyal medyada duyu organları işlevsizleşip göz ön plana çıkmaktadır. Yapılan paylaşımların görsel ağırlıklı olması gözün ve bakışın postmodern dönemde önem kazandığını göstermektedir. Ayrıca pagan dönemin izlekleri yeni medya aracılığıyla tekrar canlandırılarak yayılmaktadır. Bu hipotezlerin doğrulanması için seçilen örneklemeler çalışma için belirlenen sorular ekseninde çözümlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Neo- paganizm, Occularcentrism, Gözetim Toplumu, Bakışın Aşırılılaşması

ABSTRACT**Ph D DISSERTATION****THE GENEALOGY OF THE GAZE: THE RISE OF THE CULT OF THE EYE
IN THE AGE OF SOCIAL MEDIA****Selver MERTOĞLU****Advisor: Assoc. Prof. Dr. Ömer ALANKA****2021, 243 pages****Jury: Assoc. Prof. Dr. Ömer ALANKA****Assoc. Dr. Prof. İbrahim Etem ZINDEREN****Assoc. Prof. Dr. Yavuz BAYRAM****Assoc. Prof. Dr. Member Fatih DEĞİRMENCİ****Assoc. Prof. Dr. Member Yavuz KÜÇÜKALKAN**

This work focuses on historically tracing the eye and gaze through specific codes and showing how the cult of the eye evolved through social media in the postmodern era. In addition, the study examining the genealogy of seeing has been examined through certain codes on what changes the mindset structures underwent in the antiquity, Middle Ages, modern period and postmodern period starting from the pagan period. In this way, the age of excesses, which we can also refer to as the age of pagan period has been tried to show what changes it underwent in the 21 th century and revived under the name of neo-paganism. For this purpose, 3 people were selected from 35 people ' with the most followers from social media environments Facebook, Twitter, Instagram and Pinterest. 2 different images selected from shares made by a total of 12 different users were selected for research. In this way, a total of 24 content was examined by semiotic analysis by selecting 2 from the visual share made by each user. According to the study's hypotheses, sensory organs become dysfunctional in social media and become visible. The fact that the shares are visually weighted shows that the eye and gaze gained importance in the postmodern period. In addition, the traces of the pagan era are revived and spread through new media. The samples selected to confirm these hypotheses were resolved on the axis of questions set for the study.

Keywords: Neo-paganism, Occularcentrism, surveillance society, extremism of view

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 2.1. Tüketiciler ile Ürünlerin Modernizm ve Postmodernizmde Konumları.....	82
Şekil 2.2. Modernliğin Kurumsal Boyutları	108
Şekil 3.1. Sosyal Medya Ortamlarının Aktif Kullanıcı Sayısı.....	119
Şekil 3.2. Facebook'un Demografik Özellikleri.....	124
Şekil 3.3. Twitter'ın Demografik Özellikleri	137
Şekil 3.4. Instagram'ın Demografik Özellikleri	147
Şekil 3.5. Pinterest'in Demografik Özellikleri	154
Şekil 3.6. Pinterest Toplam Hedef Kitlesi	158



RESİMLER DİZİNİ

Resim 1.1. Willendorf’lu Venüs Kadını	7
Resim 1.2. İnsan Kurban Örneği	11
Resim 1.3. Hz. İbrahim’in Oğlu Hz. İsmail’i Kurban Edişi	12
Resim 1.4. Antik Mısır’da Kurban Ritüeli	13
Resim 1.5. Nessos’un Kanlı Gömleğini Giyen Herakles	15
Resim 1.6. Fransa’daki Trois Freres Mağarası’nda, Yaklaşık M.Ö. 13.000’e Tarihine Ait Büyücü Çizimi	16
Resim 1.7. “Lady Lillith” (Dante Gabriel Rossetti)	18
Resim 1.8. Çocuklarını Yiyen Kronos.....	20
Resim 1.9. Yunan mitolojisinde her şeyin başlangıcı Khaos	23
Resim 1.10. Kronos’un Babası Uranos’u Hadım Etmesi	24
Resim 1.11. Mısır Mitolojisinde Gerçeği Simgeleyen Tanrıça Ma’at	26
Resim 1.12. Antik Mısır’da Gök Tanrısı Horus.....	27
Resim 1.13. Eski Çin Felsefesini Simgeleyen Yin ve Yang Sembolü	28
Resim 1.14. Döngüsellliği Simgeleyen Uroboros	30
Resim 1.15. Paganizmin Sembolleri, ...	31
Resim 1.16. Orta Çağ’ da Vebadan Korunmak İçin Kullanılan Maske Örneği	47
Resim 1.17. Orta Çağ’ da Cadı Avı Örneği.....	49
Resim 1.18. Âdem ve Havva’nın İsyanı	53
Resim 1.19. Engizisyon Mahkemesinin Uyguladığı İşkencelerden İple Germe	54
Resim 2.1. Caravaggio’nun Bacchus	89
Resim 2.2. Cindy Sherman’ın Bacchu Adlı Eseri Yeniden Üretimi	89
Resim 2.3. Hz. Fâtımâ’nın Eli ya da Hamsa	101
Resim 2.4. Antik Yunan Tanrısı Horus’un Gözü.....	102
Resim 2.5. Yüz Gözlü Argos Panoptis	113
Resim 3.1. Facebook’un İlk Logosu	121
Resim 3.2. Facebook’un Logosu	122
Resim 3.3. 10 Ekim 2016’da Facebook Live’da Kendini Vuran Erdoğan Ceren.....	128
Resim 3.4. El Nur Cami Saldırısı	129
Resim 3.5. Facebook’ta Büyü İlgili Hesap Örnekleri	130
Resim 3.6. Facebook’ta Pagan Gruplar.....	131

Resim 3.7. Uğur Yılmaz Deniz'in Masterchef'ten Elenmesi	132
Resim 3.8. Twitter'ın Logosu	136
Resim 3.9. ABD Kongre Binası'na Saldıran Trump Yanlıları	143
Resim 3.10. Kaçsaatoldu Hesap Sahibine Yapılan Alaycı Yorum.....	143
Resim 3.11. Twitter'da Büyü ile İlgili Hesaplara Örnek	144
Resim 3.12. Twitter'da Paganizmle İlgili Hesaplara Örnek	145
Resim 3.13. Instagram'ın Eski ve Yeni ilk Logosu	148
Resim 3.14. Instagram'da Hassas İçerik.....	151
Resim 3.15. Ümitcan Uygun'un Instagram Hesabından Açtığı Canlı Yayın	152
Resim 3.16. Instagram'da Büyücülükle İlgili Hesap Örneği.....	153
Resim 3.17. Pinterest'in Logosu	155
Resim 3.18. Pinterest'te Büyü ile İlgili Pinler	160
Resim 4.1. Gustav Klimt- Öpücük	175

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 4.1. Shakira' nın Facebook Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi	170
Tablo 4.2. Shakira ' nın Facebook Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi	173
Tablo 4.3. Rihanna'nın Facebook Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi	176
Tablo 4.4. Rihanna'nın Facebook Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi	178
Tablo 4.5. Justin Bieber'in Facebook Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi	180
Tablo 4.6. Justin Bieber'ın Facebook Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi	182
Tablo 4.7. Nicki Minaj'ın Instagram Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi	184
Tablo 4.8. Nicki Minaj'ın Instagram Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi	186
Tablo 4.9. Miley Cyrus' un Instagram Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi	188
Tablo 4.10. Miley Cyrus' un Instagram Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi	190
Tablo 4.11. Katy Perry' nin Instagram Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi	192
Tablo 4.12. Katy Perry'nin Instagram Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi	194
Tablo 4.13. Joy Cho'nun Pinterest Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi	197
Tablo 4.14. Joy Cho'nun Pinterest Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi	199
Tablo 4.15. Bonnie Tsang'ın Pinterest Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi	201
Tablo 4.16. Bonnie Tsang'ın Pinterest Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi	203
Tablo 4.17. Jennie Twoshoes'ın Pinterest Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi	205
Tablo 4.18. Jennie Twoshoes'ın Pinterest Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi	207
Tablo 4.19. Lady Gaga'nın Twitter Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi	209
Tablo 4.20. Lady Gaga'nın Twitter Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi	211
Tablo 4.21. Britney Spears'ın Twitter Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi	213
Tablo 4.22. Britney Spears'ın Twitter Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi	216
Tablo 4.23. Amitabh Bachchan'ın Twitter Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi	219
Tablo 4.24. Amitabh Bachchan'ın Twitter Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi	221

ÖNSÖZ

Gözün egemenliğindeki toplum yapısının inşa ettiği görsel varlıklar olarak bizler teknolojinin sağlamış olduğu imkânlardan yararlanarak gözetlenirken gözetler konumdayız. Sırasıyla gözetim pratiklerinde panoptikondan süperpanoptikon ile sinoptikona ve daha sonra omniptikona geçilerek occularcentrik toplum yapısı inşa edilmiştir. Gözmerkezli postmodern çağda yeni iletişim teknolojilerinin icadı gözetim pratiklerini daha da kolaylaştırırken göz kültürünün ön plana çıkmasını sağlamıştır. Özellikle yeni medyanın etkileşimsel yapısı sayesinde birbirlerini sürekli takip eden yeni nesil stalkerlar doğmuştur. Böylelikle dikizleme/ röntgenci veya voyöristik olarak bilinen bakış ortaya çıkmıştır. Yazılı tarihten çok daha önce fark edilen görmenin ayrıcalığı 21. yüzyılda da farklı pratiklerle devam etmektedir. Ayrıca yeni medya gözetimle birlikte pagan dönemin aşırılıklarını da besleyerek kullanıcılarına empoze etmektedir.

Marshall McLuhan 1967 yılında yayınladığı “*The Medium is The Massage*” isimli kitabında aracın mesaj olduğundan bahsederken medyanın algı yönetimine işaret ederek insanları nasıl biçimlendirdiğini göstermeye çalışmaktadır. Aynı durum yeni medya için de geçerlidir. Mesajdan ziyade araç ideoloji yüklü olduğu için doğru ortamın kullanılması bilginin kullanıcı üzerindeki etkisini de arttırmaktadır. Araç sayesinde neo-paganizm olarak bilinen pagan uygulamaları doğru kitleye zaman ve mekân kaygısı olmaksızın iletilmektedir. Yeni medya ortamları, şiddet, cinsellik, kurban ve büyü gibi ihlale neden olacak içeriklerin ağ üzerinde dolaşmasına neden olmaktadır. Böylelikle geleneksel paganizmin aşırılıkları doğallaşarak kanıksamaya sebep olmaktadır. Bu çalışma kapsamında bakış ve görme kültürünün sosyal medya vasıtasıyla nasıl dönüştüğü gösterilmeye çalışılmıştır. Ayrıca görmenin soy kütüğünü inceleyen çalışmada aşırılıklar çağı olarak da nitelendirebileceğimiz pagan dönemin 21. yüzyılda ne gibi değişikliklere uğrayarak neo-paganizm adı altında tekrar canlandırıldığına değinilmiştir. Antik dönemlerden günümüze kadar uzanan bu serüven üzerine yapılan çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu çalışmanın ortaya çıkmasında ve yürütülmesinde akademik bilgi ve tecrübeleriyle destek olan, eğitimim boyunca bilimsel birikim edinmeme katkı sağlayan, desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen saygıdeğer hocam Doç. Dr. Ömer ALANKA’ ya sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Tez izleme komitemde yer alan hocalarım Doç. Dr.

İbrahim Etem ZİNDEREN ve Dr. Öğr. Üyesi Fatih DEĞİRMENCİ' ye çalışmam boyunca yol gösterdikleri için minnet ve teşekkür ederim. Ayrıca her zaman ellerini ve dualarını üzerimde hissettiğim, tüm eğitim hayatımda olduğu gibi tez yazım aşamasında da her türlü desteğini esirgemeyen canım babam Sami YAZAR ve annem Habibe YAZAR'a sonsuz teşekkürü bir borç bilirim. Son olarak sevgisi ve sabrıyla bana destek olan değerli eşim Muhammet MERTOĞLU'na ve bana bu yolda eşlik eden canım kızım Asel Elisa'ya teşekkürlerimi sunarım.

Erzurum-2021

Selver MERTOĞLU



GİRİŞ

Fizyolojik olarak bakmak ya da görmek salt görmeyi sağlayan gözün ışık enerjisi olarak retinaya aktardığı bilgiyi beyine sunması sonucu oluşan eylemdir. Işık kırılması sayesinde bakarak edinilen görüntüler dünyayı deneyimleyip algılarken yardımcı olmaktadır. Bu deneyimlemeler sonucu farklı perspektifler oluşmaktadır. Çünkü herkes dünyaya kendi bedenlerinden açılan gözler aracılığıyla bakmaktadır. Bakmaktan ayrı olarak bakış ise görme duyusunun ötesinde anlam barındırmaktadır. Bakış, yaşam tarzı, dünya görüşü ve kültürel birikim ile şekillenmektedir. Bu nedenle her kültürün ve her dönemin kendine ait bakışı bulunmaktadır. İçinde bulunduğu dönemin özelliklerini taşıyan bakış, kolektif bir nitelik taşımaktadır. Bakışın tarihi hep batıyla ilintilendirilse de eski çağlardan günümüze kadar bakışın varlığından söz etmek mümkündür.

Aristoteles'ten Platon'a kadar birçok düşünür tarafından yüceltilen görme eylemi occularcentrism'i doğurmuştur. Göz merkezilik olarak tanımlanan occularcentrism gözü diğer duyulardan ayrı yere koymaktadır. Gözmerkezciliği savunanlara göre gözün tüm duyuların üstünde yer aldığı düşünülmektedir. Ancak İlk Çağ' larda insanlar görmeden daha çok dokunma ve işitme duyusuyla dünyayı algılamaya çalışmıştır. Dokunma en temel duyudur. Bu nedenle göz dokunmanın uzantısıdır. Ayrıca önceleri işitmeye verilen önem de insanın her zaman görmenin egemenliği altında olmadığını göstermektedir. Görmeden önce işitme duyusunun egemenliği söz konusuysa zamanla kulağın yerini göz almıştır (Pallasmaa, 2020, s. 29). Göz, gözetlemeye ve denetlemeye yardımcı olan bir araç olarak farklı metafor ve sembollerle tasarlanmıştır. En çok bilinen göz sembolü *Horus'un Gözü*'dür. Bu göz eski Mısır'da "her şeyi gören göz" olarak bilinmektedir. Ruhlar âlemini gördüğüne inanılan göz ölümlerin kötü ruhlardan korunması için Mısır mezarlarına da yapılmıştır. Göz figürüyle bilinen Hinduizm ve Budizm'de ise tanrıların üçüncü gözleri altıncı çakrayı temsil eden bilgelik gözüdür. Yine Yunan mitolojisinde yer alan *Kikloplar'ın* alınlılarının ortasında bulunan tek gözleri vardır. Yunan mitolojisinde Argos Panoptis ise yüz gözlü bir canavardır. Her şeyi gören anlamına gelen Panoptis, gözetleme teorisi olan Panoptiğin temelini oluşturmaktadır. Hinduizm'de ve Budizm'de bir tanrının altıncı çakrasında yer alan ve aydınlanmayı temsil eden göz, üçüncü göz ya da bilgelik gözü olarak sembolleştirilmiştir.

İmge üretiminin yoğunlaştığı postmodern dönemde bedenın penceresi olarak gözün önemi artmıştır. Özellikle batıda gözmerkezli algılama ve düşünme biçimi hâkim olduğu için görme duyular arasında en asilidir. Teknolojinin getirmiş olduğu imkânlarla birlikte batının göz yoğun kültürü diğer ülkelere de aktarılmıştır. Yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin inşa ettiğı kültürel oluşumda göz, teknolojik buluşlarla güçlendirildiğı için hem maddenin sırları hem de uzayın enginlikleri görülebilmektedir (Pallasmaa, 2020, s. 27). Tüm alanlara egemen olan göz kültü ile görünür olmak önem kazanmıştır. Artık dünyada batının elinde küreselleşen bir perspektife sahip toplum yapısı bulunmaktadır. Görselliğın hegemonyasında yer alan bu evren ikonlarla ve imgelerle doludur.

Gözün egemenliğinden bahsederken sadece dijital uzamın sunmuş olduğu imkânlarla sınırlandırmak görmenin ve bakışın tarihsel arka planına inmeyi engelleyeceği için göz kültü geleneksel pagan dönemden başlanarak incelenmiştir. İlk olarak semavi dinler öncesi kadim doğa dinlerini kapsayan paganizme bakılmıştır. Her dönemin özelliklerine göre farklı bakış biçimleri geliştirdiğı düşünülerek pagan dönemde pagan bakışın anlam evrenini oluşturan 7 farklı kod oluşturulmuştur. Kurban, büyü, cinsellik ve kadın, şiddet ve kan, tanrısallık, doğa ve semboller olarak belirlenen bu kodlar paganların evrene karşı bakış açılarını yansıtan belirgin özellikleridir. Dönemin özellikleri pagan bakışını oluştururken aşırılıklara¹, absürtlüklere ve mahrem olanın ifşasına neden olmaktadır. Antik çağda bakış ise içerisinde pagan bakışı barındırırken belirli niteliklere de sahiptir. Antik çağda özellikle evrenin doğuşu, yok oluşu gibi efsanelerle birlikte tanrı ve tanrıçaları konu alan mitoslar önemlidir. Çünkü dönemin insanları bu efsaneler çerçevesinden evrene bakmaktadır. Bunun dışında görme kültü, haptik ve sanat ile kölelik antik çağın temel özellikleridir.

Eskiçağ ile yeniçağ arasında kalan Orta Çağ' da tanrısallık bakış kilisenin halk üzerindeki etkisini belirtmektedir. Orta Çağ' ın görme ve bakma kültürünü incelemek için beş kod belirlenmiştir. Bu kodlar; Tanrısallık, büyü ve cadıcılık, skolastik düşünce, kadın, dinsel şiddettir. Karanlık Çağ olarak da adlandırılan Orta Çağ'da kilise özgür düşüncenin ve bilimin gelişimini engelleyip kendi ürettiğı bilgileri halka yayarak toplum üzerindeki

¹ Aşırılık kavramı Eric J. Hobsbawm tarafından "Kısa 20. Yüzyıl / 1914-1991 Aşırılıklar Çağı" adlı eserinde 20. yüzyılın olaylarını nitelendirmek için kullanılmıştır. Bu çalışmada ise Hobsbawm'dan esinlenilerek aşırılık kavramı, pagan dönemde yaşanan cinsellik, şiddet ve büyü gibi olguların fazlalığını anlatmak için tercih edilmiştir.

egemenliğini uzun bir süre korumuştur. Tarihe kara bir leke olarak geçen Orta Çağ Engizisyon mahkemeleri ile kilisenin dogmaları dışına çıkanlara işkenceler yapılarak toplumun kiliseye itaati sağlanmaya çalışılmıştır. Orta Çağ’ da tanrısal bakış tüm bunlar üzerine kurularak dönemin insanının olaylara bakış açısını yansıtmaktadır. Görmenin soy kütüğünü inceleyen çalışmada Orta Çağ’ daki tanrısal bakıştan sonra aydınlanmayla birlikte tanrının toplumdan dışlandığı bilimin ve aklın egemen olduğu modern dönemdeki mekanik/perspektif bakış gelmektedir. Modernleşme, sekülerleşmeye neden olurken dönemin hâkim bakışını mekanik bakış oluşturmuştur. Kuantum mekaniğinin güçlenmesiyle birlikte doğaya karşı farklı bir bakış açısı geliştirilmiştir. Kuantum fiziği evrende bir düzenin olduğunu ve her şeyin bu düzen çerçevesinde işlediğini kabul etmektedir. Modern sonrası dönem ise neo-pagan bakış olarak belirlenmiştir. Geleneksel paganizmin tüm aşırılıklarıyla birlikte yaşatılmaya çalışıldığı neo-paganizm özellikle yeni medya vasıtasıyla yayılmaktadır.

Paganizmden başlayarak postmodern döneme kadar süren inceleme günümüzdeki bakışın izini sürmek için yapılmıştır. Çalışmanın ikinci bölümünde modern sonrası dönemde göz kültürünün yükselişini gösteren gelişmeler aktarılmıştır. İlk olarak postmodern dönem hakkında bilgi verilerek postmodern estetiğin düzensiz, kuralsız ve belirsizlik içerisinde olduğu “*Amorfik*” kavramıyla açıklanmaya çalışılmıştır. Aynı bölümde yeni medyanın röntgenci özelliğini vurgulayan voyöristik bakışa değinilerek artık herkesin herkesi izleyebildiği omniptikon kavramı açıklanmıştır. Ayrıca omniptik gözetime gelene kadar gözetimin yaşamış olduğu gelişim evresi hakkında bilgi verilmiştir. Literatür taraması sonucunda gözetim olgusunun eski çağlardan beri var olduğu görülmüştür. Böylelikle 21. yüzyılda yaşanan gözetimin oluşmasında geçmişin izlerine rastlanılmıştır. Ayrıca göz kültüründen bahsedilirken paganizmle postmodern dönemin benzer yönlerine de değinilmiştir. Daha sonra gözetleme toplumunun nasıl dijitalleşerek mahremiyet alanlarını gasp ettiği gösterilmiştir.

Bakış ve görme kültürünün sosyal medya vasıtasıyla nasıl dönüştüğünü göstermeyi amaçlayan çalışmanın üçüncü bölümünde araştırma için seçilen sosyal medya ortamlarından Facebook, Twitter, Instagram ve Pinterest’in arayüzleri incelenerek göz kültürünün yeni medyadaki yansımaları örneklerle gösterilmeye çalışılmıştır. Dört farklı sosyal ağ uygulamasında da pagan dönemin aşırılıkları ve absürtlükleri görülmektedir. Bunu incelemek için dördüncü bölümde seçilen her bir sosyal medya platformundan en

çok takipçiye sahip 35 şer kişi belirlenerek 4 farklı sosyal medya ortamından 3' er kullanıcı seçilmiştir. Toplam 12 farklı kullanıcının yapmış olduğu paylaşımlardan ise seçilen 2 farklı görsel araştırılmak üzere belirlenmiştir. Böylelikle her kullanıcının yapmış olduğu görsel paylaşımından 2'şer tane seçilerek toplam 24 içerik göstergebilimsel analiz yöntemiyle incelenmiştir.



BİRİNCİ BÖLÜM

BAKIŞIN SOYKÜTÜĞÜ

1.1. PAGANİZM VE PAGAN BAKIŞ

İnsan, yeryüzünde var olduğu ilk günden itibaren çevresinde olan olayları anlamlandırmaya çalışmıştır. Özellikle doğa olaylarının verdiği korku ve kaygı “ilkel”lerin tanrı ya da tanrılara inanmasına neden olmuştur. Örneğin, gök gürlemesinden ürken insan, psikolojik olarak bir sığınağa ihtiyaç duymuş ve kendini tanrının sinirlendiği için göğün gürlediğine inandırmıştır. Bunun gibi farklı doğa olaylarının nedenini açıklamak için birçok farklı tanrının olduğunu düşünen insanoğlu yaşamlarını da buna göre şekillendirmiştir. Yapılan arkeolojik çalışmaların da gösterdiği üzere insan din ile birlikte var olmuştur. Din, insana sonradan aşılana bir alışkanlık ya da düşünce değildir. Dinin insanlıkla birlikte var olduğunu Göbeklitepe’de bulunan tapınaklar ortaya çıkarmıştır. Şanlıurfa’da tarihin sıfır noktası olarak da bilinen Göbeklitepe’de yapılan arkeolojik çalışmalar ilkelerin yerleşik hayata geçmeden çok önce ibadetlerini yapacakları tapınakları inşa ettiğini göstermiştir. Kalıntıların M.Ö. 9-10 bin yıllarına ait olduğu düşünülmektedir. Bu dönemde yaşayanların avcılık ve toplayıcılıkla geçindiği bilinmektedir. Bu nedenle tarih öncesi insanların yaşayacağı konutları kurmadan önce tapınak yaptıkları anlaşılmaktadır.

Dinin başlangıcını açıklamaya çalışan birçok etnolojik kuram bulunmaktadır. Bu kuramlardan ilki *animizmdir*. Edward Künet Tylor tarafından ortaya atılan kurama göre her şeyin ruhu olduğuna ve doğanın ruhlarla yönetildiğine inanılmaktadır. Bunun sonucunda doğayı canlandırma anlamına gelen animizm inancı doğmuş, daha sonra ise sırasıyla monizm (ölüler ve atalar ibadeti), fetişizm (tapınakçılık), politeizm (çok tanrıcılık) ve en son olarak da monoteizme (tek tanrıcılık) geçilmiştir. Dinin başlangıcını açıklayan diğer önemli kuram ise *dinamizmdir*. Üçüncü kuram ise en eski tek tanrıcılık inancı olan ur-mo-noteizm’dir (Örnek, 1995, s. 127, 128). Dinin başlangıcı olarak seçilen her bir inanış dinin en ilkel hali kadim doğa dinleri çatısında toplanmaktadır. Bu kadim doğa dinlerine paganizm de denilmektedir.

İlkel insanın tanrılarını somutlaştırma çabaları putperestliği (paganizmi) doğurmuştur (Kaya, 2012, s. 10). Paganizm, başlangıçta Hristiyanlık öncesi dinleri tanımlamak için kullanılmıştır. Semavi dinlerden önce yaşayan farklı inanç sistemlerinin ortak adı olan paganizmde doğadaki her şey ilahileştirilmiştir. Doğayı kutsayan pagan inanışlarda birçok farklı tanrı bulunmaktadır ve her tanrının farklı vazifeleri vardır. Özellikle mitolojilerde zikredilen bu tanrılar pagan dönemde insanların dünyayı nasıl gördüklerini saptamaya yardımcı olmaktadır. Çünkü inanılan her tanrı kadim doğa dinlerinin doğayı ilahlaştırma çabalarını göstermektedir.

Sihir ve büyüün gücüyle ilahlaştırılmış olan doğanın kontrol altına alınabileceği düşüncesine sahip olan paganizm, Latince köylü anlamına gelen “paganus” sözcüğünden türemiştir. Etiyolojik olarak paganizmin “paganus” gibi bir kelimedenden türemesinin nedeni ise Roma imparatorluğunun Hristiyanlığı kabulüyle Hristiyanlığın şehirlerde daha çok yayılıp paganizmin eski bir din olarak köylerde yaşamaya devam etmesi üzerine köylülerin bu dini paganizm şeklinde isimlendirmesidir (Altunay, 2019, s. 19). Hristiyanlar tarafından ötekileştirilen paganlar, dinsiz, putperest gibi aşağılayıcı sıfatlarla betimlenmiştir. Hatta Orta Çağ’ da Müslümanlar ve Yahudiler de paganist olarak nitelendirilmiştir.

Etimolojik İngilizce sözlüğünde pagan sözcüğü dinsiz, putperest bir kişi ya da Hristiyan olmayan vatandaş olarak tarif edilirken, paganizm ise putperestlik olarak tanımlanmıştır. Paganizm kelimesinin türediği Paganus kelimesi ise köylü anlamına gelmektedir. Çünkü Hristiyanlar kendilerini İsa’nın askerleri olarak tanımlamıştır (Macdonald, 1960, s. 445). İsa’nın askerleri olarak kendilerini niteleyen Hristiyanlar, kendilerinden olmayan köylülere bu sıfatla hitap etmiştir. Latince Hristiyanlık yerine eski inancına bağlılığı anlatan paganizm kelimesinin İngilizce anlamı ise çok tanrıcılıktır (Kiraz, 2006, s. 261). Zamanla paganizm, dinsizleri tanımlamak için kullanılsa da günümüzde paganizmi açıklayan birçok tanım bulunmaktadır.

Pagan Federation International’in internet sitesinde yer alan tanımda Paganizmin kökenlerinde dünyanın kadim doğa dinlerine uzanan spirüel bir yaşam tarzının bulunduğu, paganların her şeyin kutsallığına dair inançlarını korudukları, doğanın kutsallığını kutladıkları ve her şeyde var olan ilahiliğe saygı duydukları belirtilmektedir. Ancak bu tanım günümüzde çok fazla kabul edilen bir tanım değildir. Paganizm spirüel

bir hayat biçiminden ziyade doğaya dönük bir yaşam tarzıdır. Günümüzde paganizm denildiğinde, tek tanrılı dinlerin dışında kalan, kutsal bir güce sahip olduğu düşünülen doğa odaklı bir inanç akla gelmektedir (Altunay, 2019, s. 21). Doğayı kutsayan pagan inancında paganlar doğayla uyum içinde yaşamıştır. Evrende yaşanan döngülere, havaya, suya, toprağa, taş, bitkiye, hayvan ve insana saygı duyulmakta ve mukaddes kabul edilmektedir.

Paganizm ayrıca, Hristiyanlık, Yahudilik ve İslam gibi semavi dinlere karşı olan büyücülük ve çok tanrıcılık ile doğa ve ruh tapıcılığı gibi eski dinleri yeniden canlandırmaya çalışan bir dizi akımı da kastetmektedir. Diğer taraftan pagan kelimesi, materyalizm, modernizm, sekülerizm ve bunlarla birlikte gelişen, akılcılık, liberalizm, bireysellik vb. birçok değeri kutsayan Batı paradigmalarının ürettiği insanı ifade etmek için kullanılmaktadır (Gündüz, 2005, s. 10). Evrenin doğal döngüsünü kutsayan paganlara göre her canlının yaşamaya hakkı vardır. Ancak kendi canı tehlikede olmadıkça bu durum geçerlidir. Ayrıca mitolojide de görüldüğü üzere gök, güneş ve ayın paganizm içerisinde önemli bir yeri bulunmaktadır. Paganizmde önemli olan bir diğer nokta ise dört elementtir. Ateş, hava, su ve toprak paganlar için kutsaldır. Özellikle toprak, verimliliğiyle kadına benzetilmiş ve toprak ana olarak betimlenen tanrıçalara inanılmıştır. Pagan dönemden kalma geniş kalçalı ve iri göğüslü kadın heykeller kadının bereketi simgelediğini göstermektedir. Eski taş devrinden kalma “Willendorf”lu Venüs Kadını” heykeli, kadının toprak ana olarak temsil edildiğinin göstergesidir.



Resim 1.1. Willendorf’lu Venüs Kadını (Pera Müzesi, 2017)

Geniş göbekli ve iri göğüslü kadın heykeller, yapıldığı dönemde kadına yüklenen anlamı da ortaya koymaktadır. Özellikle tarımın gelişmesinden sonra ortaya çıkan bu heykellerin toprak ana, ana tanrıça olduğu düşünülmektedir. Arkeologlar ise kadın heykellerinin ne amaçla yapıldığına dair farklı tahminlerde bulunmuşlardır. Kimi arkeologlar, kadın figürlerini kadın cinselliğinin kutsanması olarak görürken, kimileri ise bu figürün tanrıçaların simgesi olduğunu düşünmüştür (Kollektif, 2017, s. 21). “Willendorf”lu Venüs Kadını” heykelinin sonraki dönemlerde de birçok farklı varyantları yapılmıştır. Çıplak kadın figürü, ana tanrıça kültünü temsil ederken dönemin güzellik algısını da göstermektedir.

Paganizmde kadının toplumdaki konumu dönem dönem farklılık göstermektedir. Pagan dönemin anlam evrenini oluşturan kadın kategorisine değinmeden önce pagan düşüncesinin gelişim evresine bakılacak olursa paganizm tarihinin üç bölüme ayrıldığı görülmektedir. Bunlar (Altunay, 2019, s. 23-24):

1. **Paleo-Paganizm:** En ilkel dönemi kapsayan bu çağ içerisinde çok tanrılı ve doğa temelli bir inanç sistemi hüküm sürmektedir.
2. **Mezo-Paganizm:** Rönesans'la başlayıp 19.yy'a kadar uzanan bu pagan evrede eski inançlar yeniden canlandırılmaya çalışılmıştır.
3. **Neo-Paganizm:** 20.yy'ın ikinci yarısında yaşanan neo-Paganizm, doğa ile tanrıçayı özdeşleştiren, insanın doğaya bağlılığını koruyan bir dönemdir. İlk paganların ritüel ve düşüncelerini günümüz koşullarına uyarlayarak yaşatan kişiye neo-Pagan denilmektedir.

Paleo-Pagan evre insanlığın ilk dönemleri olarak kabul edilmektedir. Avcılıkla geçimlerini sağlayan Paleolitik insan, sihir ve büyüden yararlanarak avlarının çoğalacağını düşünmüştür. Mağara ve ağaç kovuklarında yaşayan bu dönem insanı taşı kullanarak aletler geliştirmiştir. Doğada olup bitenleri anlamlandırmaya çalışan ilkelerin kendilerine sığınak olarak belirledikleri tanrıları ve inanışları olmuştur. Paleo-Paganizm olarak adlandırılan bu en ilkel dönemde *Animizm*, *Natürizm*, *Totemizm*, *Fetişizm* ve *Şamanizm* gibi farklı inanışlar görülmektedir. Animizm, canlandırma ya da ruhçuluk olarak tanımlanmaktadır.

Paleo-Pagan inanışlarından animizme göre her şeyin bir ruhu vardır. Ölüm ile rüyadan ortaya çıktığı düşünülen animizmin rüyayla olan bağlantısına Taylor ve Spencer

açıklık getirmektedir. Onlara göre ilkel insan, rüyayla gerçeği birbirinden ayıramamış, rüyada bir yere gittiğini gören insan gerçekten oraya gittiğini düşünmüştür (Kahraman, 2004, s. 49). Paleo-Pagan olarak belirtilen diğer inanış *Natürizm* ya da *Tabiatçılık* olarak bilinmektedir. Tabiatı kutsayan natürizmde ateş, güneş, yıldız gibi doğal varlık ve olaylara tapılmıştır. En eski dinlerden biri olarak değerlendirilen totemizm ise klanların bir hayvanı, bitkiyi ya da nesneyi kutsayarak ona tapmasıdır. Ayrıca bu klanlar kendi tabularını oluşturarak kutsal kabul edilen, hayvan bitki ya da nesnenin dokunulmazlığını sağlamaktadır.

Fetişizm de ilkel dinler arasında yer almaktadır. Fetiş kelimesini Batı Afrika ile ticaret yapan Portekizli gemiciler kullanmıştır. Bu gemiciler civarda yaşayan zencilerin taptıkları şeylere fetiş adını vermiştir. Fetişizm, fetişlerin inanç sistemi olarak görülmüştür (Günaltay, 2006, s. 140). Fetiş olarak adlandırılanlar ağaç ya da taş gibi maddelerden heykeller yapıp bunlara tapmışlardır. Putperestliğin ilk uygulamalarından olan fetişizmde tapılan eşyanın büyüsel gücü olduğuna inanılmıştır. Şifacıların bulunduğu eski inançlardan *Şamanizm* ise eski bir Asya dinidir. Şamanizm'de şamanların ruhlar aracılığıyla hastaları iyileştirme gücüne sahip olduğu bilinmektedir.

Paganizmin gelişim evrelerinden Mezo-Paganizm de ise Rönesans'la başlayıp 19.yy'a kadar uzanan dönemde yaşayan dinler yer almaktadır. Bu yüzyıllarda bağımsızlığını koruyan *Sihizm*, *Teosofi* ve *Masonluk* gibi inanç sistemlerinin yanı sıra Amerikalıların dinleri de bulunmaktadır. Bahsi geçen bu dinler dönem içerisinde kendi bağımsızlığını koruyarak inanç sistemlerini devam ettirmiştir. Babil'den Mezopotamya'ya, Mısır'dan, Antik Yunan ve Roma'ya kadar büyük bir alanı kapsayan belli başlı dinler paganizm olarak bilinmektedir.

20. yüzyılla birlikte paganizm için büyük bir uyanış gerçekleşmiştir. Bu dönemden itibaren eski pagan gelenekler, modern döneme uyarlanarak tekrar yaşatılmaya çalışılmıştır. 1950'li yıllarda İngiltere'de tekrar ortaya çıkan paganizmin temelinde de geçmişte olduğu gibi doğaya duyulan sevgi ve saygı bulunmaktadır. Doğayı kutsayan neo-paganizme modern paganizm ya da çağdaş paganizm de denilmektedir. 20. Yüzyılda yaşatılan pagan inanışlardan en yaygını *Neo-Druidizm* ve *Wicca*'dır. Bunlara ek olarak *Kemetik*, *Animalist*, *Asartu* ve *Hellenismos* gibi birçok neo-pagan akım bulunmaktadır.

Amerikan paganizmi de denilen neo-paganizm özellikle ABD, Kuzey Amerika ve Avrupa ülkelerinde yaygındır.

Günümüzde kapitalist yaşamın doğayı metalaştırarak tüketmesine karşı bir hareket niteliği taşıyan neo-paganizmin birçok ritüeli geleneksel dönemdeki pagan inancıyla benzerlik göstermektedir. Paganların doğaya bakışı da ritüeller şeklinde gerçekleşmektedir. Ritüellerin sağlamış olduğu çerçeveden olaylara ve doğaya bakan paganlar, yaşamlarını da bu çerçevede şekillendirmiştir. Pagan dönemde insanların görme kültürünü incelemek için bu ritüeller göz önünde bulundurularak yedi farklı kod belirlenmiştir. Bu kodlar; *kurban*, *büyük*, *cinsellik* ve *kadın*, *şiddet* ve *kan*, *tanrısallık*, *doğa* ve *sembollerdir*.

1.1.1. Kurban

Pagan bakışın ilk kodu olan kurban ritüeli eski çağlardan beri uygulanmaktadır. İlk zamanlarda özellikle tanrı düşüncesi oluşuktan sonra, tanrılara sunu şeklinde meyve ya da bitkiler sunulmuştur. Ancak daha sonra tanrılar için, hayvan ya da insan kurban edilmiştir. Kurban, pek çok kültür ve dinde bulunan bir kavramdır. Kurban kelimesi TDK sözlüğünde (1995) eti yenen bir hayvanın Allah yolunda kesilmesi, bir ülkü uğruna kişinin kendi canını ya da başkasını feda etmesi, bir kazada veya bir felakette ölen kimse olarak tanımlanmaktadır. Öztürk (2005, s. 627), tanrılara sunulan özverili armağanları kurban olarak tanımlarken toplumların uygarlaştıkça insan kurbanının yerini hayvanların, yiyeceklerin ve duaların aldığını belirtmiştir. Kurbanın kan ile olan bağını sorgulayan Smith (1894, s. 233-234) ise, kanın bir hayat sıvısı olarak değerli olduğuna dikkat çekmektedir. Bu sıvı tanrıya kurban şeklinde sunulmaktadır. Çünkü insana hayat bahşeden, tanrıya sunulacak olan en değerli şey kandır. Ayrıca paganizmde kan tanrının yediği ya da içtiği bir şeydir.



Resim 1.2. İnsan Kurban Örneği (Dowden, 2000, s. 19)

Kurban sunumunun amacı, iç şiddeti bastırarak yaşanacak olan çatışmaları önlemektir (Girard, 2018a, s. 25). İlk olarak toplum tarafından yaşanan felaketin sorumlusu olarak *günah keçisi* seçilmektedir. Daha sonra günah keçisi şiddetin ve felaketin önüne geçmek için kurban edilmektedir. *René Girard* tarafından ortaya atılan günah keçisine *ikame kurban* da denilmektedir. İkame kurban, şiddeti durdurmak için seçilen herhangi birisinin ayinler eşliğinde kurban edilmesidir (Tuğrul, 2016, s. 120). Seçilen kişi kurban edildikten sonra toplum arınarak (katarsis), düzenini tekrar kurmaktadır. Toplum tarafından yaşanan felaketlerin sorumlusu olarak gösterilen günah keçileri, yaşanan salgınların, kuraklığın ya da herhangi bir doğal afetin sorumlusu tutularak toplum, seçilen kişinin suçluluğuna inandırılmaktadır. Böylelikle günah keçisinin kurban edilmesiyle sosyal düzenin sağlandığı düşünülmüştür. Toplum içindeki şiddeti bastırmak için yapılan kurban ayinleri avcılıktan sonra insanların sığınağı olmuştur. Kurban etme eyleminin örneklerine mitolojik anlatılarda da rastlanılmaktadır. Ancak Girard'a göre mitler çoğunlukla kırımları gizlemektedir. İlkel toplumlardaki kurban törenleri mitlerde genel olarak yer almamakla birlikte ritüel olarak uygulandığını anlatan mitolojiler de bulunmaktadır.



Resim 1.3. Hz. İbrahim'in Oğlu Hz. İsmail'i Kurban Edişı (Boğatepe, 2016)

Yahudi mitolojisinde İbrahim'in oğlu İsmail'i kurban etme girişimi, Mezopotamya mitolojisinde tanrıları doyurmak için koyun ve keçiler kurban edilerek heykellerin önüne sunulması, Sümerlilerin insan kurban etmesi gibi birçok mitosta kurban ritüelinden bahsedilmektedir (Öztürk, 2016, s. 732-733). İnsanlar kurban eylemini ya tanrılar için ya da ölü ruhlar için gerçekleştirmiştir. Kanlı kurban ve kansız kurban olarak ikiye ayrılan kurban eylemi farklı dinlerde farklı şekillerde uygulanmaktadır. Kanlı kurbanda herhangi bir canlının kanı akıtılırken, kansız kurbanda bitki, yiyecek ve para gibi maddeler tanrılara sunulmaktadır.



Resim 1.4. Antik Mısır'da Kurban Ritüeli (Doğramacı, 2017)

Helenler, ilahlarını hoşnut etmek için kuraklık, açlık, kıtlık ve felaket durumlarında insan kurban etmişlerdir (Feyizli, 1988, s. 68-69). Antik Yunan'da tanrıları hoşnut etmek için kanlı ya da kansız verilen sunakların yanı sıra tanrılar da kurban olabilmektedir. Yunanlılar gibi Keltler'de de kurban ritüeli bulunmaktadır. Keltlerin kurban ritüelinde insanların vahşice öldürüldüğü görülmektedir. Aztekler ise insan kurban etmenin güneşin varlığı için gerekli olduğuna inanmışlardır. Germen halklarında ise asma ve suda boğma yoluyla insanın kurban edildiği görülmektedir (Dell, 2017, s. 199). Öldürme eyleminin kutsallaştırıldığı kurban adama eylemi, ibadetin yolu olarak benimsenmiştir. Geçmişten günümüze kadar devam eden şiddet ve öldürme dürtüsü günümüze gelene kadar farklı şekillerde kendini göstermiştir. Girard'ın da belirttiği gibi şiddetin kaynağında kutsal bulunmaktadır. Doyurulmamış şiddetin yatıştırılması için hiçbir özelliği olmayan yedek kurban öfkenin şimşeklerini üzerine çekmektedir (Girard, 2018b, s. 9). Böylelikle şiddet dürtüsü önüne atılan kurbanla bastırılmaktadır. Tek tanrılı dinler, kitaplarında şiddetin tarihini Kabil'in kardeşi Habil'i öldürdüğü zamandan başlatmaktadır. Ayrıca Habil, ilk kurban da sayılmaktadır (Güngör, 2017, s. 388). Yine Romulus'un Romus'u öldürerek Roma şehrini kurması Habil ile Kabil gibi bir başka kardeş katlidir. Yunan mitolojisinde kardeşler neredeyse her zaman birbirlerine düşman olarak resmedilmektedir. Ayrıca

kurucu mitler genellikle şiddet ve kıyımla başlamaktadır. Dünyada düzen kurulurken uygulanan şiddet daha sonra düzenin sürdürülmesi için devam etmektedir.

1.1.2. Büyü ve Cadıcılık

Pagan bakışın bir başka anlam evreni ise büyü ve cadıcılıktır. İnsanlığın tarihi kadar eski olan büyüün Arapça’ daki karşılığı sihirdir. Paganizmle ve paganlarla sıkı sıkıya ilişkili olan büyü, tabiat kanunlarına karşı çıkma iddiasında olanların başvurdukları gizli işlem ve davranışlardır (Kılıçoğlu vd., 1969b, s. 505). Büyüyü icra eden kişiye ise büyücü denilmektedir. İlkel toplumlarda büyücüler kendi istekleri dışında büyücü olarak nitelendirilmiştir. Bedeninde aksaklık bulunan veya hastalıklı kişilerin ölümler dünyasıyla ilişkisi olduğu düşünüldüğünden büyücü olarak görülmüştür (Öztürk, 2016, s. 306). Kambur, sakat, zihinsel problemi olanlar ya da kalıtsal hastalığı olanlar Antik dönemde büyücülerin belirgin özelliklerindendir. Büyücülerin doğaüstü güçleri olduğu ve bu güçleri kullanarak hastalıkları iyileştirdiklerine inanılmıştır. Bu doğaüstü olarak görülen güçler ise ruhlar, cinler ve perilerdir. Bunlar vasıtasıyla büyücü, bir çıkar doğrultusunda büyüsünü yapmaktadır. Çıkarlar iyi niyetli olabildiği gibi kötü amaçlara da hizmet edebilmektedir. Paganizmde önemli bir yere sahip olan büyücülükle birlikte kehanet ve cadılık faaliyetleri de yürütülmüştür. Farkında olarak ya da olmayarak büyüyle iç içe olan Antik dönem insanı gizemli doğayı hile ile etkisi altına almaya çalışmıştır. Bunu yaparken çeşitli ritüeller ve büyü ayinlerinden yararlanan büyücüler için cadı ve sihirbaz ya da hekim gibi lakaplar kullanılmıştır. Toprağın bereketli olması, hastalıkların iyileştirilmesi, savaşların kazanılması ya da düşman olan bir kimseyi lanetlemek için yapılan büyü, farklı uygarlıkların mitolojilerinde de yer almaktadır. Büyücü özellikleriyle anılan farklı figürlerin bulunduğu efsanelerde büyüler genel olarak iksirlerle yapılmaktadır. Ateşten gömlek ya da Nessos gömleği olarak Yunan mitolojisinde yer alan efsane büyüün iksir ile yapıldığını gösteren bir örnektir. Anlatıya göre Herkül’ün karısı Deianeira, Nessos adında bir sentorun büyülü kanından yapılmış iksir ile Herkül’ü yakarak vücudunda dayanılmaz yaralara sebep olduğu için ölümüne neden olmuştur.



Resim 1.5. Nessos'un Kanlı Gömleğini Giyen Herakles (Wilkinson, 2019, s. 47)

Mitolojilere de konu olan büyü teknik bilgisi yetersiz olan Antik dönem insanının en önemli uğraşlarından biridir. Herhangi bir zorlukta büyüye yönelerek başa çıkmaya çalışan ilkel insan doğauşt  gücü olduğunu düşündüğü belirli nesne, hayvan ve insanların tehlikeli de olduğuna inand ğından bu gücün tehlikelerinden korunmak için belirli kurallar geliştirilmiştir. Bu kurallar dinamist dünya görüşünü ve sonuç olarak tabuyu doğurmuştur ( rnek, 1995, s. 35). Tabu, belirli nesne, hayvan ve insanlarda ya da b y c lerde bulunan doğauşt  gücün tehlikeli olduğunu vurgulamaktadır. Canlı ya da cansız herhangi bir varlık tabu olarak seçilirse içerisinde bulunan büyüsel bir g  ten ötürü o varlığa dokunmak yasaklanmaktadır. Çünkü onun zarar getireceğine inanılmaktadır.



Resim 1.6. Fransa'daki Trois Freres Mağarası'nda, Yaklaşık M.Ö. 13.000'e Tarihine Ait Büyücü Çizimi (Morgül, 2019)

Antik dönemde gizemli doğayı büyüyle kontrol altına almaya çalışan insan, modern dönemle birlikte bilime ve teknolojiye sığınmıştır. Bu nedenle büyü batıl bir inanış olarak toplumdan dışlanmaya çalışılmıştır. Ancak günümüzde büyü'nün kullanıldığı inanışlarda bulunmaktadır. Wiccanlık, postmodern dönemde de büyücülüğün sürdürüldüğünü göstermektedir. Wiccanlığın kökleri paganizme dayanmaktadır. Modern cadılık olarak da adlandırılan Wiccanlık doğayı yücelterek kutsamaktadır. Ayrıca Wiccanlıkta da tanrı ve tanrıçalara inanılmaktadır.

1.1.3. Cinsellik ve Kadın

Pagan bakışın üçüncü bileşeni ise cinselliktir. Paganistler cinselliğe, cinsel birleşmeye önem vermektedir. Eski pagan kültüründe kadınların regl görmesi onların kadınlığa geçişi sayılmıştır. Erginleme olarak adlandırılan kadınlığa geçiş evresinde törenler ve geçiş ritüelleriyle kız ya da erkek her kim ergenliğe girerse toplum önünde cinsel kimliğini kazanmış olarak görülmüştür. Örneğin erkekler için yapılan törende erkekler "kutsal fahişe" olarak adlandırılan bir kadınla birlikte olmuşlardır (Altunay, 2019, s. 164). Böylelikle erkeğin cinsel ilişkiyi öğrenmesi ve sağlıklı bir cinsel yaşamı olması sağlanmıştır. Antik dönem toplumlarında cinsel dürtünün bastırılmayışı, cinsel

özgürlüğün olduğunu kanıtlamaktadır. Cinsellikle beraber pagan kültürlerinde kadının da konumu önem taşımaktadır. Erginleme törenleri kadının bedeniyle ve kadınsılığıyla ön planda olduğunu göstermektedir. Anaerkil toplum düzeninde kadına verilen değer ataerkil döneme nazaran daha fazladır. Kadın, anaerkil toplumda yaratıcı dişil bir güç olarak yüceltilirken ataerkil toplum düzeninde geri plana itilmektedir. Gizemli olarak görülen kadın, ataerkil düzene geçiş aşamasında oluşturulan mitlerde kötülenmiş, tanrıçalar küçük düşürülerek sergilenmiştir. Özellikle erkeğin sperminin gücü fark edilince kadın bir nesne olarak görülmüştür. Canı veren kadın olarak düşünülürken, erkeğin canı verdiğine inanılmaya başlanmıştır. Kadın ise bebeği taşıyan sadece bir aracı olarak betimlenmiştir.

Başlangıçta yüce toprak ana olarak bilinen daha sonra ana tanrıça olarak nitelendirilen kadının doğurganlık özelliğiyle bilinmeyi geri getirdiğine inanılmıştır. Doğa can alırken kadın can vermekte bu nedenle de erkek, kadını sürekliliği sağlayan bir güç olarak görmüştür (Kuşcan, 2010, s. 20). Soyun devamını kadının sağladığını düşünen ilkel insan ayrıca toprağı kadına benzetmiştir. Aynı kadın gibi toprak da can vermektedir. Ekilen tohum, fidan olarak topraktan çıkmaktadır. Bu nedenle kadın bereketi simgelemiştir. Antik dönemde kadın üremeyi sağlayan bir canlı olarak görülürken postmodern Batı toplumu kadını sömürülmesi gereken bir varlık olarak düşünmektedir.

Antik döneme ışık tutan mitolojiler de de kadın figürü farklı sıfatlarla yer almaktadır. Yunan mitolojisinde Zeus'un eşi olan Hera, kurnaz ve kıskanç bir kadın olarak betimlenirken, Truva savaşına neden olan Helen güzel, cazibeli ve tehlikeli bir kadın olarak sunulmuştur. Yunan didaktik şiirinin babası olarak bilinen Hesiodos, bir şiirinde kadınlar hakkında şöyle demektedir (Eyüpoğlu & Erhat, 1997, s.154):

*“Takıp takıştırıp kıcını sallayıp
Aklını çelmesin kadının biri.
Gözü ambarındadır diller dökerken sana,
Ha kadına güvenmişsin, ha bir hırsıza”*

Hesiodos, kadının süs meraklısı, kurnaz, ahlaksız, hırsız ve mal mülk düşkünü olduğunu dile getirirken, kadını aşağılamıştır. Dinle de bağlantılı olarak kadının kötü ve değersiz olduğunu gösteren anlatılar bulunmaktadır. Ben Sira'nın alfabesinde Lilith'in Âdem'in ilk eşi olduğu belirtilmektedir. Lilith de Âdem gibi topraktan yaratılmıştır. Kısa

süre sonra Lilith, Âdem'e altta yatmak istemediğini söylemiş, Âdem'de bunu kabul etmeyerek üstte olmak istediğini belirtmiştir. Tanrı da Âdem'i desteklemiştir (Zingsem, 2007, s. 36). Erkek egemen tutumun kadını ikincil plana ittiğini gösteren mitte tanrının erkeğin tarafında olması da ataerkilliğin varlığını ortaya çıkarmaktadır. Aynı şekilde Havva'nın Hz. Âdem'in kaburgalarından yapıldığını vurgulayan mitlerde de kadının zayıflığı ve acizliği resmedilirken erkek yüceltilmiştir. Ayrıca Havva, günah işleyen kadın olarak gösterilmektedir. Âdem'in aklını çelerek yasak elmayı yediren Havva, dinde günahın kaynağı olarak resmedilmektedir.



Resim 1.7. “Lady Lillith” (Dante Gabriel Rossetti)

Antik Yunan'da kadın, toplum içerisinde sınırlı rollere sahip olmuştur. Yunan mitolojisinde felaket kaynağı olarak işlenen kadın figürü güçsüzlük ve kötülükle sentezlenmiştir. Örneğin Pandora'nın kutusu mitinde, Pandora bir kadın olarak etrafına kötülükler saçan bir figür şeklinde belirtilmiştir. Kadınlara yüklenen sıfatlar Roma'da da

hemen hemen aynıdır. Yunan ve Roma medeniyetlerinde evlilik bir şirket gibi görülürken aşk öteki kadınlarla yaşanabilecek, evin dışında olan bir duygudur (Kuşcan, 2010, s. 36). İlk çağlarda kadına verilen önem ve değer yavaş yavaş değişerek kadın aşağılık ve sefil bir görünüme büründürülmüştür. Erkek, toprağı işlemeye başlayınca kadın ev içi işlere yönelmiş ve kadının rolü değişmiştir. Ataerkil yaşam biçimiyle birlikte kadının bedenselliği daha fazla ön plana çıkmıştır. Ayrıca Arap paganizminde kız çocukları diri diri gömülmüştür. Cahiliye dönemi olarak nitelendirilen bu dönemde kız çocuklarının gömülmesine *mev'üde* denilmektedir. İslamiyet öncesi Arap toplumunda kız çocuğı olup gömmeyenler ise boynu bükük gezmıştır. Kız çocuğı olanlar utanılacak bir şey yaptıkları düşüncesiyle toplumdan dışlanmıştır. Kadının bu şekilde ötekileştirilerek nefret edilecek bir varlık olarak diri diri toprağı gömülmesi Kuran'ı Kerim'le birlikte ortadan kalkmıştır. Ancak günümüzde hala daha belirli bölgelerde erkek çocuğı olan düşkünlük devam etmektedir. Özellikle Türkiye'nin Doğı ve Güneydoğı Anadolu bölgesinde erkeğın soyu devam ettirdiğı düşünölmektedir. Bu nedenle kadın toplumda arka plana itilirken erkek egemen toplum yapısı gelişmektedir.

Eski toplumda kadının rolünü anlamak için yapılan arkeolojik çalışmalar yol gösterici olmuştur. Avrupa, Asya ve Afrika'dan gelerek Nil vadisinde yaşayan topluluklar kadını cinsel duyguların simgesi olarak görmüştür (Özkaya, 1970, s. 11). Yapılan çalışmalarda bulunan figürler, kadınları iri göğüslü ve geniş kalçalı olarak göstermektedir. Ayrıca kadının cinsel organını gösteren kalıntılara da rastlanılmıştır.

1.1.4. Kan ve Şiddet

Pagan bakışın bir başka anlam evrenini kan ve şiddet oluşturmaktadır. İnsanlığın tarihiyle ortaya çıkan şiddet, Türkçeye Arapça'dan girmiştir. Türkçe sözlükte şiddet dört farklı anlamda kullanılmaktadır. Şiddetin ilk anlamı; devinim, bir gücün derecesi, sertlik, ikinci anlamı; rüzgârın şiddeti, üçüncü anlamı; aşırılık ve son olarak dördüncü anlamı, karşı görüşte olanları uzlaştırma yerine kaba kuvvet uygulamadır (Dil Derneğı, 2012, s. 1620). Gücü vurgulayan şiddet fiziksel şiddet, sözlü şiddet, ekonomik şiddet gibi türlere ayrılmaktadır. Latince *violentia*'dan türeyen şiddet kavramı sert ya da acımasız kiş i anlamına gelmektedir.

Şiddet, ilk olarak küçük gruplar halinde yaşanan kavga ya da çarpışma olarak kendini gösterirken zamanla kabileler arasında büyük savaflara evrilmiştir. Quincy Wright, Richardson, Singer ve Smail gibi uzmanlar, savaşın, uluslararası şiddetin doğrudan oluşum belirtisi olduğunu düşünmektedirler (Michaud, 1991, s. 15). Şiddet, sadece savaşlar ya da ilkel kabileler arası yaşanan kavgalardan ibaret değildir. Kurban edimi de şiddetin bir tür göstergesidir. Bununla birlikte mitoslarda da şiddet ve dehşet içeren olaylar anlatılmaktadır. Örneğin, Yunan tanrılarında biri olan ve gökyüzünü temsil eden Uranos, toprak tanrısı Gaia ile birleşerek birçok tanrısal varlıklara sahip olmuştur. Bunların içinde, alınlarının ortasında tek gözü bulunan Kiklop'lar Uranos'un isyankâr oğulları olup, babaları tarafından ölümler diyarının yedi kat altına hapsedilmiştir. Gaia, bu duruma üzüldüğü için Titan olan çocuklarını Uranos'a karşı kışkırtmıştır. Bu titanların en genci Kronos ise Uranos'un erkeklik organını kesip denize atmıştır. Ayrıca Kronos'un çocuklarını doğar doğmaz yediği bilinmektedir. Cinayetlerin ve vahşetin ana temalardan biri olduğu mitolojilerde toplumun özünde şiddet bulunmaktadır. Hz. Âdem'in oğullarından Kabil ilk katil olarak bilinmektedir ve kardeşi Habil'i öldürmüştür.



Resim 1.8. Çocuklarını Yiyen Kronos, (Wilkinson, 2019, s. 17)

Şiddetin aşırılığının yaşandığı Paganizmde göz kültüründen bahseden Paglia, bu göz merkezliliğin (ocularcentrism) cinsellik ve acı çekmekten ve çektirmekten haz alma

olarak tanımlanan sado-mazoşizmin kaynaştığı kültürel bir teşhir geleneğine dayandığını ifade etmiştir. Örnek olarak ise cam vitrinlerde saklanan mumyalanmış aziz cesetleri, Altın mahfazalarda lime lime olmuş kol kemikleri, bedeni oklarla delik deşik edilmiş, yarı çıplak Aziz Sebastian'ı göstermiştir (Paglia, 2004, s. 46). İlk Hristiyan şehitlerinden olan Sebastian, Hristiyan kimliğini gizleyerek diğer askerleri Roma'nın çoktanrılı pagan dininden Hristiyanlığa çevirme çabası fark edilince oklarla işkence edilerek öldürülmüştür. Geçmişten günümüze ulaşan bu tür görsel eserler saldırganlık ve öldürme içgüdüsünün eski çağlardan beri var olduğunu kanıtlamaktadır.

Kan ise, paganlar için yaşam sıvısı olmanın yanı sıra soyun devamı olarak da düşünülmektedir. Ancak kanın bazı şekilleri murdarlığı, iğrençliği (abjection) simgelerken bazı kanlar kutsal olarak görülmektedir. Kimi kanlar ise şifa kaynağı olarak kabul edilirken, kimisi koruyucu ve özel bir güce sahiptir. Kadınların âdet kanamalarını kirli, pis gören kimi kabilelerde ayrıca adet gören kadın da murdar olarak değerlendirilmektedir. Örneğin; Bambalara göre, ritüel olarak kirli ve bulaşıcı olan aybaşı kanı murdar ve felaketlere yol açıcı bir güce de sahiptir. Bu kadın ateşe dokunursa, ateşte pişen yemeğin kadını hasta edip ölümüne yol açabileceğine inanılmaktadır (Kristeva, 2014, s. 99). Adet kanı murdar olarak betimlenirken kurban kanı kutsal olarak kabul edilmiştir. Paganlarda kanla ruhun birlikte olduğu düşüncesi kanın kutsallaştırılmasına neden olmuştur. Ayrıca ilk cinayet miti, insan kurbanı gibi kanlı ayinleri ve yamyamlığı (kanibalizmi) doğurmuştur (Eliade, 2003, s. 57). Kimi kabileler ise kanı bir besin kaynağı olarak görmekte ve kan içmektedirler. Zamanla kanın yerine kana benzeyen şarap geçmiştir. Özellikle Kırmızı şarabı Hristiyanlar İsa Peygamber'in kanı olarak görmüşlerdir. Bir sembol olarak kan ayrıca şiddeti çağrıştırmaktadır. İnsanlık tarihiyle birlikte ortaya çıkan şiddet, kutsalın oluşup kendini topluma kabul ettirmesini sağlarken kan akıtmaktadır. Özellikle tanrıya sunulan kurbanlardan akıtılan kan, kutsal olanı temsil etmektedir. Kurban ritüeli, iç şiddetin bastırılarak toplumsal düzenin oluşmasına yardımcı olmaktadır. Böylelikle şiddet toplumdan uzaklaştırılmaktadır. Birçok mitte de yer alan kan, tanrıların varlığını sürdürmesi için gerekli bir sıvı olarak kabul edilmektedir. Tanrı için kanın akıtıldığı yer ise kutsal alan olarak görülmektedir.

Kutsallıkla birlikte Antik Çağ' da erginleme (inisiyasyon) törenlerinde de kan akıtıldığı bilinmektedir. Erkekler topluma kabul edilmek için düzenlenen törenlerde kendi bedenlerine uyguladıkları şiddetle ağır sınavdan geçmektedir. Burada akıtılan kanla

birlikte şiddetin de kutsanması sağlanmaktadır. Bazı törenlerde ise erkekler bileklerini keserek kan akıtmaktadır. Ancak bu kanın serpilmesini kadınlar izleyememektedir. Kutsal olandan uzaklaştırılan kadının bu törenlerden men edilmesi kanın yüceliğini de göstermektedir (Özben, 2015, s. 68). Şiddetin belirtisi olarak kan ilkel topluluklarda düzenlenen törenlerin birçoğunda bulunmaktadır.

1.1.5. Tanrısallık

Paganik bakışın bir diğer kodu tanrısallıktır. Aslen paganlar, *doğa ana* olarak betimledikleri tek tanrıçaya inanmıştır. Ancak bu tanrıçanın yanı sıra farklı yardımcı tanrıları da inanışlarına katmışlardır. Bu nedenle genel olarak çok tanrılı bir inanışın hâkim olduğu paganizmde tanrı ve tanrıça her şey olarak görülmektedir. Bu tanrı ve tanrıçalar paganlar için kutsallığın ifadesidir. Paganlar inançlarını tanrı ve tanrıçalarla sembolize etmiştir. Bolluk ve bereketi tanrıça simgelerken dölleyici olarak inanılan tanrı ise *fallus* olarak sembolize edilmektedir. Özellikle anaerik dönemin hüküm sürdüğü dönemde ana tanrıçalara tapılırken ataerik döneme geçildiğinde tanrı figürleri çoğalmıştır. İlkel insanın doğada olup biten felaketlere yönelik korkusu ile sığındıkları her bir tanrı ve tanrıçanın farklı görevleri bulunmaktadır. Paganizmin birçok tanrı ve tanrıçaları mitolojilerde görülmektedir.

Yunan ve Roma mitolojisinde rastlanılan tanrı ve tanrıçalar kahramanlıkları ve özel güçleriyle bilinmektedir. Yunan tanrılarını, tanrıçalarını ve kahramanlarını konu alan Yunan mitolojisinde, birçok tanrı, tanrıça ve olağanüstü kişiler bulunmaktadır. *Khaos* evrenin yaratılışı sırasında ortaya çıkan ve evreni oluşturan yeryüzü, gökyüzü, hava, deniz, karanlık, ışık, yer altı, zaman gibi bileşenlerin mitolojik kişileşmesidir ve *Khaos*, havaya karşılık gelen tanrıdır (Gerz, 2013, s. 21). Ayrıca *Khaos*, ilk tanrı olarak bilinmektedir. Yaratılış efsanesinde adı geçen *Khaos*, büyük bir boşluğu, uçsuz bucaksız bir derinliği betimlemektedir. Bu boşluktan ise farklı tanrı ve tanrıçalar çıkmıştır.



Resim 1.9. Yunan mitolojisinde her şeyin başlangıcı Khaos, (Geller, 2016)

Tüm varlıkların anası Gaia ise Khaos adı verilen boşluktan çıkan ilk ulu tanrıçadır (Rosenberg, 2003, s. 32). Khaos'tan türeyen diğer bir tanrı ise Nyx'tir. Nyx, "karanlık" (Erebos) ile birleşerek Hemera (gün) ve Aether'i (göğün yüksek, mavi, ısıltılı tabakası) doğurmuştur. Uyku tanrısı Hypnos, Thanatos, felaket tanrısı Moros, yaşlılık tanrısı Geras, sansür ve iftiranın cisimleşmiş halini temsil eden tanrı Momos, intikam tanrıçası Nemesis, hile tanrıçası Apate, sefalet tanrıçası Oizys, cinsel çekim ve birleşme tanrıçası Filotes, fitne-fesat tanrıçası Eris'i de Nyx dünyaya getirmiştir (Gerz, 2013, s. 24). Eros ise Aşkı simgelemektedir. Aşk ve cinsel arzunun simgesi olan Eros'un bir yay ve oku bulunmaktadır. Yay ve okuyla tasvir edilen Eros, Aphrodite'nin oğlu olarak bilinmektedir.

Yunan tanrılarından bir diğeri de gökyüzünü temsil eden Uranos'tur. Bu tanrıya baba tanrı da denilmektedir. Toprak tanrısı Gaia, Uranos' la birleşerek birçok tanrısal varlıklar doğurmuştur. Bunların içinde, alınlarının ortasında tek gözü bulunan Kiklop'lar Uranos'un isyankâr oğulları olup, babaları tarafından ölümler diyarının yedi kat altına hapsedilmiştir. Gaia, bu duruma üzüldüğü için Titan olan çocuklarını Uranos'a karşı kıskırtmıştır. Bu titanların en genci Kronos, Uranos'un erkeklik organını kesip denize atmıştır.



Resim 1.10. Kronos'un Babası Uranos'u Hadım Etmesi (Giorgia Vasari)

Yere damlayan kanlardan *Alekto*, *Megaira* ve *Tisiphone* adında üç *Eriny* doğmuştur. Bunlar yalan yere yemin edenleri ve anne ve baba katillerini cezalandırmakla görevlendirilmiştir (Graves, 2010, s. 41). Uranos'un hayâlarından denize beyaz bir köpük yayılmış ve bu köpükten güzellik ve aşk tanrıçası, *Aphrodite* doğmuştur (Rosenberg, 2003, s. 38). Roma mitolojisinde ise *Venüs* olarak bilinen *Aphrodite*, baştan çıkarıcı bir güzelliğe sahiptir ve elinde kutsal güverciniyle betimlenmiştir.

Pontos ise denizlerin tanrısı olarak bilinmektedir. *Typhon*, uyluk kemiklerinden aşağısı yüzlerce yılanla kaplı olan devasa bir yaratıktır (Graves, 2010, s. 167). *Kerberos*, yeraltı dünyasının ve ölümler diyarının tanrısı *Hades*'in üç başlı bir köpeğidir. Yunan mitolojisinde uyku tanrısı ise *Hypnos* iken, ilahi adaleti sağlayıp günah işleyenleri cezalandıran tanrıçaya *Nemesis* denilmiştir.

İnsanların ve tanrıların tanrısı olan *Zeus*'un da Yunan mitolojisinde önemi büyüktür. Verimliliği sağlayan *Zeus*, çapkın olarak bilinmektedir. Öyle ki ölümlülerle ve ölümsüzlerle birçok evlilik yaşamış ve çocukları olmuştur (Özkan, 2013, s. 56). En güçlü silahı ise şimşek okudur. Birçok sevgilisi bulunan *Zeus*, anlatılan mitoslarda çapkın olarak karakterize edilmiştir.

Zeus'un eşlerinden biri de *Hera*'dır. *Pan* ise Yunan mitolojisinde çobanların tanrısı olarak bilinmektedir. Belinden aşağısı keçi şeklinde olan *Pan*, elindeki flütle bilinmektedir. *Okeanos*, adı üzerinde dünyayı çepeçevre saran okyanusların tanrısıyken tüm tatlı suların tanrıçası ise *Tethys*, bellek tanrıçası ise *Mnemosyne*'dir (Gerz, 2013, s. 69,72,73). *Promethous* ise kâhin olarak bilinmektedir. Gök kubbeyi omuzlarında taşımakla cezalandırılan kişi *Atlas*'dır. Yunan mitolojisinde diğer önemli tanrı ve

tanrıçalar ise şunlardır; Şafak tanrıçası *Eos*, ay tanrıçası *Selene*, tüm sanatların tanrısı *Apollon*, savaş tanrısı *Ares*, Kumarbaz ve hırsızların tanrısı *Hermes*, bereket tanrıçası *Demeter*, Barış tanrıçası *Athena*, şarap tanrısı ise *Dionysos*.

Göklerin tanrısı Zeus, Roma mitolojisinde *Jüpiter* olarak adlandırılmıştır. Zeus'un eşi evlilik tanrıçası *Hera*'nın Roma mitolojisindeki karşılığı *Juno*'dur. Savaş tanrıçası *Athena* ise *Minerva* olarak anılmaktadır. Yunan mitolojisindeki güneş tanrısı *Apollon* Roma mitolojisinde *Pholbus* olarak adlandırılmaktadır. Toprak ve bereket tanrıçası *Artemis* Roma mitolojisinde *Diana* olarak belirtilirken Avcı tanrıça *Hermes* ise *Mercurius* olarak isimlendirilmiştir. Demirci tanrısı *Hephaistos*'in Roma mitolojisindeki karşılığı *Vulcanus*, aile tanrıçası *Hestia*'nın karşılığı ise *Vesta*'dır. Yunan mitolojisindeki savaş tanrısı *Ares*, Roma mitolojisinde *Mars* olarak isimlendirilmiştir. Cazibesıyla ve güzelliğiyle bilinen Afrodite'e Romalılar *Venus*, bereket tanrıçası *Demeter*'e *Ceres* denilmiştir. Denizlerin tanrısı *Poseidon*'un karşılığı *Neptün*'ken, Yeraltı tanrısı *Hades*, *Aidoneus* olarak nitelendirilmiştir. Son olarak şarap tanrısı *Dionysos* Roma mitolojisinde *Liber* olarak belirtilirken, sağlık tanrısı *Asklepios*, *Aesculapius* olarak adlandırılmıştır (Estin & Laporte, 2002: 215). Roma mitolojisinde genel olarak tanrılara gezegen isimleri verilmiştir. Hem Yunan hem de Roma mitolojisinde bulunan çok zengin bir tanrısal çeşitlilik günümüze kadar süren izler bırakmıştır.

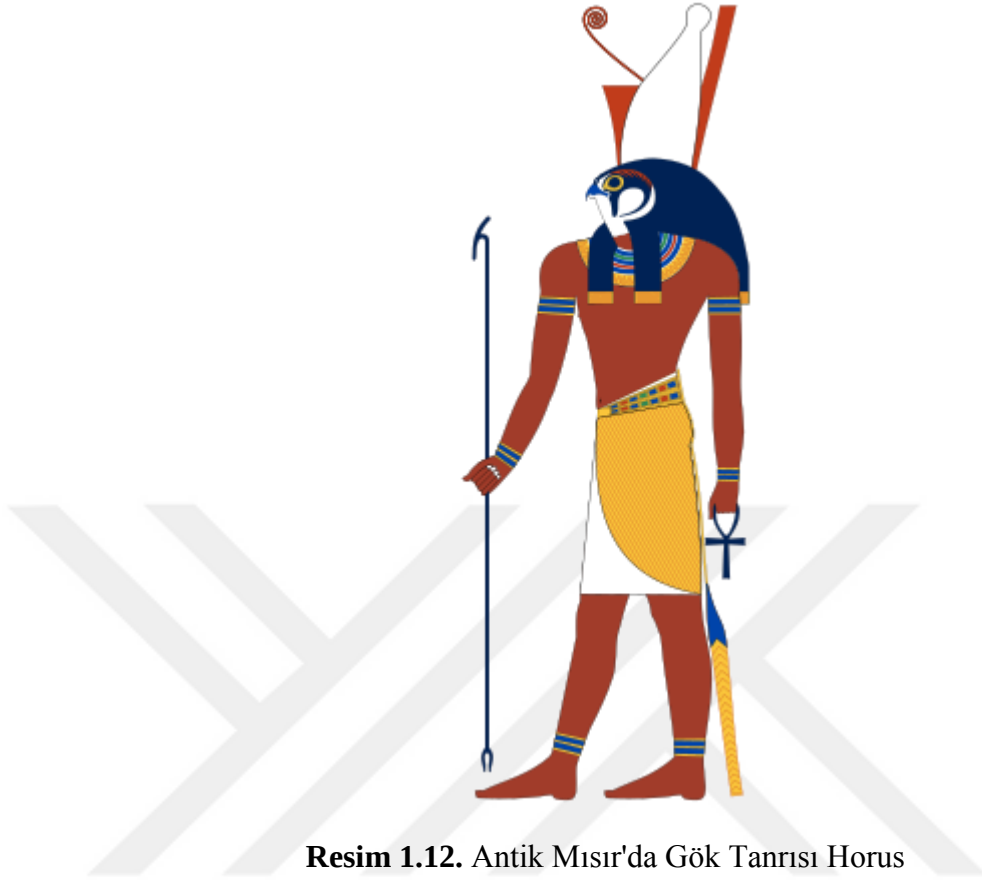
Yahudiliğin, Hristiyanlığın ve İslamiyet'in beşiği olarak görülen Orta Doğu, birçok medeniyete ev sahipliği yaparak farklı mitosların üretilmesine neden olmuştur. Orta Doğu'nun en önemli bölgelerinden biri olarak değerlendirilen Mısır, "Osiris Mitosları, Güneş-tanrı Re Mitosları, Mısır Yaradılış Mitosları, Re'nin Yaşlılığı, Apofis'in Öldürülüşü, Re'nin Gizli Adı, Re'nin Vekili Olarak Tot, Nil Mitosları" gibi mitolojik anlatılara sahiptir. Antik Mısır'da gerçeği simgeleyen Tanrıça Ma'at, adaletin tanrıçası olarak da anılmaktadır. Ölüler tüyleriyle tartarak yargılayan Ma'at, Tanrı Ra'nın yarattıklarına düzen getirerek kozmik dengeyi sağladığı düşünülmektedir.



Resim 1.11. Mısır Mitolojisinde Gerçeği Simgeleyen Tanrıça Ma'at

Sümerliler ilk olarak *Nammu* adında bir tanrıçanın varlığına inanmışlardır. Nammu'nun Gök tanrısı *An* ile Yer tanrıçası *Ki*'yi meydana getirdiğine inanan Sümerliler, bu iki tanrının birleşmelerinden Hava tanrısı *Enlil*'in doğmuş olduğunu düşünmüşlerdir (Tekin, 2010, s. 52). Sümer mitolojisinde evren, Enlil'in göğü ve yeri birbirinden ayırmasıyla oluşmuştur. 1845 yılında yapılan kazılar sonucu bulunan yedi adet kil tablet üzerine yazılı *Enuma Eliš* olarak adlandırılan Babillilerin yaratılış efsanesinde Enum tanrıların kralı olarak belirtilirken Enlil'in göklerin ve yeryüzünün efendisi ve ülkenin kaderini belirleyen tanrı olduğu görülmektedir. Bu iki tanrı *Marduk*'u tanrılar arasında üstün kılmışlardır. Sümer'in üç büyük tanrısı gökyüzü tanrısı Anu, hava tanrısı Enlil ve yeryüzü tanrısı Ki' dir. *Tiamat* ise büyük tanrıça ya da ana tanrıça olarak bilinmektedir ve bütün temel tanrılara yaşam verdiği düşünülmektedir (Rosenberg, 2003, s. 239). Tek tanrılı dinlere kadar geçen süreçte Orta Doğu'da çok tanrılı inanışların varlığı mitlerin şekillenmesine de yardımcı olmuştur. Mitleri oluşturan kültürler tanrıları olağanüstü özelliklerle kuşatmıştır.

Osiris bitkilerin tanrısı olmasının yanı sıra ölümler diyarının da efendisi konumundadır. Mısır mitolojisinde yer alan *İsis* ise ana tanrıça olarak bilinmektedir. Şiddetin tanrısı ise *Set*'tir. *Horus*, güneşin tanrısıdır. Horus'un tasvirini yapan eserlerin bazılarında Horus, şahin olarak gösterilmiştir. Mısır mitolojisinde kimi karakterler farklı hayvanların başlarıyla betimlenmiştir. Örneğin ay tanrısı *Thoth*, ibis başlı, *Anubis*, çakal başlı olarak tasvir edilmiştir.



Resim 1.12. Antik Mısır'da Gök Tanrısı Horus

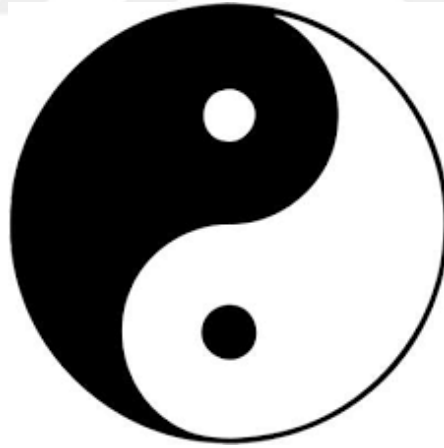
Ugarit mitolojisi incelendiğinde *Baal*'in bereket tanrısı olduğu görülmektedir. *Hadad* ise şimşek ve gök gürültüsü tanrısıdır. Baal mitosunda adı geçen *Yam-Nahar*, denizlerin ve ırmakların tanrısı olarak belirtilmiştir. Baal mitolojisinde zanaatçı olarak adı geçen tanrı ise *Kothar*'dır. *Anat* ile Yaban öküzü adında mitosu bulunan Anat, Baal'in kız kardeşi olarak bilinen tanrıçadır. Ugarit mitolojisinde *Mot*, kısırlık tanrısı olarak geçmektedir. Ayrıca yaz tanrısı *Hiribi*, meyvelerinin tanrıçası ise *Nikkal*'dir (Hooke, 2015, s. 111,128). Ugarit mitolojisinde yer alan bereket tanrısı Baal'in simgesi boğadır. Ugarit'in diğer önemli tanrısı ise baş tanrı olarak bilinen *El*'dir. Yakın Doğunun en önemli kentlerinden Ugarit, özellikle Mezopotamya'dan etkilenmiştir.

İskandinav mitolojisinde *Ragnarök*, tanrıların sonu olarak tanımlanmaktadır. *Baldr*'ın ölümünü konu alan mitinde, *Odin*'in oğlu olan Baldr'ın rüyasında öleceğini görmesi üzerine tanrıların ona yardım etmeye çalıştığını ancak Baldr'ın öldüğünü ve *Odin*'in bu durumun dünyanın sonunu getireceğini düşünmesi anlatılmaktadır (Leeming, 2017, s. 188). Ragnarök mitinde bir yok oluş ve yeni bir doğuş anlatılmaktadır. İlk olarak

evren karanlığa bürünmekte ve savaşlar olmaktadır. Daha sonra bu enkazın içinden yeni bir dünya doğmaktadır.

Odin'in asılması mitinde ise Odin'in kendini ölümlerin bildiklerini bilmek için bir ağaca asarak kurban ettiğinden bahsetmektedir (Leeming, 2017, s. 191). Bunun gibi birçok mit *Mensur Edda* ve *Mazmun Edda*' da yer almaktadır. Manzum Edda, Viking döneminin öykülerine dayanan el yazması şiirleri kapsamaktadır. Mensur Edda ise İskandinavların bıraktığı düz yazılardır. Bu iki eser İskandinav dönemindeki mitlerle ilgili her şeyi içermektedir.

En eski uygarlıklardan biri olan Çin'in mitolojisinde yer alan tanrıların diğer uygarlıkların yaratılış mitlerinden farklı olarak evrenin oluşunda herhangi bir rolleri bulunmamaktadır. Ayrıca Çin mitolojisinde karşıtlık ilkesi bulunmaktadır. Bunu gösteren *Yin* (dişi) ile *Yang* (erkek) şekli dünyanın karşıtlarla var olduğunu göstermektedir. Ayrıca Yin karanlığı temsil ederken Yang aydınlığı göstermektedir. Şeklin içinde yer alan bir başka dikkat çekici nokta ise her aydınlığın içinde bir karanlık her karanlığın içinde ise aydınlık olduğunu gösteren küçük yuvarlaklardır. Burada zıtların birbiri ile uyumu betimlenmiştir.



Resim 1.13. Eski Çin Felsefesini Simgeleyen Yin ve Yang Sembolü

Çin mitolojisinde yer alan tanrılardan *Nuwa*, ana tanrıça olarak bilinmekte ve kafası kadın kafası vücudu ise yılan benzemektedir (Leeming, 2017, s. 225). Vücudunun yılan şeklinde olması Mısır mitolojisinde olduğu gibi tanrıçalara olağanüstü şekiller verildiğini göstermektedir. Çin mitolojisinde de birçok farklı kahraman bulunmaktadır: *Qi*, *Yin*, *Yang*, *Gun*, *Yu* vb. Çin'in yaratılış efsanesine göre Yunan mitolojisinde olduğu gibi kaos

bulunmaktadır. Dünya kaos iken bahsi geçen Yin ile Yang bu kaostan çıkarak Evren'in yaratılışı başlamıştır.

Japonların dini *Şintoizm*'dir. Şinto inancında tanrılar kutsanmıştır. Japon mitolojisinde Çin kültürünün etkilerini görmek mümkündür. Japonların ana tanrıçasının adı *Amaterus*'tur. Yaratılış efsanesinin Japon kökenli olduğu düşünülmektedir. Çünkü dünyanın yaratılışının hemen ardından Japonya'yı oluşturan adaların nasıl yaratıldığına geçilmektedir (Rosenberg, 2003, s. 579). Diğer mitolojilerde olduğu gibi Japonya'nın da kendine ait bir yaratılış miti bulunmaktadır ve bu mite göre evrenin ilk olarak kaos halinde olduğu varsayılmaktadır. Çin mitolojisinin de etkisi görülen Japonya, tanrılar diyarı olarak adlandırılmaktadır.

Paganizme ışık tutan mitolojik anlatılarda tanrıların yeryüzüne indirilerek farklı karakterlere büründürüldüğü görülmektedir. Tabiatüstü varlıklar olarak düşünülen tanrı ve tanrıçalar, ilkel insanın bilinmeyene karşı korkusunu yatıştırmaya yardımcı olmuştur. Evriminin ilk zamanlarından itibaren çevresinde olan olaylara anlam veremeyen insan bunları birer tehdit unsuru olarak görmüştür. Bilinmeyene karşı duyulan endişeyi gidermek için tanrı fikrini ortaya çıkaran insan böylelikle evrende olan şimşek, deprem, sel, fırtına gibi olayları bir nedene bağlamıştır. İnsanlar tanrılara da doğa olaylarının isimlerini vermişlerdir. Örneğin gök gürültüsü ve fırtına tanrısı *Thor* olarak isimlendirilmiştir. Yunan mitolojisinde yer alan *Poseidon* ise deprem tanrısı olarak bilinmektedir. Doğayı kutsayan paganlar her şeyde tanrısal bir tözün olduğuna inanmaktadır.

1.1.6. Doğa

Paganik bakışın diğer anlam evreni doğadır. Doğanın kutsandığı paganizmde, evrende yer alan her şeyin eşit olduğu düşünülmektedir. Paganlar için evrende bulunanlara aynı derecede saygı ve sevgi duyulmaktadır. Kadim doğa dinlerinin genel adı olan paganizmde evrende yer alan her şeyin bir anlamı vardır. Örneğin toprak, bereketi ve ana tanrıçayı simgelemektedir. Daha öncede zikredildiği gibi kadim doğa dinlerine inananlar doğayı kutsallaştırırken günlük hayatta yer alan her şeye tanrısal özellik atfetmiştir. Paganlar, gökyüzündeki ve yeryüzündeki canlı ve cansız varlıkları korumuş ve onlara saygı duymuştur.

Paganizmin doğa temelli olmasının iki nedeni vardır. İlk olarak ilkel insan doğaya bağlı olduğu için doğadaki her şeye kutsallık atfederek bunlarla uyum içinde yaşamaya çalışmıştır. İkinci olarak ise zamansal döngülerle uyum içinde yaşanmaktadır (Altunay, 2019, s. 21-22). Çünkü döngüler yeni başlangıçları doğurmaktadır. Bu döngü içerisinde belirli günler paganlar tarafından bayram olarak kabul edilmiştir. Kış gündönümü olarak 21 Aralık Yule olarak adlandırılırken *Nevruz Ostara, Hidirellez Beltane* yaz başlangıcı *Litha* ve sonbahar ekinoksu *Mabon* olarak paganlar tarafından adlandırılan bayramlardır. Kuyruğunu yiyen yılan olarak resmedilen Uroboros da doğadaki ebedi döngüsellliği betimlemektedir.



Resim 1.14. Döngüsellığı Simgeleyen Uroboros

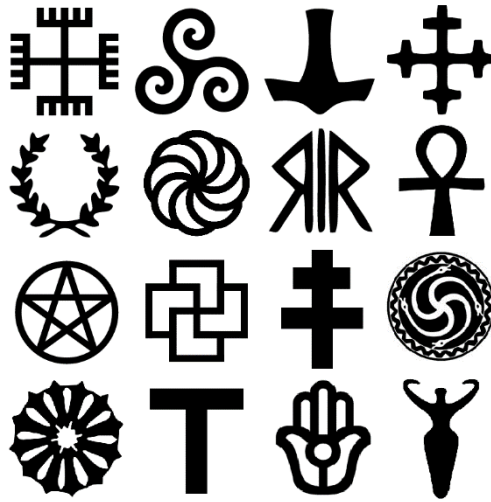
İlk insanla beraber başlayan doğa tapıcılığı günümüz paganizminde de devam etmektedir.

1.1.7. Sembolizm

Paganik bakışın son bileşeni sembollerdir. Kültürel deneyimleri aktaran sembol, etimolojik olarak Yunanca bir araya gelmek anlamına gelen *symblema* ve *ballein* eklerinin birleşmesiyle türemiştir. Sembol kelimesinin kökeninin bu eklerden türemesi Antik Yunan'da uygulanan bir adetten kaynaklanmaktadır. Bu âdete göre bir seramik kırılarak her bir parçası grup üyelerine verilmiştir. Grup toplanırken bu seramik parçaları bir araya getirilerek üyelerin kimlikleri oluşturulmuştur (Gibson, 1998, s. 7). Gibson'un değindiği üzere sembolün tek başına bir anlamı bulunmamaktadır. Her sembol, kendi dönemi içerisinde bir düşünceyi, olayı veya olguyu anlatmaktadır. İnsanlar İlk Çağ'

lardan beri sembolleri kullanmıştır. Göz yoğun olan pagan kültüründe semboller paganizm düşüncesinin aktarımında önemli rol oynamaktadır.

Sayılar paganizmde öne çıkan sembollerden biridir. Bir sayısı tek olanı, başlangıcı, iki sayısı karşıtlığı anlatırken üç sayısı gök-yer-yeraltını simgelese de farklı toplumlarda farklı üçlemelerle karşılaşılmaktadır (Altunay, 2019, s. 78-79). Yunan felsefesinde önemli olan dört element, ateş-hava-su-topraktır. Her bir element için ise farklı semboller kullanılmaktadır. Su ters üçgenle sembolize edilirken, ateş için üçgen kullanılmıştır. Hava ise içinden ikiye bölünmüş üçgenle gösterilirken, toprak aynı işaretin tersi ile tasvir edilmiştir. Pentagram ise insanı simgelemektedir. Yunancadan türemiş olan pentagram kelimesinin anlamı beş köşeli yıldızdır.



Resim 1.15. Paganizmin Sembolleri, (Bezerra, 2018)

Hayvansal özellikler de paganizmde kullanılan sembollerdendir. Tanrıların yarı tanrı yarı hayvansal şekillerde resmedildiği mitoslarda hayvanlara verilen önem görülmektedir. Paganlar için önemli olan diğer bir sembol ise ağaç şeklidir. Ağaç, insanı tasvir etmektedir. Kökleri yeraltında olan dalları gökyüzüne uzanan hayat ağacıdır. Paganizmde zaman algısının döngüselliğini gösteren spiral, geceyi ve gündüzü, ilkbahar, yaz, sonbahar ve kışı simgelemektedir. Bu işaret merkezden dışa doğru sürekli olarak hareketliliği gösterdiğinden paganizmde son ya da kıyamet yoktur (Altunay, 2019, s. 94-95). Ayrıca bu sembol yaratılışın ve gelişimin simgesi olarak da nitelendirilmektedir. Bunların dışında mitolojiler vasıtasıyla günümüze kadar ulaşan birçok sembol bulunmaktadır.

Sonuç olarak pagan insanının görme kültürünü incelemek için belirlenen kodlar dönemin aşırılıklarını göstermek için yardımcı olmaktadır. Dokunma ve koklama ile birlikte görmenin de önemli olduğu paganizmde her ritüel ve inanış biçimi dönem insanının dünyayı nasıl algıladığını anlatmaktadır. Aşırılıklar çağı olarak adlandırılabilir olan paganizmde paganlar kurban ritüelini kutsal sayarken, büyüü bir yaşam tarzı haline getirmişlerdir. Her dönemde olduğu gibi şiddetin varlığı bu dönemde de kendini gösterirken cinselliğin de aleni oluşuyla birlikte toplumsal düzen için gerekliliği benimsenmiştir. Ayrıca doğayı kutsayan pagan bakış doğayı tanrısalılaştırmıştır. Paganik bir bakış açısını yansıtmaya adına oluşturulan kavram evreninden de anlaşıldığı üzere, paganların çevrelerinde olup bitenlere karşı bakışları belirli çerçevede gerçekleşmiştir.

1.2. ANTİK ÇAĞ’ DA BAKIŞ

İnsan, ortaya çıktığı günden itibaren belirli evrelerden geçerek uygarlığa erişmiştir. İlk olarak taş devrini yaşayan ilkel insan bu devir içerisinde Kabataş Devri, Paleolitik Devir, Neolitik Çağ ve Kalkolitik Çağ olmak üzere dört aşama yaşamıştır. İnsanlığın en ilkel evresi olan bu dönemde avcılık ve toplayıcılıkla geçinilmiş, ilk aletler yapılmıştır. Maden Devri ise Bakır Devri, Tunç Devri ve Demir devri olarak üç dönemde yaşanmıştır. Maden devrinde, toplum gelişmiş, ticaret gelişmiş, şehirler kurulurken küçük kent devletleri ortaya çıkmıştır. Yazının bulunmasıyla birlikte ise tarihi çağlar başlamıştır. Bu çağların ilki Antik Çağ’ dır.

Antik Çağ, antikite, İlk Çağ ya da Eski Çağ olarak da adlandırılmaktadır. İlk Çağ adından da anlaşıldığı üzere tarihi çağların ilkinin temsil etmektedir. Antik kelimesi Fransızca’da *antique* olarak nitelendirilmektedir. Kelime anlamı ise Yunan-Roma döneminden kalma ya da Eski uygarlıktır. Ayrıca Fransızca *antiquite* kelimesinden türeyen antikite, Yunan-Roma uygarlıkları veya Mesih’in doğumundan önce gelenler olarak tanımlanmaktadır (Kılıçoğlu vd., 1969a, s. 11). Fransızca sözlükte yer alan tanımlarda antik ya da antikite kelimesi Yunan ve Roma imparatorlukları için kullanılıyor olsa da genel olarak kelime anlamı İlk Çağ’ da kurulan büyük uygarlıklardır.

Antik Çağ, M.Ö. 3500 yılında Sümerlilerin yazıyı bulmasıyla başlamıştır. İlk Çağ olarak adlandırılan bu dönem tarihi devirlerin de başlangıcını oluşturmaktadır. Çünkü

yazının icadıyla tarih kayıt altına alınmaya başlanmıştır. Tarihçilerin bir kısmı Antik Çağ' ın M.S. 375 yılında Kavimler Göçüyle son bulduğunu iddia ederken bir kısım araştırmacı ise M.S. 476 yılında Batı Roma imparatorluğunun çöküşüyle yeni bir çağın başladığını belirtmiştir. Marksist tarih anlayışına göre dönem, köleci toplum olarak tanımlanmaktadır. Şehir devletlerinin olduğu Antik Çağ' da özel mülkiyet ve aristokrasinin de ortaya çıkışıyla kölelik yaygınlaşmıştır. Özellikle ihtiyaçtan fazla üretimle birlikte artı ürün açığa çıkmıştır. Artı üretimin etkisiyle sömürgecilik, koloni faaliyetleriyle uygulanmaya başlanmıştır. Bu dönemin diğer bir özelliği bilim, sanat, edebiyat, astronomi gibi alanlarda yaşanan gelişmelerdir. Yazının sağlamış olduğu imkânlarla birlikte birçok bilim dalı da bu dönemde gelişmiştir. Bunun yanı sıra site adı verilen ilk şehir devletleri de antikitede ortaya çıkmıştır. Bu devletler krallıklar aracılığıyla yönetilmiştir.

Yaşanan en uzun tarihi çağ olan İlk Çağ' da tarım ile hayvancılık gelişmiş ve ticaret yaygınlaşmıştır. Tarım ve hayvancılığın gelişmesiyle birlikte iş bölümü gerçekleştirilmiştir. Böylelikle daha fazla verim sağlayan üretici kâr elde etmeye başlamıştır. Bununla birlikte demirin keşfi ve demirden yapılan aletlerin tarımda kullanımı toprağın daha fazla işlenmesine olanak tanımıştır. Tüm bu gelişmelerin ışığında ortaya çıkan artı ürünler üreticiyi zenginleştirirken toplumsal tabakalaşmaya neden olmuştur. Yaşanan bu gelişmelerle birlikte ortak mülkiyetin kaybolarak özel mülkiyet anlayışının toplum içerisinde yerleşmesi de yeni sonuçlar doğurmuştur. Toplumda üretim gücünü elinde bulunduran kesim köle haline getirdikleri tutsakları tüm haklardan yoksun kılarak çalışmaya zorlamıştır.

Çok tanrılı dinlerin hâkim olduğu antikçağda tek tanrılı dinler de ortaya çıkmış ancak çok fazla ilgilenilmemiştir. İlk tek tanrılı din M.Ö. 13. Yüzyılda ortaya çıkan Musevilihtir. Yine İlk Çağ' da ortaya çıkan diğer tek tanrılı din ise Hristiyanlıktır. Çok tanrılı inanışların yaygınlığı nedeniyle tek tanrılı dinlerin etkisi döneme fazla hâkim olamamıştır. Dönemin en önemli özelliklerinden bir diğeri ise farklı uygarlıkların ortaya çıkmış olmasıdır. Bu uygarlıklar şöyledir:

- Mezopotamya uygarlıkları: Sümerliler, Akadlılar, Elamlılar, Babiller, Asurlular.
- Anadolu uygarlıkları: Hititler, Frigler, Lidyalılar, İyonyalılar, Urartular.
- Mısır uygarlığı,

- Çin uygarlığı,
- Hint uygarlığı,
- Roma imparatorluğu,
- İran uygarlıkları: Medler, Persler.
- Doğu Akdeniz uygarlıkları: Fenikeliler, İbraniler.
- Ege uygarlıkları: Girit, Miken, Yunan

Mezopotamya uygarlıkları, İlk Çağ' ın en eski uygarlıklarıdır. Verimli topraklara sahip olmasından dolayı Mezopotamya sürekli istilalara uğramıştır. Birçok yeniliğin beşiği olan Mezopotamya, ilk yazılı kanuna sahiptir. Toplumda ilk hiyerarşik düzeni sağlayan uygarlık olarak Mezopotamya, politeist bir inancı benimsemiştir (Özsoy & Özsoy, 2013, s.31). Ayrıca bilim ve sanatın yanı sıra *Gilgamiş* destanı, *Yaratılış* destanı ve *Tufan* hikâyesi bölgede edebiyatın da geliştiğini göstermektedir.

Mezopotamya uygarlıklarından biri olan Sümerliler, yazıyı bularak çağı başlatmıştır. Site devletleri şeklinde yaşayan Sümerliler, gök tanrısı Anu, yer tanrısı Enlil ve deniz tanrısı Enki gibi tanrı ve tanrıçalara inandıklarından çok tanrılı inanca sahip oldukları görülmektedir. Ayrıca uygarlık farklı tapınaklara sahip olmuştur. Bu tapınaklara ise *Ziggurat* denilmiştir. En eski yazılı destana sahip olan Sümerliler, bu destanda Uruk Kralı Gilgamiş'in Enkidu'nun vefatından sonra ölümsüzlük arayışını anlatmaktadır. Hanedanlıklar şeklinde yönetilen Sümerlilere Akadlar son vermiştir. Akadlar ise Sümerlilere son vermeden önce beraber belirli bir süre yaşadıklarından dolayı Sümerlilerin sahip olduğu kültürü sürdürmüştür. Akadlar, bölgelerinin korunmasına önem göstermiş ve ilk düzenli orduyu kurmuştur.

Elamlılar ise şehir devletleri kurarak yaşamıştır. Daha sonra Asurlular Elamlılar'a son vermiştir. Mezopotamya uygarlıklarından bir diğeri olan Asurlular ise ticaretle uğraşmıştır. Ayrıca çok tanrılı inanca sahip olan Asurluların en önemli tanrıları Asur'dur. Son olarak Babilliler astronomi, tıp, edebiyat ve hukukta ilerlemeler kaydetmiştir (Topdemir & Özsoy, 2013, s. 42). İlk anayasa olarak *Hammurabi* kanunlarının sahibi olan Babilliler, diğer Mezopotamya uygarlıkları gibi çok tanrılı inanca sahiptir. Ayrıca en büyük tanrıları Marduk'tur.

Yerleşim açısından Anadolu da Mezopotamya gibi elverişli bir bölgedir. Hiyerarşinin yaşandığı Anadolu'da köleler de bir sınıf olarak toplumda yer almıştır.

Krallar tarafından yönetilen Anadolu, orduya da büyük önem vermiştir. Farklı dil, din ve etnik kökenden insanların yaşadığı Anadolu'da yer alan Hitit uygarlığı, kayalardan tanrı kabartmaları yapmıştır. Çok tanrılı inanışa sahip olan Hitit de dâhil olmak üzere Anadolu toprakları bin tanrı ili olarak adlandırılmıştır (Topdemir & Özsoy, 2013, s.81). Friglerin ise en önemli tanrılarının birisi bereket tanrıçası *Kibele*'dir. İlk hayvan masallarını yazan Frigler, tarımla ilgilenmişlerdir. İyonyalılar da çok tanrılı inanca sahiptir. En önemli tanrıları ise Zeus ve Hera'dır.

Diğer bir Anadolu uygarlığı olan Lidyalılar ise parayı ilk kullanan uygarlık olarak ticaretin gelişmesine ön ayak olmuştur. Son olarak Urartular, tarım ve hayvancılıkla geçimlerini sağlamıştır. Ayrıca Urartular ölümden sonraki hayata inandıkları için, ölenleri çeşitli eşyalarla gömmüştür. Farklı tanrılara inanan Urartular, Tanrı *Haldi*'yi tanrıların başı olarak görmüştür. Haldi, savaş tanrısıdır. Urartu Krallığının başında tüm ülkeyi yöneten kral bulunmaktadır (Sivas, 2011, s. 92). Bu krallık babadan oğula geçerek monarşik düzen oluşturulmuştur. Birçok uygarlığa ev sahibi olan Anadolu'da bilim ve sanatta da gelişmeler yaşanmıştır.

Mısır uygarlığı, Nil vadisi çevresinde gelişmiştir. Nil nehri, Mısır kültürünün, matematiğin ve astronominin gelişmesinde büyük rol oynamıştır. Örneğin, Nil nehrinin kabarması yılın başlangıcı sayılmıştır. Piramitleriyle bilinen Mısır uygarlığı Firavun adında bir kral tarafından yönetilmiştir. Bu krallar tanrının oğulları olarak görülmüştür (Şahin, 2009, s. 30). Farklı tanrılara inanan Mısırlılar, bitki ya da hayvan şeklinde tanrı sembollerine tapmıştır. Mumyalama tekniğiyle ölümlerin çürümesini önleyen Mısırlılar, ölümden sonraki hayata inanmıştır. Çin uygarlığı ise tarıma elverişli topraklarda yaşayarak dışa kapalı bir gelişim göstermiştir. Diğer antik çağ uygarlıkları gibi farklı tanrılara sahip olmanın yanı sıra cinlere de inanmışlardır. En büyük tanrıları gök tanrısı *Şang-di* ve yeryüzü tanrısı *Hou-tu*'dur.

İlk Çağ'da ortaya çıkan diğer bir uygarlıksa Hint uygarlığıdır. Kast sistemine göre yapılan Hint toplumunda birçok din yaşamıştır. Bu dinlerden en önemlisi *Hinduizm*'dir. İlk Çağ'ın en büyük imparatorluklarından Roma İmparatorluğu, birçok bölgeyi egemenliği altına almıştır. Zamanla yaşanan karışıklıklardan dolayı Roma imparatorluğu Batı ve Doğu Roma (Bizans) olarak ikiye ayrılmıştır. Roma, sınıflı bir toplum yapısına

sahip olmuştur. Çok tanrılı dini benimseyen Roma imparatorluğu daha sonra Hristiyanlığı kabul etmiştir.

İran uygarlıkları ise Medler ve Persler'dir. Farklı etnik grupların yaşadığı İran'da Zerdüş dinine inanılmıştır. Fenikeliler ve İbraniler Doğu Akdeniz uygarlıkları olarak bilinmektedir. Sami ırkından olan Fenikeliler, şehir devletleri kurmuştur. Ayrıca bulunduğu coğrafi konumdan dolayı ticaretle ilgilenmişlerdir (Şahin, 2009, s. 33). Bugünkü İsrail'in atası olan İbraniler ise tek tanrılı dine inanan ilk uygarlıktır. Antik Çağ uygarlıklarından Ege uygarlıkları ise Girit, Miken ve Yunan olarak üçe ayrılmaktadır. En eski Ege uygarlığı olarak Girit, Ege ve Yunan uygarlığının ilk doğduğu bölgedir. Miken uygarlığı ise *Truva* savaşıyla bilinmektedir. Miken medeniyeti, Akalar tarafından kurulup Dorlar tarafından yıkılmıştır. Son olarak İlk Çağ'ın en önemli medeniyetlerinden Yunan uygarlığı, Dorlar tarafından kurulmuştur. Yunan topraklarında *polis* adında şehir devletleri oluşturulmuştur.

Birçok uygarlığın yaşadığı Antik Çağ' da uygarlıkların evrene bakışı mitler çerçevesinde gerçekleşmiştir. Mitlerin ve ritüellerin sunduğu perspektiften dünyayı ve özneyi algılayan İlk Çağ insanı, yaşamlarını da bu doğrultuda şekillendirmiştir. Antik Çağ' da görme kültürünü incelemek için oluşturulan kodlar; mitoloji, paganizm, görme kültürü, haptik ve sanat, köleliktir.

1.2.1. Mitoloji

Antikite insanının evrene ve özneye yönelik bakışını sorgularken en değerli veriler mitlerde yer almaktadır. Mitoloji, insanın kendi doğasını tanımada yardımcı olmaktadır. Yunan mitolojisi, Roma mitolojisi, Çin ve Japonya mitolojisi, Hint mitolojisi, Mezopotamya mitolojisi günümüze kadar aktarılmıştır. Günlük yaşamın içine kadar işleyen mitoloji ve semboller, doğaya yönelmek isteyen birey için bir sığınak görevi görmektedir. Çünkü Mitler paganizmin kendini ifade etme biçimidir ve yaşatılmak istenen paganizmdir.

Her uygarlık dünya görüşünü, inançlarını ve kültürlerini oluşturdukları efsanelerle kalıcı hale getirmiştir. Bu nedenle mitler kültürel miras niteliği taşımaktadır. Mitoloji *mithos* ve *logos* kelimelerinin birleşmesinden oluşmuştur. *Mithos*, söylenen ya da duyulan söz olarak tanımlanırken *logos*, konuşma anlamına gelmektedir. Ayrıca mitoloji,

bir uygarlığın sahip olduğu mitler toplamı ya da mitleri yorumlayıp inceleyen bilimin adı olup, Türkçeye söylenbilim olarak geçmiştir.

Mit için yapılan tanımlamalarda hayal gücünün ürünü olarak görülen anlatıların efsanevi özelliğe sahip olduğu belirtilmektedir. Bunlardan bir diğeri de Türk Dil Kurumunun yapmış olduğu tanımlamadır. Türk Dil Kurumunun Türkçe Sözlüğünde mit, toplumun hayal gücü etkisiyle biçimlenen, tanrı, tanrıça, evrenin doğuşu ile ilgili hayali, alegorik bir anlatımı olan halk hikâyesi olarak tanımlanmaktadır. Mitlerde yer alan efsanevi karakter ve olaylar, mitlerin hayal ürünü olduğunu düşündürebilmektedir. Ancak mitolojik anlatılar, ilkel toplumlar tarafından kutsal olarak görülmüş önemli bilgiler içermektedir.

Hayal ürünü olarak görülse de mitler insanların yaşadıkları sorunlarla baş etmesinde yardımcı olmak için üretilmiştir. Her kültür kendi mitini oluşturmuştur. Asyalıların, Avustralya ve Okyanusyalıların, Avrupa, Orta Doğu ve Amerikalıların kendilerine ait mitleri bulunmaktadır. Her bir kültürün insanları kendi bölgelerinde yaşadıkları olaylardan esinlenerek mitleri oluşturmuştur. Farklı kültürün ürünleri olsalar da mitlerin birçok özelliği birbirlerine benzemektedir. Dünya mitolojileri topallarla, çolaklarla, tek gözlülerle, körlerle doludur (Girard, 2018, s. 49). Mitler sözlü kültürün ürünü olarak günümüze kadar ulaşmıştır. Mitler ortaya çıktığı dönem insanının dünyayı anlamlandırma çabalarını yansıtmaktadır. Kutsal hikâye olarak mitler, yaratılışı, tanrıların ortaya çıkışını, kahramanların maceralarını, cenneti ve cehennemi, düzenbazların kötülüklerini ve yok oluşu anlatmaktadır. Mitlerin içerisinde belirli basmakalıplar bulunmaktadır. Bunlardan en önemlisi ise kıyım basmakalıplarıdır. Tüm mitlerin kökenlerinde gerçek kurbanlara uygulanan gerçek şiddet edimleri yer almaktadır (Girard, 2018, s. 39). Kıyımcıların uygulamış olduğu şiddetlerde seçilen kurbanların bir kusuru bulunmaktadır. Yaşanan kuraklığın ya da felaketlerin sorumlusu olarak gösterilen kurbanlar cezalandırılarak bu tür musibetlerin yok olacağına inanılmıştır.

Ayrıca mitler, köken ve yaratılış miti (orjin mitleri) ve eskatoloji mitleri olarak ikiye ayrılmaktadır. Köken ve yaratılış mitlerinde, evrenin nasıl oluştuğundan bahsedilmektedir. Eskatoloji mitlerinde ise dünyanın sonu anlatılmaktadır. Her toplumun farklı yaratılış ve yok oluş miti bulunmaktadır. Yunan mitolojisinde evrende ilk olarak uçurum olarak betimlenen Kaos vardır. Yer olarak adlandırılan Gaia ile aşk tanrısı olarak

adlandırılan Eros, Kaos'tan türemiştir. Yunan mitolojisine göre insanın Prometheus tarafından maddeden yaratıldığı düşünülmüştür. İnsanın yaratılışıyla ilgili efsaneye göre Prometheus, suya ya da gözyaşlarına kil karıştırarak, ölümlü insanın bedenini oluşturmuştur. Daha sonra ise ruhu bu bedene üflemiştir. Başka bir mitte ise çamurdan yapılmış bu bedene ruhu Athena'nın verdiği belirtilmektedir (Cömert, 2010, s. 25). Yunan mitolojisinde anlatılan tufan mitinde ise insanlığın yok oluşu anlatılmaya çalışılmıştır. Mite göre, Pandoranın kutusu açılmış ve tüm kötülükler evrene yayılmıştır. İnsanlar birbirlerini öldürmeye başlamıştır. Zeus ise insanları cezalandırmaya karar vermiştir. Bunun için onları tufanın dalgaları arasında yok etmeyi planlamış ve planını gerçekleştirmiştir. Roma mitolojisi ise Yunan mitolojisinden izler taşımaktadır. Özellikle Yunan tanrılarıyla Roma tanrıları benzerlik göstermektedir. Romalılar, yaratılış ya da dünyanın oluşumu ve yok oluş konularıyla ilgilenmemiştir. Sadece kendilerine ait tarihi konu almışlardır. Ayrıca kendi mitlerini yazmaktan ziyade Yunan mitlerinden yararlanmışlardır.

Antik Çin mitolojisinde Taoizm'in etkisi bulunmaktadır. Çin mitolojisinde evrenin yaradılışını açıklayan mitte Yunan mitolojisinde olduğu gibi başlangıçta Kaos bulunmaktadır. Kaos, Pangu'ya hamile kalmış ve daha sonra Pangu Kaosu iki zıt kutba, yani Yin ve Yang'a bölmüştür. Yang yükselerek gökyüzünü oluştururken Yin alçalarak yeryüzünü oluşturmuştur (Arslan, 2019, s. 102). Japon mitolojisinde ise *İzanagi* ile *İzanami* yaratılış mitinde yer almaktadır. İzanami, Japonya'da tüm adaları oluştururken tanrıları ve tanrıçaları doğurmuştur.

Hint mitolojisinde ise birden fazla yaradılış miti bulunmaktadır. Bu mitlerden birinde evrenin yaratıcısı *Brahma*'dır. Başlangıçta parlak bir yumurta vardır. Bu yumurtanın içinde kutsanmış olan bir yıl kalıp yumurtayı ikiye ayıracaktır. Bu yumurtanın bir tarafı gökyüzünü diğer tarafı ise dünyayı oluşturmuştur. Yumurta daha sonra Brahma'yı çıkarmış ve Brahma da kendisini ikiye bölüp kadını ve erkeği yaratmıştır (Cotterell & Storm, 2011, s. 356). Farklı uygarlıkların mitolojilerinde bulunan Tufan miti Hint mitolojisinde de yer almaktadır. Tanrı Manu, nehirde küçük balığın yardım çağlıklarını duyduktan sonra balığı alıp evde bakmış ancak balık büyüyünce nehre geri dönmek istemiş bu sırada da tanrı Manu'ya büyük bir tufan olacağını ve bu tufanda herkesin sular altında kalacağını haber vermiştir. Manu, bir tekne yaparak her canlıdan

birer örnek almıştır. Bunun hemen ardından dünya sular altında kalmış ancak Manu'nun bakmış olduğu balık Manu'nun teknesini kurtarmıştır.

Mezopotamya mitolojisinde ise Sümer ve Babil mitosları yer almaktadır. Sümer ve Babil mitolojisinde Enuma Elish olarak adlandırılan yaratılış destanında evrenin, tanrıların ve insanın yaratılışı anlatılmaktadır. Efsaneye göre ilk başta su ve sisten başka hiçbir şey yoktur. İlk olarak *Ana Tiamat* çıkmıştır. Tatlı ve tuzlu suların içinden ise *Anşar* ve *Kişar* oluşmuştur. Anşar ve Kişar, Göklerin tanrısı Anu'nun annesi ve babasıdır. Anu ise Ea'nın babasıdır. Marduk evreni düzenledikten sonra yeryüzünün tanrısı olan Ea'ya yarattıklarını emanet etmiştir. Daha sonra tanrılara karşı ayaklanan Kingu'yu öldüren Ea, onun kanından ilk insanı yaratmıştır. Tufan mitinde ise Kral Ziusudra'ya tufanın haberi verilmiştir. Kral Ziusudra büyük bir gemi yapmıştır. Bunun üzerine başlayan tufan yedi gün boyunca sürmüştür. Tufanın son günü gemi, Nisir dağında durmuştur. Bu dağda kalan Ziusudra ilk olarak dışarı bir güvercin salmış ama güvercin geri dönünce kırlangıç göndermiştir. O da geri dönünce son olarak kuzgun yollamıştır ve kuzgun geri dönmeyince Ziusudra yanındakilerle birlikte gemiyi terk etmiştir.

Mısır mitolojisinde de birçok yaratılış mitosu bulunmaktadır. Bu mitoslardan en çok bilinenine göre güneş sulardan çıkarak yeryüzünü aydınlatmıştır. Daha sonra gökyüzü ve yeryüzü birbirinden ayrılmıştır. Ayrıca Tanrı Ra'nın Nun'dan yükselen tepecik üzerinde meydana geldiği ve yaratılışı planladığına inanılmıştır. Bunun gibi birçok medeniyetin oluşturmuş olduğu mitoslar Antik dönem hakkında önemli bilgiler sunmaktadır. Birçok farklı tanrıya inanan İlk Çağ'ın insanı, olağanüstü özellikler taşısa da mitoslara ve bu mitoslarda bahsi geçen birçok tanrıya inanmıştır. Yaşam şekillerini de etkileyen mitolojik anlatılar, Antik Çağ insanının bakış açısını da değiştirmiştir.

1.2.2. Paganizm

Antik Çağ'da bakışın ikinci bir anlam evreni olan paganizm, kadim doğa dinlerinin bütününe tanımlamaktadır. Daha önce de tanımlandığı gibi paganizm, yerine bağlı anlamında kullanılan "pag" kökünden türemiş bir kelimedir. Ayrıca çok tanrılı dinleri de tanımlamak için kullanılan paganizm, Hristiyanlığın ortaya çıkışından sonra Hristiyanlığı kabul etmeyenleri betimlemiştir. İlk Çağ'da da paganizmin izlerini görmek mümkündür. Özellikle dönemin mitolojik anlatılarında paganik izleklere rastlanılmaktadır. Antik

Yunan dünyasından başlamak gerekirse bu dönem olağanüstü güçlere sahip tanrılarla doludur. Zeus, Hera, Apollon, Poseidon, Athena gibi tanrılara inanan Antik Yunan insanı, tanrıları ve tanrıçaları hoşnut etmek için kurban ve sunular sunmuştur. Ayrıca *Panteon* olarak adlandırılan tanrılar dünyasında insan biçiminde (antropomorfik) tanrılar da bulunmaktadır. Aynı özellikler Antik Roma için de geçerlidir. Antik Çağ insanı farklı tanrılara taparken bu tanrıları doğa ile bütünleştirmiştir. Yeryüzü tanrısı ya da gök tanrısı gibi nitelendirmelerle tapılan tanrıların insanlar gibi ürediği düşünülmüştür.

Mezopotamya için de geçerli olan çok tanrılı inanişâ göre insanlar, tanrılara hizmet etmek için yaratıldıklarına inanmaktadır. Ölümden sonraki hayata inanan Mezopotamyalılar kendilerinden sonraki medeniyetleri de etkilemiştir. Antik Çağ’ da önemli olan uygarlıklardan Mısır’da da farklı özelliklere sahip tanrılara rastlanılmaktadır. Mısır yaratıcı tanrısı Ra ve onun soyundan gelenler gibi birden fazla tanrının bulunduğu Mısır mitoslarında görülmektedir. Dönemin önde gelen uygarlıklarında görüldüğü gibi Antik Çağ’ da Paganist yaşam şekli hüküm sürmüştür.

1.2.3. Görme Kültü, Haptik ve Sanat

Antik Çağ’ da bakışın diğer bir kodu görme kültürüdür. Dokunma ve koklama gibi hayvani duyularla birlikte Antik Çağ toplumları görüntüler evrenine sahiptir. Göz, dünyada somut her şeyi görmeye yarayan bir organ olmasının yanı sıra algıyı ve anlamlandırmayla birlikte düşünceyi de ön plana çıkarmaktadır. İnsan bulunduğu konumdan evrene bakarak kendi yerini bulmaktadır. Kendi yerini bulma çabaları toplumların düşünce yapısını da şekillendirmektedir. Oluşan düşünce yapısı ise görme şeklini etkilemektedir. Görme duyusu aynı zamanda ideolojiktir. Çünkü birey görmek istediği şeyi seçmektedir. Göz yoğun olan Antik dönem ayrıca haptik bir özelliğe de sahiptir. Birşeyi kavrama anlamında kullanılan haptik dokunsal algı olarak bilinmektedir.

Sanat ise Antik Çağ uygarlıklarının önem verdiği bir alandır. Özellikle heykel, mimari ve resim sanatı İlk Çağ’ da gelişen alanlardır. Dönem içerisinde yaşanan sanatsal gelişmeler Antik Çağ insanının evrene bakış açısını da yansıtmaktadır. Yapılan heykeller ve mimari yapılar insanoğlunun yaşam şeklini sergilemektedir. Sanatın gelişmesinde inancın ve yaşanan bölgenin etkisi bulunmaktadır. Politeist inanişin etkisiyle tapınak ve

mezarlar inşa edilmiştir. Tanrılarını insan biçiminde tasarlayan Yunan ve Roma uygarlıkları yapmış oldukları heykellerde bunu yansıtmıştır.

İlk Çağ’ da her uygarlık farklı sanat dallarında gelişme göstermiştir. Örneğin dinin etkisinin yoğun olduğu Mısır’ da obeliskler (mezar dikilitaşı) ve piramitler (kral mezarları) bulunmaktadır. Odalarla bölünmüş olan piramitlerin duvarları resimlerle kaplanmıştır. Bunun yanı sıra edebiyat, halk dilinde söyleşiler, resim ve heykel sanatı da Mısır’da gelişen sanat dallarındandır. Mısır sanatından Yunan ve diğer Avrupa ülkeleri de etkilenmiştir (Arda vd., 2013, s. 150). Yunan sanatı ise beş dönemde gelişme göstermiştir. İlk olarak geometrik şekillerin kullanıldığı dönem bulunmaktadır. Yunanlıların Doğu uygarlıklarından etkilendiği dönem ise Doğu etkisindeki dönem olarak bilinmektedir. Mimarinin, tapınak ve heykellerin geliştiği dönem ise arkaik dönem olarak adlandırılmıştır. Sanatın en doruk noktasına ulaştığı dönem klasik dönemken, heykellerin gerçeği yansıtmaya çabalarının yer aldığı dönem Hellenistik dönemdir.

1.2.4. Kölelik

Antik Çağ’ da dönemin bir başka kodu olan kölelik, emeğin artı ürün sağlamaya başlamasıyla ortaya çıkmıştır. Antik Çağın köleleri hak ve özgürlükleri olmayan, mal gibi alınıp satılan bir sınıf olarak doğmuştur. Özellikle İlk Çağ’ ın önemli geçim kaynaklarından olan köleler, köle pazarlarında satılmıştır. Toplum içerisinde varlıklı sınıf ile birlikte maddi durumu daha kötü olan sınıfın oluşmaya başlamasıyla kölelik görülmüştür. Toplum içerisinde oluşan sınıflı yapının yaratmış olduğu tabakalaşmayla birlikte köle olarak seçilenlere kanunlarda dahi insan gözüyle bakılmamıştır. Aşağılanarak ezilen köleler her uygarlıkta farklı şekillerde görülmüştür. Örneğin eski Mezopotamya’da üç çeşit kölelik bulunmaktadır. Bunlardan ilki borç yüzünden köleleştirilen insanlardır. İkinci olarak savaşlarda esir olarak alınanlar ya da satın alınabilenlerden oluşmaktadır. Son olarak yoksul kişilerin toprak sahiplerine gönüllü olarak köle olmasıyla meydana gelen kölelik tipidir (Bakır, 2016, s. 1-2). Antik Yunan’da ise insanlar tanrı tarafından iki farklı grupta yaratıldıklarına inanmıştır. Özgür olanlar ve köle olanlar olarak yaratıldıklarını düşünen Yunanlılar toplumsal yapılarını da buna göre şekillendirmiştir.

Romalılar da Yunanlılar gibi toplumu özgürler ve köleler olarak iki sınıfa ayırmıştır. Ancak diğer uygarlıklara nazaran Antik Roma’da köleler daha ağır şartlarda yaşamıştır. Özellikle özgürlüğü elinde bulunduran grup, köleler üzerinde her hakka sahip olmuştur. Köle sahibi kişinin kölesini sakatlama, öldürebilme gibi hakları bulunmuştur. İlk Çağ’ da hayat şartları son derece elverişsiz olan köleler yaşadıkları uygarlıklara göre farklı şekillerde köleleştirilmiştir. Uzun yıllar devam eden köle ticareti 19. ve 20.yüzyıllarda yasaklanmıştır.

Antik Çağ’ da bakışı incelerken seçilen kodlar, dönemin insanının perspektifini anlamak açısından önem arz etmektedir. Mitoloji, paganizm, görme kültü, haptik ve sanat, kölelik olarak belirlenen anlam evrenlerinden özellikle mitoloji, İlk Çağ’ ın en önemli bileşenidir. Antik dönemin inanç sistemini açıklayan mitler, kutsal öyküleri konu almaktadır. Diğer bir kod olan paganizm de dönemin inanış biçimini açıklamaktadır. Kadim doğa dinlerini kapsayan paganizm, İlk Çağ’ da yaşayan uygarlıkların doğaya ve onun sunduklarına olan bağlılığını göstermektedir. Üçüncü bir anlam evreni olan görme kültü ise Antik dönemde görmenin ne kadar önemli olduğunu kanıtlamaktadır. Somut ve algılanabilir şeylere yönelen Antik Çağ insanı dünyayı gözleriyle tanımış ve anlamlandırmıştır. Ayrıca arkaik insanlar metafizik evrene de inanmışlardır. Antik dönemde bakışın diğer bileşeni sanat olarak seçilmiştir. İlk Çağ’ da büyük öneme sahip olan sanat, Antik Çağ insanının evrene bakış açısını yansıtmaktadır. Özellikle yapılan heykeller ve mimari yapılar insanoğlunun yaşam şeklini sergilediği için önemli görülmüştür. Antik dönemin zihinsel yapılarını ortaya koymaya yardımcı olarak sanat eserlerine bakıldığında ise Mısır piramitleri dikkat çekmektedir. Dönemin hükümdarları tanrı olarak görülmüş ve bu nedenle onlar için yapılan piramitler oldukça görkemli inşa edilmiştir. Piramitlerin yukarı doğru yükselmesi firavunun gücünü temsil etmektedir. Ölüler eşyalarıyla birlikte gömülmüştür. Bu gelenek ise öldükten sonraki hayata inanıldığını göstermektedir. Ayrıca Antik Mısır sanat eserleri dönemin toplum yapısını da ortaya koymaktadır. Hiyerarşik yapıyı ortaya koyan çizimler, eski Mısır hakkında önemli bilgiler sunmaktadır. Son olarak Antik Çağ’da bakış için seçilen kod köleliktir. Yine eski çağın en önemli özelliklerinden biri olan kölelik, toplum yapısı hakkında ipucu vermektedir. Oluşturulan tüm kodlar Antik Çağ’ ın birer özelliğidir. Bu özelliklerin çizmiş olduğu sınırlar İlk Çağ insanının bakışını belirlemektedir.

1.3. ORTA ÇAĞ VE TANRISAL BAKIŞ

İnsanlık tarihi boyunca toplumlar farklı yapılarından geçmiştir. Komünal yapıdan köleci toplum yapısına, köleci yapıdan ise feodal toplum yapısına geçen toplumlar, her yeni toplum yapısıyla beraber sosyal, siyasal ve kültürel değişim yaşamıştır. Tarih öncesi çağlarda ilkel komünal sistem benimsenmişken, İlk Çağ' a gelindiğinde köleci sistem varlığını sürdürmüştür. Orta Çağ' da ise feodal düzen kurulmuştur. Eskiçağ ile yeniçağ arasında kalan Orta Çağ, 375 yılında yaşanan Kavimler Göçüyle başlayarak 1453 yılında İstanbul'un fethiyle son bulmuştur.

Erken Orta Çağ, yüksek Orta Çağ ve geç Orta Çağ olarak üç döneme ayrılan Orta Çağ tarihi 4. yüzyıldan 14. yüzyıla kadar sürmüştür. Erken Orta Çağ olarak adlandırılan dönem 4. yüzyıl ile 11. yüzyılları arasındaki süreyi kapsarken, 11. yüzyıl ile 12. yüzyıllar arası yüksek Orta Çağ olarak tanımlanmaktadır. Geç Orta Çağ ise Orta Çağ' ın son yüzyılları olarak 13. ve 14. yüzyıllarda yaşanmıştır (Bedirhan, 2018, s. 298). Erken Orta Çağ ile başlayan Orta Çağ' da eski çağın kimi eğilimleri devam etmiştir. 375 Kavimler Göçüyle birlikte Avrupa'ya yüzlerce insan göç etmiştir. Büyük Hun Devleti dağıldıktan sonra kabileler arasında çatışmalar yaşanmış bu nedenle nüfusun büyük bir çoğunluğu batıya göç etmeye karar vermiştir. Bu durum Kavimler Göçünün yaşanmasında en önemli sebeplerden biridir. Yüksek Orta Çağ ise Orta Çağ' ın en önemli gelişmelerine tanıklık etmiştir. Özellikle yüksek Orta Çağ' da üniversitelerin kurulması dönemde eğitimin önemini sergilemektedir. Geç Orta Çağ' da ise Avrupa'da ekonomik olarak bir çöküş yaşanmıştır. Ekonomik kriz toplumu derinden etkilemiştir. Orta Çağ' ın son dönemini oluşturan geç Orta Çağ, İstanbul'un fethi ile sona ermiş Yeni Çağa geçilmiştir.

Orta Çağ' ın başlamasıyla birlikte ekonomik, siyasal, sosyal ve dini yapı da değişime uğramıştır. Eski çağın bitmesiyle başlayan Orta Çağ' da yaşanan birçok önemli olay bu değişimleri göstermektedir. Bunlardan biri de Haçlı Seferleridir. Katolik kilisesinin gücünü kanıtlayan Haçlı Seferleriyle özellikle Kudüs ele geçirmeye çalışılmıştır. Haçlı Seferlerinin düzenlenmesinde ve halkın bu seferlere gönüllü olarak katılmasında büyük etkisi bulunan papa, bu seferleri tanrının isteği olarak göstermiştir. Özellikle İsa peygamberin Kudüs'e gömülmüş olma düşüncesi Haçlı Seferlerinin Hristiyanlar için önemini göstermektedir. Toplam dört kez tekrarlanan seferlerden ilkinde Haçlılar Kudüs'ü ele geçirmiştir. İkinci Haçlı Seferlerinde ise Müslümanlar halıları

Kudüs'ten çıkarmayı başarmıştır. Üçüncü Haçlı Seferine İngiltere, Fransa ve Almanya da katılmıştır. En yıkıcı sefer olan dördüncü ve son seferde haçlılar İstanbul'u işgal etmiştir (Agibalova & Donskoy, 2017, s. 99-101). Haçlı Seferleri için kılıç kuşananlar, günahlarının af olacağına ikna edilmiştir. Bu seferlerle birlikte kilise gücünü arttırmak istemiştir. Ancak kilise güç kaybetmeye başlamış ve kiliseye duyulan güven azalmıştır. Bu durum kralların toplum üzerindeki etkisini arttırmıştır. Skolastik düşünce zayıflarken burjuva sınıfı gücüne güç katmıştır.

Orta Çağ' da yaşanan bir diğer tarihi olay ise *Yüzyıl Savaşları*'dır. İngiltere ile Fransa arasında geçen savaşlar İngiltere kralının Fransa tahtına göz dikmesiyle başlamıştır. 1337 ile 1453 yılları arasında yaşanan Yüzyıl Savaşları ilk olarak İngiltere lehine sonuçlansa da zamanla bu durum değişerek Fransa güçlenmiştir. Fransa'nın üstünlüğüyle son bulan Yüzyıl Savaşları Osmanlının Balkanlarda daha rahat ilerlemesini sağlamıştır. Dönemin en önemli gelişmelerinden bir diğeri ise *Magna Carta* ya da büyük şart olarak da ifade edilen belgenin ilanıdır. 1215 yılında ilan edilen belgeyle kralların sınırsız yetkileri kısıtlanmıştır. Magna Carta, Batının demokrasiye yönelişindeki ilk adımdır (Bedirhan, 2018, s. 317). Magna Carta sadece kendi çağında değil kendinden sonraki çağlarda da ülkelere ilham vermiştir.

Orta Çağ' ın özelliklerine bakıldığında ilk olarak toplumsal yapının sınıflara ayrıldığı görülmektedir. Hiyerarşik bir düzen içinde oluşturulan Orta Çağ toplumlarında beş sınıf bulunmaktadır. Bu sınıflar; soylular, ruhban sınıfı ya da din adamları, burjuvalar ve serbest köylüler ile serflerden oluşmaktadır. Özellikle tarımsal üretimin artmasıyla zenginleşen Orta Çağ toplumlarında görülen hiyerarşik düzende en üstte soylular bulunurken hemen ardından din adamları yani rahipler gelmektedir. Rahiplerin altında ise burjuva sınıfı yer almaktadır. En alt tabakada ise serbest köylüler ve serfler bulunmaktadır. Hak ve imtiyaz konusunda kesin hatlarla birbirinden ayrılan bu sınıflar toplum içerisinde bulunan eşitsiz yapıyı kanıtlamaktadır. Bu sınıfların da üstünde krallar ve papa bulunmaktadır. Ancak papa krallardan da üstün konumdadır. Özellikle papanın krallara taç giydirmesi kilisenin ve papanın gücünü kanıtlar niteliktedir. Orta Çağ' da yer alan toplumsal sınıfların özellikleri şöyledir:

- **Soylular:** Soylular toplumda tüm haklara sahiptir. Hiyerarşik sıralamada herkesin üstünde yer alan soylular toprak sahipleridir.

- **Din adamları:** Sosyal haklara sahip olan din adamları siyasi konularda kısıtlı davranabilmektedir. Kilisenin gelirleriyle geçinen rahipler, özellikle endüljans adı verilen cennetten yer satarak yaşamlarını sürdürmüştür.
- **Burjuva:** Siyasi hakları bulunmayan burjuva sınıfı ticaretle uğraşan kişilerden oluşmaktadır.
- **Serbest köylüler:** Toprağını satabilme ya da işleyebilme hakkına sahip olan serbest köylüler siyasi haklardan uzak tutulmuştur.
- **Serfler:** Köle olarak toprağı işlemede çalışmışlardır. Siyasi ya da sosyal hiçbir hakları bulunmamaktadır.

Orta Çağ' ın en önemli özelliklerinden biri de feodalitedir. Derebeylik olarak da nitelendirilen feodalite, Kavimler Göçünün yaratmış olduğu ortamdan yararlanarak oluşmuş bir sistemdir. Orta Asya'dan Avrupa'ya akın eden kabilelerin yaratmış olduğu kaos ortamından kaçan insan toplulukları Avrupa'da bulunan toprak sahiplerine sığınarak onların himayeleri altında çalışmaya başlamıştır. Karın tokluğuna çalıştırdıkları serfler sayesinde güçlenen toprak sahipleri topraklarının etrafını surlarla çevirerek büyük imparatorluklar yerine küçük küçük devletler kurmuştur. Orta Çağ' ın siyasi hayatına damgasını vuran feodalitenin özellikleri ise şöyledir (Öksüz, 1968, s. 82-83):

1. Senyörlerin etrafını surlarla çevirmiş oldukları topraklarda kapalı tarım ekonomisi uygulanmıştır. Yani kendi sınırları içerisinde üretilen mallar yine kendi sınırları içerisinde satılmıştır.
2. Feodalizmde, senyörlerin topraklarını surlarla çevirmesinden dolayı askeri ve ekonomi konusunda dışa kapalı bir sistem görülmektedir.
3. Toprak sahibi senyörler her türlü yargı yetkisine sahiptir.
4. Feodalitenin kurucuları senyörler malların fiyatlarını da şeklini de kendileri belirlemiştir.

Feodalitenin zayıflamasında ise etkili olan unsurlardan biri Haçlı Seferleridir. Haçlı Seferleriyle birlikte gücüne güç katmaya çalışan feodal beyler tam tersi bir durumla karşılaşmıştır. Haçlı Seferleri başarısız olduğu için senyörler iflas etmiştir. Feodalitenin zayıflamasındaki diğer bir neden ise barutun ateşli silahlarda kullanılmasıdır. Surlarla çevrilmiş olan toprakları ele geçiremeyen mutlak krallıklar surları toplar sayesinde yıkmayı başarmış ve böylelikle derebeylerin yok olmasına neden olmuştur. Son olarak

coğrafi keşifler de feodalitenin yıkılmasında etkisi bulunmaktadır. Çünkü coğrafi keşiflerle elde edilen topraklarda ticaret gelişmiş ve tarımın önemi azalmıştır. Bu durum feodal beylerin iflasına neden olmuştur.

Orta Çağ' ın dini yapısı ise İlk Çağ' dan farklıdır. Çok tanrılı inancın hâkim olduğu İlk Çağ' dan sonra Orta Çağ' da semavi dinler hüküm sürmüştür. İlk tek tanrılı din olan Yahudilik 13. yüzyıl da başlamıştır. Musevilik, İbrani ve İsrail gibi terimlerin de kullanıldığı Yahudilik, Hristiyanlık ve İslamiyet kadar yayılamamıştır. Özellikle Orta Çağ' a damgasını vuran Hristiyanlık ve İslamiyet'tir. Filistin'de doğan Hristiyanlık Hz. İsa'yı merkeze almaktadır. Kavimler Göçü sonrasında Hristiyanlık kendi içinde Katolikler ve Ortodoks olarak iki kola ayrılmıştır. Avrupalılar Katolikleri oluştururken Bizans, Ortodoksluğu temsil etmektedir. Avrupa'da bozulan mezhep birliği ile Katolikler, Avrupalı nüfus üzerinde etkisini arttırmıştır. Özellikle Kavimler Göçü sonrasında Avrupa'ya akın eden topluluklar Hristiyanlığı benimserken çoğu okuma yazma bilmediğinden papanın etkisi altında kalmıştır. Böylelikle kilise toplum üzerindeki gücünü arttırmıştır. İslamiyet ise 610 yılında Nur Dağındaki Hira Mağarasında Hz. Muhammed'e (SAV) ilk vahyin gelmesiyle başlamıştır. Daha sonra yapılan fetih ve savaşlarla İslamiyet yayılmıştır.

Orta Çağ' ın en sarsıcı olayı ise Avrupa'da yaşanan veba salgınıdır. Kara ölüm ya da kara veba olarak da adlandırılan veba salgını yüzünden çok sayıda insan hayatını kaybetmiştir. Orta Asya ve batı Çin'de başlayan veba 1347 yılında Kırım'a ve Constantinople'ye kadar ulaşmıştır. Deniz ticareti, vebanın yayılmasında önemli bir rol oynamıştır. Daha sonra İspanya, Portekiz, İngiltere, Almanya gibi birçok ülkeye kadar giden veba salgını özellikle fare ve sivrisinekler yoluyla diğer ülkelere taşınmıştır. Tedavisi bulunamayan bu vebanın tanrı tarafından insanların ahlaksızlığını cezalandırmak üzere ortaya çıktığına inanılmıştır (Tarih Kitabı, 2016, s. 118). Kara veba salgınından korunmak isteyenler farklı önlemler almış ancak hiçbirisi fayda etmemiştir. Doktorlar ise toplumdan daha farklı önlemler alarak kendilerini salgına karşı korumaya çalışmıştır. Eldiven, gömlek ya da kuşa benzeyen maskeler takarak korunmaya çalışan doktorlar Orta Çağ tarihinde yerini almıştır.



Resim 1.16. Orta Çağ’ da Vebadan Korunmak İçin Kullanılan Maske Örneği
(River, 2020)

İtalya ise hastalık bulaşan kişileri karantina altına alarak salgınının yayılmasını durdurmaya çalışmıştır. Salgınla yüzleşen toplumların bir kısmı ise vebanın sorumlusu olarak Yahudileri göstermiştir. Bu nedenle birçok Yahudi katledilmiştir. Sonuç olarak Avrupa’da yaşanan kara veba ile birlikte yaklaşık 100 milyon kişi hayatını kaybetmiştir. Yaşanan bu kaos ortamı ise suç oranlarını artırırken sosyal yaşamı derinden sarsmıştır. Avrupa tarihinin karanlık çağı olarak isimlendirilen Orta Çağ’ da görme kültü de değişime uğramıştır. Antik Çağ’ dan farklı olarak bu dönemde Katolik kilisesinin etkisiyle tanrısal bakış hâkim olmuştur. Bakışın soy kütüğünü inceleyen çalışmada Orta Çağ’ ın görme ve bakma kültürünü incelemek için beş kod belirlenmiştir. Bu kodlar; Tanrısallık, büyü ve cadıcılık, skolastik düşünce, kadın, dinsel şiddettir.

1.3.1. Tanrısallık

Döneme damgasını vuran tanrısal bakış, kilisenin Orta Çağ’ da ne kadar güçlü olduğunu göstermektedir. Eski çağın politeistik yapısını ortadan kaldıran Orta Çağ’ a semavi dinler hâkim olmuştur. Özellikle Orta Çağ Avrupa’sı kilise ve papalığın etkisi altında kalmıştır. Doğu topraklarında doğan ancak burada gelişemeyip batıya taşınan Hristiyanlık Doğu ve Batı arasındaki çekişmelerden dolayı farklı mezheplere ayrılmıştır. Schisma da denilen bu olayda doğu tarafı Ortodoks olarak adlandırılırken batı tarafı Katolik olarak nitelendirilmiştir. Aynı din altında farklı mezhepler farklı ritüel ve inanışlara sahip olmuştur. Katoliklerde ruhban sınıfının sakal bırakması yasakken,

Ortodoksluklarda serbesttir. Ayrıca Batı Kilisesinde ruhban sınıfının bekâr olması zorunluken Doğu'daki papazların evlenmesine karışılmamıştır (Eroğlu, 1999, s. 387). Özellikle Orta Çağ' ı başlatan Kavimler Göçüyle sarsılan Roma'nın doğu ve batı olarak ayrılmasından sonra Hristiyanlık da Katolik ve Ortodoksluk olarak ikiye ayrılmıştır. Ortodoks ve Katolik kiliseleri arasındaki çatışmalar uzun süre devam etmiştir.

Orta Çağ' da iki farklı mezhep olarak ortaya çıkan Hristiyanlık, batı topraklarına hızla yayılırken Kavimler Göçüyle Avrupa'ya göç eden barbar kavimleri de etkisi altına almıştır. Paganizmi benimseyen kavimler Avrupa'ya gelerek Hristiyanlıkla tanışmıştır. Katolik kilisesi yapmış olduğu propagandalarla topluma nüfuz etmiştir. Katolik kilisesinin toplum üzerindeki etkisiyle papanın gücü artmıştır. Öyle ki papa, krallara taç giydirerek hiyerarşik düzen içerisinde en üst tabakada yerini almıştır. Kilise sadece siyasi değil ekonomik olarak da gelişmiştir. Özellikle Endüljans ile kilise cennetten yer satarak kazanımlarını arttırmıştır. Orta Çağ' da kilisenin dört önemli yetkisi bulunmaktadır:

- Enterdi İlanı: Belli bir bölgenin dinden atılması olarak tanımlanmaktadır.
- Aforoz: Enterdinin aksine belli bir kişinin dinden atılmasını anlatmaktadır.
- Endüljans: Parayla günahların affedilmesi ve cennetten yer satılması olarak nitelendirilmektedir.
- Engizisyon: Kilise Engizisyon adını verdikleri mahkemelerle insanları yargılamıştır.

Orta Çağ'da Katolik kelimesi ile *Heretik* kelimesi karşıt olarak kullanılmıştır. *Heretik* kelimesi sapkın anlamına gelmektedir. Orta Çağ din adamları ise sapkınlığı şeytanın işi olarak gördüğünden *Heretiklere* karşı mücadele etmiştir (Ülgen, 2018, s. 121). Toplumda bulunan sapkınlıkları yok etmeye çalışan Katolik kilisesinin başında papa bulunmaktadır. Papa, halka kendi çıkarlarına uygun düşünceleri telkin ederek Haçlı Seferlerini başlatmıştır. Sefere katılan Haçlı Seferlerinin bu görevi tanrı adına yaptıklarına inandırılmaya çalışılmıştır.

Orta Çağ' da kilisenin yaratmış olduğu bir diğer etki de skolastik düşüncedir. Dogmatik düşünce sistemi olarak da bilinen skolastik düşünce akli ve bilimi saf dışı bırakarak olaylara at gözlüğü ile bakılmasına neden olmaktadır. Kilise ne derse o doğru olarak gösterilmiştir. Kiliseye göre istenilen her sorunun cevabı İncil'de yer almaktadır. Deney ve gözlemin yasaklandığı Orta Çağ' da sanattan sosyal yaşama her alanda kilisenin

etkisi bulunmaktadır. Tanrı merkezli bakış açısının egemen olduğu Orta Çağ’ da kiliseye karşı çıkılmamıştır. Kiliseye karşı çıkanlar ise en ağır cezalarla cezalandırılmıştır.

1.3.2. Büyü ve Cadıcılık

Orta Çağ’ da tanrısal bakışa ek olarak ikinci bir kod ise büyü ve cadıcılıktır. Tarih öncesi dönemlerde de olduğu gibi Orta Çağ’ da da büyüye olan inanç devam etmiştir. Özellikle Orta Çağ’ da yapılan büyüsel uygulamaların kayıt altına alınması ve bu yazmaların günümüze kadar ulaşması Orta Çağ hakkında kesin bilgi sunmaktadır. Daha önce de belirtildiği üzere büyü yapan büyücü yani magiler, ruhlar, cinler ve periler vasıtasıyla bir çıkar doğrultusunda büyüsünü yapmaktadır. Bu çıkar bazen iyi niyetli olabildiği gibi bazen de kötü amaçlara hizmet edebilmektedir. Cadılar ise doğaüstü güçlere sahiptir. Ancak daha çok güçlerini kötü amaçlar için kullanmışlardır. Bu durumdan rahatsız olan kilise, cadı avına başlamıştır. Çok sayıda cadı yakılarak öldürülmüştür.



Resim 1.17. Orta Çağ’ da Cadı Avı Örneği (Goodare, 2016, s. 16)

Cadılık infazları genel olarak yakılarak yapılmıştır. Odun ateşinde ateşin ortasına çakılan dik bir kazığa bağlanan cadılar kalabalık seyirci karşısında yakılmıştır (Goodare, 2016, s. 16). Böylelikle Orta Çağ’ ın cadı avı görsel bir şölen oluşturarak popüler bir

gösteriye dönüştürülmüştür. Öte yandan Orta Çağ' da farklı farklı insanlar büyücülükle uğraşmıştır. Erkekler büyü yapabildiği gibi kadınlarda bu alanda faaliyet gösterebilmiştir. Toplumda şifacılar ebelere ve kâhinlere kadar birçok kişinin uğraşmış olduğu büyücülük farklı amaçlar için uygulanmıştır. Sadece büyü konusunda usta olanlar değil sıradan insanlar da büyüden faydalanmıştır. Bunların bazıları toplum tarafından şifacı olarak adlandırılırken kâhin ya da falcı olarak nitelendirilenler de bulunmaktadır. Bu kişiler büyü yaparken bitkilerden ve hayvanlardan yararlanmıştır.

1428 yılında büyü ile uğraştığı için yargılanan *Matteuccia Francisci* Orta Çağ' da büyüye olan yatkınlığı göstermektedir. Örneğin Francisci, vaftiz olmamış bir bebeğin kemiklerinin kavşakta çıkarılıp o bölgeye gömülüp dokuz gün boyunca orada dualar okunduğunda kemik hastalıklarının geçtiğini iddia etmiştir. Francisci, bedduaları etkisiz hale getirirken hastalıkları da başkalarına aktarabilmiştir. Ayrıca Matteuccia Francisci, sevdâ büyüyle karşı cinsten sevgi duygusunun oluşmasını sağlamıştır (Kieckhefer, 2004, s. 99-100). İlk Çağ' dan sonra yaşanan Orta Çağ' da büyücülüğün bu kadar tercih edilmesinin nedeni ise okuma yazma oranının az olmasıdır. Özellikle üniversite eğitimi almış doktor sayısındaki artışla beraber büyücülüğe olan eğilim azalmıştır. Çoğu zaman hastalıklara şifa aramak için başvurulmuş büyücüler zamanla yerlerini üniversite eğitimi görmüş hekimlere bırakmıştır.

Çok tanrılı dinlerden sonra Orta Çağ' da yaşanan semavi inanç sisteminde büyüün konumu da değişmiştir. Semavi dinler büyüü yasaklamıştır. Özellikle Katolik kilisesi Avrupa'da büyü ile uğraşan kişilere karşı savaş açmıştır. Büyüyü kullananların dinin dışında yer aldığını düşünmüşlerdir. Hristiyan din adamları yüzlerce büyücüyü öldürmüştür. Yahudiler de büyüye karşı çıkmalarına rağmen toplumda şifa için ya da kötü amaçlar için büyüü kullanmıştır. Müslümanların kitabı Kur'an-ı Kerim' de de büyü ile ilgili her türlü uğraş reddedilmiştir. Bakara suresinin 72. Ayetinin açıklamasında Hz. Musa zamanında sihirbazlığın çok kullanıldığı, Hz. Musa'nın asasının yılanı dönüşerek Firavunun sihirbazlarının sihir yolu ile ortaya koyduklarını yuttuğu belirtilmektedir (Altuntaş & Şahin, 2011, s. 15). Yunus suresinin 77. Ayetinde ise Hz. Musa sihrin yani büyüün kötü olduğunu ve sihirbazların iflah olmayacağını söylemektedir. Yine Kuran'da çeşitli sihirlerden bahsedilerek bu sihirlerin tehlikeli olduğu anlatılmaktadır. Orta Çağ' da ortaya çıkan cadı avında ise cadı olarak tanımlanan kişilerin şeytanla iş birliği yaptıkları düşünülmüştür. Özellikle cadıların büyük çoğunluğu kadınlardan

oluşturmuştur. Bütün kötülüklerin anası olarak gösterilen Orta Çağ Avrupa'sının cadıları kilise tarafından türlü işkencelere tabi tutulmuştur. Hatta öyle ki bu cadı avında çok sayıda suçsuz kadın da kurban edilmiştir. Engizisyon mahkemelerinde yargılanan bu cadıların katledilişi kilisenin de gücünü arttırmıştır.

1.3.3. Skolastik Düşünce

Orta Çağ' da tanrısal bakışın ikinci bir anlam evreni ise skolastik düşüncedir. Kapalı ya da dogmatik olarak nitelendirilen düşünceleri kapsayan skolastisizm, daha çok Orta Çağ' da geçerli olan düşünce sistemidir. Orta Çağ Avrupa'sına egemen olan skolastik felsefe ile kilise varlığını daha da belirginleştirmiştir. Toplumda kilisenin iddia ettiği bilgi ve fikirlerden başka düşünce yasaklanmıştır. Kilisenin güçlü olduğu Orta Çağ' da engizisyon mahkemeleri insanların fikir ve düşüncelerine müdahale etmiştir. Örneğin ünlü düşünür Galile Galileo kilisenin sözlerine karşı çıkmış ve dünyanın düz değil yuvarlak olduğunu iddia ettiği için engizisyon mahkemesi tarafından ilk olarak idam cezasına çarptırılmış ancak daha sonra ev hapsi uygulanmıştır.

Orta Çağ'da medrese tarafından öğretilen bilgilerin, dönemin felsefesini oluşturmasından dolayı skolastik kelimesi, medrese bilimi anlamına gelmektedir. Gramer, astronomi, müzik, hitabet, dialektik (mantık), aritmetik, geometri derslerinin yer aldığı Orta Çağ medreselerinde özellikle ilahiyat en önemli derstir. Din adamlarının üniversitelerde ders vermesiyle kilisenin doğruları halka daha kolay empoze edilmiştir. Din adamlarına göre dünyayla ilgili her sorunun cevabı İncil'de yer almaktadır. Bu nedenle deneye, gözleme ve eleştirel düşünceye yer olmadığı için Orta Çağ filozofları da gerçeği arama derdinde olmamışlardır. Çünkü onlar zaten gerçek bilgiye sahip olduklarını düşünmüşlerdir. Filozoflara göre dinin dogmaları gerçek sayılmıştır (Aster, 2005, s. 380). Skolastik düşünce aklı ve bilimi reddettiği için farklı perspektifler gelişmemiştir. Bu nedenle Orta Çağ' a karanlık çağ da denilmektedir.

Skolastik düşüncenin zayıflamasında ise birden çok neden bulunmaktadır. Bunlardan ilki Haçlı Seferleridir. Müslümanlardan kutsal toprakları almak için papanın çağrısına katılan haçlılara kilise vaatlerde bulunmuştur. Ancak bu vaatlerin gerçekleşmemesi ve Haçlı Seferlerinin amacına ulaşamaması sonucu halkın kiliseye olan inancı azalmıştır. Skolastik düşüncenin zayıflamasındaki diğer bir neden ise coğrafi

keşiflerdir. Galile Galileo'nun iddia ettiği gibi coğrafi keşiflerle birlikte dünyanın kilisenin iddiasının aksine yuvarlak olduğu anlaşılmıştır. Rönesans'la birlikte ise okuma yazma oranı yükselmiştir. Orta Çağ'ın cahil olarak nitelendirilen kesimi okuma yazma bilmediğinden dolayı kilisenin düşüncelerini benimsemiştir. Rönesans'ın yaratmış olduğu ortam sayesinde Orta Çağ insanı İncil'i kendi okumaya başlamış ve kiliseye olan bağlılık azalmıştır. Son olarak Reform hareketleri skolastik düşüncenin yıkılışına neden olmuştur. Martin Luther, İncil'i Almancaya çevirmiş ve böylelikle İncil'in daha geniş bir kesimin okumasını sağlamıştır. Skolastik düşünce gücünü yitirmiştir.

1.3.4. Kadın ve Cinsellik

Orta Çağ'ın anlam evreninin diğer bir kodu ise kadındır. Anaerkil toplumda kadın, doğurgan özelliğiyle toprak ana olarak nitelendirilmiştir. Ataerkil toplum yapısı ortaya çıktıktan sonra kadına verilen değer azalmıştır. Kadın, anaerkil toplumda yaratıcı dişil bir güç olarak yüceltilirken ataerkil toplum düzeninde geri plana itilmektedir. Özellikle erkeğin sperminin gücü fark edilince kadın bir nesne olarak görülmeye başlanmıştır. Kadının ise sadece bebeği taşıyan bir araç olduğu düşünülmüştür. Özellikle Orta Çağ Avrupa'sında kadın kontrol altına alınması gereken bir varlık olarak görülmüştür. Sihir, büyü gibi işlerle uğraşan kişilerin genellikle kadınlar olduğu düşünülmüştür. Ayrıca cadı olarak nitelendirilen kötü kalpli kişilerin de kadın olduğu varsayılmış ve bu nedenle yüzlerce kadın işkence görmüştür.

Kadın figürünün güçsüzlükle özdeşleştirildiği Orta Çağ'da, toplumun hiyerarşik yapısı kadınlar arasında da sürmüştür. Kadınlar, özellikle ekonomik sınıf olarak birbirlerinden farklı konumda bulunmaktadır. Kadınların bile kendi aralarında eşit olmadıkları Orta Çağ toplum yapısında sosyal adalet yoktur. Orta Çağ'ın ilk başlarında kadınların rolü ev içiyle sınırlandırılmıştır. Ev işleri ve çocuk bakımıyla ilgilenen kadın, zamanla ticari hayata atılmıştır (Genç, 2011, s. 243). Ayrıca Orta Çağ Avrupa'sında kadının bekâretini koruması büyük önem arz etmektedir. Kontrol altında tutulmaya çalışan kadın, bekâretini koruması için özellikle dine yönlendirilmiştir.

Semavi dinlerde kadının konumlanması da farklıdır. Tevrat'ta kadın ile erkek eşit olarak ve ikisi de tanrının suretinden yaratılmıştır (Tekvîn, 1/26-27). Kadının yaradılışıyla ilgili diğer bir bölüm ise kadının erkeğin kaburgasından yaratılmış olduğunu ve erkeğin

yalnızlığını doldurmak için yaratıldığını anlatmaktadır (Tekvîn, 2/21-22). Ayrıca yasak meyveyi yemesinden dolayı itaatsiz olarak nitelendirilen kadın, Tanrı tarafından cezalandırılmıştır.



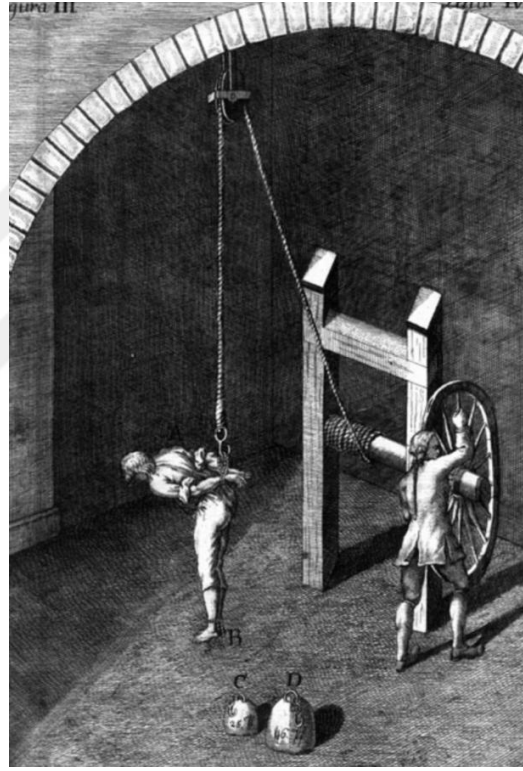
Resim 1.18. Âdem ve Havva'nın İsyanı (Charles Joseph Natoire, 1740)

Hristiyanlıkta ise Hz. İsa kadınları yüceltmıştır. Ancak İncil’de de Hz. Havva’nın yasak meyveyi Hz. Âdem’e yedirmesinden sonra kadın günahkâr olarak gösterilmiştir. İslam’da kadın ve erkeğin eşit olduğu belirtilmektedir. Orta Çağ’ da cinsellik de kilise tarafından kısıtlamalara maruz kalmıştır. Kilise sert kurallarını cinsellik üzerinde de uygulamıştır. Haz için gerçekleştirilen her cinsel birleşme cezalandırılmıştır.

1.3.5. Dinsel Şiddet

Orta Çağ’ ın diğer bir anlam evreni ise dinsel şiddettir. Orta Çağ’ da dinsel şiddet denildiğinde akla ilk olarak engizisyon mahkemeleri gelmektedir. Orta Çağ Avrupa’sında dinden sapanlar, dine başkaldıranlar bu mahkemelerde yargılanmıştır. Engizisyon mahkemelerinin uygulamış olduğu cezalar ise çok ağırdır. Özellikle o dönem engizisyon mahkemeleri tarafından yakılan birçok kişi bulunmaktadır. Engizisyon kelimesinin anlamı da bu mahkemeyi tanımlamaktadır. Engizisyon kavramının Latincedeki anlamı “*Bezdirici, baskıcı soruşturma ve sorgulama*” anlamına gelen “Inquisition”

kelimesinden gelmektedir (Esgin, 2012, s. 92). Engizitör olarak bilinen sorgulayıcılar, suçlu olarak gördükleri kimselerin suçlarını itiraf etmeleri için farklı işkence yöntemleri uygulamıştır. Bunlardan ilki suçlu görülen kişinin vücudunu germe yöntemidir. İkincisi suçlunun ayaklarının ateşe bastırılmasıdır. Son olarak ise mahkûma su işkencesi uygulanmıştır. Daha birçok işkence yöntemine sahip olan engizisyon mahkemeleri kilisenin gücünü arttırmada da rol oynamıştır. Özellikle ibret verici gösterilerle yapılan işkenceler kiliseye olan korku neticesinde kiliseye olan bağlılığı arttırmıştır. Muhalif sesleri kesen uygulamalarla varlığını uzun süre sürdüren kilise, kurmuş olduğu mahkemelerle Orta Çağ’ da yaşanan kara bir leke olarak görülmektedir.



Resim 1.19. Engizisyon Mahkemesinin Uyguladığı İşkencelerden İple Germe (Pavlac, 2009, s. 120)

Sonuç olarak Orta Çağ’ da tanrısal bakışa ek olarak Orta Çağ insanının bakış açısını etkileyen kodlar belirlenmiştir. Bu kodlar, büyü ve cadıcılık, skolastik düşünce, kadın ve cinsellik, dinsel şiddet olarak sıralanabilmektedir. Katolik kilisesinin etkisinin siyasi, ekonomik ve sosyal tüm alanda hissedildiği Avrupa’da tanrısal bakışın izlerine daha fazla rastlanılmaktadır. Ayrıca bu dönemde her ne kadar tek tanrılı dinler tarafından yasaklanmış olsa da büyü ve cadıcılık faaliyetlerinin sürdürüldüğü görülmektedir. Üçüncü olarak dogmaların hâkim olduğu, kilisenin düşüncelerinden başka düşüncenin

yer almadığı Orta Çağ' a skolastik düşünce egemendir. Orta Çağ tarihinde kadının konumu sorgulandığında ise kadının genel olarak ikincil plana itildiği kimi zaman ise aşağılanarak cinsellikle özdeşleştirildiği anlaşılmaktadır. Cinsellik ise kilisenin belirlediği kurallar çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Son olarak engizisyon mahkemelerinin yaratmış olduğu şiddete değinilmiştir. Orta Çağ' ın karanlık çağ olarak da nitelendirilmesine neden olan engizisyon mahkemesi yüzlerce insana işkence uygulamıştır. Tüm bu kodlar ekseninde Orta Çağ insanı olaylara ve çevreye kilisenin etkisi altında bakmıştır.

1.4. MODERNİZM VE MEKANİK/PERSPEKTİF BAKIŞ

Toplumlar her dönem farklı yapılara sahip olmuştur. Modern dönem öncesi zamanı kapsayan geleneksel toplumda nesilden nesile aktarılan örf ve adetlerin yaptırım gücü bulunmaktadır. Örf ve adetler tecrübeyle edinilmiştir ve toplumda dinin önemli bir yeri bulunmaktadır. Dinin öğretileri doğrultusunda hayatlarına yön veren geleneksel insan, toplum içinde oluşturulan norm ve davranış kalıplarına uymak zorundadır. Tanrıyı ve dini merkeze koyan geleneksel yapıda cemaatler vasıtasıyla yakın ilişkiler kurulmakta ve kişi doğrudan kontrol altında tutulmaktadır. Kalıplaşmış ve kökleşmiş düşüncelerin egemen olduğu geleneksel toplumdaki modern topluma geçiş çok kolay olmamıştır. Zaman içerisinde yaşanan olaylar neticesinde eskinin tüm tabuları yıkılmaya çalışılmıştır. Özellikle insan aklını ön plana çıkaran Aydınlanma Çağı, Fransız Devrimi ve sanayi devrimi modernizmin temellerini oluşturmuştur. Zamanla modern yaşam toplumların hayatındaki yerini almıştır.

Gelenekselden modern döneme geçiş 17. ve 18. yüzyıllarda gerçekleşmiş ve 20. yüzyılın ortalarına kadar devam etmiştir. Modernizm kavramı Latince tam da şimdi anlamına gelen *modo*'dan türeme *modernus* kelimesinden gelmektedir (Kumar, 1999: 88). Eskinin tüm alışkanlıklarını alt üst etmeye çalışan modernizme çağdaşlaşma ya da batılılaştırma da denilmektedir. Özellikle modernizmin, Batının tüm özelliklerinin gelişmekte olan diğer ülkelere dayatılma aracı olarak görülmesinden dolayı Batılılaştırma kelimesi kullanılmaktadır. Ayrıca eski dünyayı pagan olarak adlandıran Rönesans düşünürleri modern dünyayı Hristiyanlıkla özdeşleştirmektedir (Kumar, 1995, s. 88). Kimi zaman batılılaştırmayla eş anlamda kullanılan kimi zaman Hristiyanlıkla bağdaştırılan modernizm, dönemin düşünürleri tarafından eleştirilere maruz kalmıştır.

18. Yüzyıldan 20. yüzyıla kadar devam eden modern dönemi konu almış isimlerden biri Zygmunt Bauman'dır. "*Akışkan modernite ve Modernizm ve Holocaust*" adlı çalışmalarında Bauman moderniteyi eleştirmektedir. Ancak bu eleştirisini Yahudi sorunu üzerinden yapmaktadır. Yahudi kökenli olan Bauman, ikinci dünya savaşı zamanında Nazilerin Yahudilere karşı yapmış olduğu işkenceleri incelemiştir. Holocaust ve Auschwitz olarak adlandırılan bu olayların toplumsal çözümlemesini yapmış, yapılan kısımları modernizm ve aydınlanmayla bağdaştırmıştır. Modernizmin vaat ettiği ortamı getirmediğini savunan Bauman, bu dönemin gerçek yüzünü insan kısımlarıyla gösterdiğini vurgulamıştır.

Modern dönemi konu alan bir başka düşünür ise George Ritzer'dir. "*Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek*" isimli eserinde Ritzer modern dönemdeki tüketim alışkanlıklarını eleştirmiştir. Ritzer, Tüketim araçlarını elinde bulunduranların tüketimi sürekli canlı tutabilmek için eğlenceli kılarak nasıl insanları büyülediklerini göstermeye çalışmıştır. Herbert Marcuse ise "*Tek Boyutlu İnsan*" adlı kitabında endüstrinin insanın bağımsızlığını elinden aldığını ve tek boyutlu toplumu yarattığını savunurken pozitivizmi de eleştirmiştir. Michael Foucault ise bütün çalışmalarında modernitenin bireyler üstündeki etkisinden ve güç ilişkilerden bahsetmiştir. Yine Walter Benjamin, flanör figürüyle modernizm eleştirisini yapmaktadır. Flanör, Benjamine göre gezgindir. Aylak olarak da tanımlanan flanör, modern yaşamda kalabalığın bir parçası haline gelmiştir. Max Weber ise modernizmin toplumda yarattığı kültürel sorunları incelemiştir. Daha birçok düşünür, çalışmalarını modernizm ve modernizmin yarattığı etkiler üzerine kurmuştur.

Olumlu ve olumsuz tüm özellikleriyle toplumların yaşam şekline yerleşen modernizmin fikri alt yapısını oluşturan Aydınlanma Çağ' ı modernizmi anlayabilmek için önem taşımaktadır. Aydınlanma düşünürleri bireyi merkeze koyarak nesnel bilgiye akıl yoluyla ulaşılacağını savunmuş ve böylece aklın ve bireyin özgürleşeceğini iddia etmiştir. Ancak akıl araçsallaştırılarak demir bir kafese tutsak edilmiştir. Orta Çağ' da kilisenin dogmalarına boyun eğen insan modern dönemde de bilimin dogmalarıyla karşı karşıya kalmıştır. Akıllı özgürleştirdiğini iddia eden bu inanç ikinci dünya savaşından sonra yıkılmaya başlamıştır. Araçsallaşmış akılla sorgulanmadan kabul edilen her şey tekrar incelenmeye başlanmış ve böylece postmodern dönem ortaya çıkmıştır.

Aydınlanma projesinin Aydınlanma olarak anılmasının nedeni ise Orta Çağ' ın bağnazlıklarından insan zihninin kurtularak özgürleşmeye çalışılmasıdır. Daha açık bir ifadeyle aydınlanma ile birlikte batıl inançlara, gelenek ve göreneklere ve kiliseye karşı mücadele verilmiştir. Zaten Orta Çağ Avrupa' sının karanlık çağ olarak da adlandırılması bu dönemin aydınlanma olarak nitelendirilmesinde etkili olmuştur. Aydınlanma projesi olarak ortaya çıkan modernizmde tanrı dışı atılıp akıl ilahlaştırılmıştır. Mutlak aklın mutlak gücünü savunan aydınlanma projesiyle insan aklı dinin baskısından kurtarılmaya çalışılmıştır. Ayrıca Aydınlanmayla birlikte felsefe, bilim, sanat gibi alanlar birbirlerinden ayrılmıştır. Orta Çağ' ın ön yargılarını yıkarak insanların boyunduruk altında tutulan zihinlerini özgür bırakmak için ortaya çıkan aydınlanma projesinin gelişmesinde ve yayılmasında birçok düşünürün imzası bulunmaktadır. Bunlar; Bernard Bolzano, Cesare Beccaria, Étienne Bonnot de Condillac, Denis Diderot, George Berkeley, Gottfried Leibniz, Claude Adrien Helvétius, Jacques-André Naigeon, Thomas Jefferson, Immanuel Kant, John Locke, Moses Mendelssohn, Friedrich Schiller, Adam Smith, Giambattista Vico, Voltaire ve Baruch Spinoza, Descartes vd.

Kant, "*An Answer to the Question: 'What is Enlightenment?'*" (1784) adlı yazısında aydınlanmayı şöyle tanımlamaktadır:

"Aydınlanma, insanın kendi suçu ile düşmüş olduğu bir ergin olmama durumundan kurtulmasıdır. Bu ergin olmayış durumu ise, insanın kendi aklını bir başkasının kılavuzluğuna başvurmaksızın kullanamayışıdır. İşte bu ergin olmayışa insan kendi suçu ile düşmüştür; bunun nedenini de aklın kendisinde değil, fakat aklını başkasının kılavuzluğu ve yardımı olmaksızın kullanmak kararlılığını ve yürekliliğini gösteremeyen insanda aramalıdır. Sapare Aude! "Aklını kullanma cesaretini göster!" Sözü Aydınlanmanın sloganıdır."

Kant'ın tanımında aydınlanmadan önce insanın zihnini başkalarının kılavuzluğunda kullandığı bunun suçlusunun ise insanın kendisi olduğu vurgulanmıştır. Ancak karanlık çağdan çıkıldıktan sonra insanın zihni olarak aydınlanma yaşadığı, aklın özgürleştiği görülmektedir. Ayrıca Kant'ın tanımlamış olduğu ergin olmama durumu ona göre insanın en çok rahat ettiği durumdur. Çünkü onun yerine düşünen, onun yerine karar veren ve onu yöneten kişilerin varlığı insanı uğraştırmamaktadır. Aydınlanmanın önemli filozoflarından Diderot ise aydınlanma filozofunun önyargı, gelenek ve göreneklerinden uzaklaşarak, zihni boyunduruk altına alan her tür bağnaz düşünceden kurtulmuş kendi kendine düşünen biri olduğunu belirtmiştir (Usta, 2016, s. 9). Diderot, ayrıca aydınlanma projesinin temel eserlerinden biri olan *Ansiklopedi*'yi d' Alembert ve diğer Aydınlanma

Dönemi filozoflarıyla birlikte çıkarmıştır. Ansiklopedi, herkesin anlayacağı bir dille yazılarak daha fazla kesime sesini duyurmuştur. Bilimsel bilgilerin yer aldığı Ansiklopedi, 1751 ile 1772 yılları arasında 35 cilt yayınlanmıştır. İnsanları bilgilendirmeyi ve boyunduruk altından kurtulmalarını sağlamak adına yayınlanan Ansiklopedi birçok kuşağı eğitmiştir.

Hegel, “*Tinin Görüngübilimi*” adlı eserinde aydınlanmanın dine karşı bir mücadele olduğunu belirtmektedir. Aydınlanma Hegel’inde belirttiği gibi tüm dini değerlere saldırarak rasyonel aklı kutsamaktadır. Hurafe olarak değerlendirilen düşünceler ise kabul edilmemektedir. Dini değerleri ve hurafeleri dışlayan aydınlanma, doğanın sistematik bir şekilde yorumlanmasıdır (Goldman, 1999, s. 21). Goethe de Hegel gibi aydınlanmanın dine karşı olan mücadelesini “*Faust*” adlı eserinde belirtmiştir. Kendisi de dinin boyunduruğundan kendini kurtararak rasyonel düşünceye yönelmiştir (Goethe, 2001, s. 31):

“Daha becerikliyim tüm yaygaracılardan,
Doktorlardan, öğretmenlerden, yazarlardan, papazlardan,
Etkilemez beni kuşku, duraksama, kaygı,
Ne cehennemden korkarım ne de şeytandan”

Aydınlanmaya ışık tutan ansiklopedinin çalışmalarına katılan Voltaire göre felsefenin dinin dogmalarından kurtulması gerekmektedir. Bu nedenle geçmişin bağnazlıklarına karşı aklı savunmuştur (Atak, 2011, s. 85). Dinin dogmalarına karşı çıkan Voltaire, Tanrıya inanmakta ancak kiliseye inanmamaktadır. Jean Jacques Rousseau da akıldan çok duygunun önemine vurgu yapmıştır. Aydınlanmanın önemli düşünürlerinden Rousseau, eşitlik ve özgürlük temaları üzerinde durmuştur. Ayrıca Rousseau, özgürlüğün ve eşitliğin olacağı bir toplumsal model olan *Toplum Sözleşmesi*’ni önermiştir. Bu sözleşmeye göre toplumsal sisteme geçen insanın eşit ve özgür olacağı savunulmaktadır. Doğal durumda yaşayan insan, topluluklar haline geldikten sonra ilk olarak devleti oluşturmuştur. Daha sonra yöneten ve yönetilenler arasında yapılan sözleşmeyle birey, kendi haklarını kamuya devrederek yine doğal yaşamda olduğu gibi kendi koyduğu kurallara uymaktadır.

Aydınlanma düşünürlerine göre, en tehlikeli kurum Katolik kilisesidir. Çünkü Katolik kilisesine bağlı papazlar, insanlara boş vaat ve inanç aşılayarak onları mitlerin, hurafelerin ve ön yargıların alanına hapsedmiştir (Kar, 2014, s. 175). Orta Çağ’ ın karanlık

tarafına karşılık aydınlanma çağıyla dini ve metafizik olarak kabul edilen tüm öğretiler reddedilerek aklın düzenine girilmiş ve böylelikle akıl özerkleştirilmeye çalışılmıştır. İnsanın kendi doğrusunu kendisinin bulmasını amaçlayan aydınlanma düşüncesi Tanrının yerine insanı yerleştirmiştir. Tanrıdan kopan insan, kendi aklı vasıtasıyla kendi doğrusunu bulmaya yönelmiştir.

Orta Çağ’ da kilisenin ve din adamlarının baskısı nedeniyle ilerleyemeyen bilim, aydınlanma ile birlikte refaha kavuşmuş ve hızla gelişmeye başlamıştır. Kilise, kendi kabul ettiği doğrulardan başka doğruların olmadığını insanlara dayatarak fizik, astronomi, tıp, biyoloji gibi birçok bilim alanının önünü tıkamıştır. Örneğin, Aristoteles, “*Gökyüzü Üzerine*” adlı eserinde dünyanın evrenin merkezinde olduğunu, hareketsiz bir yapıda olduğundan tüm gök cisimlerinin evrenin çevresinde döndüğünü iddia etmiştir (1997, s. 20-35). Aristoteles’in iddialarını kabul eden kilise astronominin önünü tıkamıştır. Yine Aristoteles, evrenin sırasıyla toprak, su, hava ve ateşten oluştuğunu belirtmesi üzerine fizik ve kimya da gerilemiştir.

Aydınlanma Çağı’ nın en etkili bilim adamlarından Newton’un gezegenlerin dünyanın etrafında dönmediğini, onun yerine güneşin etrafında döndüğünü ortaya atması üzerine kiliseye olan güven azalmıştır. Bununla birlikte Astronomi de gelişmeye başlamıştır. John Locke ise insan aklının boş bir levha (tabula rasa) olduğunu zihnin, usun ve bilginin bütün gereçlerini deney ve gözlem yoluyla edindiğini söylemiştir (Locke, 2013, s. 97-98). Ayrıca aydınlanmayla birlikte hayatı kolaylaştıran teknolojik ürünler icat edilirken buhar makinelerinden termometre, teleskop ve barometreye kadar birçok yenilik insanların hayatına girmiştir. Böylelikle insanlar doğayı kontrol edebilme gücünü de elde etmiştir. Matematğin ve analitik geometrinin kurucusu olan Descartes, Aydınlanma Döneminde bilime yapmış olduğu katkılarla bilinmektedir. Descartes bütün evreni matematiksel olarak açıklamaya çalışmıştır. O, bu düşüncesini şöyle ifade etmektedir (Descartes, 2007, s. 24): "*Bu dünya bir bilmece gibidir; matematik bunun anahtarını veriyor bize ya da dünya şifreli bir yazıyla yazılmıştır bu şifreyi de matematik veriyor*".

Descartes yayımlamış olduğu “*Principia Philosophia*” (Felsefenin İlkeleri) adlı eserinde belirttiği üzere evrenin işleyişini matematikle ilişkilendirerek mekanik bir oluşumdan bahsetmektedir. Matematik ile evrenin gizemlerini ortaya çıkarmaya çalışan Descartes, bir model geliştirmiştir. Bu modelde kesinlik ve açıklık temel kuraldır.

Doğruluğu apaçık ortada olan şeylerden hareket etmek ve bunlardan çıkarımlarda bulunmak matematikte kesinlik ve açıklığın şartlarındandır (Öktem, 2000, s. 324). Böylelikle hakiki bilgiye ulaşılacağını düşünen Descartes, diğer bilim dallarının da bu kurala uyması gerektiğini belirtmiştir. O, edindiği tüm bilgilere şüpheyile bakmıştır. Tüm bilgileri tekrar tekrar sorgulayarak olasılığın olduğu her şeye kuşkuyla yaklaşmıştır.

Descartes'in bulmuş olduğu yöntem sayesinde kesin ve doğru bilgiye ulaşmak için belirli kurallar bulunmaktadır. Bu kurallar; apaçıklık, analiz, sentez ve sayış olarak sıralanmaktadır.

1. **Apaçıklık Kuralı:** Descartes, “*Metot Üzerine Konuşma*” adlı eserinde yöntemi anlatmaya ilk olarak apaçıklık kuralıyla başlamaktadır. Bu kurala göre Descartes, apaçık olmayan hiçbir şeyi doğru olarak kabul etmemektedir. Aceleyle varılan yargılardan ve ön yargılardan kaçınılarak, kuşku duyulmadan açık ve seçik olarak kavranılan şeylere yer vermektir (Descartes, 1984, s. 21). René Descartes, yargıları açık seçik olan şeyler üzerinde temellendirmektedir. Şayet bir şey apaçık ortada gözle görülür şekilde ise o doğru olarak kabul edilmektedir. Ancak başkalarının düşüncelerine ya da kişinin kendi sanılarına dayanan bilgilerden kuşku duyulması gerekmektedir. Tüm bilgilere kuşkuyla yaklaşan Descartes, Tanrı'ya da kuşkuyla bakmıştır. Daha sonra ise kuşku sayesinde var olduğunu keşfeden Descartes, mükemmel bir varlık olarak Tanrının varlığına inanmıştır.
2. **Analiz Kuralı:** Analiz kuralında ise incelenecek olan şey daha iyi çözümlenmesi için olabildiğince çok bölüme ayrılmaktadır (Descartes, 1984, s. 21-22). Acele ile sonuca varmayı engellemeye çalışan Descartes, karmaşık ve anlaşılması zor olan bilgileri parçalara ayırarak sade bilgiye ulaşmayı hedeflemiştir. Böylelikle karmaşık olarak düşünülen bilgiye ulaşılmış olunacaktır.
3. **Sıra Kuralı:** Analiz kuralından sonra yer alan sıralı kuralını ise Descartes şöyle açıklamaktadır (Descartes, 1984, s. 22):

“En basit ve anlaşılması en kolay şeylerden başlayarak, tıpkı bir merdivenden basamak basamak çıkar gibi, en bileşik şeylerin bilgisine yavaş yavaş yükselmek için hatta doğal olarak, birbirleri ardınca sıralanmayan şeyler arasında bile bir sıra bulunduğunu varsayarsak düşüncelerimizi bir sıraya göre yürütmekti”.

Descartes bu kurala çok önem vermiştir. Bu kural sayesinde karmaşık olan şeylerin bilgisine ulaşmanın daha kolay olacağı düşünülmüştür. Basit olan şeylerden karmaşık olanın bilgisine ulaşmayı hedefleyen Descartes, tümdengelim yöntemini kullanmıştır.

- 4. Sayış Kuralı:** Son olarak Descartes, sayış kuralından bahsetmektedir. Bu kuralda, eksiksiz bilgi elde etmek için hiçbir şeyin atlanmadığından emin olunması gerekmektedir. Bunun için ise sayış kuralı devreye girmektedir. Ancak sayışın, sürekli, kesiksiz, yeterli ve düzenli olması gerekmektedir.

René Descartes, kendi bulmuş olduğu yöntem olan Evrensel matematik yöntemiyle matematiğin önemini sıklıkla vurgulamıştır. Dört önemli kural ile sorguladığı bilgiler ışığında evreni matematiksel olarak anlamlandırarak mekanik aklın oluşumuna neden olmuştur.

Descartes'ten başka Newton da evrenin oluşumunu ilahi güçle değil de matematiksel metotlarla açıklamıştır. İlk olarak Newton yer çekimi yasasını bularak gezegenlerin düşmeden yörüngelerinde hareket ettiğini göstermiştir. Daha da önemlisi evrenin matematik kurallarıyla işleyen bir mekanik sistem olduğunu düşünmesidir. Newton için evrenin başlangıcı ve sonu yoktur. Ayrıca evren hareketsizdir. Tanrının sadece maddi olarak nitelendirdiği parçacıkları, aralarındaki çekimleri ve hareket yasalarını yarattığını belirten Newton, evrenin makine gibi işlediğini düşünmüştür (Can, 2009, s. 1008). Bu determinist evrensel yaklaşımda yaratıcı, sistem dışı bırakılarak her şeyin bir nedeni ve sonucu olduğuna inanılmıştır. Descartes ve Newton'la birlikte Kopernik, Kepler ve Galileo gibi bilim adamları da evreni matematiksel yasalarla açıklamaya çalışmıştır. Özellikle Kopernik'in güneş merkezli evrensel modeli diğer bilim adamları tarafından da desteklenerek kilisenin kutsadığı yer merkezli evren modeline olan inancı derinden sarsmıştır. Ünlü bilim adamı filozof Francis Bacon da skolastik yaklaşımın neden olduğu evren anlayışına karşı çıkarak doğayı matematiksel olarak açıklamaya çalışmıştır. Ona göre matematiğin fiziğe uygulanması doğanın doğru anlaşılmasını sağlayacaktır. Bacon, matematikle doğayı en basit ayrıntılarına kadar ayırarak ölçülemez olanı ölçülebilir hale getirmiş ve belirsiz olanı belirgin kılmıştır (Bacon, 2012, s. 75). Artık doğanın mekanik olarak işlediği varsayılmış ve birey sistemin esiri olmuştur. Ancak 20. yüzyıl bilinen fizik kurallarının geçersiz hale geldiği dönemdir. 19. Yüzyılda klasik fizik kurallarıyla bilim adamları evreni bütünüyle açıklayabileceğini

düşünmüştür. Ancak bu yüzyılın sonlarında kuantum adı verilen yeni fizik kurallarınca doğada belirsizliğin hâkim olduğu kanıtlanmıştır.

Kuantum fiziği klasik fiziğin açıklayamadığı olayları açıklamak için Max Plank, Albert Einstein ve Heisenberg öncülüğünde geliştirilmiştir. Klasik fiziğe göre madde sürekli ve bir bütün olarak sonsuza kadar bölünebilmektedir. Ancak Demokritosçu kuram, doğanın sonsuza kadar bölünmediği, süreklilik arz etmediği ve tek bir bütünden oluşmadığını ortaya atarak klasik fizik kurallarına karşı çıkmıştır. Siyah cisim ışıması, fotoelektrik etki, Compton saçılması, Rutherford ve Bohr atom modelleri, Aspect deneyleri, Bell deneyleri ve EPR-B düşünce deneyleri kuantum mekaniğinin deneysel dayanaklarıdır (Işıklı, 2012, s. 16). Yapılan deneylerle doğanın daha önce hiç görülmeyen yönleri ortaya çıkarılmıştır. Etrafındaki doğayı araştıran insan kuantum mekaniğiyle birlikte doğaya karşı farklı bir bakış açısı kazanmıştır. Evreni ilahi güçlere dayandırarak açıklayan geleneksel tecrübelerden ziyade matematiksel yöntemler kullanılmaya başlanmıştır. Kuantum fiziği evrende bir düzenin olduğunu ve her şeyin bu düzen çerçevesinde işlediğini göstermektedir.

Sonuç olarak aydınlanma öncesi insanların dinlerine, tanrılarına, gelenek ve göreneklerine bağlılığı onların hiçbir şeyi sorgulamadan yaşamasına neden olmuştur. Tecrübeyle elde edilen bilgilerin egemen olduğu toplumda mitoslar önemli bir yer edinirken aydınlanmayla beraber logos öne çıkmıştır. Aydınlanmadan önce evreni tanrının yarattığı düşünülürken, aydınlanmış akılla birlikte evrenin varoluşu daha çok matematik ve fizik kurallarıyla açıklanmaya çalışılmıştır. Böylelikle dinin ve tanrının modern dönemde insan hayatındaki yeri de değişmiştir. Kutsaldan ve metafizikten arındırılmış olan modern dönemde akıl ve bilim ön plana geçmiştir. İnsanları başkalarının boyunduruğu altında olmaktan kurtarıp vahiy ve dini yapıların içini boşaltan modern akıl, insanın doğayı kendi emelleri için kontrol altına almasına neden olmuştur.

Modernleşmeyle birlikte, bir atasözünün de bahsettiği üzere yeni doğan bebeğin vaftiz edilirken yıkandığı kirli suyu yani kilisenin öğretilerini atarken, tanrıyı ve dini de atmıştır (Güler, 2010, s. 34). Özellikle modernleşme, sekülerleşmeye neden olmuştur. Toplumsal ve kültürel tüm alanlardan dinin sökülüp atıldığı sekülerleşmeyle birlikte din özel alana hapsedilmiştir. Aydınlanma, Rönesans ve reformlarla birlikte ortaya çıkan modernleşme ayrıca dünyevileşmeye de sebep olmuştur. Dünyevileşmeyle öldükten

sonraki yaşama inanma fikri ortadan kalkarak insan, bu dünya için hareket etmekte ve dinden uzaklaşmaktadır. Görüldüğü üzere aydınlanmayla beraber ortaya çıkan modern dünyada din toplum yaşamından uzaklaştırılarak mekanik bakış yerleşmiştir. Kuantum mekaniğinin güçlenmesiyle birlikte doğaya karşı farklı bir bakış açısı geliştirilmiştir. Bilim insanları Kuantum fiziğiyle doğanın görülemeyen yüzünü yapılan deneylerle oluşturulan yasalar çerçevesinde ortaya çıkarmaya çalışmıştır.

1.5. MODERN SONRASI DÖNEM VE NEO-PAGANİK BAKIŞ

17. ve 18. Yüzyıllardan başlayarak 20. yüzyılın ortalarına kadar devam etmiş olan modernizme tepki olarak postmodernizm ortaya çıkmıştır. Modernizm sonrası olarak da adlandırılan postmodernizm, özellikle modernizmin vaatlerini gerçekleştirememesini ve iddialarının yanlışlığını göstermek için geliştirilmiştir. İkinci dünya savaşının yaratmış olduğu problemlerle modernizmin etkisi azalmış ve yeni arayışlara girilmiştir. İlk olarak mimaride kullanılan postmodern terimi daha sonra diğer alanlarda da kullanılmaya başlanmıştır. İsminden de anlaşılacağı üzere modern sonrası dönemi niteleyen postmodernizmin kesin ve tek bir tanımı bulunmamaktadır.

Postmodern dönemi, Modern teriminin önüne getirilen post önekinden türeyen modern sonrası dönem olarak niteleyen Featherstone, bu terimin moderne karşı bir kırılmayı da belirttiğini söylemektedir (2005, s. 21). Harvey ise “*Postmodernliğin Durumu*” isimli eserinde postmodernizmin, modernizmin neden olduğu problemleri çözmeyi hedefleyen inatçı ve oldukça karmaşık bir akım olarak görmektedir (2006, s. 136). Eagleton ise postmodern kültürün yirminci yüzyılın devrimci parodisinden başka bir şey olmadığını çünkü postmodernizmin modernizm anlayışını terk ederek birincil olarak huzursuz olabileceği yerde vurdumduymaz bir bilinç huzuru bulduğunu belirtmektedir (Bezel, 1992, s. 262-263). Behler ise postmodernizmin tek bir tanımını yapmaktan kaçınmıştır. Ona göre postmodernizm modern dönemin devamıdır. Ayrıca postmodernizmi modernci görüşlerin tükendiği bir durum olarak görmektedir (Bezel, 1992, s. 216). Şaylan ise postmodernizmi sınırları belli olmayan bir alan olarak görmektedir (2002, s. 33) Yapılan tanımlar iki farklı görüşün olduğunu göstermektedir. Düşünürlerin bir kısmı postmodernizmi modernizmin devamı olarak görürken bir kısmı da modernitenin tam zıttı olarak değerlendirmiştir.

Baudrillard, Barthes, Guy Debort, Lyotard, Deleuze, Guattari, Slavoj Žižek, Jacques Derrida, Michel Foucault, Julia Kristeva postmodernizmin en önemli savunucularıdır. Felsefi alanında Postmodernizm kavramını ilk kullanan kişi Lyotard'dır. Jean-François Lyotard 1979 yılında "*Postmodern Durum*" adlı eserini yayınlarak postmodernizmle ilgili düşüncelerini göstermiştir. Lyotard, modern olarak nitelendirilen düşüncelerin aslında moda dışı olduğunu, tek bir doğrunun olmadığını ve bu nedenle doğru olarak nitelendirilen her şeye kuşku ile bakılması gerektiğini söylemektedir (Lyotard J.F. , 1994, s. 68, 119). Bununla birlikte Lyotard, üst anlatıdan bahsetmektedir. Meta anlatı olarak da bilinen üst anlatılar bir toplumu veya toplumun tarihini genelleyici ifadelerle açıklamaya çalışan evrensel söylemlerdir. Meta anlatılar ideolojik bir özellik taşımaktadır. Lyotard için özgürlük, eşitlik, adalet gibi aydınlanma idealleri meta anlatıdır. Bunun için postmodernizm bu üst anlatılara şüpheyile yaklaşmakta ve bu anlatıları sorgulamaktadır.

Postmodernizmin diğer önemli bir ismi olan Baudrillard ise postmodern dönemi açıklarken simülakrlardan bahsetmektedir. Ona göre postmodern dönemde hiçbir şey kendisinin aslı değildir ve her şey kopyadan oluşmaktadır. Artık dünya, gerçeğin yerini almış simülasyonların dünyasıdır (Baudrillard, 2011, s.14). Özellikle ele aldığı konuları iletişim araçları çerçevesinde inceleyen Baudrillard, yeni iletişim araçlarının hipergerçek bir dünya oluşturarak insanları toplumdan soyutlamakta olduğunu öne sürmüştür. Bir diğer postmodernist düşünür Foucault ise modernizmin savunduğu akılcılığı insanları özgürleştirmekten ziyade gücü elinde bulunduranların lehine işlev gördüğü için eleştirmiştir.

Fransız felsefeci Roland Barthes ise dilbimine yönelerek postyapısalcı bir duruş sergilemiştir. Özellikle Saussure'un dilbilimi ile ilgili görüşlerini göstergebilime taşıyan Barthes'e göre her şey gösterge olarak okunmaktadır. Göstergebilime yapmış olduğu katkılarla bilinen Barthes, göstergeyi gösteren ile gösterilen arasındaki ilişki olarak ele almaktadır. Ona göre göstergebiliminde düz anlam ve yan anlam bulunmaktadır. Düz anlam dediği şey ise göstergenin neyi gösterdiği ile ilgiliyken yan anlamın göstergenin nasıl temsil edildiğiyle ilişkili olduğudur. Daha açık bir ifadeyle, düz anlam, aslında direk olarak göstergenin göstermiş olduğu şeyin ilk olarak çağrıştırdığı anlamdır. Yan anlam ise bu göstergelerin içinde barındırmış olduğu kültürel kodlar sonucu ortaya çıkan farklı anlamlardır.

Postmodernizmin önemli isimlerinden Guy Debort, “*The Society of the Spectacle*” isimli eserinde postmodern toplumdan gösteri toplumu olarak bahsetmektedir. Debord, arzunun bilinci ile bilincin arzusunun, olumsuz biçimde, sınıfların ortadan kalkarak işçilerin faaliyetlerinin her anına doğrudan sahip olmalarını isteyen proje ile özleştirmekte ve bunun tam tersinin ise metanın kendi yarattığı bir dünyada kendini hayranlıkla seyrettiği gösteri toplumu olduğunu ifade etmektedir (Debord, 1996, s. 31). Gösteri toplumu olarak bahsettiği postmodern toplum biçiminde görülen dünyanın metaların dünyası olduğunu vurgulayan Debord, gösteriyi paranın diğer yüzü olarak görmektedir. O, aynı gösterinin sahnesi olan dünyada herkesin aynı gösterinin oyuncusu ve aynı zamanda seyircisi olduğunu anlatmaktadır.

Postmodernizmin önemli temsilcilerinden Fransız filozof Gilles Deleuze ise postyapısalcılığın öncü isimlerinden biridir. Deleuze’nin birçok alanda eseri bulunmakla birlikte özellikle Guattari ile olan çalışmaları dikkat çekmektedir. Yersizyurtsuzlaşma ve göçebelik Guattari ve Deleuze’nin ana kavramlarıdır. Yersizyurtsuzlar ve göçebeler kapitalist sistem tarafından ele geçirilemediği için Deleuze ve Guattari bu kavramlara önem vermiş ve bu kavramlardan “*Kapitalizm ve Şizofreni- Anti-Oedipus*” isimli eserlerinde şöyle bahsetmişlerdir (Guattari, 1990, s. 82):

“Yerleşiklerin mekânı duvarlarla, çitlerle, çitler arasındaki yollarla çevrilidir, mekânı pürüklüdür, hâlbuki göçebenin mekânı yalnızca çizgilerle işaretlenmiş, kaygan mekândır. Çölün şeritleri bile taklit edilemeyen bir ses çıkarıp, birbirleri üzerinden kayarlar. Göçebenin dağıtım yaptığı yer kaygan mekândır, göçebe işgal eder, oturur, bu mekânı tutar ve göçebenin sadece bu şekilde bir yurt mevhumu vardır.”

Göçebeler sürekli olarak mekân değiştirdiklerinden postmodern dönemin kapitalistleri tarafından kontrol altına alınması güçtür. Yasalardan ve boyunduruk altına girmekten kaçan göçebelerin özgürlük mücadeleleri kapitalist sisteme karşı başkaldırıdır.

Birçok farklı düşünürün üzerinde önemle durmuş olduğu postmodernizm, iktisadi olarak post-endüstriyel kavramıyla birlikte postyapısalcılığı ve post Marksizm gibi terimleri de kapsamaktadır. Post-endüstriyel olarak adlandırılan kavram sanayi ötesi toplumları ifade etmektedir. Sanayi ötesi toplumda, sermayeden daha çok bilgi ve beceri ön plana çıkmıştır. Daniel Bell’in de belirttiği gibi kapitalist üretim süreci sanayi öncesi, sanayi ve sanayi ötesi olarak sınıflandırılmaktadır. Postmodernizm de sanayi ötesi olarak adlandırılan dönemde ortaya çıkmıştır. Ayrıca bu dönem fordizmden postfordizme geçiş

olarak da nitelendirilmektedir. Fordizm olarak adlandırılan kavram aslen modernizme gönderme yapmaktadır. Henry Ford'un ortaya atmış olduğu Fordizm, iş bölümünü ve uzmanlaşmayı getirmiştir. Kitlesele üretimle birlikte standartlaşmada artmıştır. Katı bir hiyerarşinin yer aldığı Fordizmden ziyade postfordizm esnek uzmanlaşmaya dayalıdır. Post-fordizmde üretim alanında teknolojik yeniliklerle birlikte bilgisayarın kullanıma girmesi söz konusudur.

İkinci dünya savaşıdan sonra ortaya çıkan Postmodern dönemde modern dönemde olan düzen yıkılarak merkezi kontrol kalkmıştır. Bununla birlikte modernizmin merkezileşmiş bilgisi yerine dağılmış bilgi geçmiştir. Sürekli olarak modernizmi ve onun vaatlerini sorgulayan postmodernizm küreselleşmeyi savunmaktadır. Ayrıca modern dönemde kitap ve okul bilginin sağlandığı araçlarken postmodern dönemde bilgiye ulaşım araçları olarak bilgisayar ve web icat edilmiştir. Modernizme eleştirel yaklaşan postmodern dönemde kitlesele olarak üretilen kültürden ziyade daha küçük gruplar halinde oluşturulan kültürler ortaya çıkmıştır. Ayrıca tüketimin modern dönemde kitlesele olmasına karşın postmodern dönemde daha küçük pazarların varlığı görülmektedir.

Postmodernizm teriminin ilk olarak 1939 yılında yayınladığı eserde Arnold Toynbee tarafından kullanıldığı düşünülse de terimin kullanımı 1934'lere kadar gitmektedir. Postmodernizm, 1960' ların sonlarına doğru ilk olarak Fransa'da yaygınlaşmış aradan yaklaşık 10 yıl sonra ABD' de kullanımı artmıştır (Doltaş, 2003, s. 21). 1980'ler de ise Postmodernizm terimi diğer Avrupa ülkelerinde de ilgi görmeye başlamıştır. Modernizme tepki olarak doğan postmodernizmin ortaya çıkışında özellikle dönemin çalkantılı siyasi durumu etkili olmuştur. 1960' larda yaşanan sömürgecilik faaliyetleri ve soykırımlar bu durumlardan birkaçıdır. Ayrıca kapitalizmin yaratmış olduğu durum da postmodern kavramın doğmasında etkili olmuştur. İkinci dünya savaşıdan sonra kapitalist sistemde yaşanan değişiklikler insanların var olan düzene inançlarını kaybetmelerine neden olmuştur. Böylelikle eski sistem ve etkileri sorgulanmaya başlanmıştır. İnsanların bilgiye erişimini kolaylaştıran iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişimin de modernizmden postmodernizme geçişte etkisi büyüktür.

1923 yılında Almanya' da kurulan Frankfurt Okulu ise daha postmodernizm düşüncesi ortada yokken postmodernizme kaynaklık edecek tezlerin ortaya çıkmasını

sağlamıştır. Max Horkheimer, Theodor W. Adorno, Eric From, Herbert Marcuse, Walter Benjamin ve Jürgen Habermas gibi birçok düşünürün katıldığı Frankfurt okulunun genel yaklaşımı eleştirel teori olarak adlandırılmaktadır. Frankfurt Okulu çatısı altında bulunan düşünürlerin moderniteye ve aydınlanmaya yönelik eleştirel yaklaşımları postmodernist söyleme kaynaklık edecek tezlerin oluşmasına destek olmuştur. Sonuç olarak ortaya çıkışının birçok etkene bağlı olduğu postmodernizm, Modernizmin açmazlarına karşı eleştirel tavır takınarak tüm değerleri ve düşünceleri yapıbozuma uğratmıştır.

Modern dönemin açmazlarını eleştiren Postmodernist düşünürler gerçek kavramını da tenkit etmektedir. Onlara göre Batı, gerçek kavramına üç biçimde yaklaşmaktadır (Doltaş, 2003, s. 19-20):

- 1) Tanrıyı merkeze alan düşünce biçiminde, kişi gerçeği Tanrısal kaynaklardan edinmiştir.
- 2) İnsan merkezli düşünce biçiminde ise, gerçeğe insanın akli ve duyguları yoluyla ulaşabileceği düşünülmüştür.
- 3) Son olarak merkezsiz düşünce biçiminde ise ne Tanrı ne de insanın gerçeği tanımlayamayacağına kanaat getirilmiştir. Bu düşünce biçiminde herkes tarafından kabul edilecek bir gerçekten söz edilememektedir.

Postmodernistlerin de destekledikleri merkezsiz düşünce biçimi postmodern olarak adlandırılmaktadır. Postmodern dönemde artık evrensel olarak kabul edilmiş bir gerçek söz konusu değildir. Baudrillard'ın da belirttiği gibi simülasyon ve kontrol çağı olarak görülen Postmodern dönemde gerçeği temsil eden hipergerçek görüntüler bulunmaktadır. Gerçek olmayıp gerçekmiş gibi görünen göstergeler özellikle kitle iletişim araçlarıyla yayılmaktadır.

Hakikatin ve gerçeğin silindiği postmodern evrende dinin konumu da değişmiştir. Atay, dini üç döneme ayırmıştır (2004, s. 86): İlk olarak tarımın egemen olduğu toplum biçiminde din hayatın merkezinde yer almıştır. Daha sonra ise geleneksel tüm değerlere saldıran modern dönemde dinin konumu değişerek hayatın merkezinden çok hayatın dışına itilmiş ve nesneleştirilmiştir. Son olarak ise postmodern toplumda, din yeniden ön plana çıkmış ancak kültür endüstrisinin bir parçası olarak metalaşmıştır. Modern dönemde Tanrının yerine insan geçmiş, insanın ürettiği bilgiler ise vahiy olarak

görülmüştür. Her şeye şüpheyile yaklaşıp yapıbozuma uğratan postmodernizmde evrensel hakikat anlayışının reddedilişi dine olan yaklaşımı da etkilemiştir. Tüm insanları kapsayan bir hakikat anlayışı olmadığından dinlerin evrensel hakikat iddiaları postmodernizmde sorunsallaştırılmaktadır.

Postmodern dönemde gerçek olanın bulanıklaştığını iddia eden Baudrillard “*Simulakrlar ve Simülasyon*” adlı eserinde tanrının simulakrlar aracılığıyla varlığını ortaya koyduğunu belirtmiştir (2011, s. 18-19). Tanrı gerçek olmaktan çıkarak insanların ürettiği bir metaya dönüşmüştür. Postmodern dünyada büyük dini sistemlerden ziyade yeni dini oluşumlara yer açılmaktadır. Postmodernleşen hayatta tüketim kültürünün yaygınlaşmasıyla inanışlar da gündelik ihtiyaçlara göre belirlenmekte ve benimsenmektedir. Tüzer, postmodern çağda dinin ateistik bir nitelik taşıdığını belirtmektedir (2015, s. 111). Tüzer, peygamberlerin de gereksizleştirildiğine vurgu yapmaktadır. Her dönem toplumdaki konumu değişen din, ilk olarak özne konumundayken modern çağa girişle birlikte nesne konumuna gelmiştir. Günümüz postmodern çağda ise dinin metalaştığı görülmektedir. Modern dönemde üretim aşamasında olan toplum, postmodern dönemde tüketime geçmiştir. Böylelikle evrendeki her şey gibi dinde alınıp satılan bir mala dönüşmüştür.

Modernizmin yarattığı boşlukları doldurmayı planlayan postmodernizmle birlikte yeni dini oluşumlar ortaya çıkmıştır. Bunlardan biri de paganizmin günümüz şartlarına uyarlanmış hali olan neo-paganizmdir. Doğadaki bütün varlıkları kutsayan Paganizm, semavi dinlerden önce ortaya çıkmış ve zamanla değişerek günümüze kadar ulaşmıştır. Kadim doğa dinlerini tanımlamak için genel bir terim olarak kullanılan paganizm, hatırlanacağı üzere üç döneme ayrılmıştır. Bunlardan ilki paganizmin en eski oluşumunu tanımlayan Paleo- Paganizm, diğeri Mezo-Paganizm ve son olarak postmodern dönemde ortaya çıkarak günümüzde yaşatılan neo-paganizmdir. Klasik pagan inancından farklı olarak neo-paganizm ya da diğeri bir ifadeyle çağdaş paganizm cemaat oluşumlarından çok cemiyet yapılarına dayanmaktadır. Evrende yaşanan değişiklikler sonucu özellikle şehirlerin boğuculuğu ve insanların kalabalıklar içerisinde yalnızlaşması sonucu tekrar canlanan paganizm insanların yaşamış olduğu duruma bir karşı gelme şeklinde oluşturulmuştur (Güven, 2015, s. 328). Neo-paganizm, yeni bir inanış biçimi olsa da eski çağlarda yaşatılmış olan paganizmden izler taşımaktadır. Bu nedenle neo-paganizm, eski pagan inanışların postmodern dönemde yeniden yorumlanarak uygulanmasıdır.

Köye ait anlamına gelen Latince *Paganus* sözcüğünden türeyen paganizm, dinlerin atası olarak görülmektedir. Klasik paganizmde inanılan tanrıların bir kısmı neo-paganizmde de yer almaktadır. Doğayla özdeşleştirilen bu tanrı ve tanrıçalar Yunan, Roma ve Mısır gibi uygarlıkların mitolojilerinde yer almaktadır. Bereketi simgeleyen tanrıçalardan yeryüzünü ve gökyüzünü temsil eden tanrılara kadar birçok tanrı'ya tapılmaktadır. Tanrıların doğayla özdeşleştirilmesinden anlaşıldığı üzere klasik paganizmde olduğu gibi modern paganizmde de doğa kutsal olarak kabul edilmektedir. Doğaya saygı duyan neo-paganlar doğayı toplumun evi olarak görmektedir. Ayrıca Evren'de yer alan tüm canlı ve cansız varlıklar eşit olarak görüldüğünden hepsine saygı duyulmaktadır. Bu nedenle neo-pagan insan doğa ile uyumlu olmaya özen göstermektedir. Ayrıca doğanın döngüsü paganların ritüellerine de yansımıştır.

Klasik paganizmin birçok özelliğini benimseyen neo-paganistler büyü ve doğaüstü güçlere inanmaktadır. Doğüstü güçlerin kullanımıyla bir amaca ulaşmayı hedefleyen büyü iyi niyet için kullanılabildiği gibi kötü amaçlar için de tercih edilmektedir. Bir inanç sistemi olan Wicca neo-paganizm içerisinde yer alarak modern dönemdeki büyüünün varlığını kanıtlamaktadır. Modern zamanın büyücülerini olarak nitelendirilen Wiccanlar doğadan güç aldıklarına inanmaktadır. Eski inançlar üzerine kurulmuş bir inanış biçimi olan Wiccanlık dünya temeli bir dindir. Wicca dini, ırk, cinsiyet ve yaş gibi ayrımlar yapmadan herkese kapılarını açmaktadır. Ayrıca doğüstü güçlere önem veren Wicca ile cadılık birbiriyle karıştırılmaktadır (Zimmermann & Gleason, 2000, s. 25). Wicca dini bir inanışken, cadılık her dinde yer alabilecek bir uygulamadır. Ancak kadim doğa dinlerinin ayrılmaz bir parçası olan cadılık faaliyeti ile wicca inanışı arasında farklılıklar olsa dahi wicca içerisinde cadılık uygulamaları bulunmaktadır.

Doğayla iç içe olmayı görev bilen wiccalar, doğaya ve mevsim döngülerine önem vermektedir. Öyle ki Wiccalar için sekiz önemli mevsimsel bayram bulunmaktadır. Bunlar, *sambamın*, *imblog*, *oestara*, *Beltane*, *Litha*, *lammas*, *Mardin yule*'dir. Bu döngü sayesinde tanrı ve tanrıçalara dua edilmektedir. Bununla birlikte tanrıçaya her dolunay zamanı ibadet edilmektedir. “*Cadıların Nasihati*” adlı kitapta Wiccan Rede olarak bilinen kuralda kimseye bir zarar verilmediği sürece wiccalıların her şeyi yapabilecekleri belirtilmektedir. Gerald Brosseau Gardner tarafından oluşturulduğu düşünülen wicca gelenekleri şunları içermektedir (Holland, 2000, s. 10-11):

1. **Gardnerian Wicca:** Ganderian cadılık olarak da adlandırılan bu wicca geleneği Gerald Gardner'in bir oluşumu olarak bilinmektedir. Gardnerian wicca 13 üyesi olan cadılar meclisi tarafından yürütülmektedir.
2. **Alexandrian Wicca:** 1960'lı yıllarda İngiltere'de Alex ve Sanders tarafından kurulmuştur.
3. **İngiliz Geleneksel Wicca:** Kelt tanrıları ve Gardnerian wicca geleneğinin karışımı olarak oluşan İngiliz geleneksel Wicca Yeni Orman bölgesinde bulunan wicca geleneklerini gruplandırmak için kullanılmaktadır.
4. **Kelt Wicca:** Bu Wicca geleneği ise kelt mitolojisinde de yer alan tanrı ve tanrıçaları içermektedir.
5. **Dianic Wicca:** Sihir ve büyü'nün oldukça yoğun olarak kullanıldığı Dianic Wicca geleneğın tanrıça Diana'nın adını taşımaktadır.
6. **Faery (peri) Wicca:** Yeşil büyücülük ve peri büyüsünün kullanıldığı bu wicca geleneği bir İrlanda geleneğidir.
7. **Teutonic (İskandinav) Wicca:** Norveç ve German kültürünün tanrılarını, sembollerini ve uygulamalarını içeren wicca geleneğidir.
8. **Aile gelenekleri:** Kuşaktan kuşağa aktarılarak cadı olan aileleri ifade etmektedir. Genellikle bu kişiler gizli tutulmaktadır (Günaltay, 2006).

Modern Wicca dininden sonra diğeri bir çağdaş pagan inanışı *Zuizmdir*. Anu, Enlil, Enki gibi Sümer tanrılarının yer aldığı *Ziuzm*, İzlanda'nın resmi dini olarak bilinmektedir. İzlandalılar *Zuizmi* kabul etmeden önce devlete din vergisi ödemektedir. Tepki olarak *Zuizmi* benimseyen İzlandalılar böylelikle kiliselerin vatandaşlardan vergi almasına karşı çıkarak mensuplarına ödedikleri vergileri geri vermeyi vaat etmiştir. Neo-paganizm şemsiyesi altında yer alan diğeri bir din ise *Asatru*dur. *Asatru*, Hristiyanlık öncesi İskandinav dinidir. *Asatru* kelimesinin anlamı, *Aesir*'e sadık erkeklerdir. Hatta *Asatru* dininin İzlanda'daki takipçilerinin adı '*Asatruarmenn*' olarak bilinmektedir. Kuzey Amerika'da ise *Asatru* *Odinizm* olarak nitelendirilmekte ve bireyler *odinist* olarak adlandırılmaktadır (Slauson, 1978, s. 10). *Aesir*, *Asatru* dininde yer alan ilahlardan biridir. Diğeri ise *Vanir* olarak bilinmektedir. *Odin* ise *Asatrunun* en tepesinde yer alan tanrıdır.

Odinizm olarak da adlandırılan *Asatru* inanışına, *Germen neo-paganizmi* de denilmektedir. Çoktanrılı bir yapıya sahip olan Modern *Asatru* dini tatilleri belirlemek

için klasik paganizmde olduğu gibi mevsim ekinokslarını temel alınmıştır. Bununla birlikte modern Asatru inanışının ritüllerinde kurban kanını temsil eden şaraplar bulunmaktadır. Bu şaraplar Asatru dininde yer alan tanrılara sunulmaktadır.

Modern dönemin postmodern inançlarından bir diğeri de Kemetizm'dir. Kemetizm, Antik Mısır dinlerinin yeniden canlandırılmasıyla oluşan neo-pagan bir inanıştır. Amerika Birleşik Devletleri'nde doğup diğer Avrupa ülkelerine de yayılan Kemetizm, Hristiyanlık öncesinde bütün insanların pagan inancına sahip olduğunu savunmaktadır. Hristiyanlıkla çatışan bazı düşüncelerinden dolayı Kemetikler üç guruba ayrılmaktadır. Ortodoks Kemetizmi, Kara Kemetizmi ve Neo-Atenizmdir. Bunlardan en büyük Kemetik neo-paganizm hareketi olan Ortodoks Kemetizmi Afrika dini olarak bilinmektedir. Birçok tanrı ve tanrıçaya inanan Ortodoks Kemetikleri, monolatri adı verilen çoktanrıcılık türünü benimsemiştir. Monolatri, tanrıların farklı bireyler olarak ortaya çıkabileceğini tanrıların senkretizm yoluyla birbirleriyle anlaşılabilmelerini sağlayan çoktanrıcılık türüdür (Kemetik Orthodoxy, 2020). Sonuç olarak Kemetizmin hangi grubu olursa olsun, diğer neo-pagan inanışları gibi doğayı koruma ve insana saygı temelinde oluşturulmuş bir dindir. Kemetizm gibi modern dünya dinleri arasında yerini alan bir diğer neo-pagan inanış Judeo paganizmdir. Yahudi paganizmi olarak da bilinen bu inanış Yahudilerin dünya elementlerine bağlı bir din oluşturma çabasının ürünüdür. Judeo paganistler, dinlerinin kökenlerine inmeye çalışmaktadır. Ayrıca Judeo paganizmi oldukça yeni bir oluşumdur.

Druidizm de postmodern bir paganist inançtır. Druidistler doğaya ve tüm varlıklara saygıyı temel aldıkları için paganizm şemsiyesi altında konumlanmaktadır. Merkezi otoriteden yoksun olan Druidizm eski bir Kelt dinidir. Kelt ritüellerinde ağacın önemli bir yeri bulunmaktadır. Modern Druidlerde de tüm varlıklar kutsanmakla birlikte ağaçlara verilen değer ayrıdır. Özellikle meşe ağacı Druidizmde merkezi bir rol oynamaktadır (Turner & Gibbens, s. 5). Druidlere göre ağaç gücü, yer ile gök arasındaki bağı göstermektedir. Kendilerine ait kutsal bir metin bulunmayan Druidler inanışlarını sözlü olarak aktarmaktadır. Dinden ziyade bir felsefe gibi kabul edilen Druidizm, kendi içeriğinde ateist olanlar ve Hristiyan olanlar şeklinde ayrılmaktadır. Öldükten sonraki yaşama da inanan Neo-Druidizm, Druidlik olarak da adlandırılmaktadır. Druidler Kelt rahipleri olarak bilinmektedir. Ayrıca diğer pagan dinleri gibi büyüü kullanmakta ve düzenledikleri ayinlerde tanrılarına kurban sunmaktadırlar.

Yenidünya dinleri olarak da adlandırılan neo-paganizm, daha birçok farklı dini oluşumu bünyesinde barındırmaktadır. Tanrının ölümünün ilan edildiği postmodern dönemde tek tanrılı dinlerin öneminin azaldığı onun yerine çoktanrılı inanışların hâkim olduğu bir neo-pagan döneme geçilmiştir. Doğayı insanın evi olarak gören neo-paganlar, kendi yaşam biçimlerini kimseye zorla dayatmamakta, her türlü ayrımcı politikalara karşı çıkmakta ve toplumda yer alan yasaların ve kuralların az olması gerektiğine inanmaktadır (Güven, 2014 , s. 68). 19. Yüzyılda Avrupa’da ortaya çıkan ve daha sonra hızla yayılan neo-paganizm, aydınlanmanın açmazları ile Hristiyanlığın uygulamalarından sıkılan bir grup insan tarafından eski pagan kalıntılarının yeniden canlandırılması olarak değerlendirilmektedir.

Çağdaş paganizm ya da modern paganizm olarak da adlandırılan neo-paganizm, Amerika ve Avrupa’da ortaya çıkan yeni dinsel oluşumlarda görüldüğü gibi doğayı temel olarak özgürlüğe vurgu yapmaktadır. Neo-pagan dinler, özellikle büyüye ve cadıcılık faaliyetlerine önem vermektedir. Neo-pagan dinlerin büyü ve cadıcılık ile ilgili uygulamaları Orta Çağ’ ın izlerini taşımaktadır. Büyü, iyi niyetle yapıldığı gibi kötü amaçlar için de uygulanmaktadır. İki dünya arasında bağlantı olduğunu düşünen neo-paganlar, büyücülük ve cadıcılık faaliyetlerinin yanı sıra klasik paganizmde yer alan kurban, cinsellik, şiddet gibi aşırılıkları da yaşatmaktadır.

Aşırılıklar çağı olarak adlandırabileceğimiz postmodernizmde akıldan ziyade duygu ön plana çıkmıştır. Artık insanlar gerçekten ziyade haz peşine düşmektedir. Aynı haz semavi dinlerden önce yaşamış olan pagan dönemde de görülmektedir. Hatta kimi düşünürler postmodern dönemi benzerliklerinden ötürü pagan dönem olarak görmektedir. Pagan bakış başlığı altında belirlenen kurban, büyü, cinsellik, kadın, şiddet ve kan, tanrısallık gibi kodların günümüz modern ötesi dönemde de görülüyor olması aşırılığın ve hazzın varlığını kanıtlamaktadır. Örneğin, Hollywood sinemasında şiddet ve cinsellik ayrıntılı şekilde gösterilmektedir. Bununla birlikte izleyenlerin bundan keyif alması söz konusudur. Gözün aşırılığı olarak da adlandırabileceğimiz postmodern dönemde üretilen dizi ve filmlerde süper güçlere sahip tanrısal özelliklerin atfedildiği karakterler yer almaktadır. Bu durum neo-paganların tanrıdan ziyade insanları tanrısallaştırdıklarını kanıtlamaktadır. Özellikle film ve diziler vasıtasıyla anlatılan neo-paganizmin temel amacı ise semavi dinlerin oluşturduğu tek yaratıcı fikrinin silinerek yerine daha kuralsız ve hazza düşkün toplum yaratmaktır.

Postmodern dönemde yayınlanan dizilerden “*Game of Thrones*”da tanrısallaştırılmış kişiler mevcuttur ve mitolojinin izlerine rastlanılmaktadır. Yine “*Atiye*” adlı dizide pagan işaretlerinin kullanılması neo-paganizmin insanlara aşılarmaya çalışıldığını göstermektedir. Bunun gibi birçok dizi ve filmin yanı sıra kliplerde ve sosyal medya mecralarında çağdaş paganizmi yansıtan paylaşımlar bulunmaktadır. Bu paylaşım ve kliplerde cinsellik abartılarak açık seçik bir şekilde gösterilmektedir. Cinsel eyleme kutsallık atfedilirken kadının toplum içindeki konumu da sergilenmektedir. Cinsellikle birlikte şiddet de postmodern dönemde şeffaflaştırmıştır. Böylelikle paganizmin aşırılıkları doğallaştırmaya çalışılmaktadır.

Paganizmin aşırılıklarının doğallaştırmaya çalışıldığı postmodern dönem her şeyin açık seçik yaşandığı bir ortam sunmaktadır. Hazzı ve zevki kitlelere sunarak onların rızalarını alan modern sonrası dönemde gerçekten çok gerçeğin yansımaları görülmektedir. Simülasyonun hâkim olduğu dönemde tüm katı düzen alt üst edilerek yerine daha esnek bir ortam oluşturulmuştur. Yenidünya dinlerinin de hâkim olduğu modern sonrası dönemde semavi dinler öncesi yaşatılmış olan çoktanrılı dinler günün şartlarına uyarlanarak tekrar canlandırılmıştır. Artık akıldan çok duygularıyla hareket eden, kendi çıkarları peşinde koşan insan Hobsbawm’ın da belirttiği gibi aşırılıklar çağını yaşamaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

MODERN SONRASI DÖNEMDE GÖZ KÜLTÜNÜN YÜKSELİŞİ

Geleneksel toplum yapısının hâkim olduğu modern öncesi dönemde dinin egemenliği söz konusuken bilgi yaşa ve tecrübeye bağlı olarak edinilmiştir. 17. Yüzyılda yaşanan Aydınlanma ile akıl kutsanırken toplum rasyonalize edilmiştir. Modern dönem olarak adlandırılan bu yüzyılda geleneksel olan her şey toplumdan sökülüp atılmaya çalışılmıştır. Ancak ikinci dünya savaşından sonra yaşanan olumsuzluklar modernizmin vaatlerini gerçekleştirememesine neden olmuştur. Modernizmin açıklarını gören düşünürler ise adına postmodernizm denilen dönemi başlatmıştır. Bazı düşünürler postmodernizmi modernizmin devamı olarak görmekteyken bir kısmı ise postmodernizmin modernizme bir başkaldırı olduğunu düşünmektedir.

Modern sonrası dönem olarak da adlandırılan Postmodernizmde imgesel belleğin kullanıldığı görülmektedir. Teknosentrik özelliğe sahip olan modern sonrası dönemde kitle iletişim araçlarının da vasıtasıyla göz kültü öne çıkmıştır. Walter J. Ong, ikinci sözlü kültür çağı olarak adlandırdığı bu dönemde çağdaş görsel kültürün oluşumundan bahsetmektedir. Ong'un ayrımını yaptığı 3 farklı kültürden ilki sözlü kültür çağıdır. Bu çağ yazının olmadığı dönemi ifade etmektedir. Diğer bir kültür ise yazılı kültür dönemidir. Bu dönem yazının icadıyla başlamaktadır. Son olarak ise görsel kültür çağı ya da ikinci sözlü kültür çağı bulunmaktadır. Ong'un bahsettiği iki farklı sözlü kültürden ilki sözel nitelik taşıyan konuşmayla ilişkiliyken ikincil sözlü kültür telefon, radyo, televizyon, internet gibi elektronik teknolojilerin gelişimiyle alakalıdır (Ong, 1995, s. 23-24). Artık söz teknolojikleşirken görsel olan da önem kazanmıştır. İmgelerin üretilip dolaşıma sokulduğu görsel kültür döneminde optiğin ehemmiyeti artmıştır. Bu son dönem postmodernizm denen döneme tekabül etmektedir. Bu bölümde de postmodern dönemle birlikte görsel kültürün ve göz kültünün kullanımının yükselişe geçtiğini göstermek amaçlanmıştır.

2.1. MODERN SONRASI DÖNEMİN TİNİ

Modern dönemin, sorunları çözmekten çok sorunlara neden olması yeni bir dönemin belirmesine neden olmuştur. Yeni dönem modernizmi eleştirirken kendi

özelliklerini de topluma entegre etmeye çalışmıştır. Postmodernizm olarak adlandırılan terim mimari, sanat, edebiyat, felsefe gibi birçok alanda yer almaktadır. Postmodernizm terimini ilk olarak *Frederico de Onis* kullanmıştır. 1930'lu yıllarda telaffuz edilen kavram daha sonraki dönemlerde sanatçı ve yazarların sıklıkla kullandığı bir terim haline gelmiştir. Günümüzde ise postmodernizm üzerine hem batılı yazarlar hem de Türkiye'de bulunan düşünürler tarafından birçok eser kaleme alınmıştır.

Postmodernite, postmodern, postmodernleşme ya da postmodernizm kavramlarının birbirleriyle karıştırıldığı görülmektedir. Ancak her biri farklı anlama sahiptir. Postmodernite kavramı tarihsel bir dönemi ifade ederken postmodern nosyonu sıfat niteliği taşımaktadır. Modernleşme ile Postmodernleşme ise iki farklı aşamanın oluşumuna işaret etmektedir. Son olarak postmodernizm kavramı söylemin ideolojik yanını göstermektedir (Şaylan, 2002, s. 56). Bu tür kavramsal karmaşanın yaşanmasında özellikle postmodernizmin birçok alanda kullanılmasından kaynaklanmaktadır. Postmodernizm kavramının tanımında ise bir belirsizlik bulunmaktadır. Kavram üzerine yapılan tanımlarda düşünürler çekimser kalmaktadır. Bu nedenle herkesin üzerinde anlaşmış olduğu bir tanım bulunmamaktadır.

“Post” ön ekini alarak modern dönemden sonra yaşanan dönemi ifade etmek için kullanılan Postmodernizmi tanımlamaya çalışan düşünürler, kavrama açıklama getirirken kendi alanları çerçevesinden yaklaşmışlardır. Fransız Filozof Jean François Lyotard, postmodernizmi meta-anlatılara yönelik şüphecilik olarak gördüğünü belirtmektedir (Lyotard, 1990, s.12). Üst anlatı olarak da adlandırılan meta anlatılar, bir toplumu veya tarihi evrensel ilkeler doğrultusunda açıklamaya çalışmaktadır. Lyotard modernizmin özgürlük, eşitlik, rasyonalizm gibi ideallerini meta anlatı olarak görmektedir. Postmodernist olan Lyotard, modernizmi bu yönden eleştirmektedir. Ayrıca postmodern dönemde üretimin gücünün bilgi olduğuna vurgu yapan Lyotard, bahsetmiş olduğu meta anlatıların tükenişiyle modern dönemin sona ererek yeni bir döneme girildiğini söylemiştir.

İngiliz tarihçi Arnold Joseph Tonybee ise postmodernizmi anarşi ve total görecelilik çağı olarak görmüştür (Best & Kellner, 1991, s. 6). Tonybee, bir değişim olarak gördüğü modern sonrası çağın kaos yarattığını vurgulamaktadır. Ernest Gellner, tek, kapsayıcı olarak belirttiği postmodernizmin nesnel ya da aşkınsal doğruluk

düşüncesine karşı çıkan ve yanıp sönen bir moda olduğunu belirtmektedir (Gellner, 1994, s. 43). Gellner, postmodernizmi tanımlarken onun hipergerçeklik özelliğine vurgu yapmaktadır. Gerçekten ziyade üretilmiş hakikatlerin var olduğu modern sonrası dönemde gerçeği temsil eden imgeler bulunmaktadır. Hipergerçek kavramına anlam kazandıran düşünürlerden Baudrillard’a göre Disneyland’daki düşsellik ne gerçektir ne de sahte. Disneyland gerçeği yeniden üretmeye çalışan bir ikna makinesidir (Baudrillard, 2011, s. 30). Baudrillard’ın Disneyland üzerinden örneklendirdiği hipergerçeklik kitle iletişim araçlarının ve enformasyon teknolojilerinin ürettiği sahte bir gerçekliktir. Postmodern insan artık hakikati televizyonlardan elde etmektedir. Bu hakikat tasarlanmış bir hakikattir. Böylelikle Baudrillard, simülasyon çağında olduğumuza değinmektedir. “*Simülakrlar ve Simülasyon*” adlı eserinde Baudrillard, gerçek ve hakikatle bir ilişkimiz kalmadığından bahsetmektedir.

Zygmunt Bauman ise modernizm ve postmodernizm arasındaki ayrıma vurgu yaparak postmodernizmi övmektedir (Bauman, 2003, s. 131): “*Özgürlük, eşitlik ve kardeşlik, modernizmin sloganıydı. Özgürlük, farklılık ve hoşgörü ise postmodernizmin ateşkes formülüdür*”. Bauman, modernizme yönelik eleştirilerini Holocaust üzerinden yapmaktadır. Nazilerin II. Dünya Savaşı’nda, altı milyon civarında Yahudi’ye yaptığı soykırımı adlandırmak için kullanılan Holocasustu modernliğin büyük bir günahı olarak görmektedir. Ayrıca Bauman, postmodernistlere göre insanın sürekli oluşum halinde olduğunu bu nedenle de kişi sözcüğü yerine özne kelimesini kullandıklarını belirtmektedir (Bauman, 2000, s. 132). O, özellikle postmodern dönemde kimliklerin akışkan bir özelliğe sahip olduğunu söylemektedir. Daniel Bell de postmodern dönemin insanların iktidar hırslarını ve arzularını dışa vurdukları bir çağ olarak tanımlamaktadır (Best & Kellner, 1991, s. 13). Ünlü sosyolog Bell’in “*The Cultural Contradictions of Capitalism*” adlı eserinde sanayi sonrası toplum olarak belirttiği postmodernizme yönelik kaygılarına değindiği görülmektedir.

Harvey, postmodernizmi tanımlarken onun gelip geçicilik, parçalanma, süreksizlik ve kargaşa özelliklerine değinmektedir (Harvey, 1992, s. 39). Harvey’e göre postmodernizm bu özelliklerinden dolayı dünyada hiçbir şey yokmuşçasına kargaşa içerisinde yüzmektedir. 20. Yüzyılın büyük postmodernist düşünürlerinden Foucault, güç ve iktidar ilişkilerini incelemiştir. Kendisi postmodernist olmadığını söylemiş olmasına rağmen çalışmaları ve düşünceleri postmodern bir düşünür olduğunu göstermektedir.

Foucault özellikle bilginin saf aklın ürünü olduğunu ileri süren modernizmi eleştirerek bilginin iktidardan bağımsız olmayacağını belirtmiştir. Aydınlanmaya karşı bir duruş sergileyen Foucault, deliler üzerine çalışmalar yapmıştır. Eski çağlarda deliler toplumun içinde yaşamıştır. Ancak Foucault'a göre artık toplumdan izole edilmeye çalışılmaktadırlar. Böylelikle kapitalizm ayak bağı olmamaları adına delileri toplumun dışına atmıştır. Hapishane, cinsellik, dil gibi birçok konuda çalışmalar yapan Foucault, modernizmin yol açtığı olumsuzlukları göstermeye çalışmıştır.

Frederich Nietzsche de aydınlanma düşüncesine karşı çıkan postmodern düşünürler arasında yer almaktadır. Aydınlanmaya ve modernizmin rasyonalist tavrına eleştiriler yönelten Nietzsche, postmodernizmin savunduğu gibi hakikatin sürekli olarak değiştiğini, var olan, bulunabilen bir şey olmadığını belirtmektedir. Bununla birlikte tanrının ölümünü ilan eden Nietzsche modernizmin tersine insanın tanrı olamayacağını belirtmektedir. Nietzsche (2009, s. 90); “*Göbeğimizin altı, insanın neden kendini bir Tanrı yerine koyamadığının sebebidir*” diyerek modernizmin yapmaya çalıştığının neden yanlış olduğunu göstermektedir. Ona göre tanrının varlığı kendinde bulunmaktadır. Tanrı doğmamıştır ve doğurmamıştır. Bu nedenle de göbek altı olarak işaret ettiği gibi tanrı insanlaştırılmamalıdır. Nietzsche ve diğer postmodernistler hakikati sorgularken dinin boyunduruğundan kurtardıkları insanı özgürleştirmeye çalışmaktadır.

Yapısalcılığa yönelik eleştirileriyle bilinen postyapısalcılık da postmodern düşüncenin oluşumunda etkili olmuştur. Foucault, Derrida, Deleuze, Lacan, Barthes, Lyotard, Kristeva gibi birçok düşünürün katkılarıyla oluşturulan postyapısalcı düşünce, yapısalcılığın nesnel bir bilimi savunmasına karşı çıkarak özneliği savunmaktadır. Ayrıca postyapısalcılık, yapısalcılığı eleştirirken modernizmi de hedef almaktadır. Yapısalcılara göre dil, gerçeği üretmektedir. Ayrıca özne de yok sayılmaktadır. Ancak postyapısalcılık öznenin varlığını ortaya koyar ve bir metinde yazardan ziyade okuyucunun varlığını gösterir. Her metnin arkasında bir yapı olduğunu iddia eden postyapısalcılığın ve postmodernizmin en önemli temsilcilerinden biri olan Jacques Derrida yapısöküm (deconstruction) yöntemini ortaya atmıştır. Derrida metinlerin katı bir yapıya sahip olmasından ziyade anlamın çoğulluğuna vurgu yapmıştır. Derrida yapısöküm yöntemiyle var olan ve metinler ile inşa edilmeye çalışılan insan ve toplumsal yaşantı tasarımı karşı çıkmıştır (Alkın, 2014, s. 202). Yapısöküm yöntemiyle dildeki ikircikli yapıları ortaya çıkarmaya çalışan Derrida, göstergelerin başka göstergelerle

birlikte anlam bulduğunu ve bir göstergenin tek başına bir anlamı olmadığını söylemektedir.

Lyotard'ın post-endüstriyel bir çağ olarak belirttiği postmodern dönemi Alvin Toffler üçüncü dalga olarak nitelendirmiştir. Sonuç olarak birçok düşünürün katkılarıyla nefes bulan postmodernizm söyleminin tanımlamasını kısaca şu başlıklar altında toplamak mümkündür (Odabaşı, 2004, s. 21-23):

- Hemen herkesçe benimsenen önermelerin reddedilmesidir.
- Dilin kullanımında ve kaynaklarda, bilim adamlarının bulunduğu ortamlarda çoğulculuğun ve parçalanmanın kabul edilmesidir.
- Özellikle postmodern söylem içerisinde farklılıkların benimsenmesidir.
- Dilin hakikati ürettiği tezinin aksine hakikat ve gerçeklik anlayışlarının tartışılarak dilsel dönüşümün yaşama geçirilmesidir.
- Evrensel olarak kabul edilen değer anlayışından ziyade yoruma açık seçeneklerle karşı karşıya gelmekten korkmamaktır.
- Gerçeği olabildiğince sorgulamaktır.
- Belirli sözcükleri kullanmak yerine gerçekliği kendi bütünlüğü, özerkliği içinde anlamaya çalışmaktır.
- Ruh ve beden olarak insanı ikiye ayıran fikirleri sorgulamaktır.
- Evrensel olarak kabul edilen doğrunun egemenliğine karşı çıkmaktır.
- Önemli olanın hakikat/doğrunun nasıl kurulduğudur.
- Genel olarak belirlenen ahlaksal anlayışlar, ilkeler doğru değildir. Çünkü her şey kendi bulunduğu zaman diliminde oluşur.

Yeni bir dönemi ifade eden postmodernizm, farklı tanımları içerdiği gibi birçok özelliği de kapsamaktadır. Postmodernizm özellikle modernizmle kıyaslandığında modernizmin neredeyse tüm özelliklerine karşı çıkış olarak kendi niteliklerini oluşturmaktadır. İlk olarak modernizmin evrensellik iddialarına karşı postmodernizm yerelliği ve farklılığı savunmaktadır. Modernizmin üretmiş olduğu üst anlatılar (meta narrative) postmodernistler tarafından eleştirilerek evrensel teorilerden ziyade her kültürün farklı değer ve kurallara sahip olduğunu belirtmektedir. Modern düşünürler toplumda düzenin olduğunu iddia etmesine karşın postmodernistler anarşinin ve kaosun

hüküm sürdüğünü belirtmektedir. Bundan dolayı postmodernistler toplumda evrensel teorilerin işlemeyeceğini düşünmektedir.

Postmodernistler her türlü ayrıma şüphe ile bakmaktadır. Onlara göre toplumlar arasında kesin hatlarla çizilmiş ayrımlar bulunmamaktadır. Kitle kültürü ve yüksek kültür gibi ayrımlar da anlamsızdır. Bu nedenle farklı kültürler arasındaki uçurumlar da kapanmıştır. Modern sonrası dönemin diğer bir özelliği ise postmodernlerin tarihe yönelik duruşudur. Postmodernistler, toplumsal ilerlemenin olmadığını düşünmektedir. Özellikle onlara göre Marksistlerin iddia ettikleri gibi maddenin hareketiyle oluşan bir tarih anlayışı tamamen yanlıştır. Bununla birlikte modernizmin insan aklını kutsallaştırmasına karşı çıkan postmodernistler aklın baskıcı ve totaliter bir özelliği sahip olduğunu iddia etmektedir. Ayrıca modern sonrası dönemin düşünürleri pozitivist bilimlerini de eleştirmektedir. Çünkü onlara göre araştırmacı, pozitivizmin iddia ettiği gibi araştırmasını yaparken değer yargılarından ve tutumlarından uzaklaşmamaktadır. Bu nedenle ondan tarafsızlık beklenmemelidir.

Sürekli olarak çok sesliliği savunan postmodernistler nesnel ve tarafsız bilgiden ziyade yorum bilgisiyle ulaşılan bilgileri kabul etmektedir. Rosenau bu durumu metinlerarasılığa (intertextuality) vurgu yaparak açıklamaktadır (1992, s. 112):

“Metinlerarasılık, modern sosyal bilimin nedensel açıklamasının ortak bir post-modern ikamesidir. Modern sosyal bilim, nedenselliğin ve öngörünün açıklama için gerekli olduğunu varsaymıştır. Kesinlikle etkileşimli metinlerarasılık, doğrudan nedensellik olasılığının güçlü bir şekilde reddedilmesi anlamına gelir, çünkü her şeyin mutlak etkileşimli bir şekilde ilişkilendirildiği dünyada, nedenselliğin gerektirdiği zamansallığı kurmak neredeyse imkânsızdır.”

Bir metnin başka metinlerle bağlantılı olması anlamına gelen metinlerarasılığı benimseyen postmodernistler, böylelikle hiçbir metnin birbirine karşı üstünlüğünün olmadığını düşünmektedir. Postmodernizmin diğer bir özelliği ise dine yönelik bakış açısıdır. Modernistlerin tanrıyı silerek insanı tanrısallaştırmasına karşın postmodernistler, insanın tanrısallaştırılamayacağını belirtmektedir. Postmodernistler yeni dini akımları benimserken modernizmde kaybolan kutsallığı geri getirmişlerdir. Ancak bu kutsama modern öncesi dönemde olduğu gibi bir kutsama değildir. Tamamen yapay ve kültür endüstrisi tarafından üretilen kutsallıktır.

Kutsallık anlayışının değiştiği postmodern dönemle birlikte geçmiş tekrar önem kazanmıştır. Modernizmin geçmişi toplumdan söküp atmaya çalışmasına karşın

postmodernizm geçmişle geleceği sentezlemektedir. Bununla birlikte postmodernizm denildiğinde akıllara kentleşme de gelmektedir. Özellikle sanayi devrimiyle birlikte modern dönemde oluşan kentleşme postmodern dönemde artmıştır. Bu alanlarda yeni yaşam tarzları ve kültürler oluşturulmuştur. Postmodernistlere göre kent, farklılıkların ve çok sesliliğin mekânıdır. Oluşan kentlerle birlikte insanların tüketim alışkanlıkları da değişmiştir. Artık tüketilen malların işlevsel yararından çok simgesel faydası ön planda tutulmaktadır. Hedonizmin (hazzın) yaşandığı postmodern dönemde fantaziler ve duygular göz önünde bulundurulmaktadır. Sembolik tüketimin yaşandığı modern sonrası dönemde kültür tüketime dayalıdır (Kahraman, 2004, s. 190). İnsanlar başkaları hakkındaki hükümlerini kişinin tükettiği ürünlere bakarak vermektedir. Her alana dokunan bir kavram olarak postmodernizmde birey merkezsiz bir yapıya sahiptir. Modern dönemin tüm yapılarını, yapısöküme uğratan postmodernizme yönelik eleştirel yaklaşımlar da geliştirilmiştir. Rosenau'ya göre postmodernizmin kes-yapıştır karakteri ve bütünlükten yoksun oluşu postmodernizmin hem güçlü hem de zayıf yanını oluşturmaktadır (1992, s. 14). Farklılıkları ve çok sesliliği savunan postmodernizmin bütünlükten yoksun olduğunu düşünen Rosenau'ya göre postmodernizm içinde herkes kendine göre bir şeyler bulmaktadır.

Habermas ise modernizmin tamamlanmamış bir proje olduğunu savunurken postmodernizme karşı duruş sergilemiştir. Modern kavramının yeniye göndermede bulunduğunu vurgulayan Habermas, Aydınlanma Dönemindeki modernizmin bilimle ve teknolojiyle, 19. yüzyıldaki modernizmin ise sanatla bağlantılı olduğunu söylemiştir. Bu modernite ise geleneğe karşı duruşunu daha da arttırmış yenilik, dinamizm, tekillik gibi tecrübelerle özel bir değer yüklemiştir (Kellner, 2000, s. 396). Frankfurt okulunun üyelerinden Habermas, postmodernizmin modernizm üzerine olan iddialarını sorgulamıştır. Nietzsche ve diğerlerinin akla yönelik eleştirilerini tenkit eden Habermas, iletişimsel eylem kuramıyla modernitenin sorunlarını çözmeye çalışmıştır. Habermas'ın ortaya attığı iletişimsel eylem kuramı, toplumu bir arada tutmaya yardımcı olmaktadır. Bu eylem tipinde birden fazla insan bir konuda uzmanlaşmak için bir araya gelmektedir. Habermas, modernizmin araçsal aklına karşın iletişimsel aklı ortaya atmaktadır. Böylelikle kamusal alanda farklı fikirler özgürce dile getirilerek sağlanan toplumsal uzlaşıyla iletişimsel eylem kuramı gerçekleşmektedir (Habermas, 2007, s. 135). Postmoderniteye farklı bir açıdan bakan Agnes Heller ve Ferenc Feher, postmoderniteyi

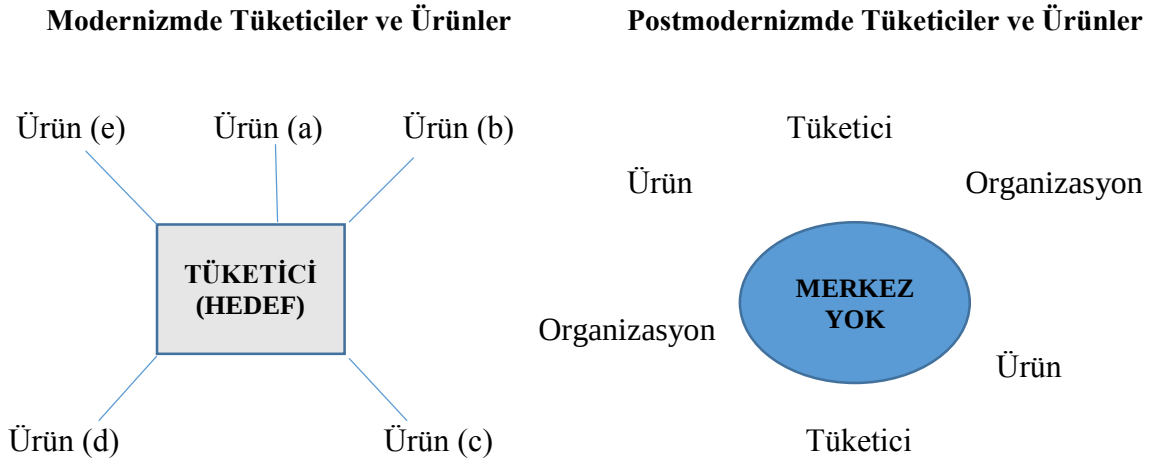
ne bir tarihsel dönem olarak ne de karakteristik özellikleri olan politik ya da kültürel bir eğilim olarak tanımlamamaktadır. Onlara göre postmodernite, dış çizgilerini, moderniteyle ve moderniteye havale edilmiş sorunlarla problemi olanların, moderniteyi suçlamak isteyenlerin ve gerek modernitenin başarılarının gerekse çözümsüz açmazlarının bir dökümünü çıkaranların çizdiği, modernitenin daha geniş kapsamlı zaman ve mekânı içerisindeki özel bir kolektif zaman ve mekân olarak anlaşılmaktadır (Heller & Feher, 1993, s. 7). Heller ve Feher, postmodernitenin daha çok moderniteyi suçlamak isteyenlerin oluşturduğu modernitenin içerisindeki bir özel kolektif zaman ve mekân olduğunu düşünmektedir. Onlar postmodern görüşlerin ortaya çıkmasıyla Batının yaşadığı buhranlı dönemi bir tutmaktadır. Çünkü Heller ve Feher'e göre 1960'lar gibi Batıda yaşanan olumsuz toplumsal, ekonomik ve kültürel şartlar postmodern düşünürlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Postmodernizmi eleştiren diğer bir düşünür ise Anthony Giddens'dir. Giddens, postmodern bir döneme girildiğini iddia edenlere itiraz etmektedir. O, modern bir dünyada yaşadığımızı söylemektedir. Giddens, Habermas gibi modern dönemin daha tamamlanmadığını düşünmektedir. Postmodern dönemin olsa olsa modern dönemin bir devamı olduğunu belirten Giddens, postmodernizm için belirlenen ilkelerin birçoğunu reddetmektedir (Ritzer, 2013, s. 554). Ayrıca postmodernizme yönelik ağır eleştirilerde bulunurken onun bireyi ve bireyin kimliğini parçaladığını söyleyerek modern sonrası dönemin yıkıcı olduğunu düşünmüştür. Paris doğumlu Filozof Ernest Gellner ise postmodernizmin her şeye yönelik hoşgörülü olmasını tuhaf bulmaktadır. O, postmodernizmin savunduğu gibi hakikatin göreceli olduğu fikrine katılmazken, bütün insanların eşit haklara sahip olması görüşüne karşı çıkmaktadır. Gellner'e göre eğer herkes eşitse ve eşit haklara sahipse herkesin inancı da aynı şekilde doğrudur. Bu nedenle de Gellner, postmodernizmin karışık ve saçmalıklarla dolu olduğunu düşünerek karşı çıkmıştır (Gellner, 1993, s. 61). "*Postmodernizm, İslam ve Us*" adlı yapıtında da postmodernizmi ele alan yazar, eleştirilerini okuyucularına sunmaktadır. Gellner, bu yapıtında postmodernizmin sömürgeciliğin bedelini ödemek için öznelciliğin batağına saplandığını belirtmektedir. Hatta öyle ki Gellner postmodern kelimesinin tanımlanmasında yaşanan zorluğu da eleştirmiştir.

Postmodernizmin modernlikten çıkma olduğunu düşünen Alain Touraine, modernizmin savunuculuğunu yapmaktadır. Ona göre aydınlanma kişiyi ailesinin ve

tutkularının dayatmış olduğu kalıplaşmış görüşten uzaklaştırarak onun akılcı bilgiye ulaşmasını sağlayan ve aklın eylemini örgütleyen bir topluma katılmasına olanak tanıyan disiplindir (Touraine, 1995, s. 25-26). Böylelikle Touraine, postmodern dönemle birlikte aklın egemenliğinin sona erdiğini belirtmektedir. Ayrıca Touraine, postmodern dünyanın tanrısal dünyadan ziyade paganizm dünyasına bir geri dönüş olduğunu düşünmektedir. Terry Eagleton ise postmodernizm, alaycılık, şizoid, eleştirelilik, meta biçimine arsızca sarılma gibi özelliklerle kültürel geleneğe yönelik bir pastiş görünümündedir (Harvey, 1992, s. 7-8). Ayrıca Eagleton, postmodernizmi derinlik yoksunu olmakla eleştirmektedir. Bunun gibi postmodernizmi olumsuz yönleriyle değerlendirip onu kabul etmeyen düşünürler, genel olarak postmodernizmi modernizmin içinde var olan yeni bir evre olduğunu betimlemektedir.

Postmodernizmi incelerken değinilmesi gereken bir diğer önemli nokta ise kültür ve kimliktir. Modern sonrası dönemde kültür konusu tüketim ile ilintilidir. Çünkü postmodern dönemde üretimden çok tüketime önem verilmektedir. Tüketimin hâkim olduğu bu toplum tipinde kültür de değişime uğramıştır. Modern dönemde ihtiyaca göre gerçekleşen tüketim eylemi postmodern dönemde statü ve haz için olan bir eyleme dönüşmüştür. Simgesel hale gelen tüketim, hazzı (hedonistik) bir toplum yaratmıştır.



Şekil 2.1. Tüketiciler ile Ürünlerin Modernizm ve Postmodernizmde Konumları (Fırat, Dholakia & Venkatesh, 1995, s.53-54)

Modern dönemde birey tüketirken belirli mekanizmalar tarafından kontrol altında tutulmaya çalışılmaktadır. Ancak postmodern dönemde kişi merkezsiz bir yapıya sahiptir.

Burada birey nesne konumuna indirgenmiştir. Böylelikle tüketici, tüketilen konuma geçmiştir. Fırat, Dholakia ve Venkatesh'in göstermiş olduğu şekilde de görüldüğü üzere modern dönemde tüketici hedefte yer almakta ve böylelikle kolay kontrol edilir durumdadır. Modern sonrası dönemde ise merkez bulunmamaktır. Tüketici kendini daha faal hissetmektedir. Böylelikle tüketime yüklenen anlam ve değerin değiştiği günümüz postmodern evrede, tüketim kültürü adında yeni bir kültür biçimi ortaya çıkmıştır. Bu kültür biçiminde tüketici sürekli olarak yeni ihtiyaçlar hissetmektedir. İleri kapitalizmin yarattığı tüketim toplumunu postmodern düşünür Baudrillard, tüketimin öğrenildiği ve tüketim için alıştırma yapılan bir toplum biçimi olduğunu belirtmektedir (Baudrillard, 2013, s. 87). Statü arayışı içerisinde olan birey bu tür bir toplum yapısında kendisi için oluşturulmuş ihtiyaçlar edinmekte ve yaşamak için ihtiyaçlarını gidermek zorunda olan insan tipinden ihtiyaçları için yaşamak zorunda olan kişiliğe bürünmektedir.

Farklılığı, çoğulculuğu ve zıtlıkları savunan postmodernizm, tüketimde de kitlesel olandan ziyade daha bireyselleştirilmiş olanı tercih etmektedir. Arzuların ve hazzın egemen olduğu postmodern tüketim kültüründe ürünler sembolik değerlerine göre tüketilmektedir. Thomas'ın da dediği gibi postmodernizmin bakış açısı semiyotiktir (1997, s. 55). Postmodern toplumda kişi öteki hakkındaki görüşlerini artık tükettiği ürünlere göre edinmektedir. Bu nedenle tüketicinin tükettiği ürünler onun statüsü ve toplumsal sınıflar içindeki yerini belirlemektedir. Tüketimin önem kazandığı postmodern dönemde ayrıca kimliklerde değişime uğramıştır. Modern toplumlarda, kişi kendini öteki aracılığıyla oluşturmaktadır. Ancak postmodern dönemde öteki reddedilerek çoklu kimlik anlayışı benimsenmiştir. Sembolik tüketime dayalı postmodern dönemde kimliklerde mallar gibi kullanılıp atılmaktadır. Bir kişi birçok kimliğe sahipken sürekli olarak bu kimlikleri kulan at mantığıyla tüketip tekrar tekrar üretmektedir. Karaduman'ın da belirttiği gibi moderniteye özgü olan sınıf, ulus gibi kavramların yerine postmodernistler tikel kimlik yapılanmalarına dikkat çekmiştir. Bu tikel kimlikler ise cinsiyet, ırk, etnisite ve cinsellik gibi kimliklerdir ve postmodernistler bu kimliklerin tikel mücadelelerine vurgu yapmaktadır (2010, s. 2895-2896). Postmodern düşünürler ayrıca etnik ve ulusal kimlik tanımlamalarına da karşı çıkmaktadır. Çünkü kişi birden çok kimliğe sahiptir ve kendini tanımlamada bunlardan herhangi birini kullana bilmektedir. Böylelikle postmodern dönemin özellikleri bireylerin kimlik yapılarında da kendini göstermektedir.

Sonuç olarak akli ön plana koyan modernizmin açıklarına karşı duruş sergileyen postmodernizmin de eleştirilere maruz kalmıştır. Baudrillard, Barthes, Guy Debort, Lyotard, Deleuze, Guattari, Slavoj Zizek, Jacques Derrida, Michel Foucault, Julia Kristeva gibi birçok düşünürün katkılarıyla oluşan postmodernizm kavramı, kimi için bir dönemi ifade ederken kimi için moda olarak görülmektedir. Postmodernizmi savunanlar olduğu gibi karşı çıkanlar da bulunmaktadır. Heller ve Feher, Giddens, Habermas, Gellner ve Touraine bunlardan bazılarıdır. Üzerinde uzlaşmış bir tanımı olmayan postmodern dönemin belli başlı özellikleri; hakikati sorgulaması, farklılıkları ve çoğulculuğu savunması, eşitliği vurgulaması ve evrensel tüm kabulleri reddetmesi olarak sıralanabilmektedir. İyi ve kötü yanlarıyla yaşadığımız modern sonrası dönemin, hazzın, zevkin ve aşırılıkların çağı olduğu görülmektedir. Tüm bunların oluşmasında ise teknolojinin ve kitle iletişim araçlarının katkısı büyüktür.

2.2. POSTMODERN AMORFİK BAKIŞ

Modernizme karşı bir tepki olarak doğan postmodernizm, “*her şey uyar/ne olsa uyar*” mantığıyla hareket ederek, modernizmin katı, hiyerarşik yapısını yerle bir etmiştir. Merkezsizliği, belirsizliği ve tuhaflığı içinde barındıran modern sonrası dönemde her şey değiştiği gibi estetik anlayış da dönüşüme uğramıştır. Bu merkezsiz, belirsiz ve tuhaf olgular amorfik bakışaçılarını da doğurmuştur. Aşırılıkların çağı olarak da nitelendirilebilecek olan postmodern dönemde düzene ve mantıksal olana yer yoktur. Modern dönemde yer alan estetik anlayışında ise geçmişten kopuş hedeflenmiştir. Toplumda olduğu gibi sanatta da geleneksel olan her şey reddedilmiştir. Modern dönemde toplumda yaşanan sıkıntıların sanat eserlerine yansıdığı görülmektedir. 20. Yüzyılla beraber modern dönemin kurallı yapısı yerini kuralsızlığa ve muammaya bırakmıştır. Simülakrların, montajın, doğaçlamaların egemen olduğu postmodern dönemde sanatta tuhaf, kendine özgü bir biçimi olmayan nesnelerin varlığı hâkimdir.

Belirli bir biçime sahip olmayan postmodern estetikte düzene ve sıraya yer yoktur. Mekân ve zaman anlayışından uzak olan postmodern estetik kuralsızlığı kural olarak benimsemiştir. Nereden gelip nereye gideceği muğlak olan modern sonrası dönem belirsizliklere gebedir. Donald Kuspit’e göre postmodern dönemde sanat artık, ne birbirinden çok farklı eleştirel estetikçilerin ve modernist peygamberlerin savunduğu gibi estetik deneyimin ayrıcalıklı alanı ne de eleştirel düşünce özgürlüğünün zor kazanılmış

kavgasıdır (Kuspit, 2010, s. 28). Sanat eleştirmeni Kuspit'in, postmodern dönemde sanat eserlerinin eğlenceden ibaret olduğunu düşünmesi ise, sanatın asıl amacından saptığını göstermektedir. Baudrillard ise postmodern estetik anlayışından bahsederken sanatın artık her alanın içinde olduğunu ve herkesin rahatlıkla ulaşabileceği bir biçime dönüştüğünü düşünmektedir. Özellikle postmodern dönemle birlikte özgünlük kaybolmuştur. Modernizmin savunduğu özgün sanat anlayışı yerini kopyalara bırakmıştır. Bu sayede her sınıftan birey sanat eserlerine rahatlıkla ulaşabilir hale gelmiştir. Yinelemelerin ve taklidin yer aldığı postmodern estetik anlayışta orjinallığe yer yoktur.

Orhan Koçak'a göre postmodern sanat, ortaya yeni teknikler çıkarmaktan ziyade modern sanatın bir dönüştürme aracı olarak kullandığı ve kendilerini de dönüştürdüğü teknikleri bir amaç haline getirmekle meşguldür (Koçak, 1992, s. 12). Postmodern sanatın yenilikten ziyade modern sanatın ürünlerini yeniden üreterek var olduğunu belirten Koçak, modern dönemde yaşanan ilerlemenin postmodern dönemde olmadığını vurgulamaktadır. Postmodernist olarak nitelendirilen sanatçı, olanı yeniden üreterek ortaya bir şeyler koymaya çalışırken modernist sanatçı özgün eserler yaratmaktadır. Bundan dolayı oldukça eleştirilen postmodern estetik anlayışı yeni bir sanat anlayışı geliştirmekten uzak kalmıştır.

Postmodern sanatçılar sanat anlayışını eğlence nosyonuna çevirerek toplumun yaşadığı üzüntüleri ve sıkıntıları bu tarz eğlence ürünleriyle unutturmaya çalışmaktadır (Kuspit, 2010, s. 71). Kuspit'in de yapmış olduğu tespitte postmodern estetik anlayışın ileri kapitalizmin etkisiyle yaşanan gelişmeler sonucunda modernizmden farklı olarak sanatı popüler olanla birleştirmiştir. Sanatı bulunduğu saklı alandan çıkararak herkesin ulaşabildiği bir alana koyan postmodernizm ciddiyyetden uzak, absürtlüğün egemen olduğu bir anlayış benimsemiştir. *Her şey olur* sloganıyla birlikte modernizmin sanat alanındaki tutumunu da sorgulayan modern sonrası dönemde keskin sınırlar bulunmamaktadır. Modernizmin sanat alanında çizmiş olduğu belirli sınırlar postmodern sanatçılara göre yaratıcılığı öldürmektedir.

Oldukça sert eleştirilere maruz kalan postmodern sanat anlayışının belli başlı özelliklerinden biri de hakikate karşı olan yaklaşımıdır. Baudrillard'ın da belirttiği gibi gerçek sadece modelin bir kopyasıdır. Bu nedenle mutlak gerçek diye bir şey sanatta da

söz konusu değildir. Ayrıca postmodern sanat ürünlerinde seri üretim ve kültürün metalaştırılması söz konusudur. Bu özelliklerinden de anlaşıldığı üzere postmodern estetiğin pop-art'a yöneldiği görülmektedir. Pop-art, tüketim kültürünün sanatı olarak da nitelendirilmektedir. Bu sanat anlayışında tüm tüketim ürünleri sanata konu olabilmektedir. Avrupa ve Amerika'da 20. yüzyılda ortaya çıkan pop art sanatı alışılmışın dışındadır. Endüstri ve teknolojiyle bağlantılı olan bu akım, çok geniş kitlelerce kabul görmüştür. Ayrıca pop artta canlı ve dikkat çekici renkler tercih edilirken çarpıcı görüntüler kullanılmıştır. Gündelik hayatı estetikleştiren pop art, postmodern sanat anlayışının yansımasıdır.

Popüler kültür olarak da nitelendirilen pop art sanat anlayışının gündelik hayatın bir yansımasıdır. Bununla birlikte postmodern estetik anlayışının kabullendiği ve karşı çıktığı belli başlı kavramlar bulunmaktadır. Joyce Kozloff (1976) "*An Answer to Ad Reinhardt's 'On Negation' – Negating the Negative,*" artist's handout at "*10 Approaches to the Decorative.*" başlığıyla yayınladığı dökümanda postmodern sanatın kapsadığı kavramları; öznel, romantik, öz-yaşamsal, kaprisli, hayalci, kişisel, dekoratif, süslemeci, lirik, primitif, özel, içgüdüsel, jestçi, el yapımı, renkçi, neşeli, saplantılı (obsessive), komik, vulgar, çarpık ahlaklı, maniyerist, tribal (kabileye ait), rokoko, kendini anlatan, gösterişli, müstehcen, eklektik, egzotik, düzensiz, karmaşık olarak aktarmıştır. Karşı olduğu kavramları ise Anti-Purist (karşı-arıttmacı), Anti-Puritaninnical (bağnazlığa, yobazlığa karşı), Anti-Minimalist (minimalizme karşı), Anti-Reductiviste (indirgemeciliğe karşı), Anti-Formalist (biçimciliğe karşı), Anti-Austere (sertliğe, sadelik karşı), Anti-Bare (çıplaklığa, açıklığa karşı), Anti-Boring (sıkıcılığa karşı), Anti-Empty (boşluğa karşı), Anti-Machine Made (makine yapımına karşı), Anti-Bauhausist (Bauhausculara karşı), Anti-Mainstreamist (ana akımcılara karşı), Anti-Systemic (sisteme karşı), Anti-Cool (soğukluğa, düşünceliliğe karşı), Anti-Absolutist (Saltık'çılara karşı), Anti-Dogmatik (inakçılara karşı), Anti-Exlusivist (seçkinciliğe karşı), Anti-Programmatic (programcılığa karşı), Anti-Dehumanized (kişisizleştirmeye karşı), Anti-Detached (tarafsızlığa karşı) şeklinde sıralamıştır. Kozloff, böylelikle modernizmin benimsemiş olduğu ilkeleri, postmodernizmin reddettiğini göstermiştir.

Postmodern dünyada sanat her şeyi gösterebilmektedir. Anti-modernist olan postmodernizm hiçbir ilkeye bağlı olmayan içerisinde bolca kaos ve kuralsızlık barındıran düşünce akımıdır. Artık sanat elit sınıfın sahip olduğu bir oyuncak olmaktan

çıkarak herkesin kolaylıkla ulaşabildiği bir faaliyet alanına dönüşmüştür. Bu nedenle de sanat eserleri herkesin anlayabileceği seviyede oluşturulmaktadır. Seçkin bakış açısına karşı çıkan modern sonrası estetik, kitle kültürünün eğlenceli, renkli ve kolay anlaşılır dünyasını benimsemiştir. Ayrıca postmodern dönemde yer alan sanat eserleri kolay tüketilmektedir. Kullan-at kültürünün egemen olduğu postmodern dönemde sanat ile gerçek arasında modernistler tarafından oluşturulan sınırlar kaldırılmıştır. Evrensel olarak kabul edilen tek bir gerçekten ziyade postmodern estetik anlayışında çok gerçekçilik bulunmaktadır. Çünkü herkes herhangi bir eseri kendi bakış açısından yorumlayarak kendi gerçeğini üretmektedir.

Postmoderniste göre ne yapsan gider mantığı ‘*kitsch*’ geçerli olmaktadır. Sanat bu nedenle herkes tarafından icra edilebilecek bir uğraş alanıdır. Böylelikle sanat giderek şov ve eğlence haline gelmektedir (Turani, 2009, s. 190). Görsel bir sanat türü olan kitsch, var alan bir tarzın çirkin bir kopyasıdır. Kitleleri düşündürmeyen kitsch, orta sınıfa hitap etmektedir. Bayağı ve düşük zevk anlamlarında da kullanılan kitsch, kiç olarak da nitelendirilmektedir. Hiçbir estetik değer taşımayan kiç, postmodern sanat anlayışı içinde yerini almaktadır. Herkes tarafından anlaşılan sığ bir özelliğe sahip sanat eserleri kopya niteliğindedir. Bu nedenle herhangi bir yaratımda bulunmayan kiç, hâlihazırda mevcut imgeleri kullanarak postmodern estetik anlayışında kendine yer edinmiştir.

Orjinallik ve özgünlüğü görmezden gelen postmodern estetik bakış, kavramsal sanat, Fluxus, vücut sanatı, Kiç (Kitsch), arazi sanatı gibi birçok yeni sanatsal oluşumu kapsamaktadır. Kavramsal sanat anlayışında sanat bir kavramdır. Her şey sanatın içerisinde yer alabilmektedir. Fikir sanatı olarak da bilinen kavramsal sanatta düşünce önemlidir. Fluxus ise sanatla yaşamı birleştirerek yaşamın her alanını sanata konu etmektedir. Bu yöntem akış içerisinde olan yaşamdan dolayı sanatın da aynı kalmadığını sürekli değiştiğini yansıtmaktadır. Fluxus’a örnek olarak George Maciunas, içinde bulunduğumuz tüketim kültürünün yaratmış olduğu sıkıntıları sanat eserlerinde temalandırmıştır. *Body Art* olarak da bilinen beden sanatı ise postmodern düşünceye uygun olarak her şeyin sanatın bir parçası olabildiğini göstermektedir. Sanatçı bedene yapmış olduğu çizimlerle ve farklı müdahalelerle mesajını iletmeye çalışmaktadır. Özellikle ilkel kabilelerde beden sanatı oldukça sık kullanılmaktadır. Son olarak arazi sanatı ise doğaya insan müdahalesiyle oluşturulan sanat eserleridir. Yeryüzü sanatı olarak

da bilinen arazi sanatında taş, toprak gibi malzemeler kullanılarak şekiller oluşturulmaktadır.

Sanatın metalaştığı postmodern dönemde sanatta öne çıkan yöntem ve alt kavramları Yılmaz, modernizmle kıyaslayarak kısaca açıklamıştır. İlk olarak modernizmin yenilik düşüncesini önemsediği ve modern sanatta yeniliğin dikkate alındığı görülmektedir. Postmodernizm ise buna ihtiyaç duymamaktadır. İkinci olarak modernizmde ciddiyet esasken, postmodernizmde pastiş, ironi ve alay yer almaktadır. Üçüncü olarak duygu, sezgi ve coşku modern sanatta dikkate alınırken, postmodern sanatta bilimsel akla ve büyük anlatılara kuşkuyla bakılmaktadır. Diğer taraftan modern sanatta dini temalara yer verilmemiştir. Postmodern sanatta ise her şey sanatın konusu olabilmektedir. Modern dönemde sanatın başka amaçlara hizmet edemeyeceği düşüncesinden hareketle sanat için sanat fikri benimsenmiştir. Ancak postmodern dönemde sanat her türlü amaca hizmet edebilmektedir. Sanatçıyı oldukça yücelten Modern sanat, sanatçıyı tanrısallaştırmıştır. Postmodern dönemde ise herkes sanatçı olabilmektedir (Yılmaz M. , 2012, s. 54-55). Modernizmle karşılaştırıldığında postmodern sanatın katı kuralları yıkarak kendine özgür bir ortam oluşturmaya çalıştığı görülmektedir. Modernizmin yüksek sınıflara hitap eden eserlerinden ziyade postmodernizm tüm sınıflara ulaşmaktadır.

Sonuç olarak postmodern dönemde kitle kültürünün de etkisiyle sanatın işlevi değişmiştir. Medyanın ve reklamcılığın etkisi altına giren sanat '*her şey olur*' sloganıyla bütünlükten ve tutarlılıktan yoksun bırakılmıştır. Kuralların olmadığı postmodern estetik anlayışında hayal gücü artık özgürdür. Ayrıca bu dönemde sanata yeni kavram ve bakış açıları getirilirken sıradan ve yüzeysel olan öne çıkmaktadır. Bunların yanı sıra postmodern dönemde sanatın diğer bir özelliği eklektik olmasıdır. Gelenekle geçmiş karıştıran postmodern estetik anlayışında sanatçının yaratıcı olması beklenmemektedir. Sanat artık herkes tarafından yapılabilir bir uğraşa dönüşmüştür. Gerçek ise sadece var olan görüntülerin bir kopyası haline gelmiştir. Artık kopyalama ya da taklit etme teknikleri sık sık sanat eserlerine uygulanmaktadır. Böylelikle özgün olmama ve sahtecilik postmodern sanat alanında eleştirilmektedir. Modern sonrası dönemin özelliklerinden biri olan sanatta yeniden üretimi sağlayan araçlar teknolojinin gelişmesiyle ortaya çıkmıştır. Kültür endüstrisinin katkılarıyla çoğaltılabilen özgün eserler *aurasını* kaybetmektedir. Postmodern sanat anlayışıyla yeniden üretilen eserlere

artık herkes kolaylıkla sahip olmaktadır. Sanat eserlerinin röprodüksiyonları tekliği ortadan kaldırırken taklit edenin eseri kendine mal etmesine neden olmaktadır. Walter Benjamin, “*The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*” isimli makalesinde teknolojiyle birlikte sanat ürünlerinin nasıl seri olarak üretildiğinden bahsetmektedir. Benjamin’e göre mekanik yeniden üretim çağında solan şey, sanat eserinin aurasıdır. Mekanik üretimle birçok çoğaltma yapılarak, benzersiz bir varoluş için çok sayıda kopya ikame edilir. Ayrıca herhangi bir yapıtı çoğaltma izleyici ya da dinleyicinin kendi özel durumunda buluşmasına izin verirken, yeniden üretilen nesneyi tekrardan etkinleştirir (Benjamin, 1969, s. 4). Postmodern yeniden üretime Cindy Sherman’ın eserleri örnek verilebilir. Sherman klasik sanat eserlerinin yeniden üretilmesi aşamasında parodi ve ironiyi de kullanarak postmodern eserler üretir.



Resim 2.1. Caravaggio'nun Bacchus



Resim 2.2. Cindy Sherman'ın Bacchu Adlı Eseri Yeniden Üretimi

Teknolojinin de etkisiyle yapaylığın hâkim olduğu postmodern dönemde estetik anlayışın diğer bir özelliği ise pastiştir. Daha önce yapılan bir sanat eserinin taklidi anlamında kullanılan pastiş, postmodern dönemde yaratıcılığın olmadığını göstermektedir. Postmodernizmin modernizme yönelik eleştirileri estetik anlayışına da yansımıştır. Modernizmin sanatı ciddi bir uğraş olarak görmesine karşın postmodernizm sanatı, pastiş ve ironi ya da alaycı bakış açısıyla ele almaktadır. Absürtlüğün ve

düzensizliğin hâkim olduğu dönemde başlıkta da belirtildiği üzere amorfik bir bakış söz konusudur. Herhangi bir şekle ve biçime sahip olmayan anlamında kullanılan Amorf, postmodern dönemin estetik anlayışını tanımlamaktadır.

2.3. YENİ MEDYADA VOYÖRİSTİK BAKIŞ

Tarih boyunca yaşanan gelişmeler farklı kitle iletişim teknolojilerinin ortaya çıkmasını sağlamıştır. İlk olarak 19. yüzyılda elektrikli telgraf icat edilmiş ve uzaktan iletişim sağlanmıştır. Bir mesajın iletimi haftalar ya da günler aldığı için telgraf zaman açısından sorun oluşturmuştur. Uzakları yakınlaştıran telefonun keşfi ile zaman sıkıntısının önüne geçilmeye çalışılmıştır. Teller aracılığıyla sesi ileten Graham Bell, kitle iletişimine giden süreçte en büyük katkılardan birini sağlamıştır. Telefonda farklı olarak tek bir noktadan birçok kişiye ses dalgalarını ileten radyo, savaşlarda bilgilendirme ve propaganda amacıyla kullanılmıştır. Daha sonra ses iletimine görüntünün de eşlik etmesiyle televizyon bulunmuştur. Artık duyular kulaktan daha çok göze kaymıştır. Görselliğin ön plana geçtiği dönemde bilgisayarın da icadıyla birlikte kitle iletişimi farklı bir boyut kazanmıştır. Bu zamana kadar hiçbir kitle iletişim aracının yapamadığını yapan bu alet uzakları yakınlaştırırken karşılıklı iletişimi mümkün kılmıştır. Bunu yapmak için ise internetin varlığına ihtiyaç duymuştur.

Bugün kullanılan internetin temeli ise Amerika Birleşik Devletleri Savunma İleri Düzey Araştırma Projeleri Kurumu' nun (DARPA - Defense Advanced Research Project Agency) özel bir ağ kurmak için başlattığı araştırmalara dayanmaktadır. 1969 yılında ise Savunma Bakanlığı Arpanet'i kurmuştur. İlk olarak askeri araştırmalar için kullanılan Arpanet'e daha sonra bazı üniversite ve araştırma kuruluşları da katılmıştır. İnternet ise 1991 yılında World Wide Web'in kullanıma girmesiyle dünyaya açılmıştır. Ancak internetin evlere girmesi 7 yıl gecikmiştir. 1998 yılında evlere taşınan internet mesafeleri ortadan kaldırarak uzakları yakınlaştırmıştır. İnsan hayatının tüm alanını saran World Wide Web teknolojinin de gelişmesiyle birlikte birçok aşamadan geçmiştir. Bu aşamalar sırasıyla web 1.0, web 2.0, web 3.0 ve web 4.0 olarak adlandırılmaktadır.

Web 1.0, 1990'lı yıllarda ve 2000'li yılların başında kullanılmıştır. Tek yönlü olarak bilgi aktarımı sağlanan web 1.0' da kullanıcılar bilgiyi alırken geri bildirim yapamamaktadır. Web 2.0' ın icadıyla birlikte kullanıcı pasif konumdan aktif konuma

geçmiştir. Karşılıklı bilgi aktarımının sağlandığı web 2.0 sayesinde sosyal ağ siteleri ve benzeri çevrimiçi etkileşim ve paylaşımı sağlayan sitelerin yolu açılmıştır. Web 3.0 ile artık kontrol kullanıcının elinden çıkarak makinelere geçmiştir. Makineler artık insanüstü yeteneklere sahip olmaya başlamıştır. Ayrıca bilgi daha hızlı bir şekilde üretilip tüketilirken yapay zekâ insan zekâsından üstün konumundadır. Web 3.0' ın ardından ortaya çıkarılan web 4.0 sayesinde disk kullanımı yerine ağlar üzerinden karşılıklı iletişim yoluyla gerçekleştirilen yapay zekâ işletim sistemi geçmiştir. We Are Social'in Ocak 2021'de yayınlamış olduğu istatistiklere göre dünya nüfusunun yüzde 59,5'i interneti aktif olarak kullanmaktadır. Sadece bir yılda 490 milyon kişi internet kullanımına katılmıştır (Kemp, 2021). Özellikle teknolojik gelişmelerle birlikte artan istek ve ihtiyaçlar internet kullanımının artmasına neden olurken ağ üzerinden gerçekleşen iletişimi de mümkün kılmıştır. Yeni medya uzakları yakınlaştırmaktadır. Global düzeyde fotoğraf, video, bilgi ve yorum gibi birçok verinin sanal düzeyde dolaşımına imkân veren yeni medya kavramı 1970'li yıllarda ortaya atılmıştır. Ancak bugün kullanılan yeni medyanın oluşumu yeni iletişim teknolojilerinin gelişiminin yaşandığı 1990'ları bulmuştur.

Yeni medya kavramını ilk kullanan kişi *Lev Manovich*'tir. Ona göre yeni medyayı tanımlamak zordur. Çünkü yeni medya teknolojik gelişmeler neticesinde sürekli yeni özellikler kazanmaktadır. Buna rağmen yeni medya kavramını açıklamaya çalışanlar da olmuştur. Van Dijk'a göre yeni medya çevrimiçi ve çevrimdışı olarak nitelendirilen alanların oluşturduğu ortamdır (Van Dijk, 2006, s. 4). Geleneksel medyadan farklı olarak yeni medya etkileşimi mümkün hale getirmiştir. Binark (2015, s. 15), yeni medyanın bu özelliğine değinirken onun sayısal medya olduğunu, internet ağlarını ve sosyal iletişim medyasını nitelemek için kullanıldığını belirtmektedir. Wayne ise yeni medyayı mikro işlemcilerden geçmiş dijital bilgi, yeni bitlere, devrelerce elektronik sinyallere dönüştürülmüş veriler olarak tanımlarken bu verilerin taşıyıcısının World Wide Web (WWW) isimli yazılım olduğundan bahsetmektedir (2015, s. 57-58). Ayrıca yeni kavramı iletişim ve bilim sektöründeki gelişmeleri ifade etmektedir. Törenli'nin yapmış olduğu tanımda ise yeni medyanın bilgi işlem teknolojileri ve bilişim teknolojileri olarak da adlandırıldığından bahsedilmektedir. Ona göre yeni medya, yöndeşmeyle ilişkili yeniliklerin laboratuvar ortamından ziyade pazara sunulan haberleşme etkinliğinin sosyo-ekonomik değerine koşut olarak günlük yaşamın ayrılmaz birer parçası haline gelmiş

ürünleridir (Törenli, 2005, s. 88). Gerçekten de yeni medya dünyayı etkisi altına alarak herkesin ilgi alanı haline gelmiştir. Özellikle akıllı telefonların icadıyla birlikte yeni medya, kullanıcı sayısını arttırmıştır. Böylelikle McLuhan'ın deyimiyle dünya küçük bir küresel köy haline gelmiştir. Coğrafi sınırların önemini yitirmesiyle birlikte yaşanan küreselleşmeyle artık iletişim yeni bir boyut kazanarak kişilerarası iletişimden kitleler arası iletişime geçilmiştir.

Yeni ön ekini alarak iletişimin olduğu kadar toplumun da çehresini değişime uğratan medya, geleneksel medya tipinden farklı özelliklere sahip olmuştur. Yeni medyanın sahip olmuş olduğu özellikleri Manovich, Rogers, Gane ve Beer, Dewdney ve Ride farklı tasnif etmiş olmalarına rağmen içerik olarak aynıdır. Lister, Dovey, Giddings, Grant ve Kelly yeni medyanın özelliklerini kapsayan sınıflandırmayı şöyle yapmaktadır (2009, s. 13):

1. **Sayısalılık:** Yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran en önemli özellik dijitalleşmedir. Bu sistemde tüm veriler 1 ve 0'a dönüştürülmüştür. Medyanın dijitalleştiği ağ toplumunda ses, video, fotoğraf, metin gibi veriler matematiksel kodlarla küçük parçalara ayrılmaktadır. Anlık olarak sayısız içeriğin bulunduğu ağlar sayesinde verilerin dolaşımı hızlanmıştır. Geleneksel medyanın analog özelliğinden farklı olarak artık kaliteli görüntüler üretilmekte ve dijitalleşen sistemde bunların saklanması ve çoğaltılması sağlanmaktadır.
2. **Etkileşim:** Yeni medyanın en önemli özelliklerinden biri olarak etkileşim ile farklı düşünce ve görüşler sanal ortamda rahatlıkla paylaşılabilen ve karşılıklı bilgi alışverişi sağlanabilmektedir. Geleneksel medyada izleyici/dinleyici/okuyucu medyadan aldığı içeriğe karşı geri bildirimde bulunamazken yeni medyayla birlikte karşılıklı etkileşim mümkün olmaktadır. Geleneksel medyada pasif konumda yer alan kullanıcı yeni medyanın ortaya çıkmasıyla aktif hale gelmiştir. Özellikle web 2.0' in ortaya çıkmasıyla başlayan özellik kullanıcının enformasyona müdahale etmesine izin vermektedir. Böylelikle yeni medya kullanıcısı bilgiyi sadece tüketen değil üreten durumundadır.
3. **Multimedya:** Yeni medyada birden fazla medya tek bir platformda toplanmaktadır. Görüntü, video, ses, metin gibi içerikler aynı cihaz içerisinde yer almakta ve bu sayede kullanıcı ek bir bilgi gerekmeden bu medyalara

ulaşabilmektedir. Çoklu ortam olarak da adlandırılan yeni medya türü farklı donanım ve yazılıma sahiptir.

4. **Hipermedya:** Yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran özelliklerden diğeri de hipermedya ya da hipermetinselliktir. Farklı verilerin bir araya toplanmasını sağlayan hipermedya özelliği sayesinde yeni medyada veriler kolaylıkla birbirine bağlanmaktadır.
5. **Arayüz:** Yeni medyanın etkileşim özelliği için arayüz gereklidir. Çünkü arayüzler sayesinde kullanıcı bilgisayar ya da akıllı telfonlarla etkileşim halindedir. Arabirim olarak da bilinen terim hipermetinle yakından ilişkilidir. Arayüzler sayesinde hipermetin bilgi aktarımı sağlamaktadır (Lister vd., 2009, s. 26).
6. **Simülasyon:** Yeni medyada simülasyon, temsili gerçeklerin olduğunu göstermektedir. Sanal gerçek de denilen simülasyon kavramına göre, her şey temsilini yansıtmaktadır. Gerçek denilen şeyin olmadığı simüle edilmiş hakikatin yer aldığı kabul edilmektedir. Yeni medyada da bu tür sanallıktan söz edilmektedir.
7. **Ağ erişimi:** Yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran özelliklerden biri de ağ erişimidir. Castells' in deyimiyle günümüz ağ toplumu olarak nitelendirilmektedir. İnternetin neredeyse her eve girmesiyle birlikte ağ üzerinden iletişim sağlayan bir toplum ortaya çıkmıştır. Ağ özelliği sayesinde yeni medyada kişiler arası iletişim sağlanırken zaman ve mekân kavramı da ortadan kalkmıştır.

Sağlamış olduğu imkânlarla yeni medya artık hayatın her alanında kullanılmaktadır. Bilgisayar ve iletişim teknolojilerinin birleşimiyle ortaya çıkan yeni medya bilgisayar oyunları, bloglar, web siteleri, multimedya, podcast ve sosyal medya gibi birçok sanal ortamı kapsamaktadır. Bunlardan en popüler olanı ise sosyal medyadır. We are social'ın Nisan 2020'de yayınladığı verilere göre dünya nüfusunun yüzde 49'u sosyal medyayı kullanmaktadır. Her geçen yıl kullanıcı sayısını arttıran sosyal medya mecraları web 2.0' ın icadıyla ortaya çıkmıştır. 1978 yılında BBS isimli programı icat ederek arkadaşlarıyla bilgi paylaşmaya çalışan Christesen ve Suess bir nevi sosyal medyanın temellerini atmıştır (Sanlav, 2014, s. 21). Daha sonra 1995 yılında MIRC isimli sanal program insanlar arası iletişime olanak tanımıştır. 1999 yılında ise Messenger isimli

program kullanıma sunulmuştur. 2003 yılına gelindiğinde ise iş adamlarına hitap eden LinkedIn geliştirilirken 2004 yılında Mark Zuckerberg tarafından Facebook adındaki sosyal mecra internet ortamında yerini almıştır. Facebook, ilk olarak belirli üniversiteler arasında bilgi alışverişine imkân sağlarken daha sonra tüm dünyayı kapsamıştır. Yine video paylaşım özelliğine sahip olan Youtube 2005 yılında internette yerini almıştır.

Özellikle akıllı telefonların gelişmesiyle birlikte başka bir sosyal medya mecrası olan Instagram ortaya çıkmıştır. 2012 yılında internet kullanıcılarıyla tanışan Instagram'ın fotoğraf paylaşma ve fotoğraflara yapılan efekt özelliği sosyal paylaşım siteleri arasında popülaritesinin artmasını sağlamıştır. Ancak yeni iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle birlikte bahsi geçen sosyal paylaşım sitelerinin işlevleri de artmıştır. Birçok sosyal medya sitelerinde canlı yayınlar başlatılarak anlık paylaşımlar yapılmaktadır. Düşüncelerin ve kişisel bilgilerin paylaşıldığı sosyal paylaşım sitelerine katılan diğer bir uygulama ise Twitter'dır. Cıvıldaama anlamına gelen Twitter 2006 yılında kullanıma sunulmuştur. Şu an dünyada en çok tercih edilen sitelerden biri konumundadır. Tumblr, Snapchat, Flickr, Swarm, Pinterest gibi daha birçok sosyal paylaşım sitesi Facebook, Instagram, Twitter ve Youtube kadar olmasa da internet kullanıcıları tarafından tercih edilmektedir.

Kişiler arası iletişimde etkileşime olanak sağlayan sosyal medyada her şey alelade sunulmaktadır. Bu sosyal medyanın açıklık özelliğini yansıtmaktadır. Çünkü sosyal medyada paylaşılanlara müdahale edilmemektedir. Sosyal medyanın diğer bir özelliği olan katılım ilkesine göre ise herkes içeriğe katkı sağlayabilmektedir. Bununla birlikte sosyal medyada oluşturulan gruplar, topluluk oluşmasını, aynı fikir etrafında insanların birleşmesini sağlamaktadır. Bu sayede aynı görüşü savunan sosyal medya kullanıcıları birbirleriyle iletişime girmekte ve sivil toplum örgütlerinin gelişmesine katkı sağlamaktadır. Bağlantı özelliği ise herhangi bir sosyal medya mecrasında bulunan linkler aracılığıyla farklı sayfalara yapılan bağlantılardır (Mayfield, 2007, s. 5). Tüm bu özelliklerinden dolayı kullanıcılar sosyal medyayı özgürleştirici bir ortam olarak görmektedirler. Hızlı erişime olanak tanıyan sosyal medya siteleri, sağlamış olduğu imkânların yanı sıra önemli etik ihlallere de neden olmaktadır. Bunlar, özel yaşamın ihlali, telif/patent hakları, veri madenciliği, paylaşılan bilgilerin doğruluğunun teyit edilmeden yayınlanması, kişisel verilerin izinsiz kullanımı, yoğun reklam kullanımı, yanıltıcı etiketleme ve başlıklandırma, nefret söylemi, ahlaka aykırı içerik paylaşımı,

anonimlik olgusu, trol olgusunun varlığı, haber ile ticari enformasyonun sınırlarının belirsizleşmesi, dilin değişmesi ve bireyin tüketici olarak konumlandırılması şeklinde sıralanabilmektedir (Öztürk, 2015, s. 299-305). Bunlardan biri ve en önemlisi de dijital gözetim olgusudur. Gözetimin tarihi çok eski çağlara kadar dayanmaktadır. İktidarla ilintilendirilen gözetleme olgusu toplumsal kontrolü sağlamada önemli bir araçtır. Günümüz dijitalleşen gözetim pratiklerinden önce farklı evrelerden geçen gözetlemeyi *David Lyon* üç teknik olarak ayırmaktadır (2013, s. 113-114): Geleneksel ya da modern öncesi dönemde yaşanan gözetim, modern dönemde yaşanan gözetim ve postmodern dönemdeki gözetim. Teknolojinin olmadığı dönemde insanlar kendi gözleri ile belirli bir kesimi gözetim altında tutmuştur. Ayrıca nüfus sayımları, vergiler ya da askerlikle ilgili kayıtlar toplumun gözetim altında tutulduğunu göstermektedir. Ancak 20. Yüzyıla gelindiğinde gözetim değişime uğramıştır.

Modern dönemde azınlık çoğunluğu izlemiştir. Gelişen teknolojiyle birlikte daha büyük bir kesim gözetlenmeye başlanmıştır. İnternetin gelişimiyle birlikte gözetim küreselleşmiştir. Artık herkes herkesi takip etmektedir. Bunu sağlayan ise yeni medya ortamlarıdır. Özellikle sosyal medya ortamında kullanıcıların yapmış oldukları paylaşımlar vasıtasıyla kim nerede, ne zaman, kiminle, ne yaptığı diğer sosyal medya kullanıcıları tarafından izlenmektedir. Dijital gözetim olgusu sadece yeni medya aracılığıyla değil teknolojik gelişmelerin etkisiyle geliştirilen birçok aygıt tarafından gerçekleşmektedir. Kamusal alanlarda yer alan mobese kameraları dijital gözleme örnektir.

Günümüz postmodern dünyası, iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler sonucu dijital gözetim toplumu olarak adlandırılmaktadır. Özellikle internet, sağlamış olduğu olanaklar neticesinde göz kültü önemli hale gelirken toplumsal denetimin sağlanmasını da mümkün kılmıştır. Sanal ağa katılanlar tüm bunların bilincinde olarak röntgencilığe rıza göstermektedir. Yeni medyada buna stalklamak denilmektedir. Stalklamak birilerinin herhangi bir kimseyi sosyal medya mecralarından araştırması, bilgilerine ve diğer paylaşımlarına ulaşarak onu sürekli gözetlemesidir. Bunu yapanlara ise stalker denilmektedir. Azınlığın çoğunluğu izlediği panoptik gözetimden çoğunluğun azınlığı izlediği sinoptik gözetime geçilmiş ancak siber-uzay ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sonucu herkesin herkesi rızası ile izlediği omniptik gözetim olgusu ortaya çıkmıştır. Yeni medyada yaşanan omniptik gözetim, yeni bir süreci ifade etmektedir. Bu

süreçte internetin sağlamış olduğu olanaklar neticesinde sıkıcı denetimden ziyade hazzla dayalı bir gözetleme ve gözetlenme durumu mevcuttur. Ayrıca modern dönemde belirli bir alan gözetim altında tutulurken postmodern dönemde gözetim pratiği tüm evreni kapsayacak şekilde genişlemiştir. Bundan dolayı artık mahremiyet tehdit altındadır. Mahrem olan alan kamusallaşarak herkesin görebileceği şekilde sergilenmektedir. Yeni medya buna zemin hazırlamaktadır.

Artık bedenler bir metaya dönüşmüştür. Yapılan paylaşımlarla birlikte yeni bir kimlik yaratmaya çalışan yeni medya kullanıcısı özel alanını kamuya açmaktadır. Böylelikle mahrem olanı yok etmektedir. İnternet kullanıcısı bu sayede belli bir hazzla ulaşmaktadır. Bunun sonucunda ise sosyal medya kullanıcısı kapitalist pazara hizmet etmektedir. Yayınladığı içerikler vasıtasıyla kullanıcı, belirli bilgileri endüstriye sunmaktadır. Demokratik bir ortam olarak görülen internette de iktidar söz konusu olduğu için gücü elinde bulunduranlar bu ortama rahatlıkla müdahale edebilmekte, kullanıcının haberi olmadan verilerini ele geçirerek kendi amacı doğrultusunda kullanabilmektedir.

Facebook kurucusu Mark Zuckerberg, kullanıcıların bilgilerini internette herkese açık hala getirmesini savunurken mahremiyetin modasının geçtiğini, artık sosyal bir norm olmadığını söylemiştir (Arık, 2018, s. 189). Herkese açık olarak paylaşılan bilgiler sosyal medya kullanıcısının sanal kimliğini oluşturmaktadır. Bu bilgiler kimi zaman başka kullanıcılar tarafından kaydedilerek farklı amaçlar için kullanılmakta ve ihlallere neden olmaktadır. Aşırılıkların yaşandığı postmodern dönemde tüm bunlar normal kabul edilirken internetin büyülü dünyası sadece yeni nesli temsil eden z kuşağını değil x ve y kuşağını da etkisi altına almıştır. Statü, imaj ve prestij sağlamak için sürekli görünür olmaya çalışan bu kuşakların birçoğu kullandıkları yeni medya ortamlarında yer alan gizlilik koşullarını okumadan uygulamalara farklı izinler vererek sistemin ağına takılmaktadır. Bir meta olarak nesneleştirilen yeni medya kullanıcılarının internet üzerindeki her hareketi gözetlenmektedir. Toplanan bilgiler ise kâr amacı güden firmalara satılmaktadır.

Yeni medya, kullanıcılarına daha fazla tüketimi ve daha fazla şeffaflığı telkinlemektedir. Anti-ütopya olarak adlandırılan “*Cesur Yeni Dünya*” ve “*1984*” gibi eserler günümüzde yaşanan dijitalleşen gözetimin varlığından çok önce bahsetmiştir. George Orwell’ın kaleme almış olduğu 1984 adlı kitapta insanların sürekli olarak *Büyük*

Birader olarak isimlendirilen iktidar tarafından izlendiği böylelikle herkesin otokontrollü olduğu vurgulanmaktadır. Eserde düşünce polislerinin toplumu kontrol altında tuttuğu bahsedilirken görünmeden görenin varlığı resmedilmektedir. İnsanlar baskı altında gözetlenmeye rıza göstermektedir. Aldous Huxley’in yazmış olduğu “Cesur Yeni Dünya” ise şu an yaşadığımız gözetime daha yakındır. 1984’ten farklı olarak evren gözetlenmekten haz alan bireylerle doludur. Artık insanlar baskı yoluyla değil kendi rızalarıyla gözetlenmektedir. Londra’da geçen olay örgüsünde, insanlar sistem tarafından döllendirilerek oluşturulmaktadır. Toplumda Epsilon, Gama, Delta, Alfa gibi sınıflar oluşturularak daha doğmadan kaderi belli olan nesiller yetiştirilmektedir. Böylelikle toplum kontrol altında tutulmaktadır. Cesur Yeni Dünya’da kitap okumayan, eğlenceye ve hazza önem veren kalabalığı hicveden Huxley, romanında batı toplumlarının geleceğine göndermede bulunmuştur.

Anti-ütopik olarak değerlendirilen bu eserler gözetimin, gözetlemenin ya da gözetlenmenin varlığını gösterirken yaşanan değişimi de yansıtmaktadır. En güzel örnek ise Amerika’dır. Özellikle 11 Eylül saldırıları sonrasında Amerika’da iktidar ülkenin güvenliğini sağlama girişimiyle vatandaşlarının mahremiyet alanını gasp etmiştir. Toplumda yaşanan korku ve paranoya nedeniyle herkes bu tür bir gözetime rıza göstermiştir. I.A.O olarak bilinen *Enformasyon Bilinçlendirme Ofisi*, bilimin ve teknolojinin iktidara hizmet etmesi gerektiğini savunmuştur. I.A.O, gözetim toplumunun resmi olarak ilk uygulamasıdır (Dolgun, 2005, s. 247). 11 Eylül saldırısından sonra olası terör örgütü faaliyetlerini engellemek maksatlı olarak I.A.O, büyük bir rol üstlenmiştir. Gözetim pratiklerini küresel çapta gerçekleştiren kuruluş, insanların en mahrem alanlarına kadar girerek veriler toplamaktadır. Böylelikle terör eylemleri öne sürülerek devlet panoptik gözetim pratiğini uygulamıştır.

Andy Warhol’un “*herkes bir gün 15 dakikalığına ünlü olacak*” sözü yeni medyanın gücüne vurgu yapmaktadır. Ayrıca bu ünlü olma halinin gelip geçiciliğini de ima etmektedir. Böylelikle ceplerimize kadar giren internetin büyüğü dünyası kullanıcılarını özendirerek sürekli olarak görünür olmaya teşvik etmektedir. Gelişen iletişim teknolojileri yeni medyaya farklı özellikler ekleyerek görüntüyü daha da ön plana çıkarmaktadır. Demokratik bir ortam sunduğu düşünülen yeni medyaya dâhil olanlar ise inşa ettikleri kimlikler vasıtasıyla sanal hayatlar kurmaktadır. İnsanların artık

kaçabilecekleri, saklanabilecekleri bir mekân kalmamıştır. Ancak yaşanan etik ihlaller yeni medyanın olumlu özelliklerini gölgelemektedir.

Daha önce de belirtildiği gibi özel alana ait olan ne varsa şeffaflaşarak kamusal alana dökülmüştür. Sadece kullanıcılar değil sistem de bu ihlallerin yaşanmasına neden olmaktadır. Bunu yaparken ise *çerez* adı verilen uygulamaları kullanmaktadırlar. Böylelikle internet üzerinde yapılan aramalar dahi başka gözler tarafından çıkar amaçlı izlenmektedir. Herhangi bir alışveriş sayfasını ziyaret ettikten kısa bir süre sonra ziyaret edilen yeni medya mecrasında o ürünün reklamı sürekli olarak verilmektedir. Bu tip gözetleme kullanıcıyı tüketime özendirmeye yöneliktir.

Castells iletişim araçlarının küresel çapta birbirleriyle bağlantılı hale geldiği, programlar ve mesajların küresel bir ağ içinde dolandığı günümüzde, küresel bir köyde değil, küresel çapta üretilip yerel olarak dağıtılan ısmarlama kulübelerde oturduğumuzu belirtmektedir (2005, s. 457). Küreselliğe ve yerelliğe vurgu yaparken Castells, birbirine bağlı bir ağ toplumu içinde yaşadığımızı da ifade etmektedir. Sonuç olarak bu ağ toplumu vitrin görevi görmektedir. Sosyal medyada yer alan herkes kendi benliklerini diğer insanlara kanıtlamak için görünür olmaya gönüllüdür. Facebook, Youtube, Instagram gibi sosyal paylaşım ağları sözden çok görüntüyü ön plana çıkarmaktadırlar. Son zamanlarda oldukça sık kullanılmaya başlanan Tiktok adlı kısa video programı da dijimodern dönemin özelliklerini taşımaktadır. Bu uygulamalar üzerinden tanınan kişilere ise fenomen denilmektedir. Böylelikle azınlığın çoğunluğu izlediği panoptik gözetimden ilk olarak çoğunluğun azınlığı seyrettiği sinoptik gözetime geçilmiş daha sonra ise herkesin herkesi dilediğince dikizlediği/röntgenlediği omniptik gözetim başlamıştır.

2.4. POSTMODERNİZM VE PAGANİZM KARŞILAŞMALARI

Tanrı düşüncesi insanlar tarafından her zaman benimsenmiştir. Daha öncede zikredildiği gibi ilk insanın doğada olup biten olaylardan ürkmesi onu tanrı fikrine yakınlaştırmıştır. Ancak tarih boyunca tanrının toplum hayatındaki konumu değişime uğramıştır. Orta Çağ Batı dünyasında tanrı toplumun merkezinde yer almıştır. Aydınlanmayla birlikte tanrı toplumun dışına itilerek yerine insan geçmiştir. Modern dönemde yaşanan bu değişimi en iyi Nietzsche anlatmaktadır. O “*Tanrı öldü*” diyerek dinin de etkisinin azaldığı rasyonel aklın ön plana çıktığı toplumu müjdelemektedir.

Aklını demir kafesten kurtaran insan bilimi ve teknolojiyi kullanarak doğayı egemenliği altına almaya çalışmıştır. Böylelikle tanrının yaratıcı gücü insana aktarılmıştır. Kendi çıkarları için doğayı egemenliği altına alan insan, artık olağan üstü güçleri kendinde barındırarak kutsal olanı gökten yere indirmiştir.

Postmodern döneme gelindiğinde ise tanrı yeniden ortaya çıkmıştır. Doğada yaşanan olaylara karşı korkuyu azaltmak, ölüm korkusunu hafifletmek ve hayatın getirdiği acı ve yoksunlukları gidermek için inanılan tanrı düşüncesi bilim ve teknolojinin gelişmesiyle aklın arkasına saklanmıştır. Ancak çağın en büyük sorunu olan, bilimin ve teknolojinin yetemediği acı ve yoksunluk durumunda yine tanrıya ihtiyaç duyulmuştur (Tuğrul, 2016, s. 73-74). Böylelikle postmodern dönemde tanrı tekrar toplum belleğine çağırılmıştır. Ancak bu tanrı gelenekselden farklı olarak olaylara kayıtsız kalan bir tanrıdır.

Modern dönemde yaşanan Aydınlanmayla birlikte akıl ve bilime duyulan inanç dini toplumdaki sökülüp atmıştır. Ancak dinin boyunduruğundan kurtulan bireyin özgürleşmesi beklenirken daha çok tahakküm altına girmesi modern dönemin ve Aydınlanmanın sorgulanmasına neden olmuştur. Postmodern döneme gelindiğinde akıldan ziyade duyu organları kullanılmaya başlanmıştır. Böyle bir ortamda din de kendine farklı bir yer edinmiştir. Modern dönemde silinen din algısı tekrar düşüncelere yerleştirilmeye çalışılmıştır. Yeni dini akımlarla birlikte modern öncesi dinler değişerek toplumda yer edinmiştir. Postmodern dini akımların en önemlisi ise paganizm olarak adlandırılan kadim doğa inanışlarıdır. Bu inanışlar günümüzde neo-paganizm şeklinde tezahür etmektedir.

Kadim doğa dinlerinin egemen olduğu modern sonrası topluma kapitalist düzen hâkimdir. Kapitalizm, Orta Çağ' ın feodal düzeninin bozulmasıyla ortaya çıkmıştır. Bir meta üretim sistemi olan kapitalist düzende artı-değer üzerinden sermaye biriktirilmesi esastır. 16. Yüzyılda ortaya çıktığı söylene de kapitalizmin tarihi 11. Yüzyıla kadar gitmektedir. Ticaretin Avrupa'dan diğer ülkelere açılması üzerine gelişen kapitalist ekonomik sistem hızla dünyayı etkisi altına almıştır. Kapitalizm kimileri tarafından alkışlanan bir sistemken bazı düşünürler tarafından teoriler üretilerek eleştirilmiştir. Karl Marx, Max Weber, Adam Smith ve David Ricardo gibi birçok düşünürün ürettiği

teorilerde kapitalist sistemin sürekli olarak büyümek için artı- değer elde etmeye çalıştığı ve emek gücünün sömürüldüğü vurgulanmaktadır.

Kapitalizme eleştirel yaklaşan Marx, “*Kapital*” adlı eserinde kapitalistin emek gücünü sömürerek artı değer kazanmış olduğunu belirtmektedir (Marx, 2003, s. 45). Burada Marx, kapitalizmin sisteme hizmet eden yönetilen kesimin sermaye için nasıl sömürüldüğünü anlatmaktadır. Böylelikle sermayedara hizmet etmek için nüfusun kentlerde toplanmasıyla yeni bir sınıf oluşmuştur. Bu kalabalığa kitle denilmektedir. Kitle kavramı ise olumsuz bir anlam taşımaktadır. Kavram, niteliksiz, sıradan, duygularıyla hareket eden birey anlamında kullanılmaktadır. Bahsi geçen sınıf için kültür dahi hazır olarak sunulmaktadır. Her davranışıyla sisteme hizmet eden yönetilen sınıf kapitalistler tarafından boş vakitler yaratılarak tüketime yönlendirilmektedir. Böylelikle emek karşılığı kazanılan paranın tekrar yöneticinin cebine girmesi sağlanmaktadır.

Bugün yaşanan sorunlar ve trajedilerle karşı karşıya kalan insan tüm olup bitenlerden dolayı modern dönemde kovulan geri çağrılan tanrıya sığınmaya çalışmakta ancak Tanrının kayıtsızlığıyla karşı karşıya kalmaktadır. Bu nedenle bir tür arınma ritüeli şeklinde gerçekleştirilen tüketim ibadete dönüşmektedir (Özben, 2015, s. 260). Böylelikle insanlar yalnızlaşmaktadır. Baudrillard’ın deyiimiyle her şeyin “miş gibi” yapıldığı simülasyon çağında kutsallık da yapaylaşmaktadır. Tüm bunlar insanları tekrar inanma ihtiyacına sürüklemektedir. Neo-paganizm ise yaşananlara karşı gelme şeklinde ortaya çıkan inanç eğilimlerini kapsamaktadır (Gümüş, 2020, s. 83). Yunan, Mısır, Kuzey Avrupa gibi klasik pagan inanış ve tanrılarından etkilenen neo-paganizm, günümüzde insanların çıkarları için tahrip ettiği doğayı kutsamaktadır. Postmodern dönem içerisinde tekrardan canlanan neo-paganizmde Wicca, Druid, Asartu ve Kemetizm gibi pek çok inanç sistemi bulunmaktadır. Eski mitolojilerden esinlenerek yaşatılmaya çalışılan pagan inanışlar hızla yayılmaya devam etmektedir.

Batı ülkelerinde Hristiyanlığın dayatmacı tavrından ve çevreci insanların özgür davranmak istemesi nedeniyle neo-paganların sayısı artmaktadır. Yapılan çalışmalar ABD’de yüz bin civarında neo-pagan olduğunu ortaya koymaktadır (Gümüş, 2020, s. 92). Ayrıca Romanya’da 2018 yılında kurulan *Ropaganism Derneği* bulunmaktadır (Gayte, 2020). Bu dernek arkaik öğretilerden beslenerek eski gelenekleri canlandırmaya çalışmakta ve her geçen gün üye sayısını arttırmaktadır. Özellikle çağdaş paganizm için

olumsuz nitelikler barındırsa da postmodern dönemde pagan inanışların tekrardan canlanmasının nedeni Conneley'e göre (1994), çağdaş paganizmin bazı temaları postmodern dönemin fikirlerine uymasındır. Bunlardan biri tanrının içselleştirilmesidir. Postmodern birey artık tanrıyı kendinden ayrı değerlendirmemektedir.

Tanrıyla bütünleşmeye çalışan çağdaş paganlar arkaik dönemin pagan inanışından oldukça etkilenmiştir. Neo-paganlar, geleneksel pagan inanışında olduğu gibi ritüeller sayesinde tanrılara ulaşmaya çalışmaktadır. Bu ritüeller için özel bir mekân bulunmamaktadır. Ayrıca geleneksel dönem pagan simgelerinin birçoğu çağdaş pagan döneminde de kullanılmaktadır. Mitolojide de yer alan bu sembollere insanlar eski çağlardan beri inanmaktadır. Semboller basit bir görünüşten ziyade geniş bir içeriğe sahiptir. Frolov, sembolün tanımını yaparken onun hem işareti hem de imgenin gizil güçlerini iletişim ortamında bir araya getirdiğinden bahsetmektedir (1990, s. 131). Geniş ve derin içeriğe sahip olan bu sembollerden en bilineni *Hamsa* olarak nitelendirilen el işaretidir. Hamsa, Yahudiliğin sembolü olarak kullanılmaktadır. Farklı şekilde isimlendirilen bu ele Fatma ananın eli de denilmektedir. Sembolün nazardan koruduğuna ve bereket getirdiğine inanılmaktadır.



Resim 2.3. Hz. Fâtımâ'nın Eli ya da Hamsa

Hamsa kadar bilinen diğer bir sembol de hayat ağacı olarak bilinen kökleri ve dallarıyla etrafa yayılmış olan şekildir. Doğum, ölüm ve yeniden dirilişi anlatan sembol kutsal ağaç olarak da bilinmektedir. *Triskele* de postmodern dönemde kullanılan şekillerden biridir. Tanrı ve tanrıçaların üçlü dönüşümünü anlatmaktadır (Gümüş, 2020, s. 111). *Pentagram* ise paganlar tarafından kutsanan hava, su, ateş ve toprağı simgelemektedir. Günümüze kadar ulaşmış en önemli sembollerden bir diğeri de Horus'un gözüdür. Antik Mısır'a ait olan bu gözün her şeyi gördüğüne inanılmaktadır. Vicdanın gözü olarak nitelendirilen Horus'un gözü kişinin vicdanından kaçamayacağını göstermektedir.



Resim 2.4. Antik Yunan Tanrısı Horus'un Gözü

Zıtlığın uyumunu gösteren Ying Yang sembolü de postmodern dönemde kullanılmaktadır. Siyahla gösterilen taraf ying olarak belirtilmektedir. Semboldeki bu kısım negatif tarafı temsil etmektedir. Yang ise beyaz kısımdır ve pozitif tarafı simgelemektedir. Ying Yang evrendeki her şeyin karşıtlık ilişkileriyle yürüdüğünü göstermektedir. Bunlar gibi pek çok sembol, arkaik dönem pagan geleneğinden günümüze ulaşmıştır. Neo-paganlar tarafından da benimsenen işaretler filmlerde, dizilerde, kliplerde ya da sosyal medyada sürekli kullanılarak topluma empoze edilmeye çalışılmaktadır.

Neo-paganizmin hızlı bir şekilde gücünü arttırmasında yeni medyanın ayrı bir yeri bulunmaktadır. Sosyal medya vasıtasıyla çağdaş paganizmi tanıtan ve yaşatan yüzlerce grup ve paylaşım bulunmaktadır. Bu sayede pagan semboller hayatın her alanına sinmektedir. Yeni iletişim teknolojileri sayesinde paganizmin insanlara pazarlanması kolaylaşırken dünyada en çok inanana sahip olan dinler arasına girmiştir. Ayrıca son

yıllarda küresel ısınma, doğanın tahrip edilmesi gibi nedenlerden dolayı çevreciler doğayı kutsayan paganizme yönelmiştir. Diğer bir etkense özellikle Hristiyanlığın ve kilisenin baskısından sıkılanlar için paganizm cazip gelmekte ve dini kaymalar yaşanmaktadır. Kişi kendini pagan olarak tanımladığı andan itibaren Hristiyanlıktan tamamen kopmuş demektir. Buna ek olarak eski pagan geleneğini, ritüellerini ve büyücülük gibi kitapların yayınlanmasıyla birlikte bu dine olan merak artmış hatta okurların kimisi bu inanış biçimini tekrardan canlandırma girişiminde bulunmuştur (Strmiska, 2005, s. 7). Yeniden canlanan bu inanç sistemleri her tür farklı düşünce ve yaşam tarzına imkân tanıdığı için postmodern dönemde yaşanmaktadır.

Amerika Birleşik Devletleri'ndeki paganizm dünya temellidir. Çok tanrılı ama aynı zamanda tek tanrılı inanç sistemlerini de kapsamaktadır. Çağdaş paganizmde hem içkinliği hem de aşkınlığı hem animizmi hem de ruhçuluğu, birbirine bağlılığı, adaleti, saygıyı, büyüü, döngüsellik ve cinselliği barındırmaktadır (Harris vd., 2016, s. 859). Postmodern evreyle karşılaştırıldığında paganizmin özelliklerini görmek mümkündür. Hazzın ve zevkin tüketim sarmalıyla beraber dönüşüme uğradığı postmodern dönemde geleneksel pagan döneminin aşırılıklarıyla karşılaşılmaktadır. Bu nedenle klasik pagan dönemde insanların görme kültürünü incelemek için oluşturulan yedi farklı kod çağdaş paganizm içerisinde değerlendirilmiştir. Bu kodlar; kurban, büyü, cinsellik ve kadın, şiddet ve kan, tanrısallık, doğa ve sembollerdir.

Akla ve gerçeğe olan şüphe nedeniyle postmodern dönemde modern öncesi dönemde olduğu gibi metafizik önemsenmiştir. Kartezyen düşüncenin yaratmış olduğu matematiksel yaşamda en ufak doğruluk payı bulunmayan bir şey yanlış kabul edilirken deney ve gözleme duyulan inanç neticesinde duyular görmezden gelinmiştir. Rasyonel düşüncenin yaratmış olduğu sıkıntılar ise postmodern dönemde aklın özgürleştirilmesiyle silinmeye çalışılmış ve bu dönemde duyuların kullanımı aklın kullanımının önüne geçmiştir. Hedonizm, yeni toplum yapısının ayrılmaz bir parçası olurken fantastik anlatılarla birlikte büyü ve sihir de uygulanmaya başlanmıştır. Geleneksel pagan inançlarının kodlarından biri olan büyü ve sihir eski çağlardan beri uygulanmaktadır. Neo-paganizmde yer alan inançlarda da başvurulan ritüellerdir. Özellikle çağdaş pagan inanışı olan Wicca dini cadıcılık olarak da nitelendirilmekte ve doğada yer alan belirli malzemelerle büyüler yapılmaktadır.

Pagan dönemin kodlarından şiddet de modern sonrası dönemde uygulanmaktadır. Ancak şiddetin anlamı, kullanım şekli ve amacı her dönem farklılık göstermektedir. Pagan dönemde yer alan şiddet ritüeller şeklinde gerçekleşmekteyken postmodern dönemde özellikle yeni iletişim teknolojileri vasıtasıyla yayılan bir eğlenceye dönüşmüştür. Baudrillard, tüketim toplumu olarak da belirtilen günümüz toplumunu hem barışçıl bir toplum hem de şiddet toplumu olarak tanımlamıştır. Bu şiddet amaçsız ve nesnesizdir. Kan, şiddet ve cinsellik bu düzenin geçiciliğine ve zıtlıklarla dolu olduğuna işaret etmektedir (Baudrillard, 2013, s. 206-207). Pagan dönemle postmodern dönemin ortak özelliklerinden biri de cinselliğin toplumdaki yeridir. Pagan dönemde cinsel birleşmeye ve bedene büyük önem verilmiştir. Hatta erginleme adı verilen törenler toplumda yer alan genç erkek ve kadınların kadınlığa ve erkekliğe geçiş evresi olarak bilinmektedir. Bu törenlerde ayrıca şiddet varlığını göstermektedir. Erginleme (inisiyasyon) ritüelinde adayın fiziksel olarak yaralanması gerekmektedir. Böylelikle şiddetle birlikte cinsellikte kutsallaştırılmaktadır. Postmodern dönemde cinsel olan şeffaflaşarak özel alanın da dışına taşınmıştır. Ayrıca bu dönemde tüketim kültürü üzerinden bedenlerin metalaşması söz konusudur. Birey, toplumda cinsel kimliğiyle var olmaya çalışmaktadır. Özgürleşen beden üzerinden yaşanan cinsellik dönemin aşırılığını da göstermektedir.

Bedeni ve cinselliği toplumda nüve olarak yerleştiren dönemle pagan dönemin benzerlik gösterdiği diğer bir kod kadındır. Ataerkil düzene geçilmeden önce kadının üstünlüğü söz konusudur. Bu çağda kadın toprak ana olarak tanımlanmış, toprağın bereketiyle kadının doğurganlığı arasında doğrusal bir ilişki kurulmuştur. Ancak bu düşünce zamanla değişerek erkek egemen toplum yapısına geçilmiştir. Eski pagan kültüründe kadının konumunu anlatan Altunay'a (2019, s. 194-195) göre, kutsal fahişe olarak tanımlanan kadınların erginleme evresine ulaşan erkeğe cinsel yaşamı öğretmesi de kadının toplumdaki yerini göstermektedir. Bu durum kadının bedeniyle ve kadınsılığıyla ön planda olduğunu ortaya koymaktadır. Postmodern çağda ise özel alana kapatılan kadın bulunduğu duvarları yıkarak kamusal alana inmiş, feminist hareketleri başlatmıştır. Kadın ötekileştirilmekten kurtulmak için mücadele etmeye başlamıştır. Ayrıca birçok alanda kendine yer edinmeye çalışmıştır. Ancak modern sonrası dönemde de kadın cinsel kimliği ile bir beden olarak algılanmaktadır. Toplumsal cinsiyetin inşa edildiği toplumda kadınlık bir kültür olarak öğretilmektedir. Tüketim toplumunda

tüketimin bir nesnesi konumuna itilen kadın, reklamlarda cinsel bir obje olarak pazarlanmaktadır.

Son olarak doğa ve semboller de postmodern dönemde yer alan pagan kodlardandır. 20. Yüzyılla birlikte çevreci hareketler artmıştır. Bu hareketler sosyal medyanın etkisiyle çığ gibi büyümekte hatta yerel bir problem dünya çapında yankılanmaktadır. Bunlardan en önemlisi çevreye karşı yapılan tahribattan rahatsız olanların başlatmış olduğu hareketlerdir. İnsanların çevreye vermiş olduğu tahribatı en aza indirmek postmodern çevrecilerin hedefidir. Postmodernizm, modernleşmenin ve endüstrileşmenin insanın doğal çevresi ile arasındaki doğal ilişkiyi bozarak, insan merkezli ve sömürücü bir ilişki ve düşünce sistemi yarattığını savunmaktadır (Özerkmen, 2002, s. 179). Modern dönemde bilimin gelişmesiyle doğa egemenlik altına alınarak tahrip edilmiş ancak postmodern dönem tekrar doğaya dönüşü sağlamıştır. İnsan merkezli anlayıştan doğa merkezli anlayışa geçilmiştir.

Postmodern dönem görselliğin, görüntünün hâkim olduğu bir çağdır. Bu dönemde şekiller ve semboller bir durumu ya da olayı anlatmak için kullanılmaktadır. Modern sonrası dönemde en çok kullanılan semboller pagan dönem mitolojilerinde de yer alan şekillerdir. Pagan sembollerine modern sonrası dönemin ruhunu yansıtan dizi ve filmlerde rastlanılmaktadır. Pagan dönemin izleklerini taşıyan dövmeler, giyim tarzları, müzikler ve makyajlar özellikle Hollywood yapımı dizi ve filmlerle dünyaya pazarlanmaktadır. Sonuç olarak modern sonrası dönem de pagan dönem gibi hedonizmin, aşırılıkların, cinselliğin ve şiddetin yaşandığı dönemdir. Bu nedenle Antonio Negri, Jean-François Lyotard, Michael Hard gibi düşünürler postmodern dönemi neo-pagan olarak adlandırmaktadır.

2.5. DİJİTAL GÖZÜN KARTOGRAFYASI

İnsanlığın bir topluluk olarak var olduğu İlk Çağ' lardan beri gözetim, toplumu denetlemek adına uygulanmıştır. Geçmişte belirli bir kesimin gözetlenmesi söz konusuysa yeni iletişim teknolojilerinin gelişimiyle birlikte neredeyse tüm dünya gözetlenebilir duruma gelmiştir. Bakmayı, görmeyi ve takip etme eylemlerini yerine getiren gözetim, sosyal kontrolün sağlanmasında önemli bir araçtır. Fransızca 'surveillance' kelimesinden türeyen gözetim kavramı ilk olarak bir kişinin hareketlerini

izlemek için kullanılmıştır. Bu gözetimin iki amacı bulunmaktadır. İlk amaç gözetleyenin bilgi için gözetim eylemini yerine getirmesidir. İkinci amaç ise gözlenen kişi üzerinde otokontrol oluşturarak yapması istenilmeyen davranışları engellemektir (Clarke, 2005). Ancak günümüzde uygulanan gözetim pratikleri farklı amaçlara da hizmet etmektedir. Avrupa Birliği Temel Terimler Sözlüğünde (Uysal vd., 2003, s. 30), gözetimin polis, ordu veya yetkili kurum tarafından yapıldığı belirtilmektedir. Oxford sözlüğünde ise (2002, s. 1117), surveillance, yakın gözetim olarak tanımlanmaktadır. Büyük Türkçe sözlükte gözetim kavramı gözetme işi, nezaret, himaye ve gözaltı olarak açıklanmaktadır.

Modern dönemden önce gücü elinde bulunduranların en güçlü silahı gözetim olmuştur. Egemenliklerini sürdürmek için halkı gözetleyen modern öncesi imparatorlukların yerini zamanla ulus devletler almış ve gözetim pratikleri değişmiştir. Artık herkes her an izlenebilir duruma gelmiştir. Günümüzde ise enformasyon teknolojilerinin gelişimine bağlı olarak kamusal alan dışında özel alanlar da Orwell'in tabiriyle büyük ağabey tarafından izlenmektedir. Gözetim toplumu kavramını 1985 yılında yayınlamış olduğu *"Gözetim Toplumu: 1984 Tarzı Tekniklerin Tehdidi"* makalesinde ilk kez Gary T. Marx kullanmıştır. Daha sonra David Flaherty *"Gözetim Toplumunda Mahremiyetin Korunması"* adlı yazısında gözetim toplumu kavramına değinmiştir (Dolgun, 2005, s. 26-27). Zamanla gözetim toplumu kavramının kullanım alanı genişlemiştir. Buna rağmen gitgide sistematik hale getirilen gözetimin varlığı toplum içerisinde silikleşmektedir. Mekânlar dijital gözler tarafından belirli amaçlar uğruna dikizlenmektedir. Ancak bireyler bu durumdan rahatsız olmamaktadır. Aksine görünür olmaya teşvik edilmektedir.

Rule, (1973, s. 35-40), modern toplumda bulunan dört temel gözetim kapasitesini şöyle sıralamaktadır:

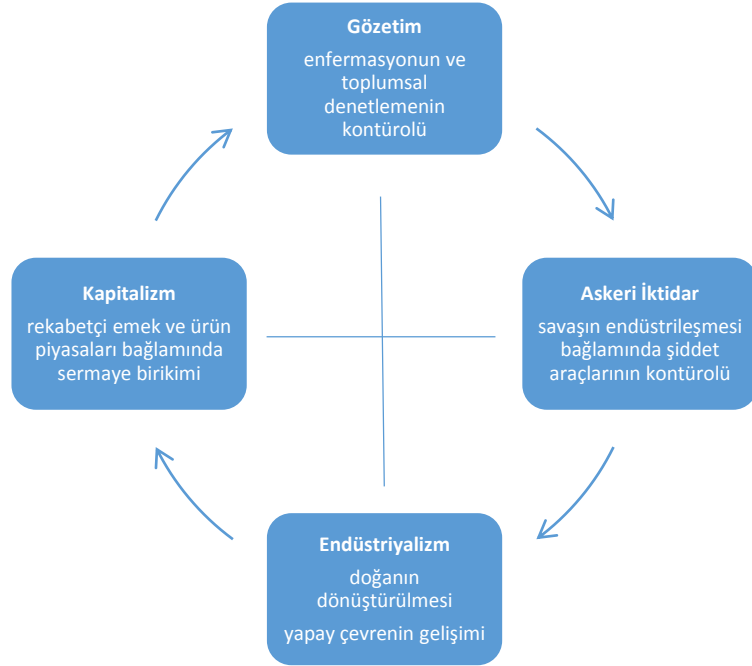
1. Kişilerin doğumundan ölümüne kadar kaydedilen bilgiler,
2. Merkezî bürokrasinin tek bir yerden kontrol edilmesi,
3. Bilişim teknolojilerini kullanarak merkezî bürokrasiye gönderilecek olan enformasyonu hızlandırma,
4. Gerekli görüldüğü takdirde kişilerin bilgilerinin yer aldığı evrakların incelenmesidir.

Rule, gözetimi bürokrasiyle ilintilendirmektedir. Ona göre modern toplum büyüdükçe bürokratikleşme artacaktır. Bu ise gözetimin büyümesine neden olacaktır. Genel olarak moderniteyle ilişkilendirilen gözetim bu dönemden sonra çok geniş kesimlere yönelmiştir. Gözetim, tarih öncesi dönemlerden bugüne kadar toplumu denetim altında tutmak için uygulanmıştır. Ancak bazı düşünürler, gözetimin başlangıcını yazının icadına dayandırmaktadır. Yazıyla gözetimin başladığını iddia eden Giddens (2008, s. 66), yazının gözetim faaliyetine katkısını ise şöyle ifade etmektedir:

“Yazının, modern olmayan devletlerin gözetleme faaliyetleri açısından birçok anlamı vardır. Yazı, devlet aygıtının hem nesneler hem de kişiler üzerinde uyguladığı idari denetimin kapsamını genişletmek üzere kullanılabilecek bir şifreleme bilgisi sağlar. Bir belletme aygıtı olarak, en basit işaret şekilleri bile, başka türlü örgütlenemeyecek olayların ve faaliyetlerin düzenle sıralanmasını mümkün kılar. Bilgi depolama hem belli olay sahalarının standartlaşmasına hem de aynı zamanda bunların daha etkin biçimde koordine edilmesine izin verir.”

Yazı, kaydetmeyi sağladığı için gözetim pratiğini kolaylaştırdığı bir gerçektir. Örneğin Mısır’da nüfus sayımlarında kayıt edilen kişiler hakkında toplanan bilgiler, gözetimin ilk örnekleri arasında yer almaktadır. Kayıt tutmaya yarayan yazı, nüfus sayımıyla kişileri denetlemeyi sağlamıştır. Ancak modern öncesi dönemde gerçekleştirilen gözetim alanları kısıtlı olmuştur. Ulus devletlerin ortaya çıktığı modern dönemle birlikte gözetim faaliyeti kurumsallaşmış ve daha geniş alanları kapsamıştır. Özellikle modern dönemin temel kodları olan kapitalizm, sanayileşme ve kentlerde oluşan nüfus artışı ulus devletlerin kendilerini tehlikelere karşı koruması ve bürokratik oluşumlarla birlikte kapitalist fabrikaların artmasıyla gözetim olgusu yayılmıştır (Dolgun, 2005, s. 61). Kapatılma olgusu da modern dönemde ortaya çıkan bir uygulamadır. Panoptikonun işlerlik kazandığı modern dönemde Foucault’un *Büyük Kapatılma* olarak adlandırdığı kapatılma, delileri, başıboş gezenleri, sarhoşları, suçluları, hastaları ve sıkıntılı tipleri belli bir alana hapsederek izlemeyi sağlamaktadır.

Gözetimin okul, iş yeri, ordu gibi alanlarda da yaşandığı modern dönemin kendinden önceki dönemlerden ayrılan dört önemli özelliği bulunmaktadır. Giddens, bunları birbirleriyle bağlantılı olarak şöyle şekillendirmiştir:



Şekil 2.2. Modernliğin Kurumsal Boyutları (Giddens, 2004, s. 58)

Modernizmin ilk ayırt edici özelliği kapitalizmdir. Özel sermayeye dayanan kapitalizmde meta üretimi gerçekleştirilmektedir. Rekabetin de üretim sisteminin içerisine girmesiyle kapitalist piyasa ekonomisinde üretim araçlarına sahip olanlar kâr amacı gütmektedir. Modern dönemin diğeri bir kurumsal boyutu ise endüstriyalizmdir. Sanayileşme olarak da adlandırılan endüstriyalizmde makineler üretimde başat konuma gelerek hammadde ve ürünün üretimi belirli kurallar çevresinde işlemektedir. Gözetim ise üçüncü kurumsal boyutu oluşturmaktadır. Diğeri kurumsal boyutlarla bağlantılı olarak ortaya çıkan gözetim olgusu siyasal alanın kontrolü olarak görülse de daha geniş bir alanı kapsamaktadır. Son boyut şiddetin kontrolü olarak askeri iktidardır. Ulus devletlerin ortaya çıkmasıyla şiddet de tekel altına alınmıştır. Bu dört kurumsal boyut modernizmi diğeri dönemlerden ayıran en temel özelliklerdir. Ancak özellikle gözetimin modernizmle birlikte diğeri kurumsal boyutlara da bağlı olarak sistematikleştiği görölmektedir. 21. Yüzyılla beraber gözetim uygulamaları akıl almaz bir hal almıştır. Gelişen enformasyon teknolojileriyle birlikte insanlar sürekli olarak gözetlenir hale gelmiştir. Ağ tabanlı araçların gelişmesiyle birlikte gözetim faaliyeti sınırların ötesine geçerek küreselleşmiştir.

Yaşadığımız çağın en önemli gözetleme araçlarından biri olarak bilgisayar kişisel verileri toplamaya yardım etmektedir. Lyon (2006, s. 14-16), gözetlemenin iki yüzü

olduğundan bahsetmektedir: ilk olarak gözetleme, korumak ve kontrol sağlamak olarak değerlendirilmektedir. Olası felaketlerden insanların zararsız çıkması için gözetlendiklerine inandırılmakta bu nedenle de gözetim pratiklerine göz yumulmaktadır. İkinci olarak da gözetleme sosyal ve ekonomik ayrımları destekleyerek istekleri yönetmekte ve böylelikle toplumları kısıtlayıp kontrol etmektedir. Ayartılmaya hazır olan postmodern insan ise kategorize edilerek sınıflara ayrılmaktadır. Sayısallaşan veriler, farklı firmalara satılmaktadır. Böylelikle kişiye özel, adrese teslim ürünler hazırlanarak birey tüketime özendirilmektedir.

Tarihin her döneminde var olan gözetim, toplumsal denetimin en önemli aracıdır. Özellikle modern dönemle birlikte yaşamın her anı kontrol edilmeye başlanmıştır. Bilgisayarlaşan evrende kameralar her yeredir. İnsanlar okulda, sokakta, alışveriş merkezlerinde, iş yerinde ve daha birçok kamusal ve özel alanda yer alan dijital göz sayesinde sürekli gözetlenmektedir. Ayrıca bu durum toplum tarafından normal kabul edilerek sisteme ayak uydurulmaktadır. Bunun en önemli nedeni ise insanların güvenliğin sağlanması için gözetlenmeye rıza göstermesidir. Sadece olası tehlikelere karşı değil aynı zamanda risk oluşturan durumlar için de dijital göz hep üzerimizdedir. 11 Eylül 2001 tarihinde New York'ta Dünya Ticaret Merkezinin ikiz kulelerine düzenlenen saldırıdan sonra yaşanan korku ve ötekine duyulan güvensizlik nedeniyle egemen güçler toplum üzerinde gözetim uygulamalarını arttırmıştır. Saldırıdan sonra Amerika'da Terör karşıtı yasalar çıkmıştır. Bu yasalar mahrem alanların ihlal edilmesine sebep olmuştur. Özel hayata dair olan her şey egemen güçlerin çıkarları doğrultusunda izlenmektedir. Böylelikle toplum denetim altında tutulmaktadır. Yalnızca Amerika değil diğer ülkeler de 11 Eylül saldırısından sonra terörizmden korkmaya başlamıştır. Neticede gözetim pratikleri küreselleşmenin de etkisiyle meşrulaştırılarak özgürlüklerin kısıtlanmasına neden olmuştur. Böylelikle güvenlik ve refah ortamı vaat edilerek durum dramatize edilmektedir.

Gözetim toplumunda özel yaşama yapılan tecavüzler mahrem olanın yitirilmesini ortaya çıkarmaktadır. Breckendridge, hızlı bir şekilde mahremiyetin olmadığı bir çağa girildiğini duyurmaktadır. Ona göre herkes sürekli olarak gözetime açıktır ve hükümetten gizlenecek hiçbir sır kalmamıştır. Hükümet için her yer gizli bir şekilde dinlenmektedir (Breckendridge, 1970, s. 7-8). Ancak mahremiyetin yitirilişinde tek sorumlu hükümet değildir. Şirketler ve kişiler de başkalarının özel bilgilerini izinsiz kullanabilmektedir.

Özellikle internet üzerinden elde edilen kişisel bilgilere ulaşırken şirketler cookies (çerez) adı verilen araçları kullanmaktadır. Çerezler vasıtasıyla internet kullanıcısının en son hangi sayfaları ziyaret ettiği öğrenilmektedir. Buna göre kişiye özel ihtiyaç yaratılarak tüketim özendirilmektedir. Örneğin, internette herhangi bir ürünü inceledikten sonra farklı sayfaya geçtiğinizde dahi o ürün sürekli karşınıza çıkmaktadır. Amazon.com da Wish List olarak bilinen özellikle müşterilerini gözetim altında tutmaktadır. Siteyi ziyaret edenlerin her işlemleri kaydedilerek daha sonraki alışverişler için kullanılmaktadır. Amazon.com ihtiyacı olan verileri elde ettikten sonra Eli Pariser'in terimiyle müşterilerini filtre baloncuğunun içinde yaşamaya terk etmektedir (Bauman & Lyon, 2018, s. 136-137). Bunun gibi birçok firma cookies gibi uygulamalar aracılığıyla internet kullanıcılarının kişisel bilgisayarlarına erişerek veriler toplamaktadır. Sadece firmalar değil yeni medya mecraları da bu bilgilerin toplanmasına aracı olmaktadır. Toplanan kişisel veriler şirketlere satılmaktadır.

19 yaşında bir üniversite öğrencisi tarafından kurulan Facebook, 2013 yılında kullanıcılarının kişisel verilerini izinsiz olarak Cambridge Analytica şirketiyle paylaşmıştır. Şirket Facebook üzerinden kişilik testi yayınlayarak uygulamayı indirenlerin özel yazışmalarına kadar birçok içeriğe erişmiştir. Cambridge Üniversitesi akademik psikolog ve veri bilimci Dr. Alexander Kogan, bu verileri analiz ederek kullanıcı tercihlerini ortaya çıkarmaya çalışmıştır (Arık, 2018, s. 161). Kogan bu verileri bahsi geçen şirkete satmış ve şirket internet üzerinden siyasal içerikli reklamlarla kullanıcıların tercihlerini etkilemeye çalışmıştır. Kısa süre sonra Facebook'un kurucusu Mark Zuckerberg, istismar aracı haline gelen site nedeniyle sorguya çekilmiştir. Şu an Facebook'ta kullanıcılara gizlilik ayarlarıyla ilgili bilgiler sunulmaktadır. Sosyal medya kullanıcısı kendi tercihi göre hangi bilgi ve paylaşımların kimler tarafından görüleceğine kendi karar vermektedir.

Gözetim toplumunun aktörlerinden biri olan yeni medya ile birlikte telefonlara indirilen uygulamalar kullanarak da kişisel veriler farklı firmalara pazarlanmaktadır. Mahrem olanın kamuya açılmasıyla birlikte bedenler de tüketim nesnesine dönüşmektedir. Sun Microsystems'in CEO'su olarak bilinen Scott McNealy, artık özel hayatın olmadığını söylerken herkesin buna alışması gerektiğini vurgulamıştır (Niedwiecki, 2010, s. 277). Böylelikle bir zamanlar kamusal ve özel olarak ayrılan alanların sınırları silikleşmiş, özel alan kamuya açık hale gelmiştir. Kamusal alan

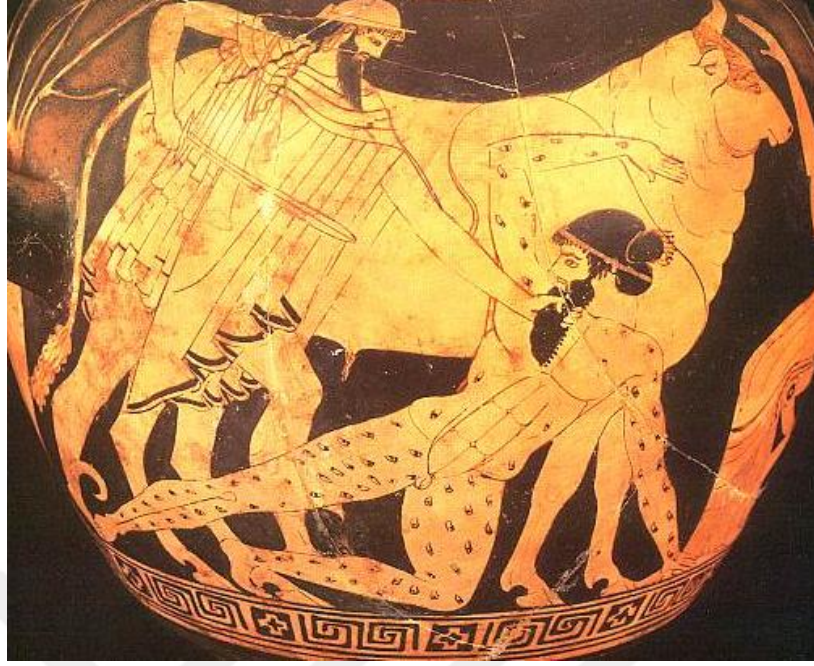
Habermas'ın deyimiyle özel bireylerin ortak bir mesele hakkında akıl yürüterek kamusal bir gövde oluşturduğu, rasyonel bir tartışma ortamında geçen her konuşma ya da tartışma da kamusal alanın bir parçası varlık kazanmaktadır (Habermas, 2004, s. 95). Kamusal dendiğinde bütün vatandaşların erişim hakkı olan mekânlar anlatılmaktadır. Bu alan kamuoyunun oluşumuna yardımcı olmaktadır. Özel alan ise Antik Yunan' da haneye (oikos) karşılık gelmektedir. Özel alan gizlilik içerisinde geçirilen zamanı temsil etmektedir (Yılmaz, 2006, s. 361-362). Bu iki alan 18. yüzyılda prensin özel masraflarının diğer masraflardan ayrı tutulmasıyla farklılaşmıştır. Ancak yeni iletişim teknolojileri Richard Sennett'in de ifade ettiği gibi kamusal insanın çöküşüne neden olurken özel alan ile kamusal alan birbirine geçmiştir. Gözetim pratikleriyle birlikte özel alana ait olan her şey aleni hale getirilmektedir. Artık özel olarak adlandırılan mahremiyet gözetimin tehdidi altındadır. Kamusal alanlarda yer alan dijital gözlere, sürekli olarak takip edilmeye toplum olarak alışılmıştır. Özel alanın sınırlarını oluşturan ev içi yaşamın da internet kullanımının yaygınlaşıp şeffaf hale gelmesiyle özel olan ilgi odağı olmuştur. Kamusal alan ise eski işlevini kaybetmiştir.

Mahrem duygular dünyasının perdeleri kamuya açıldıkça ve artık kamusala yurttaşlardan ziyade yabancılarla birlikte çok çeşitli insanların da katılmasıyla görünürlük ve toplumdan yalıtım paradoksu ortaya çıkmıştır. Kent meydanlarının tanınmadık kişiler tarafından doldurulması toplum nezdinde paniğe ve korkuya neden oldukça insanlar daha çok gözetime sarılmaktadır. Sürekli izlenmiş olmanın verdiği güven ötekine karşı duyulan duygu durumunu hafifletmektedir. Bu nedenle piyasanın gözetimi zorlama yoluyla değil ayartmayla olmaktadır.

Gözetim üzerine ilk dönemde yapılan çalışmalar özellikle kapitalizme vurgu yaparak toplumsal tabakalaşma ve sömürü üzerine yoğunlaşmıştır. Karl Marx, burjuva sınıfının artı-değere sahip olmak için proletaryayı denetleyip tahakküm altına almak için gözetim pratiklerine başvurduğunu savunmuştur (Tümurtürkan, 2010, s. 54). Max Weber ise gözetimi bürokrasi çerçevesinde değerlendirmiştir. Max Weber, bürokratik yönetimin özelliklerinden birinin gözetim olduğunu belirtmiştir. Bu gözetim bireylere ait kişisel bilgilerin dosyalanması ve kullanılması yoluyla yapılmaktadır (Bozkurt, 2000, s. 69). Hem Weber hem de Marx tabakalaşmaya bağlı olarak toplumdaki gücün dağılımını incelerken gözetimin sömürüyle ve bürokrasiyle olan ilişkisini ortaya koymuştur. Gözetimi analiz eden araştırmacıların bir kısmı gözetimin disiplin ve kontrol edici

özelliğini vurgulamaktadır. Diğer araştırmacılar ise gözetimin 21. yüzyılda olduğu gibi insanların günlük yaşantısında sıradanlaşan bir faaliyete dönüştüğünü kabul etmektedir. Bu araştırmacılar gözetimi iktidarla ilişkilendirmekten ziyade toplumun içindeki oluşumlarına bakarak *gözetim toplumu* terimini kullanmıştır.

İktidar her dönem farklı yöntemlerle toplumu kontrol altında tutmaya çalışmaktadır. Farklı çağların şartlarına uygun olarak geliştirilen gözetim pratikleri aynı amaca hizmet etmektedir. Yeni iletişim teknolojilerinin icadıyla birlikte gözetim farklı boyutlara ulaşmıştır. Gözetim üzerine yapılan araştırmalar sonucunda, farklı dönemlerin gözetim pratiklerini yansıtan kavramlar türetilmiştir. Bunlardan ilki *Jeremy Bentham*'ın tasarlamış olduğu *panoptikon*'dur. Bentham'ın panoptikonu tasarlamadaki amacı yaşamış olduğu dönemde insanların mekânlara kapanması ve bu mekânlarda kargaşaların ve sıkıntıların yaşanacağı korkusuyla mekânların istikrarlı hale getirilip toplumun düzenli kılınmasıdır. Bu nedenle Bentham, mekânsal düzenlemeler üzerine eğilmiştir (Baştürk, 2016, s. 22). Panoptikon sadece mimari bir yapıyı ifade etmemektedir. Ayrıca toplumda öz disiplini sağlama aracı olarak da görülmektedir. Modelin mimarisinde halka halinde bir bina bulunmaktadır. Halkanın tam ortasında gözetleme kulesi yer almaktadır. Bu kulede gözetmen vardır. İç kısmına hücreler yerleştirilmiştir. Bu hücrelerin içinde ikişer pencere bulunmaktadır. İçeri giren ışık sayesinde silüetler rahatlıkla görülmektedir. Hücrede yer alan kişi gözetlendiğini bildiği için davranışlarına dikkat etmektedir. Artık saklanacak herhangi bir yer bulunmamaktadır. Özel yaşam, her hareketin gözetlemesiyle birlikte yok olmuştur. Kökü eski Yunan'a kadar dayanan panoptikon kavramı *göz önündeki yer* anlamına gelmektedir (Dolgun, 2005, s. 107). Panoptikon kavramı Yunan mitolojisinde yüz gözlü canavar olarak bilinen Argos Panoptis'den gelmektedir. Argos'un her şeyi gördüğüne inanılmaktadır. Çünkü uyusa dahi daima iki gözünün hep açık kaldığı bilinmektedir. Yüz gözlü canavar olarak bilinen Panoptis mitine göre Hera'nın hizmetçisi olan Argos Hera tarafından beyaz bir ineği Zeus'tan korumak için görevlendirilmiştir. Adı İo olan inek, Zeus'un sevgilisidir. Zeus İo'yu kurtarmak için Hermes'i göndermiş ve lir çalarak Argos'u uyutup onun kafasını kesmiştir. Hera, Argos'un yüz gözünü anısına saklamıştır.



Resim 2.5. Yüz Gözlü Argos Panoptis

Bentham, dine artık toplumda gerek olmadığını düşünmektedir. Çünkü her şeyi gören ve bilen Tanrı yerine Büyük Birader geçmiştir. Sistematiik olarak insanlar hastanede, okulda, iş yerinde ya da sokakta izlenmektedir. Artık gözetlemenin cezalandırmadan daha etkili bir işleve sahip olduğu fark edilmiştir. Foucault ise panoptikonu iktidarın işleyiş biçimine göre ele almıştır. Ona göre gözetim olgusu her yerdedir. O, gözetimi bir tuzak olarak görmektedir. Modern dönemin zorlayıcı ve baskıya dayalı gözetim biçiminden gönüllülüğün esas alındığı rızaya dayalı dijital gözetime geçilmiştir.

Postmodern döneme geçişle birlikte yeni gözetim uygulamaları da ortaya çıkmıştır. Thomas Mathiesen'in ortaya attığı sinoptikonda gözlenenler gözleyenleri gözlemeye başlamıştır. Yunanca'dan türeyen Sinoptik kavramı, aynı anda anlamına gelen "Syn" ile görme anlamına gelen "optic" kelimelerinin birleşimiyle oluşmaktadır (Mathiesen, 1997). Sinoptikonla çoğunluk da azınlığı seyretmeye başlamıştır. Küresel özelliğe sahip sinoptik gözlemde insanlar oturdukları yerden bulundukları mekândan belirli kişi ve grupları dikizlemektedir. Panoptikonda gözetlemenin gerçekleşeceği mekânı kendi yaratırken sinoptikonda ise insanlar baskıya ihtiyaç duyulmadan başka hayatları izlemeleri için kışkırtılmaktadır (Çakır, 2014, s. 396-397). Televizyon, radyo ve sinema

sinoptik gözetimin araçlarıdır. Kitle iletişim araçlarının gelişmesiyle birlikte gözetim de sistematikleşirken daha ekonomik olmaya başlamıştır.

İnternet kullanımının yaygınlık kazanmasıyla birlikte sinoptikon kavramının yeni dönem gözetim pratiklerini açıklamada yetersiz kaldığı görülmüştür. Jeffrey Rose, herkesin her an her yerde birbirini gözetlemesi anlamına gelen *omniptikon* kavramını ileri sürmüştür. Simetrik olarak gerçekleşen yeni tip gözetimde herkes herkesi izlemekte ve sinoptikonda da olduğu gibi gözetlenmeye razı olmaktadır. Gönüllü gözetimin esas olduğu postmodern dönemin gözetim pratiklerinden omniptikonda internet kullanıcıları sosyal medya üzerinden takipleşerek röntgencilik olarak da adlandırılan karşılıklı gözetimi gerçekleştirmektedir. Burada görünür olmaya istekli bireyler bulunmaktadır. *Skopofili* olarak da adlandırılan görünür olma sevdalıları, sosyal medyayı kullanarak gözetim toplumuna hizmet etmektedir. Omniptikon, İngilizce’de “her yerde bulunan” anlamına gelen omnipresence kelimesindeki, “Omni” eki ile gözetlemek anlamına gelen ‘opticon’ kelimesinin birleşimidir. Omniptikon, panoptikon ile sinoptikon işbirliğiyle herkesin herkes tarafından kontrol edildiği bir sistemi açıklamaktadır (Pimenta, 2010, s. 272). *Süperpanoptikon* kavramı da omniptik gözetimi anlatmak için kullanılan kavramlardan birisidir. Bauman’a göre panoptikon hala hayatta ve iyi durumdadır. O, panoptikonun, hapishanelere, kamplara, psikiyatri kliniklerine ve tam gözetim kurumlarına kaydığını söylemektedir (Bauman & Lyon, 2018, s. 70). Bunların dışında Dider Bigo’nun ortaya atmış olduğu *ban-optikon* kavramı bulunmaktadır. İngilizce yasak anlamına gelen ban kelimesiyle gözetleme anlamında kullanılan optikon kavramlarından türeyen ban-optik bakış, özellikle Avrupa’da nüfus hareketlerini izleyerek ülkeye yapılan göçleri kontrol etmek için kullanılmıştır. Bigo profil çıkarma teknolojilerinin kimlerin gözetleneceğini belirlemede kullanılmasına ban-optikon adını vermiştir. Alışveriş siteleri, alışveriş merkezleri ve süper marketleri kuşatan kapalı devre kamera sistemleri ban-optik cihazlardandır. Ayrıca ban-optikon, toplumda uyumsuzluk gösteren bireyleri anında fark etmektedir (Bauman & Lyon, 2018, s. 75, 78). Zygmunt Bauman ise geliştirmiş olduğu akışkan gözetim kavramıyla gözetim pratiğini dönemin şartlarına göre tekrar çerçeve içine almaya çalışmaktadır. Modern dünyada esnek ve değişkenlik esas olduğundan gözetim de buna göre şekillenmektedir. Cep telefonlarının icadı, modern yaşamın değişken ve sabitlikten uzak doğasına uyumlu olarak gözetleme ve gözetlenme pratiklerini de kolaylaştırmıştır. Artık insanların neredeyse her hareketi

kaydedilmektedir. Bauman'nın da bahsettiği gibi hızın, hareketliliğin ve esnekliğin egemen olduğu bu dönemde gözetim de akışkanlaşmıştır. İnsanlık tarihi boyunca egemen güçler tarafından geliştirilen farklı gözetim pratikleri yeni iletişim teknolojileriyle birlikte küreselleşerek her yer omniptik, Ban-optik ya da süperpanoptik alanlara dönüşmüştür. Artık bedenler verilere indirgenmektedir.

Enformasyon teknolojilerinin gelişimiyle gücünü arttıran gözetim toplumu ile ilgi anti-ütopik eserler de mevcuttur. En çok bilinenler George Orwell'in 1984 adlı kitabı, Aldous Huxley'in *Cesur Yeni Dünya'sı* Yevgeni Zamyatin'in *Biz*'idir. Bu eserlerde iktidarın merkezileşmesi ve totaliter yapısı ile beraber gözetimin yarattığı toplumsal düzen kaygılarıyla birlikte anlatılmaktadır. Ayrıca bu distopyalarda bireyselliğin yok oluşu da sergilenmektedir. Görünmeden gören iktidar, gözle görülebilen her şeyi izlemektedir. Özel alan olarak evin duvarları şeffaflaşırken mahremiyete müdahale gerçekleşmektedir. Aynı durum *Biz* adlı eserde de yer almaktadır. Evlerin duvarları camdandır. Herkes her şeyi her an izleyebilmektedir. Toplumda yer alan egemen güç, gücünü insanları gözetimle kontrol altında tutarak almaktadır. Günümüzde olduğu gibi her şey matematikle açıklanmaktadır. İnsanlar isimlerinden ziyade numaralara sahiptir. Örneğin romanın başkahramanının adı D-503'tür. 1920 yılında kaleme alınan eserde herkes aynı saatte yemek yiyip, çalışıp aynı saatte uyumaktadır. Kimsenin aile bağları yoktur. İnsanlar makineleşmiştir. Her şeyin gözetlendiği toplumda cinsellik de devlet kontrolünde gerçekleşmektedir. Artık gizlenebilecek hiçbir şey kalmamıştır. Zamyatin'in neredeyse 100 yıl öncesinden günümüz gözetim toplumunun karamsar tablosunu çıkarmış olmasıyla birlikte kendisinden sonra çıkacak olan eserlere de ilham olmuştur.

Biz adlı romandan esinlenerek kaleme alınan 1984 adlı distopyada *Büyük Ağabey* olarak adlandırılan metafor insanları devamlı olarak *teleskrin* denilen ekranlardan izlemektedir. Sınıfa ayrılmış toplumda özgür düşünce bulunmamaktadır. "*Büyük ağabey seni gözetliyor*" sloganı, diktatör bir gözetim rejiminin varlığına işaret etmektedir. Roman, geleceğin gözetim toplumuyla ilgili felaket senaryolarıyla doludur. Büyük ağabey gözetlemese dahi gözetlendiğini düşünen toplum otokontrol mekanizması geliştirmektedir. Ocean hükümeti olarak anılan iktidar partisi kişilerin kan basıncını ya da kalp atışlarını takip ederek bu değerlerde ani bir değişim yaşandığında hemen müdahalede bulunmaktadır. Olası tehlikeleri engellemek için geliştirilen bu yöntemde devlete karşı herhangi bir girişim önceden tespit edilerek önlenmektedir. 1984'ü

Türkçeye çeviren Üster yazmış olduğu önsözde her şeyin devletin denetiminde olduğu, bellekten yoksun bırakılan muhalefetsiz bir toplumun kitapta resmedildiğini vurgulamaktadır (Orwell, 2011, s. 14). Anti ütöpik olan bu eser adeta bir karabasan gibi gelecekte gözetim toplumunun insanı nasıl kuşatıp benliğini elinden alacağını haber vermektedir. Makineleşip kontrol altına alınan toplumun düşünce gücü de elinden alındığı için gizlenecek hiçbir yer kalmamıştır.

Geleceğe ilişkin uyarı niteliğindeki 1984'ten sonra Aldous Huxley de, *Cesur Yeni Dünya*'yı yazarken karamsar bir gelecek tasarlamıştır. Huxley, diğer anti ütöpik eserlerden daha farklı bir gelecek resmetmiştir. Artık bireyler iktidar tarafından üretilmektedir. Bu nedenle sisteme karşı gelecek kimse kalmamaktadır. Huxley, Batı dünyasının geleceğini eleştirel bir anlatımla aktarırken gözetimin ne boyutlara ulaşabileceği hakkında da uyarılarda bulunmaktadır. Kitap, Henry Ford'un T-model otomobilini ürettiği dönemi işlemektedir. Bu dönemde Tanrı toplumdan dışlanırken insanlar tüm bağlarından koparılmaktadır. Diğer kara ütopyalarda olduğu gibi cinsellik devlet kontrolünde yaşanmaktadır. Burada kuluçka ve şartlandırma merkezi olarak belirtilen merkezde döllenme sağlanmakta böylelikle anne ve baba kavramı anlamsız kalmaktadır. Üç romanda da geleceğin gözetim toplumu bilim kurgu niteliğinde kurgulanırken farklı olarak Huxley'in çizdiği toplum yapısında gözetlenmekten haz alan insanların varlığı söz konusudur. Artık 1984'te olduğu gibi Big Brother'e gerek yoktur. Totaliter eğilimdeki iktidar, her durumda gözetim pratiklerini kullanarak yerini sağlamlaştırmaktadır. Ancak günümüzde sadece hükümet değil herkesin herkesi dikizlediği bir gözetim toplumu inşa edilmiştir.

Günlük hayatta attığımız her adımda kişisel verilerimizin izini bırakmaktayız. Bu veriler tüketimi özendirmek için uzman kişiler tarafından kullanılmaktadır. Herhangi bir mağazadan alışveriş yapıldığında fatura için kişisel bilgilerin ve telefon numarasının istenmesiyle tüketimin sürekliliğini sağlamak için ürün mesajları atılmaktadır. Bir kere kişisel veriler paylaşıldıktan sonra artık takiptesiniz demektir. Bedenler gözetimin en önemli datası haline gelmiştir. Ulus devlet içinde yer alan bedenler sınıflandırılarak gözetlenmektedir (Lyon, 2006, s. 142-143). *Biz* adlı romanda olduğu gibi toplumda herkes bir numaraya sahiptir. Kimlik numaraları takip edilmeyi kolaylaştırmaktadır. Duvarlar camdan olmasa da enformasyon teknolojilerinin sağlamış olduğu imkânlarla günlük hayatın her anında sayısız gözetim uygulamalarına maruz kalmaktayız.

Yeni toplumsallık biçiminde gözetim, sadece görülmeyeni görmek için değil aynı zamanda toplumu sürekli gözetim altında tutarak doğacak olan risklere karşı savunma geliştirmekte de kullanılmaktadır. Göz, artık her yerdedir. Panoptik gözetimde insan izleme işlemini gerçekleştirirken, post-panoptik olarak adlandırılan dijital çağda ise gözetimi makineler yapmaktadır. Bu nedenle artık Foucault'un kapatılma olgusu yerini sınırsız bir uzama bırakmıştır. Kapalı devre kamera sistemleri (CCTV), biyometrik gözlem cihazları, bilgisayarlar, parmak izi cihazları gibi birçok icat post-panoptik dönemde yapılan gözetim faaliyetlerini göstermektedir. Bauman'ın tasvir ettiği gibi gözetim akışkanlaşmıştır. Sabitlikten uzak olan postmodern çağda hareketlilik ve esneklik, gözetim pratiğinin de doğasını değiştirmiştir. Dijitalleşen hayatlarla birlikte herkes hem gözetlenmekte hem de gözetlemektedir. Artık gözetim cihazları sadece iktidarın elinde değildir. Herkesin ulaşabileceği şekilde tasarlanan bu teknolojik iletişim aletleri sayesinde insanlar takip ederken takip edilmektedir. Böylelikle gündelik yaşama sirayet eden röntgencilik gönüllü olarak yapılmaktadır.

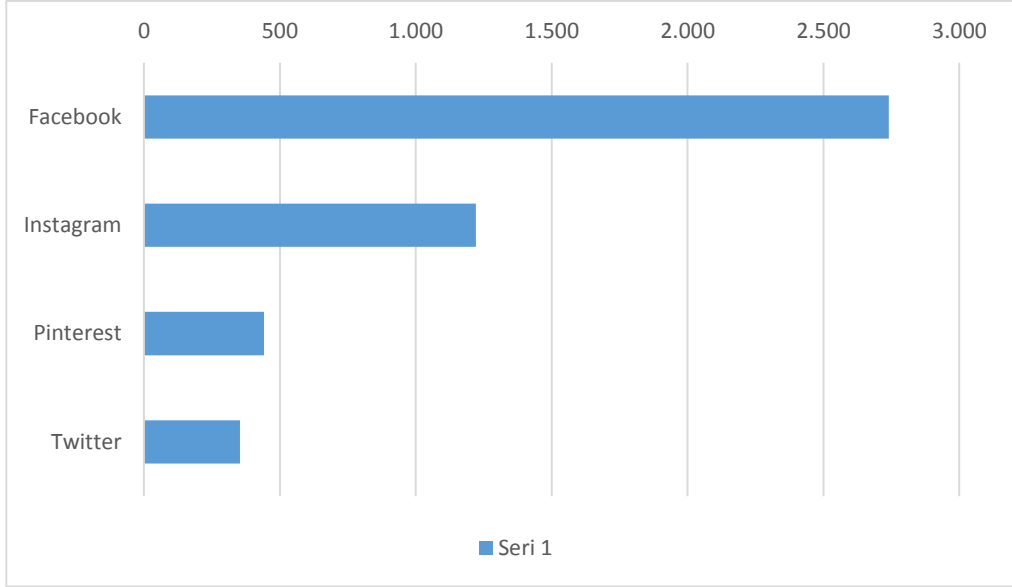
Kişisel bilgilerin sürekli olarak paylaşılması teşvik edilirken skopofili olarak da bilinen röntgencilik ve teşhircilik artmaktadır. Mahremiyet gaspının yaşandığı postmodern dönemde bilgisayar destekli gözetleme sistemleri sayesinde herkes gözetim altındadır. Siber-uzay çağda gözetim sistematikleşirken gözetleme faaliyeti de görünmez hale gelmiştir. Yeni medya uygulamaları ile birlikte Guy Debort'un deyimiyle *gösteri toplumu* ortaya çıkmıştır. Hazcı ve gösteriyi seven internet kullanıcıları görünür olmaktan hoşlanmaktadır. Dijital dünya da kullanıcılarına başka bir hayat ve kimlik imkânı sunmaktadır. Yaratılan kimlikler bedenden bağımsızdır ve yeni iletişim teknolojilerinin bedeninin varlığına ihtiyacı yoktur. İnsanlar her şeyin farkındadır. Ancak sürekli olarak gözetim altında olmayı olağan karşılamaktadır. Özetle panoptik sonrası dönemde Bauman'ın da zikrettiği gibi herkes kişisel panoptikonlarını kendi bünyesinde taşıyarak gözetim olgusuna hizmet etmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GÖZ KÜLTÜ VE YENİ MEDYA

Amerika Birleşik Devletleri'nde *Savunma İleri Düzey Araştırma Projeleri Kurumu* olarak bilinen DARPA'nın askeri araştırmalar için 1969 yılında ARPA'yı icadıyla birlikte 21. yüzyılın vazgeçilmezi olan internetin temelleri atılmıştır. Bu ağ, daha sonra Amerika'da üniversite ve araştırma kuruluşlarında bulunan bilgisayarları birbirine bağlamak için kullanılmıştır. Bilgisayarların özel mülklere girmesiyle birlikte internetin kullanım alanı genişlemiştir. Özellikle akıllı telefonların icadı neredeyse tüm dünyayı birbirine bağlayan ağ toplumunun oluşmasını sağlamıştır. We are social'ın Ocak 2021 verilerine göre 5,22 milyar cep telefonu kullanıcısı bulunmaktadır. 4,66 milyar insan ise interneti kullanmaktadır. Bu rakam toplam nüfusun yüzde 59,5'ine tekabül etmektedir. Ayrıca ortalama olarak bir internet kullanıcısı her gün yaklaşık 7 saat çevrimiçi olmaktadır (Kemp, 2021). Bir önceki yıla kıyasla 2021 Ocak ayında internet kullanıcısının yüzde 7,3 oranında arttığı gözlemlenmektedir. İnternette geçirilen zamanın büyük bir kısmı ise sosyal medyaya ayrılmaktadır. Sosyal medya kullanmak gündelik rutinlerden biri haline gelmiştir.

Tek yönlü veri akışına imkân sağlayan web 1.0' dan sonra web 2.0 teknolojisinin kullanıma sunulmasıyla ortaya çıkan sosyal medya, kullanıcılarına içeriğe müdahale edebilme ve karşılıklı etkileşim ortamında bilgi alışverişinde bulunabilme imkânı sağlamaktadır. Şu an dünya nüfusunun yaklaşık yüzde 49'u sosyal medyayı aktif olarak kullanmaktadır. Dijitalleşen çağa uygun olarak evren küresel bir köye dönüşmektedir. Enformasyon, eğlence, sosyalleşme, alışveriş ya da iletişim kurmak amacıyla kullanılan sosyal medya mecraları iletişim ve kültürle beraber görmenin ve bakışın da dönüşmesine neden olmaktadır. Pagan dönemden başlayarak günümüz postmodern döneme kadar görme kültürünün dönüşümünü araştıran bu çalışmada sosyal medya ortamlarından Facebook, Twitter, Instagram ve Pinterest incelenmiştir. Böylelikle sosyal medyanın pagan izleklerini taşıdığı gösterilmekte ve pagan dönem ile postmodern dönem arasındaki benzerlikler incelenmiştir.



Şekil 3.1. Sosyal Medya Ortamlarının Aktif Kullanıcı Sayısı (Kemp, 2021)

Çalışmada örneklem olarak belirlenen sosyal medya ortamlarından Facebook en fazla kullanıcıya sahip uygulamadır. We Are Social'ın 2021 Ocak ayında yayınladığı raporda toplam 2 milyar 740 milyon insanın Facebook hesabı bulunmaktadır. İkinci sırada ise Instagram yer almaktadır. 1 milyar 221 milyon kullanıcısı olan Instagram, bu sayıyı her geçen yıl arttırmaktadır. Pinteresti ise 442 milyon sosyal medya kullanıcısı tercih etmektedir. Son sırada yer alan Twitter ise sadece 353 milyon kullanıcıya sahiptir. Dört farklı sosyal medya uygulamasından Facebook, popüleritesini korumaya devam etmektedir. Ancak Facebookla kıyaslandığında Instagram'ın yıllık büyüme hızı artmaktadır. Pinterest ise genel olarak kadınlara hitap etmesi nedeniyle kullanıcı sayısını sınırlı tutmaktadır. En az üyeye sahip Twitter, kullanıcı sayısında düşüş yaşamaktadır.

3.1. FACEBOOK: SURETLER KİTABI

14 Mayıs 1984 tarihinde Karen ve Ed Zuckerberg çiftinin oğlu olarak dünyaya gelen Mark Elliot Zuckerberg, küçüklüğünden beri yazılımlar yazarak programlama ile uğraşmıştır. Dişçi olan Ed Zuckerberg, evini kliniğe çevirmiştir. Çalışanların klinik içerisinde iletişim kurmasını sağlamak için Mark tarafından ZuckNet adında internete bağlı bir program geliştirilmiştir. Evlerinde kurulan bu iletişim ağı Mark Zuckerberg'in tüm dünyayı ağ üzerinden birbirine bağlama düşüncesinin ilk adımlarını oluşturmaktadır.

Eğitim hayatında oldukça başarılı olan Zuckerberg'in Harvard üniversitesine yerleştikten sonra Facebook macerası başlamıştır.

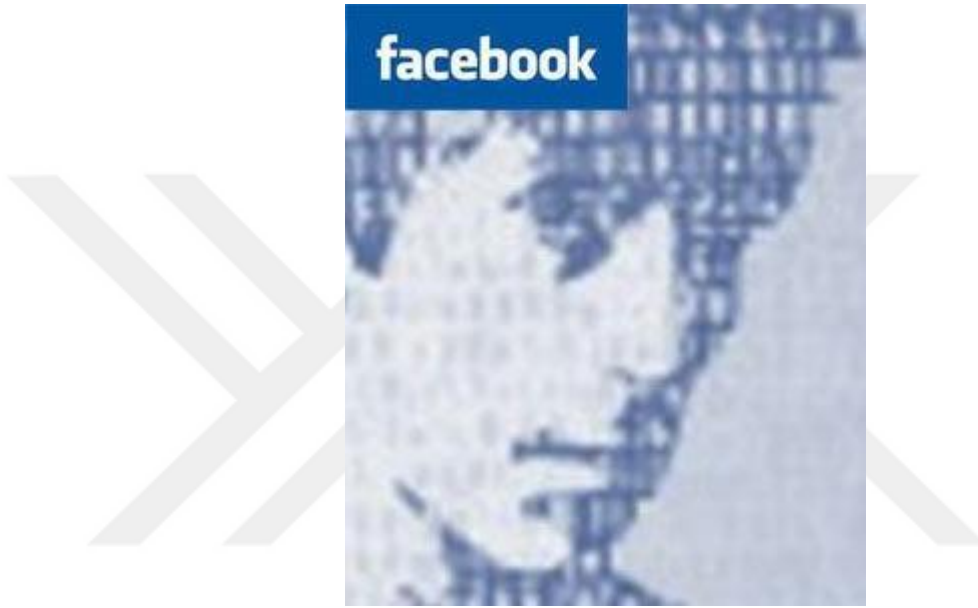
Mark Zuckerberg Harvard'a girdikten sonra projelerine devam etmiştir. Philips Exeter'de bitirme projesi olarak D'Angelo ile tasarlamış oldukları Synapse adındaki program üzerine çalışan Zuckerberg, çok daha iyi şeyler yapacağına inanmıştır. Kullanıcıların müzik tercihlerini kaydederek bir liste oluşturan Synapse, beklenen ilgiyi görememiştir. Sadece Zuckerberg değil D'Angelo'nun "Arkadaş bahçesi" adlı uygulamasıyla Jonathan Abrams'ın eş bulma programı Friendster de insanları ağ üzerinden birbirlerine bağlama çabaları arasındadır. Zuckerberg ders eşleştirme adında bir program geliştirerek Harvard öğrencilerinin kullanımına sunmuştur. Bu programda öğrenciler kimin hangi dersi seçtiğini görerek ders seçme işlemini yapmıştır. Program Harvard öğrencileri tarafından oldukça tutulmuştur. Zuckerberg'in bu programdan çıkardığı ders ise insanların başkalarının ne yaptığı konusunda olan merakıdır (Levy, 2020, s. 66). Bu tür uygulamaların insanların hoşuna gittiğini anlayan Zuckerberg, Facemash adında bir uygulama daha geliştirmiştir. Yönetimin şifresini hackleyerek sınıf arkadaşlarının fotoğraflarını onların rızalarının dışında kullanan Mark, iki kişinin fotoğrafını karşı karşıya getirerek öğrencilerden puan vermeleri istenmiştir. Program öğrenciler tarafından ilgi görmüş ancak okul yönetimi yaşanan gizlilik ihlallerinden dolayı Zuckerberg'e uygulamayı kaldırmasını söylemiştir.

Facemash uygulaması hakkında yüzlerce şikâyet gelmesine rağmen insanlar bu uygulamayı kullanmaya devam etmiştir. Zuckerberg, Facemash uygulamasıyla insanların birbirlerinin fotoğraflarını görüntülemekten zevk aldığını keşfetmiştir. Hakkında soruşturma başlatılan Mark, yapmış olduğu çalışmalardan şunları öğrenmiştir (Levy, 2020, s. 84):

- 1) Ders eşleştirme uygulamasıyla kimin hangi bölüme katıldığını bilmek mümkündü.
- 2) Facemash uygulamasıyla insanların arkadaşlarına ait fotoğraflara bakmayı çok sevdiği görülmüştür.
- 3) İnsanlar bazı içerikleri ücretsiz olarak seve seve verebiliyordu.

Artık Zuckerberg, zamanının büyük bir kısmını daha önceki deneyimlerine dayanarak çevrimiçi bir site programlamaya ayırmıştır. Bir tür foto- rehber özelliği

taşıyan sosyal ağ sitesini oluştururken henüz 19 yaşında olan Mark, uygulamanın adını thefacebook.com olarak belirlemiştir. Adından da anlaşılacağı üzere yüz kitabı ya da suret kitabı olarak nitelendirilen sosyal ağ mecrasında kullanıcılar bir tür kimlik oluşturmaktadır. Thefacebook, 4 Şubat 2014 tarihinde Harvard öğrencilerinin kullanımına sunulmuştur. Sitenin tasarımı ve özellikleri gelişen iletişim teknolojileri ve ihtiyaçlara göre sürekli değişim göstermiştir. Thefacebook'un ilk logosu programlama dili olan 0 ile 1 rakamlarının insan silüetine dönüşmesinden oluşmaktadır.



Resim 3.1. Facebook'un İlk Logosu (Nicole, 2011)

Andrew McCollum'un tasarlamış olduğu Facebook logosunda sitenin ismine uygun olarak insan sureti kullanılmıştır. Facebook adamı olarak da bilinen bu fotoğraftaki kişi Al Pacino'ya benzetilmektedir. Site Harvard öğrencilerinin kullanımına açıldığında ana sayfada uygulamanın amacını açıklayan bir metine yer verilmiştir. Bu metinde Thefacebook'un insanları üniversitelerdeki sosyal ağlara bağlayan çevrimiçi bir rehber olduğu belirtilirken sayfanın en altında sitenin bir Zuckerberg yapımı olduğu da gösterilmiştir. Ayrıca kullanıcıların Thefacebook'u kullanarak neler yapabileceğini anlatan maddelere de yer verilmiştir (Moss, 2015):

1. Harvard üniversitesindeki insanları aramak
2. Harvard üniversitesindeki öğrencilerin kendi sınıf arkadaşlarını bulmak
3. Arkadaşların arkadaşlarına bakmak
4. Kullanıcının kendi sosyal ağını görüntülemesi

Facebook ekibi daha sonra birçok kez uygulamanın logosunu değiştirmiştir. Genel olarak logo için aynı renk tonlarına sadık kalınmıştır. Facebook adının ilk harfi olan “f” ile sembolleştirilirken mavi arka plan üzerine oturtulan beyaz “f” harfi uygulamanın şu an kullanılan logosunu oluşturmaktadır.



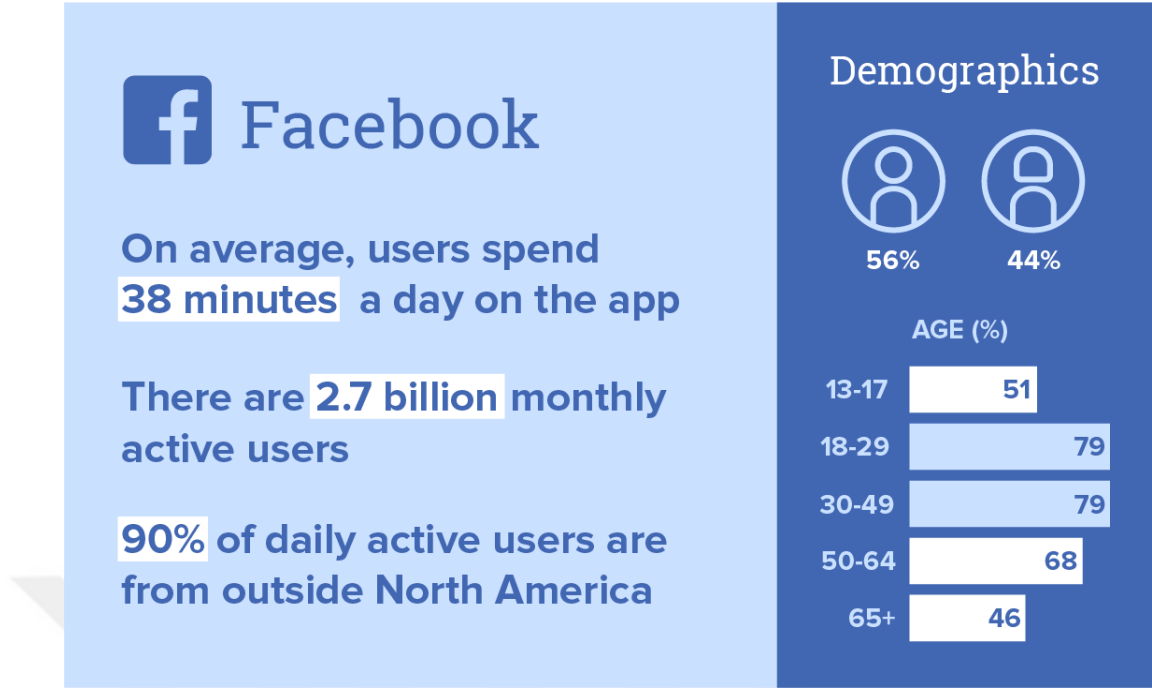
Resim 3.2. Facebook'un Logosu

Mark Zuckerberg, diğer sosyal ağ sitelerinden esinlenerek oluşturduğu yeni medya ortamında üniversite öğrencilerinin arkadaşlarını bulmasına imkân verirken, arkadaşların arkadaşlarını da görebileceği geniş bir ağ sunmuştur. Bu dönemde gizlilik, Thefacebook’u diğer sosyal ağlardan ayıran özellik olmuştur. Çünkü kullanıcı siteye e-posta adresi doğrulaması ile kayıt olduğundan gerçek kimlik bilgilerini sunmaktadır. Ayrıca yapılan paylaşımları kimlerin görebileceğine de kullanıcı karar vermektedir.

Thefacebook’a girmek kısa sürede öğrenciler için günlük rutine dönüşmüştür. Harvard’taki öğrencilerin çoğu Thefacebook’a kayıt olmuştur. Dustin Moskovitz ve Chris Hughes ise sitenin yaygınlaşmasına katkı sağlamıştır. Kullanıcıların ihtiyaçlarını iyi analiz eden Mark Zuckerberg yapmış olduğu güncellemelerle sahip olduğu sosyal ağ sitesine farklı yenilikler eklemiştir. Thefacebook’u Harvard sınırlarından dışarı çıkartan Zuckerberg, sitenin diğer üniversiteler arasında da popüler hale gelmesini sağlamıştır. 19 yaşında icat ettiği sitede insanların kendilerini rahat ifade etmesi için ilk olarak duvar özelliğini eklemiştir. Duvar özelliği sayesinde kullanıcılar arkadaşlarının sayfalarında paylaşım yapma imkânı elde etmiştir. Bu sayede herkes birbirlerinin duvarına dilediğini yazmaya başlamıştır. Daha sonra Thefacebook’a *gruplar* adında bir özellik daha eklenmiştir. Gruplar, facebook sayesinde herhangi bir konuda hemfikir olanların oluşturduğu topluluklardır. Thefacebook üzerinde herkes sanal grup oluşturabilme imkânına sahip olmuştur. Bu gruplar herkese açık olabileceği gibi yalnızca kabul edilen grup üyelerini de kapsayabilmektedir.

Siteyi iyileştirmek adına yapılan her girişim Thefacebook'un popülerliğini daha da arttırmıştır. Özellikle fotoğrafların ağ üzerinden paylaşılmasının sağlanması kullanıcıların profil fotoğraflarıyla birlikte albümler oluşturabilmelerini mümkün hale getirmiştir. Fotoğraflardan hemen sonra toplu fotoğraflarda bulunanların kim olduğunu gösteren etiketleme özelliği kullanıma sunulmuştur. Etiketleme ile kimin kiminle arkadaş olduğu diğer arkadaşlar tarafından görülürken etiketlenenler arasındaki bağ da pekişmektedir. Öğrencilerin en çok vakit geçirdiği fotoğraf paylaşım sitesi olarak kullanılan Thefacebook hitap ettiği çevre tarafından büyük bir üne sahip olmuştur. 2005 yılında the ön ekinin atılmasıyla sitenin yeni adı Facebook olarak güncellenmiştir.

11 Eylül 2006 yılına gelindiğinde bahsi geçen site herkesin kullanımına açılmıştır. Geçerli bir e-postaya sahip olan herkesin kayıt olabildiği sosyal ağ sitesi aynı yıl milyonlarca kişiyi bünyesine katmıştır. 2006 yılının en önemli eklentisi ise News Feed yani “haber kaynağı” özelliğidir. Haber kaynağından önce kullanıcılar merak ettikleri arkadaşlarının sayfalarını tek tek gezerken artık her şey ana sayfada görüntülenmeye başlamıştır. Bu özellik sayesinde insanlar arkadaşlarının dünyalarında neler olup bittiğini kolaylıkla öğrenmektedir. Zuckerberg, insanların buna bayılacağını düşünmüş ancak oldukça olumsuz geri dönüşler almıştır. Yüzbinlerce kişi Facebook'un News Feed özelliğine karşı çıkmıştır. Ancak Facebook ekibinin fark ettiği şeyse insanların tepki gösterdikleri halde haber kaynağını kullanmaya devam etmeleri olmuştur. Herkesin kullanımına açılan Facebook'ta kullanıcılar arkadaşları ile ilgili hareketleri sayfalarında görmeye kısa sürede alışmıştır. Böylelikle Facebook yeni tür gizlilik ve mahremiyet düşüncesi geliştirmiştir. Facebook'un açık kayıt yani sitenin herkesin kullanımına açılması nefret söylemini, siber zorbalığı, mahremiyetin yitirilmesini, intihar ve şiddeti de beraberinde getirmiştir.



Şekil 3.2. Facebook'un Demografik Özellikleri (Weber, 2021)

Demografik özellikleri göz önüne alındığında kullanıcılar günlük ortalama 38 dakikasını Facebook'ta harcamaktadır. 2,7 milyar aktif kullanıcısı olan Facebook'un günlük aktif kullanıcısının %90'nı Kuzey Amerika dışındandır. Uygulama kullanıcısının yarısından fazlası erkektir. Yaş olarak ise Facebook'u 18 ile 49 yaş arası kesim yoğun kullanmaktadır. Kâr amacı güden bir şirkete dönüşen Facebook, reklamlarla ilgili de uygulamalar geliştirmiştir. "Pages and Ads" adı verilen uygulamaya göre Facebook üyesinin almış olduğu ürünler o kişinin arkadaşlarına da önerilmektedir. Ayrıca Facebook kullanıcının internet üzerinde bırakmış olduğu tüm dijital izleri kullanarak sayfada ürün önerilerinde bulunmaktadır. İlk olarak gizlilik ihlali olarak rahatsız olan üyeler siteye bildirimde bulunmuştur. Will adındaki birinin başına gelenler Facebook'un gizlilik konusundaki ihmalkârlığını sergilemektedir. Will'in Overstock'tan kız arkadaşına yeni yıl sürprizi olarak pırlanta yüzük almasının sitede yayınlanması üzerine tebrik mesajları almasıyla birlikte sürprizin de bozulmasına neden olmuştur. Bundan dolayı insanlar Facebook'a fazla güvenmemeleri gerektiğini düşünmeye başlamıştır. Site gözden düşmeye başlayınca Facebook ekibi bu özelliğin izin alınarak uygulanacağını bildirirse de bir süre sonra kaldırılmıştır.

2007 yılının temmuz ayında ise Facebook'a beğen tuşu eklenmiştir. Beğen butonu sevgiyi ve olumlu düşünceleri ifade etmenin ve yaymanın en kolay yolu olmuştur.

Başparmak işaretiyle simgelenen beğen butonunun yorum sayısını azaltacağı düşünülmüştür. Aksine bu tuş sayesinde yorum sayısında da artış yaşanmıştır (Levy, 2020, s. 265). Facebook kullanıcısı kendini tek bir tıkla anlatabiliyordu. İnsanların gözdesi haline gelen beğen butonu nedeniyle kullanıcılar arasında en çok beğeni alma yarışı başlamıştır. Bu nedenle insanlar daha fazla beğenilebilmek için belirli bir ücret karşılığında beğeni satın almaktadır. Ayrıca Facebook, beğeni tuşundan yararlanarak veri depolamakta ve bu bilgileri üçüncü şahıslarla paylaşarak kâr elde etmeye başlamıştır.

Facebook, kullanıcıların her bir tıklamasını depolarken yeni kayıt olanların siteye adapte olmasını sağlamak için de farklı stratejiler geliştirmiştir. “*Tanıyor olabileceğiniz kişiler*” stratejisi ile Facebook’a kayıt olan kişi arkadaşlarını kolaylıkla bulmaya başlamıştır. Ancak Facebook’un kişinin tanıyor olabileceği kişileri nasıl tahmin edip sunduğu kafalarda soru işaretinin oluşmasına neden olsa da diğer güncellemelerde olduğu gibi gizliliğe yönelik tehditler göz ardı edilmiştir. Bahsi geçen sosyal ağ sitesi kullanıcıların kayıt olduğu e-posta adreslerine erişim sağlayarak muhtemel arkadaş listesi çıkarırken, siteye henüz kayıt olmamış insanların da davet edilmesini kolaylaştırmıştır. Arkadaş listesinin yoğunluğu ise haber kaynağının dolmasını sağlamaktadır. Böylelikle üyeler Facebook’u her gün olup bitenleri öğrenmek ve paylaşım yapmak için sürekli ziyaret etmektedir.

Sürekli olarak farklı özelliklerle güncellenen Facebook’un felsefesini yansıtan cümle ise “*Hızlı hareket et ve bir şeyleri kır*” olarak bilinmektedir. Bu cümle Facebook ekibinin çalışma kültürünü yansıtmaktadır. Hızlı hareket etmek için bir şeyleri kırıp dökmekten korkmamak gerektiğini vurgulayan slogan Graham’a göre insanları bir şeyleri denemeye ve başarısızlıklardan korkmamaya teşvik etmektedir (Levy, 2020, s. 313). Amaca giden yolda her şeyi mübah olarak değerlendiren Zuckerberg, Facebook’un geleceğini tehdit eden girişimleri tespit ederek satın almaya çalışmaktadır. Satın alamadığı girişimlerin özelliklerini ise kopyalayarak kendi sitesinde uygulamaya çalışmıştır. 2006 yılında kullanıma sunulan sosyal ağ sitesi Twitter’ın hızla büyümesi Mark Zuckerberg’in dikkatini çekmiştir. Twitter’ın yaratıcısı ve CEO’su Jack Dorsey ile görüşmeler düzenleyen Mark, Twitter’a sahip olamamıştır.

6 Ekim 2010 tarihinde Twitter’dan sonra Facebook’la yarışacak bir site daha ortaya çıkmıştır. Instagram olarak bilinen bu site filtrelenmiş fotoğraf özelliğiyle kısa sürede

kullanıcı sayısını arttırmıştır. Instagram'ın başarısını gören Twitter ve Facebook'un sahipleri siteyi almak için yarışa girmiş olsalar da Instagram'a Zuckerberg sahip olmuştur. Artık bir Facebook kuruluşu olarak faaliyet göstermeye başlayan Instagram, fotoğraf yoluyla iletişimi mümkün kılmaktadır. Facebook'un satın alma girişiminde başarısız olduğu Snapchat ise kısa ömürlü video paylaşımlarıyla özellikle gençler arasında oldukça popülerdir. 2013 yılına gelindiğinde ise Facebook WhatsApp adlı mesajlaşma uygulamasına yönelmiştir. Zuckerberg WhatsApp'ı satın almış ancak kurucuları Acton ve Koum'un idare ettirmesine müsaade etmiştir. Bünyesine kattığı yeni oluşumlarla birlikte her geçen gün büyüyen Facebook diğer sosyal ağ sitelerinden farklı olarak sanal gerçekliğe (virtual reality) de yönelmiştir. Zuckerberg sanal gerçeklik gözlüğü Oculus'u satın alarak en büyük alımlardan birini daha gerçekleştirmiştir.

Bireylerin sosyalleşmesini destekleyen Facebook büyük bir şirkete dönüşürken birçok ihlalin yaşanmasına neden olmaktadır. Özellikle Amerika Birleşik Devletleri'nde 2008 ile 2012 seçim kampanyalarında propaganda amaçlı Facebook'un kullanılması usulsüzlüklere neden olmuştur. 2008 seçimlerinde geliştirilen stratejilerle seçimi kazanan Obama, sosyal medya aracılığıyla genç seçmenlere hitap etmiştir. Amerika'da gerçekleşen seçimleri Obama'nın kazanmasında sosyal ağ sitelerinin etkisinin olduğunu belirten Smith, bundan sonraki seçimlerde de bu etkinin görüleceğini söylemektedir (Smith, 2011, s. 28). Yine 2012 yılında ABD'de gerçekleşen seçimlerde Barack Obama rakibi Mitt Romney'e karşı sosyal ağ sitelerini kullanarak seçimin galibi olmuştur.

2016 yılında ise ABD'de başkanlık seçimlerinde aday olan Donald Trump'ın Facebook'un gücünü kullanarak insanları istediği gibi yönlendirmek için yapmış olduğu propaganda seçimleri kazanmasını sağlamıştır. Seçim kampanyasında özel bir şirket tarafından Facebook kullanıcı verilerinin satın alınarak Donald Trump lehine kullanıldığı iddia edilmektedir. Cambridge Analytica olarak bilinen bu şirket 50 milyon Facebook kullanıcısının verilerini depolayarak seçimleri etkilemiştir. Ayrıca Rusya Facebook'u kullanarak sahte hesap ve Trump'ın oyunu arttıracak yalan haberler paylaşarak seçimlere müdahil olmuştur. Yaşanan ihlal ve usulsüzlükler sonucunda Zuckerberg olanlardan kendisinin sorumlu olduğunu belirterek herkesten özür dilemiştir.

Facebook'un CEO'su Mark Zuckerberg'in kullanıcı verilerini izinsiz olarak üçüncü şahıslarla paylaştığı bir başka olay 2014 yılında yaşanmıştır. 22 Temmuz 2014 yılında

Proceedings of the National Academy of Science of the United States of America (PNAS) adlı ulusal bilim akademisinde yayınlanan “*Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks*”² başlıklı çalışmada Facebook kullanıcıları üzerinde izinsiz deney yürütüldüğü ortaya çıkmıştır. Facebook üyelerinin duygusal durumlarını inceleyen Adam DI Kramer, Jamie E. Guillory ve Jeffrey T. Hancock kullanıcıların Facebook’taki paylaşımlardan duygusal olarak etkilendiğini iddia etmiştir. 689 bin kullanıcı üzerinde yürütülen deneyde Facebook haber kaynağına pozitif ve negatif içerikler yerleştirilmiştir. Bir grup kullanıcıya pozitif paylaşımlar gösterilirken diğer grup negatif içeriklerle karşılaştırılmıştır. Araştırmanın sonucuna göre Facebook üyeleri karşılaştıkları içeriklerden etkilenmektedir. Negatif içeriklerle karşılaşan kişilerin negatif paylaşımlar yaptığı gözlemlenmiştir. Aynı durum pozitif içerik gösterilen kullanıcılarda da görülmüştür. Pozitif içerikleri gören kişiler de pozitif paylaşımlarda bulunmuştur.

İhlallerle birlikte çalışmada pagan dönem, Antik Çağ ve Orta Çağ için belirlenen motiflerin Facebook’ta da yansımalarının bulunduğu görülmektedir. Bu motiflerden şiddet olgusuna sosyal medyada oldukça sık rastlanılmaktadır. Kullanıcı verilerinin izinsiz olarak üçüncü şahıslarla paylaşılmasının yanı sıra Facebook, şiddeti ve nefret söylemini özendirici içeriklerin yayılmasına da neden olmaktadır³. Dünyanın herhangi bir yerinde paylaşılan şiddet içerikli görüntülerin anında her yere yayılmasını sağlayan Facebook’ta intihar notları ve içerikleri de bulunmaktadır. 16 Ekim 2014 tarihinde 14 dakikalık intihar mektubunu içeren videoyu hesabında yayınladıktan sonra kendini asarak intihar eden Mehmet Pişkin, cesedenin kadavra yapılmasını istemiştir. Facebook’un canlı yayın özelliğini kullanarak hayatına son verenlerden Erdoğan Ceren, av tüfeğiyle kendini vurmuştur. Tüfeği karnına dayayarak ateş eden Erdoğan Ceren’in canlı yayın videosu dakikalar içerisinde ağ üzerinde yayılmıştır.

² Adam D. I. Kramera, Jamie E. Guillory and Jeffrey T. Hancock, *Editorial Expression of Concern and Correction*, chrome-extension://oemmdncblbdoiebnladdacbfmadadm/https://www.pnas.org/content/pnas/111/24/8788.full.pdf?ref=hvper.com&utm_source=hvper.com&utm_medium=website (Erişim Tarihi: 16.01.2021)

³ Facebook’ta nefret ve şiddet söyleminin 2020 yılının ilk çeyreğinde arttığı tespit edilmiştir. Toplam 9,6 milyon paylaşım nefret söylemi barındırdığı için silinmiştir. DW.com, *Facebook’ta nefret ve şiddet söylemi arttı* 12.05.2020, https://www.dw.com/tr/facebookta-nefret-ve-%C5%9Fiddet-s%C3%B6ylemi-artt%C4%B1/a-53418719 (Erişim Tarihi: 24.05. 2021).



Resim 3.3. 10 Ekim 2016'da Facebook Live'da Kendini Vuran Erdoğan Ceren

Ayhan Uzun ise 2017 yılında Facebook Live özelliğini kullanarak canlı yayında intihar etmiştir. Yine aynı yıl işçi emeklisi Azmi Tekocak, Facebook'tan canlı yayın yaparak kendini asmak suretiyle intihar etmiştir. Taylan'da ise bir adam Facebook Live'da ilk olarak bebeğini daha sonra kendini vurarak intihar etmiştir. Facebook'un canlı yayın kayıtlarına anında müdahale edememesi şiddet içeren görüntülerin hızla yayılmasına neden olmaktadır. Diğer kullanıcılar ise bu videoları film gibi izleyerek şiddetin kanıksandığını göstermektedir. Şiddetin özendirilerek topluma empoze edildiğini gösteren paylaşımlara örnek olarak Ahmet Köse'nin 2019 yılında kendini Facebook hesabı üzerinden öldüreceğini duyurduğu paylaşımı gösterilebilir. Kendini öldüreceğini bildiren Ahmet Köse'nin paylaşımına 47 beğeni gelirken arkadaşlarının bir kısmı ise Köse'nin intihar etmesini desteklemiştir.

Nefretin ve ırkçılığı yücelten içeriklerin de yer aldığı Facebook, kullanıcılar arasında kanıksamaya ve sonuç olarak nefret suçlarına neden olmaktadır. Facebook'un nefret söylemi barındıran içerikleri kaldırmaması eleştirilmiş ancak durum değişmemiştir. Bugün ayrımcılığı, ırkçılığı ve nefreti besleyen yüzlerce hesap ve içerik bulunmaktadır. Sosyal ağ üyeleri tarafından ötekileştirilen kişi, grup ya da topluluklara karşı nefretin büyüyerek nefret suçunu oluşturan eylemlere dönüştüğü yaşanan örneklerle görülmektedir. Bu girişimler sonucunda yaralanan ve ölen birçok kişi bulunmaktadır. Ayrıca şiddet içerikli paylaşımların toplumda şiddete karşı duyarsızlaşmanın yaşanmasına neden olduğu yapılan çalışmalarla kanıtlanmıştır. 15 Mart 2019 tarihinde Yeni Zelanda'da bulunan El Nur Camiine beyaz ırkın üstünlüğünü savunan Avusturyalı Philip Manshaus, Cuma namazı sırasında Facebook'tan canlı yayın açarak 51 kişiyi katledişini herkese izletmiştir. Kan, şiddet ve ırkçılığın yer aldığı paylaşımı milyonlarca

kişi tekrar tekrar paylaşmış ve seyretmiştir. Şiddetin meşrulaşarak yayılmasına ve kanıksanmasına neden olan bu tarz içerikler her şeyin alenileştiğini göstermektedir.



Resim 3.4. El Nur Cami Saldırısı

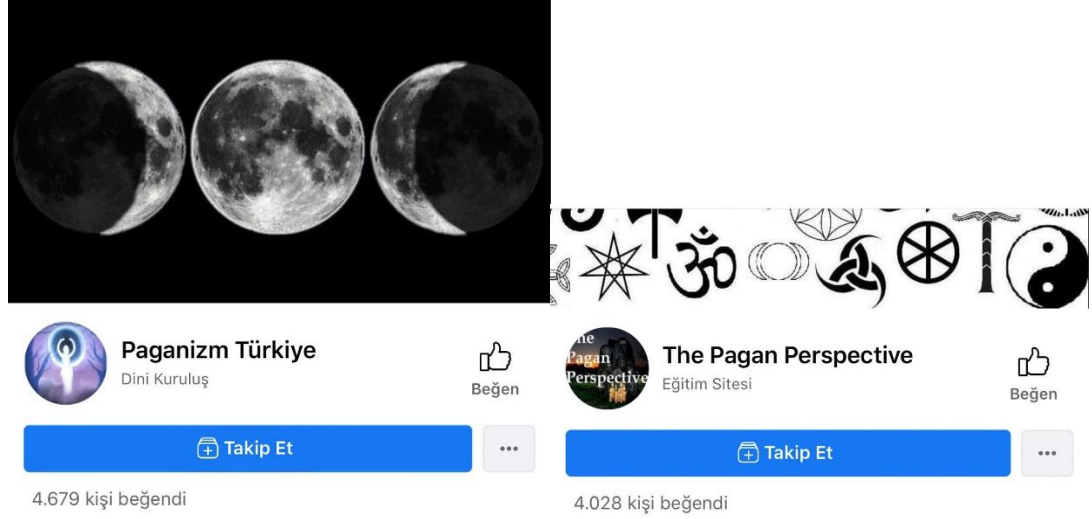
Canlı yayında intihar edenler ve şiddeti sergileyenlerle birlikte cinselliğin ön plana çıktığı paylaşımlar Facebook'un topluma yapmış olduğu menfi tesiri göstermektedir. Pagan bakışın anlam evreni olarak aşırılığın kodlarından cinsellikle ilgili paylaşımlar Zuckerberg'in kurmuş olduğu sitede oldukça sık karşılaşılmaktadır. Site halka açıldıktan 1 yıl sonra New York başsavcısı Richard Blumenthal, çevrimiçi cinsel istismarları ortaya çıkarmak için ekip kurarak operasyon yürütmüştür. Operasyonda istismarcıların ilgisini uyandıracak çocuk hesapları açılmıştır. Pornografiyi ve çevrimiçi cinsel aktiviteyi teşvik eden gruplardan birçok kişi bu sahte hesaplara yönelmiştir (Stone, 2007). Bu olaydan sonra Facebook içeriği denetlemek için personel alımı yapsa da usulsüzlükler devam etmiştir. Çünkü artık dijital çağda kendini ifşa etmek bir gereklilik olarak görülmektedir. Ulusal Kayıp ve İstismara Uğramış Çocuklar Konseyi'nin (NCMEC) 2020 yılında yayınladığı rapora göre, sosyal medya platformlarından en fazla çocuk istismarı görüntüsünün paylaşıldığı ortam Facebook'tur (T24, 2021). Ayrıca cinsel içerikli pek çok grup, video ve görüntü Facebook'ta yer almaktadır. Paganizmde yer alan erginleme törenlerinde aleni olarak gerçekleştirilen cinsel birleşmelerde olduğu gibi Facebook'ta da açıklık ve aşırılık görülmektedir. Bu tür paylaşımlar özellikle kadın bedeni üzerinden sergilendiği için kadının sosyal medyadaki konumu da anlaşılmaktadır.

Pagan dönemde olduğu gibi Antik Çağ ve Orta Çağ’ da da uygulanan büyü faaliyetleri postmodern dönemde özellikle sosyal medya vasıtasıyla yayılmaktadır. Her şeyin sanallaşarak ağa aktarıldığı 21. yüzyılda büyüsel uygulamalar da yerini almıştır. Özellikle Facebook’da büyü ile ilgili olarak açılan gruplarda üyeler doğaüstü güçleri kullanarak belirli amaçlara ulaşmaya çalışmaktadır. Facebook’un sağlamış olduğu ortam sayesinde her türlü büyüsel uygulama online olarak yapılmaktadır. Herkesin istediği an ulaşabildiği bu tür gruplarda Facebook kullanıcılarına doğaüstü güçleri kullanarak sihir yapmayı da öğretmektedirler.



Resim 3.5. Facebook'ta Büyü İlgili Hesap Örnekleri

Mark Zuckerberg tarafından kullanıcılarının birbirleri ile iletişim kurup haberdar olması için oluşturulan site artık çok farklı amaçlara hizmet etmektedir. Yapay zekâ kullanılmasına rağmen ihlal barındıran içeriklerin yayınlanması durdurulamamaktadır. Mitolojik karakterlerin de Facebook kullanıcıları tarafından kullanıldığı uygulamada Pagan öğretilerini anlatarak pagan olmak isteyenlere yol gösteren ve bu inanış biçiminin ilimlerini anlatan birçok grup yer almaktadır. Paganlığı tekrardan canlandırarak topluma aşılama çalışmaları Facebook kullanıcıları neo-paganizmin oluşmasını sağlamaktadır.



Resim 3.6. Facebook'ta Pagan Gruplar

Görsellerin yoğun olduğu Facebook'ta yer alan birçok paganik kodlardan biri de kurbandır. René Girard'ın "*Günah Keçisi*" olarak tanımladığı ikame kurbanı uygun olarak sosyal medyada hedef gösterilen kişi ya da gruplar diğer kullanıcılar tarafından linç edilmektedir. İkame kurban olarak seçilen kişiye yöneltilen hakaret ve suçlamalarla birlikte kişi toplumdan dışlanmaktadır. 2020 yılında Tv8'de yayınlanan "*MasterChef*" adlı yarışmadan diskalifiye edilen Uğur Yılmaz Deniz, reyting uğruna geçmişte sosyal medyada yapmış olduğu paylaşımlardan dolayı suçlanmıştır. Deniz'in elendiği canlı yayında ve Tv8'in sosyal medya hesaplarında açıklanmıştır.



Resim 3.7. Uğur Yılmaz Deniz'in Masterchef'ten Elenmesi

Tüm bu usulsüzlüklerle birlikte kullanıcı verilerini metalaştırarak kâr amacı güden bir şirkete dönüşen Facebook, yaşanan ihlaller nedeniyle kimi zaman eleştirilip gözden düşse de şu an en çok kullanıcıya sahip sosyal ağ siteleri arasında yer almaktadır. Facebook, kişilerin sayfa oluşturmaya, fotoğraf, video ve metin gibi içerikler paylaşmasına, arkadaşlarla bağlantı kurup oyun oynamasına olanak tanıyarak dünya çapında aylık aktif kullanıcı sayısını 2,7 milyar olarak arttırmaktadır (Clement, 2020). İstatistiklere göre Facebook'un en popüler özelliği “beğen” düğmesidir. Kullanıcıların kendi arkadaşlarına tavsiyelerde bulunmasını sağlayarak tüketici kitlesini arttıran Facebook Disney, Coca Cola ve Nike gibi büyük şirketlere ürün pazarlamada imkân sunmaktadır.

2004 yılından itibaren sürekli olarak yapmış olduğu iyileştirmeler ve güncellemelerle devasa bir yapıya ulaşan Facebook kullanımı kolay ve basit bir arayüze sahiptir. Hem yatay hem de dikey entegrasyon olarak bünyesine kattığı sosyal ağ siteleri ve teknoloji şirketleri ile rekabet edebilecek çevrimiçi teknoloji sağlayıcılarını satın alan

Zuckerberg, dünyanın en zenginleri arasında yer almaktadır. Gelirinin büyük bir kısmını reklamlardan sağlayan Facebook hem markalar hem de kullanıcılar için tercihten ziyade bir mecburiyete dönüşmüştür. Ağda yer alanlar Facebook'un ara yüzünde şu özelliklerle karşılaşmaktadır:

1. **Durum Güncellemesi:** Facebook ana sayfasında “*Ne Düşünüyorsun?*” sorusunun bulunduğu kısım durum olarak bilinmektedir. Sayfanın en üstünde yer alan bu özellik paylaşmak istenilen içeriği eklemeyi sağlamaktadır. Paylaşımı kimin göreceğine kullanıcı karar verebildiği gibi burada oda oluşturma, arkadaş etiketleme, canlı video, emojiler, video izleme partisi, kamera, yer bildirimi, GIF, tavsiye isteme ve bir şeyler satabilme özellikleri yer almaktadır.
2. **Hikâye Paylaşma Özelliği:** Hikâye özelliği ile paylaşılan içerik 24 saat sonra silinmektedir. Bu özellik Snapchat'e ait bir özelliktir. Zuckerberg, story özelliğini Facebook'a uyarlamıştır. Günlük yaşantıdan alıntılanan hikâyelerin yayınlanmasında sosyal medya ortamları aracılık etmektedir. Dijital hikâye anlatıcılığı ile yeni medyayı kullananlar kendi imajlarını oluşturmaktadır. Postmodern dönemin hikâye anlatıcılığında ses, video, görsel ve efektler kullanılmaktadır.
3. **Marketplace:** 2007 yılında siteye eklenen özellikle birlikte Facebook bir pazar yeri oluşturmuştur. Bu uygulamayla eşya, ev ve diğer birçok ürün satılmakta ya da kiralanmaktadır. Marketplace, kullanıcıların alışveriş yapmasına imkân sunmaktadır.
4. **Oyunlar:** Kullanıcıların ilgi alanlarına göre farklı türdeki oyunların yer aldığı kategoridir. Toplam 641 oyunun bulunduğu sosyal ağ sitesinde oyun oynanırken canlı yayın da açılabilir. Bu oyunların büyük bir kısmında saldırganlık biçimleri bulunmaktadır. Zombiler, vampirler, savaşçılar ya da avcılar gibi farklı saldırı biçimlerinin bulunduğu Facebook oyunlarında şiddet teması oldukça sık işlenmektedir. Uyuşturucu kaçakçılığı, depo soygunu, kumarhane ve oteller gibi yeraltı dünyası tarafından finanse edilen mülkleri ele alan oyunlar sanal ortamda savaşmayı, birbirlerine yumruk atmayı ve öldürmeyi öğütlemektedir (Losh, 2010, s. 37). Ayrıca çevrimiçi oynanan

oyunlarda mikrofon özelliği kullanılabildiği için küfür ve hakaret içeren konuşmalar saldırganlığı arttırmaktadır.

5. **Gruplar:** Facebook aynı ilgi alanına sahip kullanıcıları grup özelliği ile bir araya toplamaktadır. Gruplar özelliği sayesinde kullanıcı grup kurabilmekte ya da gruplara üye olabilmektedir. Böylelikle kişinin anasayfasında görmek istediği içerikler yer almaktadır.
6. **Koronavirüs (Covid-19) Bilgilendirme Merkezi:** 2020 yılında tüm dünyaya yayılan salgınla ilgili verilerin yer aldığı özelliktir. En son verilerle kullanıcı virüse karşı bilgilendirilmeye çalışılmaktadır.
7. **Anılar:** Bu özellik ile daha önce aynı tarihlerde paylaşılan içeriklerin Facebook tarafından hatırlatılarak tekrar paylaşılması sağlanmaktadır. Anılar özelliği kapatılamamakta ancak kullanıcı görmek istediği anıları kontrol edebilmektedir.
8. **Kriz Yardım Merkezi:** Facebook'un sunduğu önemli hizmetlerden biri de kriz yardım merkezidir. Bu özellik sayesinde kriz olarak değerlendirilen bir durumda olan kişiler yakınlarına güvende olduklarını, yardıma ihtiyaç halinde yardım isteklerini ve durumla ilgili bilgilerini paylaşabilmektedir. Meksika'da 2012 yılında yaşanan depremde depremzedeler Facebook "Kriz Yardım Merkezi" özelliğini kullanarak yakınlarına durumları hakkında bilgi vermiştir.
9. **Facebook Pay:** Dijital ödeme sistemi Facebook pay, kullanıcılarının uygulama üzerinde para transferi ve ödeme yapmasını sağlayan elektronik ödeme sistemidir. Uygulama, bağış yapmaya, oyun içi alışverişe, Messenger'da para transferleri yapmaya ve Marketplace'den ürün satın alma işlemi gerçekleştirmeye yardımcı olmaktadır.
10. **Bağış Kampanyaları:** Facebook, kâr amacı gütmeyen kuruluşlar ve yardıma muhtaç kişiler için bağış kampanyası düzenleme ya da bağış yapma imkânı sağlamaktadır.
11. **Etkinlikler:** Herhangi bir konuyla ilgili Facebook'ta düzenlenen davetlerdir. Böylelikle Facebook üzerinden düzenlenen toplantılara herkes davet edilebildiği gibi sadece belirli kişileri de kapsamaktadır.
12. **İş Fırsatları:** İş fırsatları özelliğinde Facebook kullanıcısının yaşadığı konumdaki işletmelerin iş ilanlarını göstermektedir.

13. **Messenger/ Messenger Kids:** Facebook kullanıcılarının video, fotoğraf, metin ya da sesli mesajlarla birlikte emoji, GIF ve çıkartma göndermesini sağlayan iletişim biçimidir. Messenger Kids ise ebeveyn kontrolünde çocuklar için tasarlanan bir uygulamadır. Burada ebeveyn çocuğunun konuşacağı kişileri kendi belirlemektedir.
14. **Sayfalar:** İşletmeler, markalar ya da ünlüler sayfalar özelliği sayesinde hedef kitleye daha rahat ulaşmaktadır. Sayfalar gizli olabildiği gibi herkesin erişimine de açılabilir.
15. **Poke (Dürtme):** Kullanıcıların birbirleriyle iletişime geçmesini sağlayan farklı bir iletişim biçimidir. Metaforik anlam taşıyan dürtme diğer Facebook üyeleriyle iletişime geçmede kullanılmaktadır. Bir tür merhaba anlamı taşıdığı gibi çapkınlık eylemi olarak da anlaşılmaktadır.
16. **Reklam Yöneticisi:** Herhangi bir işletme ya da kullanıcının bilgisayardan veya telefondan reklam oluşturarak bu reklamları yönetmeyi sağlamasına yardımcı bir Facebook özelliğidir. Bu özellik sayesinde reklamların yayınlanma yeri ve zamanı yönetilebilmektedir.
17. **Avatar:** Facebook kullanıcılarının kendi karakterlerini ifade etmeye yardımcı bir tür karikatürdür. Kişiler bu özellik ile kendi kimliklerini yansıtan avatari seçerek Messenger’da, yorumlarda ve hikâyelerde kullanabilmektedir.

3.2. TWİTTER: YAZININ AZALMASI VE RESMİN ÇOĞALMASI

Dünyayı etkisi altına alan internetin gelişimiyle birlikte ağ üzerinde etkileşime imkân tanıyan web 2,0’ın icadı sosyal medya ortamlarının ortaya çıkmasını sağlamıştır. Sosyal medyanın gücünü fark eden program yazılımcıları ilgilerini ve bilgilerini bu alana yöneltmiştir. 2004 yılından bu yana sayıları artan sosyal ağ mecraları farklı özelliklere sahip olsa da aynı amaca hizmet etmektedir. Günümüzde iletişime, eğlenceye ve artık e-ticarete imkân sunan sosyal ağlar kullanıcıları için bir elektrik ya da su gibi hayati değere sahiptir. Bunlardan biri de 2006 yılında ağ toplumuna katılan Twitter’dir. Jack Dorsey, Biz Stone, Noah Glass ve Evan Williams’ın kurmuş olduğu Twitter, ilk zamanlar kullanıcılarının mesaj yoluyla durumlarını paylaştıkları bir uygulama olmuştur. Programcı Dorsey’in katkılarıyla geliştirilen sosyal ağa yapılan güncellemeler sitenin

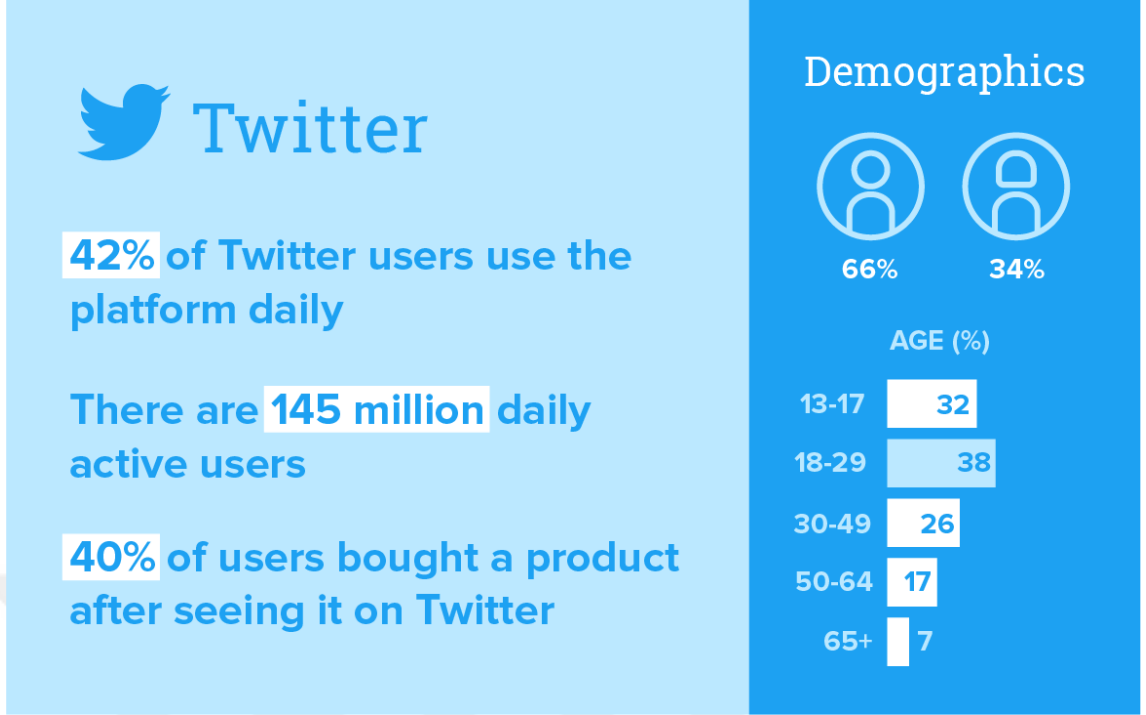
kullanıcı sayısını arttırarak dünya çapında en çok kullanılan sosyal medya ortamlarından biri yapmıştır.

Düşüncelerin vitrini olarak kimliklerin inşa edildiği Twitter, İngilizce kökenli bir kelimedir. Twitter Türkçeye cıvıltı olarak çevrilirken, Tweet cıvıldamak anlamında kullanılan bir fiildir. Kuş cıvıltısını kasteden Twitter'ın logosunda ise kuş figürü yer almaktadır. Cıvıltı olarak tanımlanan Twitter, kuş cıvıltısını kastetmektedir. Bu figür ifade özgürlüğünü çağrıştırmaktadır. Kuş figürünü tasarlayan Biz Stone, ekibine sembolün açılımını yaparken gelecekte Twitter'ın despot rejimleri devirmeye yardımcı olacağını, zorbalığın çatırdayan duvarlarında ise bu kuş figürünün bulunacağını vurgulamıştır (Stone, 2014: 104). Twitter logosunda yer alan kuşun adı ise Larry'dir. Ayrıca mavi beyaz renklerin tercih edildiği site kullanımı kolay olarak tasarlanmıştır.



Resim 3.8. Twitter'ın Logosu

İnsanları birbirine bağlamayı amaç edinen Twitter, kurulduğu yıllarda “40404” olarak belirlenen numaraya atılan durum mesajıyla kullanılmıştır. Twitter, kişilerarası iletişimin yanı sıra gittikçe bilgi kaynağı ve siyasi tartışmalara ek olarak eğlence amaçlı da kullanılmaktadır. We Are Social'ın 2021 Ocak ayında yayınladığı rapora göre bu sosyal ağın toplam 353 milyon aktif kullanıcısı bulunmaktadır (Kemp, 2021). Dünyada en çok kullanılan 15 sosyal medya platformundan 13. sırada yer alan Twitter, önemli olayların gündeme taşınmasıyla birlikte gündemin oluşturulmasını da sağlamaktadır. Ancak site çoğu kez yararsız bilgilerin çokluğu ve anlamsız gevezelik olarak eleştirilmiştir. Çünkü milyonlarca Twitter kullanıcısı sosyal ağ ortamını günlüğü gibi kullanarak günlük aktivitelerini, özel fotoğraf ve URL'leri Twitter üzerinden paylaşmaktadır (Weller vd., 2014, s. 30). Bu nedenle eleştirmenler bu tür paylaşımların bilgi kirliliği oluşturduğunu dile getirmektedir.



Şekil 3.3. Twitter'ın Demografik Özellikleri, (Weber, 2021)

Demografik açıdan değerlendirildiğinde Twitter kullanıcısının %42'si her gün hesaplarına giriş yapmaktadır. 145 milyon günlük aktif kullanıcıya sahip olan Twitter'da üyelerin %40'ı Twitter'da gördüğü bir ürünü satın almaktadır. Facebook'da olduğu gibi Twitter'da da kullanıcıların çoğunluğu erkeklerden oluşmaktadır. Ayrıca 18-29 yaş arası Twitter'da diğer yaş gruplarına kıyasla daha fazla yer almaktadır.

Twitter'ın temellerini atmak için çok uluslu bir şirket olan Google'dan ayrılan Evan Williams Odeo adında podcasting şirketini kurmuştur. Ekibine dâhil ettiği programcılarla birlikte şirketini geliştiren Evan, Jack Dorsey ve Biz Stone'nin yürüttüğü yeni bir projeye yönelmiştir. Bu projeye AOL Instant Messenger'daki (AIM) durum özelliği ilham olmuştur. "Meşgul", "yemekte", "uzakta" gibi durum bildiren ifadelerin arkadaşlar tarafından görülmesi Dorsey'in dikkatini çekmiştir. Dorsey ve Stone basit durum güncellemelerinin kısa mesajla iletilmesini sağlayan sistemi oluşturmuştur (Stone, 2014, s. 51). Twitter'ın kurulması için Odeo adındaki şirketi tüm hisseleriyle satın almak için Evan ve Stone Obvious adını verdikleri şirketi kurmuşlardır. Aşıkâr anlamında kullanılan Obvious çatısı altında geliştirilen Twitter, 2006 yılında kullanıma açılmıştır. Tasarımda olduğu gibi özelliklerde de sürekli güncellemeler yapılarak günümüzdeki şekline ulaşmıştır.

Yeni projeler üretmek için bir araya gelen Twitter çalışanlarının San Fransisco’da kurmuş oldukları şirketten küresel çapta kullanılan web tabanlı bir sistemi hayata geçirmeleri ile başlayan Twitter serüveni 21 Mart 2006 tarihinde fikir babası Jack Dorsey’in atmış olduğu “*Just setting up my twttr*” tweetiyle kullanıma başlamıştır. Site ilk olarak Twitter adresi başka biri tarafından kullanıldığı için Twttr.com olarak kurulmuş ancak daha sonra isim hakkı alınmıştır. 2006 yılının ilk aylarında Twitter’a sms atılarak paylaşım yapıldığı için sms servisi olarak bakılmıştır. Kullanıcı sayısının hızlı bir şekilde artmasından sonra alt yapıdaki yetersizliklerden dolayı sosyal medya ağı sürekli çökmüş ve kesintiye uğramıştır. Kullanıcılar sitede yoğunlaştıkça yaşanan aksaklıkları gidermek için hata balinası (Fail Whale) adı verilen beyaz bir balina tasarlanmıştır. Twitter’ın kapasitenin üzerine çıktığını bildiren sayfada kuşlar tarafından ağa yakalanmış balina bulunmaktadır. Böylelikle Twitter kuşlarının hatayı gidermek için çabaladığı gösterilmeye çalışılmıştır. Ayrıca pozitif enerji veren hata balinası kullanıcıların sürekli aksamaya uğrayan erişimlerinden dolayı sinirlerinin yatışmasını sağlamıştır. Hata balinası beklenen etkiyi yaratarak kullanıcılar tarafından sevilmiştir. Zaman içerisinde yapılan çalışmalarla birlikte siteye erişimde yaşanan aksaklıklar ortadan kaldırılmıştır.

En çok ziyaret edilen sosyal ağlar arasında yer alan Twitter’da ilk zamanlar metinsel ağırlıklı paylaşımlar yapılırken video ve fotoğraf yükleme özelliğinin kullanıma sunulmasıyla birlikte görsel içerik paylaşımı artmıştır. Video ve fotoğrafa ek olarak GIF ve canlı video özelliklerinin siteye eklenmesiyle her türlü içerik ağ üzerinde dolaşıma sokulmuştur. Aynı özellikler diğer sosyal medya mecralarında da kullanılmaktadır. Twitter’ı diğer sosyal ağlardan ayıran özellik onun bir mikroblog oluşudur. Karakter sınırı ve anlık kısa video ile fotoğraf paylaşımına imkân tanıyan Twitter’ın mikroblog oluşu ve uygulamanın mobil üzerinden de kullanılabilmesi kullanıcılar için siteyi cazip kılmaktadır. Twitter’ın ayırt edici diğer bir özelliği ise karşılıklı takipleşmeye gerek olmadan asimetrik takip ilişkisidir. Bu nedenle bir kişi daha fazla kalabalığa hitap edebilmektedir. Takip edilen kişilerin site içi hareketleri ise kullanıcının ana sayfasına düşmektedir. Böylelikle Twitter kullanıcısı bir izleyici kitlesi olduğunu bilerek hareket etmektedir. Facebook’la karşılaştırıldığında sosyal medya kullanıcısı Twitter aracılığıyla daha geniş kesime hitap edebilmektedir. Sohbet etmek ve iletişim kurarak bağlantıda kalmak için kullanılan mikroblog sitesindeki iletişimi üç başlık altında açıklayan Bruns

ve Hollward, bu üç iletişim katmanının birbiriyle ilişkili olduğunu belirtmektedir. Bu iletişim biçimleri şöyledir (Bruns & Moe, 2014, s. 16-19):

1. **Mezo:** Takipçi-Takip ilişkisine dayanan Mezo iletişim katmanında Twitter kullanıcısı paylaştıklarını kendisini takip edenlerin izlediğini bilerek hareket etmektedir. Twitter’da karşılıklı takip gerekmemektedir.
2. **Makro:** Hashtaglenmiş yazışmaları içermektedir. # sembolü konularak paylaşılan etiketler tweetlere kolay erişimi sağlamaktadır. Hashtaglar sayesinde paylaşımlar kategorilendirilmektedir. Böylelikle daha geniş kesim paylaşımlara erişebilmektedir.
3. **Mikro:** Mikro katmanda @Reply sohbetler bulunmaktadır. @mention olarak bilinen iletişim biçiminde tweet ya da yorumda başka bir kullanıcının adı eklenmektedir. Yöntem iki şekilde kullanılmaktadır. İlk olarak @mention’ın anasayfada herkes tarafından görülmesi istenmiyorsa başa konularak tweet paylaşılır. İkinci olarak @mention’ı sona ya da ortaya yazarak tüm takipçilerin görmesi sağlanmaktadır.

Twitter, ilk kurulduğu yıllar 140 karakterle sınırlı tweet paylaşımına izin vermiştir. Gereksiz ayrıntılardan arındırılan tweetler söylemeye değer şeylerin paylaşılmasını arttırmıştır. Sitenin kurucu üyelerinden Stone, bu sınırın neden 140 olduğunu şöyle açıklamaktadır: *“140 sihirli bir rakam değil. Ama bir sınır koymak, insanları bir araya getirdi. 140 karakter insanlar için bir zorluktu. Hayatınızın hikâyesini yazıyorsunuz. Yazdıkça düzenliyorsunuz. 140 karakterde söylemeye degecek ne var?”* (Stone, 2014, s. 67). Bu kısıtlamanın Twitter’ın başarısında payı bulunmaktadır. 140 karakterlik bir içeriğin sade ve dikkat çekici olmasının yanı sıra kişiye yaratıcılık kattığı görülmektedir. 2017 yılında bu rakam 280’e çıkarılarak daha fazla karakter kullanımı sağlanmıştır. Karakterdeki kısıtlamanın yanı sıra siteyi özgün kılan özelliklerden biri de Retweettir. Herkese açık olarak paylaşılan tweet Retweet olarak adlandırılmaktadır. Retweet sayesinde herhangi bir kullanıcı başka bir Twitter kullanıcısının Tweet’ini tek bir tıkla kendi sayfasında paylaşabilmektedir. Bu özellik sayesinde bilgi dakikalar içinde yayılmaktadır. Ancak bu bilgiler kimi zaman acil durumlarda iletişimi sağlayarak can kurtarsa da çoğu zaman gereksiz laf kalabalığı olarak eleştirilmektedir. Üye olan birçok kişi Twitter’ı günlük aktivitelerini ve düşüncelerini paylaştıkları bir günlük olarak kullanmaktadır. Bu nedenle gereksiz içerik dolaşımının artırdığı düşünülmektedir.

Dünyanın en popüler sosyal ağlarından biri olan Twitter, mikroblog özelliğiyle diğerlerinden ayrılmaktadır. İnsanlarla sürekli iletişim kurmayı sağlayan Twitter'ı diğer sosyal medya ortamlarından ayıran niteliklerin yanı sıra birçok benzer özellikler de bulunmaktadır. Bu özellikler şöyledir:

1. **Twitter Anketleri:** Twitter Anketleri sayesinde sorular oluşturulup diğer kullanıcıların görüş bildirmeleri sağlanmaktadır. Twitter hesabından kolaylıkla oluşturulan anketlerin sonuçları anında görülebilmektedir.
2. **TBT:** İngilizce "Throw Back Thursday" ifadesinin kısaltılması olan TBT, perşembe gününe dönüş şeklinde Türkçeye çevrilmiştir. 2012 yılında kullanılmaya başlanan özellik daha çok perşembe günleri kullanılmaktadır. Kullanıcılar #TBT etiketiyle eski fotoğraflarını paylaşmaktadır.
3. **Snapchat, Whatsapp ve Instagram'da Tweet Paylaşma:** Diğer sosyal ağlarda Tweet paylaşma imkânı sunan Twitter, anlık mesajlaşma uygulaması olan Snapchat, Whatsapp ve sosyal medya platformu olan Instagram'a Tweet göndermeyi sağlamaktadır.
4. **Ebeveyn Onayı:** Twitter, 13 yaşının altında olan kullanıcılarından ebeveyn onayı istemektedir. Sistem 13 yaşının altında olan çocukların hesaplarını tespit ederek kitlemektedir. Hesabın tekrar kullanılabilmesi için ebeveyn onayı alınmaktadır.
5. **Bidwatch:** Şu an sadece Amerika Birleşik Devletleri'nde kullanılan bir uygulamadır. Kullanıcıların yanıltıcı bilgileri belirlemesi için plot uygulama olan Birdwatch, güvenilir ve doğru bilgiye erişimi kolaylaştırmaktadır. Bu özelliği kullananlar yanıltıcı olduğunu düşündükleri tweetlere not düşebilmektedir. Ancak bu notları sadece Bidwatch'ı kullananlar görüntüleyebilmektedir.
6. **DM Dock'u:** Bu özellik, Twitter'da mesajlaşırken anasayfada gezinebilmeyi sağlamaktadır. Bu sayede mesajlar sayfanın sağ alt köşesinde küçük bir kutucuk olarak yer almaktadır.
7. **TweetDeck:** TweetDeck, birden fazla zaman akışını tek bir pencerede görüntülemeye olanak tanımaktadır. TweetDeck sayesinde anasayfa bildirimler, mesajlar, trend olan etiketler tek bir sayfada yer almaktadır. Ayrıca birden fazla Twitter hesabını yönetmeyi de kolaylaştırmaktadır.

8. **Fleets:** Fleets, 24 saat sonra kaybolan anlık tweetlerdir. Fleets'lere fotoğraf, GIF ve video eklenebilmektedir.
9. **An Oluşturma:** Haberlerin Tweetlerle aktarılmasıdır. Twitter Anları özelliğiyle Twitter kullanıcısı kendi haber ve öyküsünü oluşturabilmektedir.
10. **QR Kodu:** Twitter üzerinden QR kodu tarandığında insanlar birbirlerini daha kolay bulabilmekte ve takip edebilmektedir.
11. **Listeler:** Listeler, Twitter üzerinde oluşturulan gruplardır. Kullanıcılar, liste oluşturabildikleri gibi diğer kullanıcıların listelerini de takip edebilmektedir.
12. **Konular:** Twitter konular özelliği ile kullanıcının ilgi alanına göre belirlenen konuları seçerek kişiselleştirmektedir.
13. **Media Studio:** Media studio özelliği Twitter içeriğini düzenlemeyi sağlamaktadır. Kâr amacı güden hesaplar, Media Studio platformunu kullanarak görüntü, GIF ve video yayınlayıp canlı yayın yapabilmekte ve bunlar üzerinde düzenleme yapabilmektedir.
14. **Livecut:** Media Studio'da kullanılan bir özelliktir. Livecut ile Twitter'da yayınlanacak videolar düzenlenebilmektedir.
15. **Direct Message:** DM olarak kısaltılan Direct Message özelliği Twitter üzerinden özel mesajlaşmalara imkân sağlamaktadır. Ancak mesaj gönderilmek istenen kişiyle karşılıklı takip şarttır.
16. **Trend Topik:** TT olarak kısaltılan özellik sayesinde dünyada ya da ülke genelinde en çok konuşulan konular sıralanmaktadır. Gündem olarak adlandırılan TT, anasayfasının sağ köşesinde bulunmaktadır.

Kullanımı kolaylaştıran özellikler sunan Twitter önemli bir haber kaynağıdır. Dünyada yaşanan her şeyin haberleştirilebildiği sosyal medya mecrasında, devlet başkanı ve kurumlarının resmî duyuruları da yer almaktadır. Atılan 280 karakterlik tweetler ve retweetler vasıtasıyla haberler anında yüzlerce kişiye ulaştırılmaktadır. Dünyanın dikkatini çekmeyi başaran Twitter'ı kendi kurmuş olduğu sosyal medya ortamı Facebook'a rakip olarak gören Mark Zuckerberg, Evan Williams ve Biz stone ile görüşerek siteyi satın almaya girişmiş ancak Twitter'ın kurucuları Mark'ın teklifine sıcak bakmamıştır.

Sosyal medya aracı olarak sahip oldukları siteyi satmayı düşünmeyen Evan ve Stone Twitter'ın insanları harekete geçirmedeki gücünü keşfetmiştir. Özellikle seçim

kampanyalarında seçmenler için sitenin önemli bir yeri bulunmaktadır. Örneğin, 2008 yılı Kasım ayında ABD’de yapılan başkanlık seçimlerinde Twitter’ın Barak Obama’nın seçimi kazanmasında etkisi bulunmaktadır. Obama seçimi kazandığını da attığı tweetle duyurmuştur. Ağırlıklı olarak siyasi söylemlerin dolaştığı Twitter, sosyal hareket ve ayaklanmaları da organize etmeye aracı olmasından dolayı insanlığı yönlendirmedeki gücünü göstermiştir. Sosyal medya devrimi olarak da bilinen bu tür hareketlerin en çok bilineni Arap Baharı’dır. Tunus’ta işsizlik nedeniyle sokakta satış yapan Muhammed Bouazizi’nin arabasına ve tezgâhına belediye memurlarının el koyması ile başlayan tartışmanın şiddetle sonuçlanması üzerine Bouazizi durumu protesto etmek için bedenini ateşe vermiştir. Bu durum Tunus ve diğer Arap ülkelerinde yaşanan işsizlik ve kötü yaşam koşullarından dolayı hükümete karşı Arap baharı harekâtını başlatmıştır. Facebook, Youtube ve Twitter gibi sosyal ağlar ise protestoların dünyaya yayılmasına neden olmuştur.

Geleneksel pagan kültürüyle karşılaştırıldığında oluşturulan anlam evrenlerinin Facebook’ta olduğu gibi Twitter’da da bakışın aşırılışmasını “*excess of seeing*” sergilediği görülmektedir. Sosyal medyanın gücünü kanıtlayan siyasal eylemler her zaman olumlu sonuçlar doğurmamaktadır. Kışkırtmalara ve nefret söylemlerinin yayılmasına sebep olan paylaşımlar, nefret suçlarına neden olmaktadır. Bu tür söylemlerin sosyal medyada dolaşması öteki olarak dışlanan kişilere yönelik sözlü ve fiziksel saldırıları da artırmıştır. Ayrıca nefret içeren söylemlerin dolaşımı bir süre sonra normalleşerek meşru hale gelmektedir. Twitter da nefret söylemlerinin yayılmasına aracılık eden mecralardan biridir. En yakın örneği 6 Ocak 2021 tarihinde ABD’de gerçekleştirilen başkanlık seçimleri sırasında Başkan Donald Trump’un sosyal medya üzerinden yapmış olduğu paylaşımların halkı şiddete davet etmesidir. Seçimlerde usulsüzlük yapıldığını iddia eden Trump, destekçilerini Washington DC’de toplanmaya çağırmıştır. Yapılan paylaşımları dikkate alan Trump yandaşları kongre binasını basmıştır. Can kaybının da yaşandığı protestolara neden olan paylaşımlar bir süre sonra Twitter tarafından Donald Trump’a ait hesabın askıya alınmasıyla kaldırılmıştır.



Resim 3.9. ABD Kongre Binası'na Saldıran Trump Yanlıları

Şiddetin normalleştirilerek sunulduğu sosyal medya ortamlarından bir diğeri de Twitter olmuştur. 2012 yılında Twitter üzerinden linç edilerek çevrimiçi zorbalığa maruz kalan Yakup Yücel sahip olduğu Kaçsaatoldunet adlı hesabından yaptığı açıklamayla intihar edeceğini bildirmiştir. Yücel'in paylaşımına karşılık intihardan caydırmaya çalışanlar olduğu gibi durumla alay edenlerde bulunmaktadır.



Resim 3.10. Kaçsaatoldu Hesap Sahibine Yapılan Alaycı Yorum

Twitter'da nefret ve şiddetle birlikte küfürli içeriğe de rastlanmaktadır. Twitter arayüzünde yapılan incelemede küfürli içeriklerin herhangi bir sansür ya da engellemeye maruz kalmadan kolaylıkla dolaşıma sokulduğu görülmektedir. Her türlü içeriğin paylaşılmasına imkân sunan uygulamada cinsellikle ilgili görseller de ağırlıktadır. Diğer sosyal ağlardan farklı olarak Twitter'da müstehcen içerikli birçok video ve fotoğraf bulunmaktadır. Herhangi bir sansür uygulanmadan yayınlanan bu tür içeriklere herkes

kolaylıkla erişebilmektedir. Özel alana ait olan cinselliğin alenileşerek herkesin gözü önünde yaşanmaya başlanması Antik dönemdeki erginleme törenlerinin halka açık olmasıyla benzerlik göstermektedir. Hazza dayalı postmodern toplumda sosyal medya kullanıcılarına haz ve eğlence sağlamaktadır.

Anahtar kelime olarak belirlenen “cinsellik” kelimesi Twitter arayüzünde bulunan arama motorunda arandığında konuyla alakalı birçok hesabın olduğu görülmektedir. Bu hesaplarda yer alan içeriklerde konuyla ilgili olarak video ve fotoğraflar bulunmaktadır. Ayrıca Twitter üzerinden cinsellik eğitimi veren hesaplar da yer almaktadır. İnisiyasyon olarak da bilinen erginleme törenlerinde cinsel birleşmenin çiftlere öğretilmesi pagan dönemle günümüz modern sonrası dönemin benzerliklerini göstermektedir. Çalışmada bakışın soykütüğü başlığı altında oluşturulan anlam evrenlerinden büyü ve büyücülükle ilgili faaliyetlere Twitter’da da rastlamak mümkündür. Online büyü yapılabildiği gibi yapılan büyü ve tılsımların çözülmesi için de hizmet veren Twitter hesapları bulunmaktadır.



Resim 3.11. Twitter'da Büyü ile İlgili Hesaplara Örnek

Tüm bu kodlarla ilişkili olarak kadim doğa dinlerinin 21. Yüzyılda da yaşatıldığını gösteren Twitter hesapları mevcuttur. Paganizm hakkında oldukça fazla bilginin yer aldığı hesaplarda pagan olmak isteyenler için öğretiler gösterilmektedir. Bu hesapları takip edenlerin sayısı ise 44 binleri bulmaktadır. Herkese açık olan hesaplarda mitolojik öğeler de yer almaktadır. Hristiyan paganizmi, Yunan paganizmi, Avusturalya paganizmi, meta paganizmi, Humanistik paganizm gibi farklı pagan hesapların bulunduğu mikrobillog sitesinde pagan dönemin sembollerine de rastlanmaktadır. Semboller sosyal medya vasıtasıyla insanların yaşantısına gömülmektedir.



Resim 3.12. Twitter'da Paganizmle İlgili Hesaplara Örnek

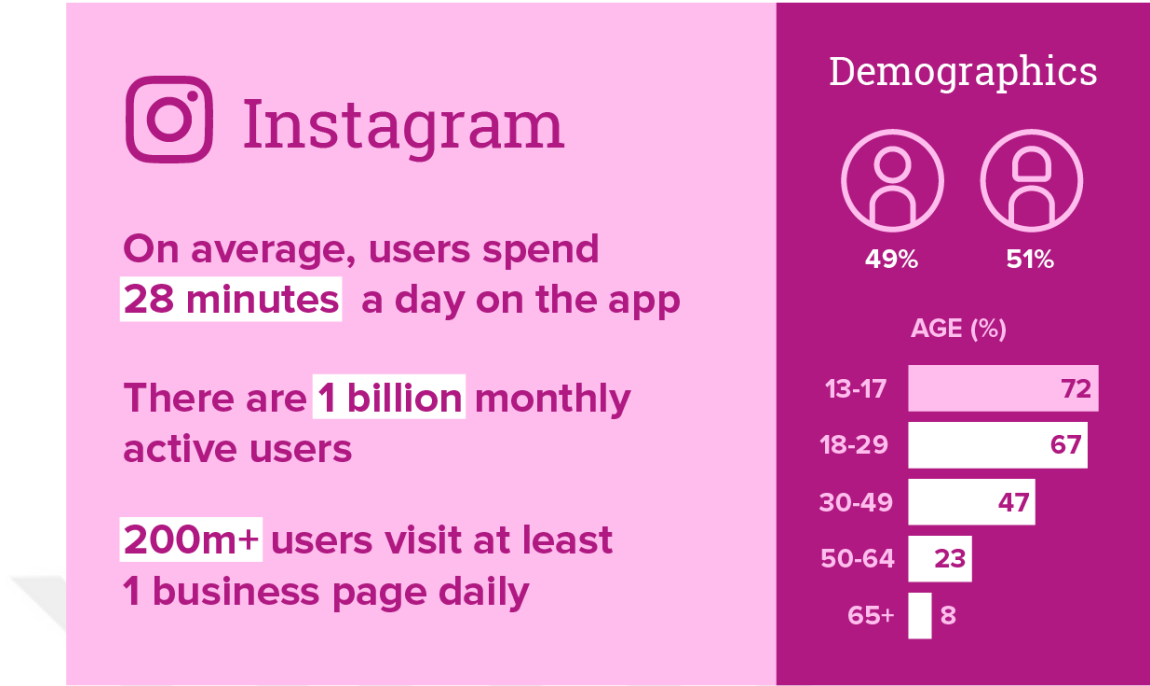
Mikroblog bir site olan Twitter üzerinde görüntü yoğunluğuyla birlikte göz kütü önem kazanmış, özellikle cinsellik, açıklık ve şiddet içeren paylaşımlar artmıştır. Ayrıca pagan dönemin izlerini taşıyan mitolojik imgeler ve simgeler yayınlanan fotoğraflar üzerinden diğer Twitter kullanıcılarına sergilenmektedir. Bu nedenle hedonik postmodern toplumda kullanılan sosyal medya ortamlarından Twitter da pagan dönemin bir yansıması olan neo-paganizmin yayılmasına neden olmaktadır.

3.3. INSTAGRAM: DİJİTAL İMGELEM

Tarih öncesi çağlarda insanlar imgelerin gücünden yararlanarak mağara ve kayaların üzerlerine çizdikleri resimlerle duygu ve düşüncelerini aktarmaya çalışmıştır. Antikçağda efsanelerin ve mitlerin egemenliği söz konusuysen Orta Çağ'da yazının kalıcı oluşu anlaşılmıştır. Teknolojinin gelişimi ile fotoğraf makinesi ve hareketli görüntülerin kaydedilmesini sağlayan cihazların icadıyla dünya tekrar imge ve görüntülerle kuşatılmıştır. Özellikle iletişim teknolojilerinde yaşanan ilerlemelerle ortaya çıkan sosyal medya siteleri görsel olanın değerini ve önemini arttırmıştır. İletişim aracı olarak fotoğrafın kullanıldığı sosyal ağlarda görüntüler üzerine inşa edilmiş bir kültür oluşturulmaktadır. Facebook ve Twitter'ın ardından görüntü dolaşımının ağırlıkta olduğu en popüler sosyal paylaşım sitelerinden biri de Instagram'dır.

Instagram sayesinde imgenin üretimine ve tüketimine herkes katılmaktadır. 2010 yılında Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından Apple'ın işletim sistemi IOS için geliştirilen Instagram fotoğraf paylaşım ağı olarak tasarlanmıştır. Metinden ziyade görüntü ağırlıklı bir uygulama olan sitenin ilk adı *Burb* olarak bilinmektedir. O zamanlar sadece Apple telefonlarda kullanıma uygun olan Instagram 2012 yılında Android işletim sistemine sahip telefonlarda da kullanılmaya başlanmıştır. Uygulamanın Android işletim sistemine sahip telefonlarda da kullanıma açılmasıyla Instagram 1 milyondan fazla indirilmiştir. Instagram'ın büyüme hızı karşısında tedirgin olan bazı sosyal medya sahipleri sitenin satın alınarak etkisiz hale getirilebileceğini düşünmüştür. Twitter'ın sahibi Jack Dorsey, Instagram'ı kendi bünyesine katmak için girişimde bulunmuş ancak Facebook'un CEO'su Mark Zuckerberg siteyi 1 milyar dolara satın almıştır.

Üyelik zorunluluğu olan Instagram ilk zamanlar yer bildirim uygulaması olan Foursquare'a benzetilmiştir. Bu nedenle uygulamaya fotoğraf paylaşımından sonra 2013 yılında 15 saniyelik video paylaşım özelliği getirilmiştir. Görüntü dolaşımının ağırlıkta olduğu Instagram, İngilizce Instat (anlık, acil) ve Telegram (telgraf) kelimelerinden türemiştir. Fotoğrafla ilgilenen Systrom ve Krieger, Instagram'a ismini verirken çekilen fotoğrafı anında çıkartan "instant" adındaki fotoğraf makinesinden ve çekilen fotoğrafların iletilmesini sağlayan telgraftan esinlenmiştir. İlk gönderi Mike Krieger tarafından 16 Temmuz 2010'da yayınlanmıştır. Yapılan güncellemelerle kullanıcı sayısını arttıran Instagramın 2021 Ocak ayı verilerine göre toplam 1 milyar 221 bin kullanıcısı bulunmaktadır (Kemp, 2021). Eğlenceli ve basit bir ara yüze sahip olan Instagram, dünyada en çok tercih edilen ilk beş sosyal medya platformundan biridir.



Şekil 3.4. Instagram'ın Demografik Özellikleri, (Weber, 2021)

2021 yılında yayınlanan verilere göre Instagram'ın kullanıcı sayısı her geçen yıl artmaktadır. Aktif kullanıcı sayısı 1 milyar olan Instagram kullanıcısı uygulamada günlük ortalama 28 dakikasını harcamaktadır. Ayrıca 200 milyondan fazla Instagram kullanıcısı günlük en az 1 işletme sayfasını ziyaret etmektedir. Twitter ve Facebook'la karşılaştırıldığında Instagram kullanıcılarının çoğunluğunu kadınlar oluştururken yaş aralığı ise 13 ile 29'dur. 3 Nisan 2012 tarihinde android telefonlarda kullanılmaya başlayan Instagram'a bu tarihten itibaren farklı güncellemeler getirilmiştir. Fotoğraf paylaşma uygulaması olan sosyal ağa 2013 yılında 15 saniyelik video çekme özelliği eklenmiştir. Aynı yıl etiketleme özelliği ile kullanıcıların aralarında özel olarak mesajlaştığı Direct kullanıma sunulmuştur. 2015 yılında ise uygulamaya ileri ve geri döngüsüne sahip kısa video özelliği olan Boomerang getirilmiştir. 2016 yılında Instagram arayüzünde yapılan düzenlemelerle yeni bir görünüm kazanmıştır. Aynı yıl hikâyeler özelliği, canlı yayın gibi önemli özellikler eklenmiştir. En önemli özelliklerden bir diğeri IGTV'dir. Youtube ile rekabet etmek için IGTV video programını kullanıma sunan Instagram, bu uygulama ile daha uzun videoların paylaşılmasını sağlamıştır. 2020 yılında ise Reels adı verilen kısa video programı duyurulmuştur. Instagram, Reels özelliği ile kısa videoların yayınlandığı sosyal medya platformu Tiktok'a meydan okumuştur. Throw Back Thursday (perşembeye dönüş) olarak bilinen TBT özelliği önceki yıllara ait

fotoğrafların paylaşımında fotoğrafın geçmiş zamana ait olduğunu belirten kavramdır. Bunların dışında Instagram'da, tanınmış kişilere ve belirli işletmelere mavi rozet işareti verilerek sahte hesapların önüne geçilmeye çalışılmıştır. Çekilen fotoğraflarda ücretsiz filtrelerin kullanıldığı sosyal medya mecrasına ayrıca birçok fotoğrafı bir araya getirmeye yarayan Layout özelliği eklenmiştir. 2016 yılında Instagram'ın logosu değişmiştir. Eski tarz fotoğraf makinesi Instagram'ın ilk logosuyken daha sonra gelişmelere ve güncellemelere uygun olarak logo yeni çok yönlü kamerayı temsil etmektedir.



Resim 3.13. Instagram'ın Eski ve Yeni ilk Logosu (Üçhisarlı, 2018)

Görsel olanı ön plana çıkaran sosyal medya ağı etkileşim, paylaşım ve katılım özelliklerini desteklemek için geliştirdiği güncellemelerle kullanıcılarını imge ve görüntülerle donatmaktadır. E-ticaret uygulaması olarak da markaların ürünlerini tanıtmaya imkân veren Instagram, pazarlama ve ticaret platformuna dönüşmüştür. Merkezi San Francisco'da olan platformun haber akışında sponsorlu ürünlere yer verilmektedir. Dijital tüketim mekânı olarak tercih edilen uygulamada birçok ürünü aramak ve ürünün satış sayfasına gitmek oldukça kolaydır (Karaçelik, 2019, s. 80). Butiklerin de Instagram üzerinde ürün tanıtarak satış yapabilmesi siteyi eğlencenin yanı sıra fayda ve kâr sağlayan bir araca dönüştürmüştür. Ayrıca belirli hesapların çekiliş yapmasına imkân veren uygulamada altın, telefon, tablet gibi belirli eşyalar dağıtılmaktadır. Çekiliş yapan sayfaların amacı ise daha çok takipçi ve beğeniye sahip olmaktır. Sanal bedenler, beğenilme arzusuyla ifşa olma korkusunu bastırmaktadır. Daha fazla beğenilmek için performans sergileyen kullanıcı bunun için belli bir ücret karşılığında beğeni satın alabilmektedir.

Instagram'ın ara yüzünde bulunan diğer özellikler;

1. **Hikâyeler:** 24 saat içinde kaybolan paylaşımlar hikâye olarak adlandırılmaktadır. 2017 yılında yapılan güncellemeyle birlikte hikâyelerin uzun süre saklanmasını sağlayan hikâyeler arşivi kullanıma sunulmuştur. Oluşturulan hikâyeler arşivini ise sadece kullanıcı görmektedir. Hikâyelere yazı, soru sorma, doğum günü kutlama, zaman, geri sayım, lokasyon ve GIF ekleme gibi özellikler bulunmaktadır.
2. **Reels:** Kısa süreli video yayınlama özelliği olan Reels'le Instagram kullanıcısı müzik, efekt ve diğer araçlarla videolar üzerinde düzenlemeler yapabilmektedir. İlk olarak 15 saniyelik videolara izin veren uygulama daha sonra bu süreyi 30 saniyeye çıkarmıştır.
3. **Canlı yayın:** Kişinin takipçileri ile yapmış olduğu canlı sohbetir. İlk olarak bir kullanıcının canlı olarak yayın yapabildiği özellik daha sonra güncellenerek iki kişinin katılımına imkân tanımıştır. 2020 yılında ise dört kişinin birlikte canlı yayın açabilmesi sağlanmıştır. Canlı yayında da filtreler kullanılabilir. Canlı yayında da filtreler kullanılabilir.
4. **Keşfet:** Instagram'da arama kısmında yer alan fotoğraf ve videolar keşfet olarak adlandırılmaktadır. Kullanıcının keşfet sekmesinde ilgisini çekebileceği içerikler yer almaktadır. Keşfete çıkmak için ise belirli bir beğeni ve takipçi sayısı gerekmektedir. Ayrıca keşfet sayfasında ilgi alanlarına göre oluşturulmuş kategoriler bulunmaktadır. Bu kategoriler seyahat, mimari, dekorasyon, stil ve sanat gibi başlıklara ayrılmıştır.
5. **Mağaza (Alışveriş özelliği):** Uygulamanın mağazalar kısmından e-ticaret sitelerine kolaylıkla ulaşılmaktadır. Bu özellik sayesinde aranılan ürünün birçok çeşidi rahatlıkla görüntülenmektedir.
6. **QR Kodu:** Oldukça yeni olan bu özellik sayesinde instagram kullanıcısı aradığı kişiyi rahatlıkla bulabilmektedir. Kod, herhangi birinin ad etiketini aratarak o kişiye kolay bir şekilde ulaşılmasını sağlamaktadır.
7. **Yeni İnsanlar Keşfet:** Facebook gibi Instagram da kullanıcıların sürekli ağda kalmasını sağlamak için daha fazla arkadaş edinmesini teşvik etmektedir. “Yeni İnsanlar Keşfet” özelliği ile Facebook’ ta yer alan arkadaşlara kolaylıkla ulaşmakta ya da telefon rehberinde bulunan kişiler takip edilebilmektedir.

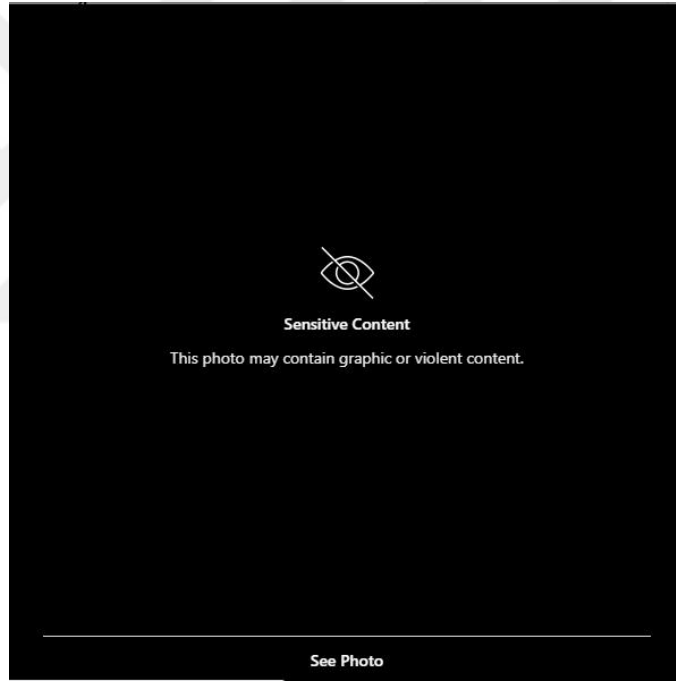
Bununla birlikte arkadaş önerileri de Instagram tarafından kullanıcılara gösterilmektedir.

- 8. Görüntülü Sohbet:** Direkt mesaj uygulaması üzerinden kullanıcılar birbirleri ile görüntülü görüşme düzenleyebilmektedir.
- 9. Koleksiyon:** 2016 yılında kullanıma sunulan özellik sayesinde beğenilen ve daha sonra ulaşılmak istenen gönderiler kaydedilmektedir.
- 10. Reklam:** Mark Zuckerberg, Instagram'ı satın aldıktan sonra uygulamanın içeriği ve reklam yükü artmıştır. Kullanıcılar kendi markalarını yarattıktan sonra Instagram üzerinden ürün tanıtımı yapabilmekte, daha fazla kişiye ulaşabilmektedir. Business sayfasında Instagram'ı kullanan işletmelerin başarı hikâyeleri bulunmaktadır. Genel olarak Instagram'ın görsel ağırlıklı olmasının marka bilinirliğine ve satışlara yapmış olduğu katkı aktarılmaktadır.
- 11. Hashtag:** Diğer sosyal medya sitelerinden farklı, mobil bir uygulama olarak kullanılmaya başlayan Instagram'da bulunan "hashtag" özelliği ise içeriklerin sınıflandırılmasına yardımcı olmaktadır. Kullanıcılar aynı etiketi kullanan kişilerle iletişime geçebilmektedir. Böylelikle hashtag özelliği Twitter'ın gündem oluşturma amacıyla kullanılan "hashtag" özelliğinden ayrılmaktadır.

Gizliliğin kullanıcının elinde olduğu Instagram'ı diğer sosyal ağlardan ayıran birçok özellik bulunmaktadır. İlk olarak IOS işletim sistemine sahip telefonlarda uygulama olarak kullanıma sunulan Instagram'ın android telefonlara da indirilmeye başlanması siteyi diğer ağlardan ayırmaktadır. Facebook'tan farklı olarak karşılıklı takibe gerek olmadan kullanıcıların birbirlerini izlediği sosyal medya mecrası kişiyi farklı Instagram hesapları açması için teşvik etmektedir. "İlgi alanlarını keşfetmek için başka bir hesap oluştur" bildiriminin hemen altında "yeni bir hesap oluşturmayı dene" butonu yer almaktadır. Aktif kullanıcı sayısını arttırmaya yönelik stratejilerden bir diğeri de Instagram'ın diğer sosyal ağ hesaplarıyla entegre olmasıdır. Böylelikle hesaplar arası etkileşim sağlanırken takipçi sayısı da artmaktadır.

Etkileşim, paylaşım, katılım, ticaret ve eğlenceyi bir araya getiren Instagram'ın sunduğu olanaklarla birlikte birçok ihlale de neden olduğu görülmektedir. Özellikle mahremiyetin ve kişilik haklarının ihlal edilmesi ağda var olmanın belli bir bedeli olduğunu göstermektedir. Beğenilme arzusu ile görünür olmak için çaba gösteren sosyal medya kullanıcısı mahrem olandan taviz vermektedir. Kullanıcıların rızalarını alarak

bilgilerini yayınlamalarına aracı olan Instagram, şiddeti, nefreti ve cinselliği özendirici içeriklerin de paylaşılmasına neden olmaktadır. Facebook'ta olduğu gibi canlı yayın özelliğinin Instagram'da da bulunması ihlallere anında müdahale edilmesini zorlaştırmaktadır. 2019 yılında Malezya'da 16 yaşındaki bir genç kız Instagram'da hayatına son verip vermemesi yönünde bir anket yapmış ankete katılanların yüzde 69'u hayatına son vermesi gerektiğini belirtmiştir. Anketten sonra genç kız hayatına son vermiştir (BBC, 2019). Şiddeti teşvik eden bu tür paylaşımların yanı sıra argo, küfür ve hakaret içeren yorum ve paylaşımlar da yapılmaktadır. Ancak Instagram bu tür içerikleri tespit etmek için yapay zekâyı kullanarak engellemeye çalışmaktadır. Sistem, sakıncalı gördüğü paylaşımları açmadan önce kullanıcıyı içeriğin hassas olduğu yönünde uyarmaktadır.



Resim 3.14. Instagram'da Hassas İçerik

Hassas içerik uyarısı olmasına rağmen fotoğraf kullanıcının isteğine bağlı olarak “see photo” seçeneğine tıklanarak görülebilmektedir. Yorumlarda da yapay zekâdan yararlanılmaktadır. Güvenli yorum özelliği ile aykırı kelimeler sistem tarafından fark edilerek kullanıcı uyarılmaktadır. Ancak uygulamalar ve yaptırımlar caydırıcı olmamaktadır. Sansürsüz paylaşılan görseller ise cinselliği özendirirken özellikle kadın bedeninin aşırılıklar çağına uygun olarak sunumuna neden olmaktadır. Böylelikle görmenin aşırılığı bağlamında (*excess of seeing*) teşhirci ve röntgenci bir toplum

oluşmaktadır. Bakışın soykütüğü başlığı altında oluşturulan bileşenlerin birçoğunun Instagram’ da da yaşatılmaya çalışıldığı görülmektedir. Göz merkezliliğin hâkim olduğu Instagram’ da şiddet farklı metaforlar aracılığıyla yayılmaktadır. Özellikle kanın fotoğraf ve videolarda gösterilmesi şiddeti yansıtmaktadır. Diğer sosyal medya uygulamalarında olduğu gibi Instagram’ da da intihar notu paylaşarak yaşamlarına son verenler bulunmaktadır. Ölümün bu kadar kolay gösterilmesi özellikle gençler arasında popüler bir durum gibi algılanmasına sebebiyet vererek vakaların artmasına neden olmaktadır. Örneğin 18 yaşındaki Furkan Celep 2020 yılında Instagram’ dan yayınladığı intihar notuyla hayatına son vermiştir. İntihar vakalarıyla birlikte canlı yayın vasıtasıyla şiddetin sergilenmesi aşırılığın belirtisi olarak değerlendirilmektedir. Türkiye gündeminde etki yaratan Aleyna Çakır adlı kadının ölümü ile ilgili çıkan Instagram’ da canlı yayın görüntüleri sosyal medyada şiddetin rahatlıkla sergilenebildiğini göstermektedir.



Resim 3.15. Ümitcan Uygun'un Instagram Hesabından Açtığı Canlı Yayın

Ümitcan Uygun’un açmış olduğu canlı yayında yerde baygın halde yatan Aleyna Çakır bulunmaktadır. Canlı yayın esnasında gelen yorumlar ise kadına yönelik şiddeti meşrulaştırmaktadır. Pagan dönemin izleklerini taşıyan dijital çağda cinsellikle ilgili paylaşımların Instagram’ da da yoğun olduğu görülmektedir. Instagram arayüzünde bulunan arama motorunda “cinsellik” anahtar kelimesiyle yapılan arama sonucu ulaşılan hesaplarda sansürsüz müstehcen birçok video ve görüntüye rastlanılmıştır.

Cinsel içeriklerle birlikte cinsellik hakkında eğitici bilgilerin verildiği hesaplar da bulunmaktadır. Kadın bedeninin tüketim objesine dönüşerek sergilenmesine ek olarak

büyücülük ile ilgili hesaplar da Instagram'da yer almaktadır. Ağ üzerinden büyü yapılabildiği gibi tılsımlar da çözülmemektedir. Ayrıca yapılan büyü ve sihirler diğer kullanıcılara gösterilmektedir. Bu tür faaliyetlere ise postmodern insanın meraklı olduğu yapılan beğeni ve takiplerden anlaşılmaktadır.

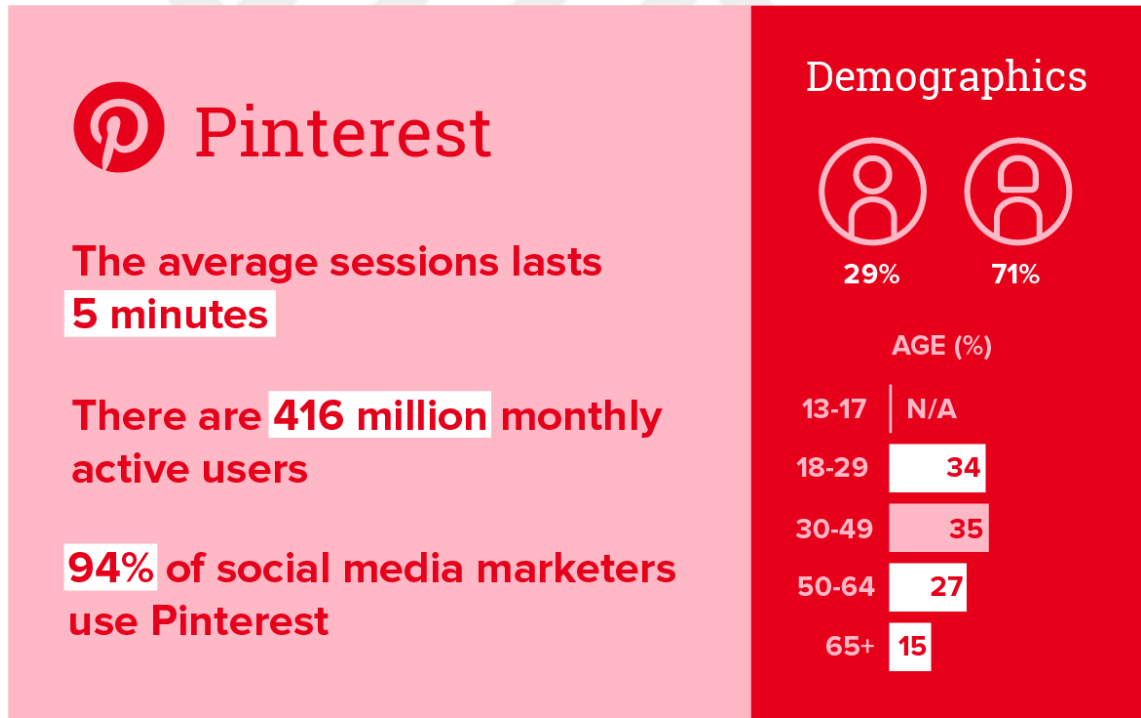


Resim 3.16. Instagram'da Büyücülükle İlgili Hesap Örneği

Sosyal medyada büyü bozma, eski sevgiliyi geri döndürme, para kazanma gibi mistik güçleri kullanıp insanların manevi duygularıyla oynayarak dolandıran medyumlar da bulunmaktadır. İnsanlar kendi çözemedikleri olayları bu tür güçlerden yararlanarak sonuca ulaşmak istemektedirler. Büyü ve sihirle uğraşan kişiler ise teknolojinin nimetlerinden yararlanarak sosyal medya kullanıcısının ihtiyaçlarını hesap ederek para kazanmaktadır. Ayrıca Wicca adı altında da pagan büyü geleneği sürdürülmektedir. Postmodern dönemde günün koşullarına uyarlanarak yeniden yaşatılmaya çalışılan paganizm, doğa merkezli inanışları betimlemektedir. Doğayı kutsayan neo-paganlar inançlarını yaymak için sosyal medyadan yararlanmaktadır. Diğer uygulamalarda olduğu gibi Instagram'da da paganizm ile ilgili hesaplara rastlanmaktadır. Pagan öğretiler ağ üzerinden görsellerle desteklenerek paylaşılmaktadır. Ayrıca paganizmle birlikte mitolojik anlatı ve karakterlere de Instagram üzerinde yer almaktadır. Böylelikle paganist düşünce topluma aşılarmaya çalışılırken dönemin özelliklerinden şiddet, cinsellik, büyü gibi aşırılıklar da sosyal medya kullanıcısına aktarılmaktadır.

3.4. PİNTEREST: İMGENİN HAFIZA KATMANLARI

Görsel-İşitsel kitle iletişim araçlarının gelişmesiyle birlikte *ocularcentrism* olarak bilinen göz merkezli toplumların özellikle 21. yüzyılda arttığı görülmektedir. İmgelerle kuşatılmış postmodern dönemde görüntüler önemli bir iletişim aracı olmuştur. Görseller aracılığı ile gerçekleştirilen anlama ve anlamlandırma sürecinde imgelerin bellekteki yansımaları önemlidir. Bu İmgeler daima bakmayı ve görmeyi gerektirdiği için göz yoğunudur. Walter J. Ong'un “*Sözlü ve Yazılı Kültür*” adlı kitabında ikinci sözlü kültür dönemi olarak adlandırılan görsel kültür çağı yazıdan ziyade imgelerin egemen olduğu dönemi belirtmektedir. Bu dönemde televizyonun, kameraların ve fotoğraf makinalarının hızla gelişerek her an her yerde bulunabilmesi görüntülerin daha rahat dolaşımını sağlamaktadır. Ayrıca internetin icadıyla birlikte yeni medyanın da ortaya çıkması insanların daha çok imgelerle kuşatılmasına neden olmuştur. Bu yeni medya ortamlarından biri de görsel arama motoru olarak bilinen Pinterest'tir.



Şekil 3.5. Pinterest'in Demografik Özellikleri, (Weber, 2021)

Demografik özellikleri değerlendirildiğinde aylık 416 milyon aktif kullanıcısı olan Pinterest'de kalma süresi ortalama 5 dakikadır. Ayrıca sosyal medya pazarlayıcılarının %94'ü Pinteresti tercih etmektedir. Yaş olarak ise çoğunlukla Pinterest'te 18 ile 49 yaş aralığı yer almaktadır. Diğer sosyal medya ortamlarından farklı olarak uygulamayı %71

oranında kadınlar kullanmaktadır. Ben Silbermann, Paul Sciarra ve Evan Sharp'ın kurmuş olduğu Pinterest 2009 yılında piyasaya sürüldüğünde de 2021'de olduğu gibi genel olarak kadınlar tarafından ilgi görmüştür. 2011 yılına gelindiğinde Pinterestin büyüme hızı artmış ve sosyal ağlar içerisinde popülerleşmeye başlamıştır (Hayden, 2012: XI). Ünlülerden politikacılara, ev kadınlarından erkeklere kadar herkesin ilgisini çeken Pinterest'in Wearesocial'ın Ocak 2021 de yayınladığı rapora göre 442 milyon kullanıcısı bulunmaktadır (Kemp, 2021). Dünyada en çok kullanılan sosyal ağlar arasında yer alan Pinterest 14. sırada yer almaktadır. Twitter'dan daha fazla kullanıcıya sahip olan bu görsel arama motoru görsel keşfi, yaratıcılığı ve yeni fikirler edinerek insanların projelerini paylaşmasını sağlamaktadır. Facebook gibi Pinterest'in logosunda da isminin baş harfi yer almaktadır.



Resim 3.17. Pinterest'in Logosu

Dünyanın ilk görsel keşif motoru olarak ortaya çıkan Pinterest'in fikir babası ve CEO'su Ben Silbermann doktor bir anne ve babanın oğludur. Bu nedenle Silbermann gelecekte doktor olmayı istemiştir. Ancak Google'da çalışırken ilgi alanının internet üzerine olduğunu fark etmiştir. Genç bir girişimci olarak Ben, Google'dan ayrılarak kendi projesiyle ilgilenmeye başlamıştır. Yatırımcı bulmakta zorlanan Ben Silbermann, Evan Sharp ve Paul Sciarra ile Pinterest'i inşa etmeye başlamıştır. Mayıs 2010 yılında Victoria adında bir kadın, başkalarının pinlediği şeyleri paylaşabilme özelliğini uygulamaya kazandırmıştır⁴. Bu adım Pinteresti bir adım daha öne taşımıştır. İnsanlar kendi

⁴ Ben Silbermann'ın 2012 yılında Startup okulunda yaptığı konuşma;
<https://www.youtube.com/watch?v=KYQHPHYs2Os> (Erişim Tarihi: 17.02.2021).

koleksiyonlarını oluşturmak için Pinterest'e katılmaya başlamıştır. Kasım 2009'da temelleri oluşturulmaya başlanan Pinterest sınırsız fikir kataloğu olarak görülmektedir.

Çeşitli görsellerin bir panoya iliştirilmesi mantığından hareketle oluşturulan Pinterest, kelime anlamı olarak İngilizce Pin (sabitlemek) ve Interest (ilgi) kelimelerinin birleşmesinden türetilmiştir. Hesap oluşturulurken kullanıcı ilgi alanlarını seçerek hesabını kişiselleştirmektedir. Sosyal ağ sitesi olarak Pinterest'te görüntü olmadan paylaşım yapılamamaktadır. Bu nedenle siteye görsel keşif motoru denmektedir. Şu an 27 dilde hizmet veren Pinterest, bilgisayar, telefon ve tabletlerde kolaylıkla kullanılmaktadır. Uygulama olarak cihazlara yüklenmesiyle insanların her an yanında olan Pinterest, herkese hitap etmektedir. Sadece 13 yaş altı çocukların Pinterest'e erişimi yasaktır. Mağazalar ve şirketler de kendi yaptıkları işleri tanıtmak ve satış yapmak için Pinterest'i kullanmaktadır. Pinterest kâr amacı güden bu kuruluşlara hedef kitlenin ilgi alanları hakkında bilgi verebilmektedir. Ayrıca bu sosyal ağ ortamında ilişkiler de kurulurken kullanıcılar için farklı iş imkânları sunulmaktadır.

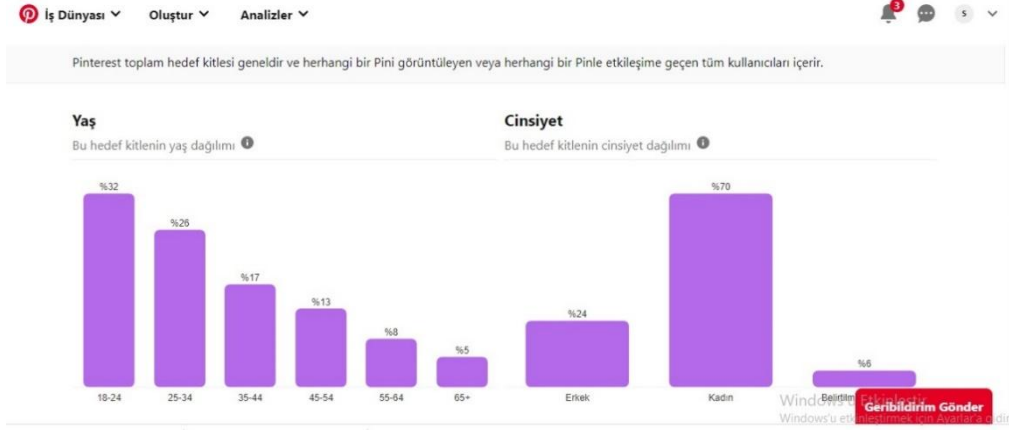
Pinterest'e e-mail ile kaydolunabildiği gibi Facebook ve Google üzerinden de giriş yapılabilir. Dijital bir kürasyon aracı olarak Pintereste kayıt esnasında kullanıcıdan ilgi alanlarına göre kategorilerden en az 5 tane seçmesi istenmektedir. Cinsiyet seçimi yapıldıktan sonra sunulan kategoriler erkek ve kadın için ayrı ayrı oluşturulmuştur. Kadınlar için 65 kategori yer alırken erkeklerin 50 kategoridir. Bu seçim kullanıcı hakkında sisteme bilgi vermektedir. Üye olan kişinin hobileri ya da ilgilendiği konular hakkında fikir alan Pinterest, anasayfa akışında bunlarla ilgili görseller sunmaktadır. Ayrıca anasayfada kullanıcının yaptığı aramalar, kaydettiği pinler ve en son gezindiği sayfalardan ilham alınarak içerikler yerleştirilmektedir.

Pinterest'e giriş yapıldığında karşılaşılan kavramlardan biri Pin'dir. Pin, paylaşılan yer imi olarak bilinmektedir. Pano ise, her üyenin profilinde yer alan klasörlerdir. Buraya kullanıcının daha sonra görmek istediği içerikler kaydedilmektedir. Pinleme ise pinleri panoya sabitleme işlemidir. Ayrıca Pinterest üyeleri Pinner olarak nitelendirilmektedir. Pinnerlar birbirlerini takip edip mesaj atabilmektedir. Repining kavramı ise bir kişinin başkasının pinini paylaşma eylemine verilen addır. İnsanlara bir tür koleksiyon oluşturma fırsatı sunan Pinterest, kullanılan kavramlardan da anlaşıldığı gibi beğenilen görsellerin

panoya iliştirilmesi mantığından ortaya çıkmıştır. Kolay bir şekilde siteye eklenen Pinler farklı kategori ve klasörlere göre kaydedilebilmektedir.

Pinterest'in kurucularından Silberman'nın çocukken cam kavanozlarda sakladığı böcek ve pullardan oluşan koleksiyonu Pinterest fikrinin ortaya çıkmasına yardımcı olmuştur (Hayden, 2012, s. 6). Bu fikirle yola çıkan Paul Sciarra, Evan Sharp ve Ben Silberman diğer sosyal ağ sitelerinden farklı olarak tasarladıkları uygulamanın en ayırıcı özelliğini pinleme olarak belirlemiştir. Kurucularının pinleme ve pano özelliklerine yoğunlaştığı sitenin kullanıcılarının yüzde 60'ını kadınlar oluşturmaktadır. Ancak son yıllarda erkek üyelere de hitap eden kategorilerin artmasıyla Pinterestte yüzde 50 oranında erkek kullanıcılarda artış görülmüştür (Pinterest, 2020). Yemek fikirleri, ev dekorasyonu, stil fikirleri, giyim, sanat, saç modelleri, seyahat, spor ve teknoloji gibi pek çok kategorinin yer aldığı sosyal ağın farklı hedef kitlelere hitap etmeye çalıştığı görülmektedir. İnsanların hobilerine ve ilgi alanlarına yönelik olduğu kadar kullanıcıların bilmedikleri ancak karşılaştıkları an "işte bu" diyebileceği fikirlerin bulunduğu Pinterest, insanların uzmanlık alanlarını ve hobilerini genişletebilmektedir.

Ağ üzerinde görsel bir vitrin işlevi gören Pinterest, 2016 yılında metinleri daha sonra okumak için arşivlemeye yardımcı olan Instapaper'i, 2017 yılında ise fotoğraflı soru cevap uygulaması Jelly'i bünyesine katmıştır. Yeni uygulamalarla birlikte iş yükünü arttıran şirket Pinterest üzerinden kariyer için iş ilanları yayınlamaktadır. Özellikle daha fazla insana ulaşabilmek için her ülkeden Pinterest'te çalışabilecek insanlara kapılarını açmaktadır. Planlama, eğlenme ya da fikir geliştirmek için kişisel faydalarının yanı sıra işletmelerin ürünlerini doğru hedef kitleye tanıtmasına yardımcı olan Pinterest'te şirket hesapları da bulunmaktadır. Bu hesaplar vasıtasıyla Pinterest kullanıcısı herhangi bir mağazadan alışveriş yaparken site üzerinden arama yaparak markaların web sayfalarına ulaşmaktadır. Pinterest'e üye olanlar genel olarak marka takibi de yapmaktadır. Markalar Pinterest üzerinden işletme hesabı edinerek hedef kitleyle ilgili tüm istatistik verilere ulaşabilmektedir.



Şekil 3.6. Pinterest Toplam Hedef Kitlesi (Pinterest, 2021)

Genel Pinterest kullanıcılarının dağılımını gösteren resimde işletme sahibinin pinterest yoluyla kimlere hitap edebileceği hesaplanmaktadır. Ayrıca işletmenin sahip olduğu hesapta pinlerin görüntülenme sayıları ve pinlerle etkileşime geçen tüm kullanıcıların yaş, cinsiyet, konum ve kullandığı cihaz bilgileri bulunmaktadır. Bu bilgilerle birlikte Pinterest'in genel kullanıcı oranlarıyla markanın hitap ettiği hedef kitle karşılaştırılabilir.

Pinterest çalışanları sosyal medya ortamı olarak daha iyi hale gelmek için kullanıcıların geri bildirimlerini dikkate almaktadır. Her şeyin kullanıcı için özelleştirildiği sitede diğer sosyal ağlarda olduğu gibi beğen tuşu da bulunmaktadır. Ancak beğenme işlemi sadece yorumlarda kullanılmaktadır. Bu yorumlar genellikle pinlere ve pinleri deneyimleyen paylaşımlara yapılmaktadır. Pin deneyimleri ise seçilen pinin altına fotoğraf yükleyerek paylaşılmaktadır. Bunların yanı sıra Pinterest Facebook, Twitter ve Instagram'dan farklı özelliklere sahiptir. Bunlar şöyledir:

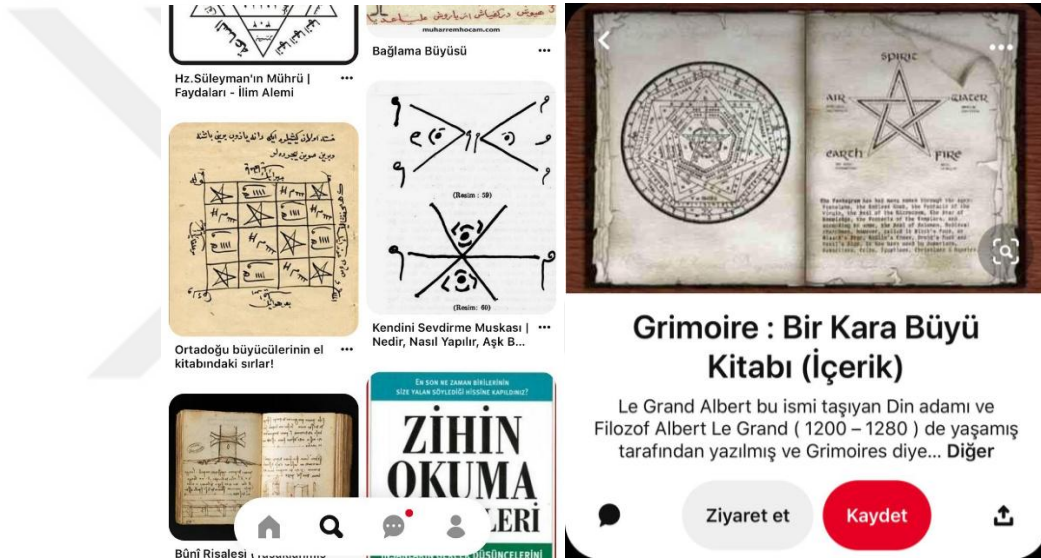
1. **Bugün (Today) Sekmesi:** Kullanıcıların ilgisini çekebilecek gündemde olan pinlerin yer aldığı sekmedir.
2. **Size Özel Pinler:** Pinterest kullanıcısının kaydettiği pinler ve takip ettikleri sayfalardan ilham alınarak kişiye özel pinler oluşturulmaktadır. Bu pinler "Bu 14 fikrin hoşunuza gidebileceğini düşündük" şeklinde bildirim olarak da gönderilmektedir.
3. **Hikâye Pinleri:** İnsanların 20 sayfaya kadar içerik yayınlamasına imkân sağlamaktadır. Ancak Hikâye pin özelliğini herkes kullanamamaktadır. Pinterest işletme hesabına sahip bazı kişiler tarafından kullanılmaktadır.

4. **Video Pinleri:** Pinterest'e daha sonra eklenen video paylaşma özelliği sayesinde kullanıcılar görüntü ile birlikte video da yayınlatabilmektedir.
5. **Ürün Pinlerinden Alışveriş Yapma:** Satın almak için site arayüzünde bulunan arama motorundan ürün aranabilmektedir. Ulaşılan Pinterest sayfasından kullanıcı işletmenin kendi web sitesine aktarılmaktadır.
6. **Üzerinde Deneme Özelliği:** Pinterest'te beğenilen ürünler, üzerinde dene özelliğiyle ruj ve göz farı gibi ürünlerin kamera açılarak kişinin kendi üzerinde denemesi sağlanmaktadır. Ancak şu an sadece ABD'de kullanılmaktadır.
7. **Gizli Panolar:** Sadece kullanıcının görebildiği, istek dâhilinde belirli kişilerle paylaşıldığı panolardır.
8. **Pin İstatistikleri:** Pinterest üzerinde oluşturulan işletme hesaplarının paylaştığı pinlere yönelik ölçümlerdir.
9. **Haber Odası:** Pinterest'le ilgili haberlerin yer aldığı sekmedir.
10. **Pin Kodu:** Kullanıcı ya da işletmelerin gerçek hayatta paylaşması için oluşturulan kodlardır. Bu kodlar vasıtasıyla kişinin ve işletmenin profiline bağlantı verilmektedir.
11. **Repin:** Twitter'daki Retweet gibi bir pinin diğer kullanıcılar tarafından pinlenmesidir.

Fikir katoloğu olarak ağ üzerinde kendine yer edinen Pinterest sağlamış olduğu imkânların yanı sıra etik ihlallerin yaşanmasına da neden olmaktadır. Cinsellik, nefret ve şiddet içerikli görsellerin paylaşıldığı Pinterest'in politikasına göre müstehcen içerikler, nefret dolu görseller, taciz, yanlış bilgi, intihar ve başkasını taklit etme gibi paylaşımlar tespit edilerek kaldırılmakta veya dağıtımları sınırlandırılmaktadır. Ancak diğer ağlarda olduğu gibi Pinterest'te de uygunsuz her görüntü tespit edilip müdahale edilememektedir. Bu nedenle ihlallerin yaşanması kaçınılmazdır. Pinterest'in arayüzünde bulunan arama motoru vasıtasıyla “*cinsellik*” anahtar kelimesiyle yapılan aramada diğer sitelerden farklı olarak müstehcen içeriğe rastlanılmamıştır. Ancak bu kategorideki paylaşımlar sanat adı altında amorfik bakış açısı da kullanılarak paylaşılmaktadır.

Pin ve pano özelliklerine sahip olan Pinterest'te birçok fikir ve bilgi görseller aracılığıyla paylaşılırken uygulamada bakışın soykütüğünü incelediğimiz bölümde oluşturulan kodlara da rastlanılmaktadır. Ben Silberman, Paul Sciarra ve Evan Sharp'ın kurmuş olduğu Pinterest'te cinsellik de olduğu gibi şiddetle ilgili içerikler incelenen diğer

sosyal medya ortamlarından farklıdır. Şiddete dair görsellerde dövüş ve kendini koruma ile ilgili videolar bulunurken şiddet içeren haberlerle ilgili bağlantılar da kullanıcılar tarafından paylaşılmaktadır. Şiddet ve cinsellikle ilgili pinlerle birlikte Pinterest'te farklı amaçlara hizmet eden büyüler bulunmaktadır. Büyü, sihir, fal, yıldızname ve benzeri uygulamaları öğreten pinlerle birlikte muska ve büyü yapıp bu büyülerini çözen kullanıcılar da mevcuttur. Bağlama büyü, para büyü, ayırma büyü, âşık etme büyü gibi birçok büyü çeşitiyle ilgili yöntemler kullanıcılara aktararak herkesin büyü yapabileceği gösterilmeye çalışılmaktadır. Büyü yapmanın oldukça kolay bir uygulama gibi gösterilmesi insanları çözemedikleri sorunları mistik güçler vasıtasıyla çözmeye yöneltmektedir.



Resim 3.18. Pinterest'te Büyü ile İlgili Pinler

Ayrıca göz yoğun olarak Pinterest, paganizme dair içerik paylaşımına aracılık etmektedir. Mitolojik karakter ve sembollerin de oldukça fazla paylaşıldığı Pinterest pagan dönemin aşırılıklarıyla birlikte tüm özelliklerini günümüz toplumlarına empoze etmektedir. Kökleri en eski dinlere kadar uzanan paganizmin yeni medya aracılığıyla tekrar yaşatılmaya çalışıldığını gösteren kodlara araştırma için seçilen sosyal medya ortamlarında rastlanılmaktadır. Cinsellik, şiddet, büyü, paganist öğeler ve mitoloji gibi bileşenler sosyal medya ile normalleşerek herkesin yaşantısına sinmektedir. Böylelikle farkında dahi olunmadan pagan öğretiler topluma yerleştirilirken göz merkezci toplum yapısı oluşmaktadır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

GÖZ KÜLTÜNE DAİR SOSYAL MEDYA ANALİZLERİ

4.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU

Görmenin ve bakmanın tarihsel arkaplanından yola çıkarak neo-paganizmin paganik dönemdeki cinsellik, şiddet ve büyü gibi özelliklerini sosyal medya vasıtasıyla yaşatması araştırmanın konusunu oluşturmaktadır. Kadim doğa dinleri olarak bilinen pagan dönemde ritüeller Paganların doğaya bakışını yansıtmaktadır. Dönemin özelliklerini de yansıtan anlam evrenleri, kurban, büyü, cinsellik ve kadın, şiddet ve kan, tanrısallık, doğa ve semboller olarak belirlenmiştir. Mistik güçlere inanan paganlar tanrılarını memnun etmek için kurban vermişlerdir. Seçilen kurbanlık hayvan, bitki ya da insandır. Böylelikle tanrılar memnun edilirken iç şiddet bastırılarak ikame edilen kurbana yansıtılmaktadır. Büyü ise paganizmin en belirgin özelliklerinden biridir. Doğayı kontrol altına almaya çalışan paganlar doğaüstü güçleri kullanmışlardır. Büyü ile uğraşan büyücüler sadece arkaik çağlarda görülmemektedir. Tarih öncesi çağlardan günümüze kadar büyüün izlerine rastlamak mümkündür. Büyü gibi cinsellikle ilgili aşırılıklara da tarih öncesi çağlarda olduğu gibi 21. yüzyılda da karşılaşılmaktadır. Kadın bedeni üzerinden temsil edilen çıplaklık kadının cinsel bir obje olarak resmedilmesine neden olmaktadır. Böylelikle kadın, ötekileştirilerek toplum dışına itilmektedir. Pagan bakışın diğer anlam evrenlerinden şiddet de ritüellerden savaşımlara kadar yaşamın her alanında bulunmaktadır. Ayrıca doğada yer alan birçok şeyi tanrısallaştıran paganlar göz yoğun olarak farklı semboller üretmişlerdir. Bu semboller günümüze kadar ulaşmıştır. Tüm bunlardan dolayı Pagan dönem hazzın, absürtlüğün ve aşırılıkların yaşandığı zaman dilimini ifade etmektedir.

Hazzın ve zevkin tüketimle beraber sarmalandığı postmodern dönemde ise görme ve görmeye ilgili tüketim de dönüşüme uğramıştır. Bunu ortaya çıkarmak için ise paganik dönem, Antik dönem, Orta Çağ, modern dönem ve postmodern çağda bakma ve görme kültü incelenerek farklı dönemlerde insanların dünyayı nasıl algıladıkları gösterilmeye çalışılmıştır. Her dönem için anlamsal motifler oluşturularak bunlar üzerinden o çağın özellikleri gösterilmeye çalışılmıştır. Tarih öncesinde ve tarihi çağlarda farklılıklar olduğu gibi aynı özellikler de bulunmaktadır. Araştırmanın temel hipotezi,

göz yoğun toplum tipinde aşırıların geçmişten günümüze taşınarak teknoloji vasıtasıyla yayılmış olmasıdır.

4.2. ARAŞTIRMANIN AMACI

Çalışma, bakış ve görme kültürünün sosyal medya vasıtasıyla nasıl dönüştüğünü göstermeyi amaçlamaktadır. Böylelikle günümüz dijital toplumunu sosyal medya üzerinden inceleyerek duyu organlarının işlevsizleşip gözün ön plana çıktığı gösterilmiştir. Ayrıca görmenin soykütüğünü (genealogy) inceleyen çalışmada aşırılıklar çağı olarak da nitelendirebileceğimiz pagan dönemin 21. yüzyılda ne gibi değişikliklere uğrayarak neo-paganizm adı altında tekrar canlandırıldığına değinilmiştir. Çalışmada Michel Foucault’tan ilham alınarak kullanılan genealogy olarak da bilinen soykütük kavramı, görmenin ve bakışın tarihsel ekseninde nasıl değiştiğini göstermek için kullanılmıştır. “Soybilimsel” olarak soykütüksel analiz yöntemini Foucault’un kullanma nedeni ise arkeolojik yöntemin yetersiz kalmasıdır. Foucault, bu analiz yöntemiyle tarihsel çağlardaki söylemleri inceleyerek iktidar biçimlerinin dönüşümünü açıklamaya çalışmıştır. Söylemi irdelerken soybilimsel yöntemden yararlanan Foucault’ya göre soykütüksel analizi olayların tekilliğini, her türlü tekdüze erekliliğin dışında saptamak; en beklenmedik yerde ve sanki hiç tarihi yokmuş gibi olan şeyin içinde bu olayların yolunu gözlemek; olayların döngüsünü, evrimin yavaş eğrisini çizmek için değil, farklı roller oynadıkları farklı sahneleri yeniden bulmak için kavramak; hatta boşluk noktalarını, gerçekleşmedikleri anı tanımlamak için kullanmaktadır (Foucault, 2011, s. 230-231). Foucault’tan ilham alınarak kullanılan soykütük terimiyle farklı dönemler için oluşturulan anlam evrenleri vasıtasıyla görme kültürünün neler ifade ettiği incelenmiştir.

Foucault, söylem dizgeleri arasında meydana gelen episteme değişimlerini, toplumsal iktidar yapılarının söylemsel olmayan pratiklerinde meydana gelen kesintilerle bağ kurarak açıklama yoluna gidebileceği soybilim yöntemini kullanmıştır

Araştırmanın teorik kısmında pagan dönem, Antik dönem, Orta Çağ, modern dönem ve postmodern dönemde zihniyet yapılarının ne gibi değişimlere uğradığı belirli kodlar üzerinden incelenmiştir.

Pagan dönemde hazzın, cinselliğin ve şiddetin izlerine rastlanırken, Antik Çağ’ın mitolojilerle birlikte pagan dönemin özelliklerini taşıdığı görülmektedir. Tek tanrılı

dinlerin ortaya çıktığı Orta Çağ’ da ise tanrısal bakış hâkimdir. Ancak modern dönemle birlikte aklın ön plana geçmesiyle kartezyen düşünce oluşmuştur. Bu düşünce çerçevesinde evrenin nasıl algılandığını gösteren çalışmada modern dönem öncesi çağlarda var olan metafiziğin nasıl toplumdan dışlandığına değinilmiştir. Postmodernizm olarak adlandırılan modern sonrası dönemde ise tekrar canlandırılan pagan izleklerine işaret edilirken iki dönemin de simetrik bir şekilde birbirini çağrıştırdığı aktarılmaya çalışılmıştır.

4.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Beş farklı duyu organına sahip olan insan, bu organlar vasıtasıyla dış dünyayı algılamaktadır. Bu duyulardan göz, görme eylemini gerçekleştirmeye yardımcı olan bir organ olmanın yanı sıra evreni anlamlandırmaya yardımcı olmaktadır. Görmenin veya bakmanın aracı olarak göz her dönem ve kültürde imgeselleştirilerek kuşaktan kuşağa aktarılmıştır. Antik dönem Mısır’da her şeyi gören göz olarak bilinen Horus’un gözü vicdanın gözünü temsil etmektedir. Efsaneye göre bu gözden hiç birşeyin kaçamayacağı ve yirmi dört saat kapanmadan açık kalarak insanın iç dünyasını gözetlediği bilinmektedir. Güneş tanrısı Ra’nın gözü olarak da nitelendirilen her şeyi gören göz, illüminati gibi ezoterik grupların da sembolüdür. Zihin kontrolü ile dünya düzenini alt üst etmeye çalışan illüminati göz imgesiyle herkesin sürekli kontrol altında tutulduğunu ve gözetlendiğini anlatmaktadır.

Roma-Yunan Mitolojisi’nde de Kiklop olarak bilinen devler alınlarının ortasındaki gözleriyle ve yaptıkları kötülüklerle özdeşleştirilmektedir. Türk mitolojisinde yer alan tepegözler ve Budha’nın üçüncü gözü gibi mitolojik karakterlerin yanı sıra göz kültü ve gözetlenmenin her zaman var olduğunu anlatan 1984, Cesur Yeni Dünya ve Biz gibi romanlar da mevcuttur. Antik çağlardan günümüze kadar sürekli olarak varlığını hissettiren her şeyi gören göz ayrıca panoptikon, sinoptikon ve omniptikon, süperpanoptikon kavramlarıyla tasarımılanmıştır. Görüldüğü üzere dünyanın her yerinde her dönem farklı ya da benzer özelliklere sahip olarak göz kültürünün izine rastlamak mümkündür. Özellikle iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle birlikte yeni medyanın ortaya çıkması gözün de dijitalleşerek herkesin herkesi izleyebildiği voyöristik bir özellik kazanmıştır. Bu nedenle postmodern çağ duyu organlarının işlevsizleşip gözün ön plana çıktığı bir dönemdir.

Türkçe literatürde paganizmin aşırılıklarıyla birlikte postmodern dönemi bağdaştıran kaynaklar yeterli seviyede değildir. Dolayısıyla bu çalışma bir yandan pagan dönemi belirli kodlar ekseninde tanımlarken diğer yandan da bakışın tarihsel izini sürerek günümüz postmodern çağın neo-paganik özelliklerini sunmaktadır. Özellikle bakışın soykütüğünü inceleyen araştırmada aşırılıklar çağı olarak da nitelendirebileceğimiz pagan dönemin 21. yüzyılda ne gibi değişikliklere uğrayarak neo-paganizm adı altında tekrar canlandırıldığına değinilmesinin çalışmaya özgün bir değer katacağı düşünülmektedir. Bununla birlikte bu konunun bundan sonraki çalışmalar için de bir kaynak niteliği taşıyacak olması çalışmayı önemli kılan bir başka nokta olarak görülmüştür.

4.4. ARAŞTIRMANIN KAPSAM VE SINIRLILIKLARI

Araştırma kapsamını yeni medya mecralarından Facebook, Twitter, Instagram ve Pinterest oluşturmaktadır. Ayrıca Facebook, Twitter, Instagram ve Pinterest'ten en çok takipçiye sahip 35'şer kişi incelenerek bu hesaplardan rastgele amaçsal örneklem yöntemiyle (Purposeful Random Sampling) 3'er kişi seçilmiştir. İlk olarak basit rastgele örnekleme yöntemi kullanılmıştır. En çok takipçiye sahip kişilerin listesine ulaşıldıktan sonra ilk 35 kişi belirlenmiştir. Daha sonra her bir sosyal medya ortamında 1 ile 35 arasında yer alan 3 farklı kişi rastgele seçilmiştir. Toplam 12 farklı kullanıcı belirlendikten sonra her hesaptan çalışmanın amacına uygun olarak hipotezleri kanıtlayan 2'şer paylaşım belirlenerek toplam 36 içerik göstergebilimsel (semiyotik) analizle incelenmiştir. Araştırma problemine ilişkin belirlenen evrenin tamamen çalışmaya dâhil edilerek incelenmesinde yaşanan güçlükler nedeniyle sınırlandırılmıştır.

4.5. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmada yöntem olarak göstergebilimsel (semiyotik) analiz kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini oluşturan Facebook, Twitter, Instagram ve Pinterest'te seçilen hesaplardan elde edilen görüntüler göstergebilimsel analizle incelenmiştir. Göstergebilimsel inceleme ile fotoğraflardaki paganistik nüveler tespit edilmeye çalışılmıştır.

Göstergeleri inceleyen bir bilim dalı olarak Göstergebilim hayatın her alanını incelemektedir. Yunanca "*Sémeiotike*" sözcüğünün karşılığı olan göstergebilim İngilizce

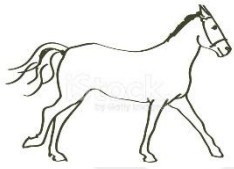
“semiotics” olarak bilinmektedir. Yunanca “*Sémeion*” kelimesinden türeyen semiyotik ise gösterge anlamına gelmektedir. Gelişimi Antik Çağ’a kadar uzanan göstergebilimin bir bilim dalı olarak kullanılması 20. yüzyılı bulmuştur. Sémeion kavramını ilk olarak M.Ö. 5. yüzyılda Hippokrates ve Parmenides belirti, semptom anlamına gelen Yunanca “*tekmerion*” ile eş anlamlı kullanmıştır (Rifat, 2009, s. 27). Stoacılar da gösterge üzerine yoğunlaşarak gösteren ve gösterilen arasındaki karşıtlıkla ilgilenmişlerdir. Göstergeyi mantıksal açıdan ele alan stoacılar anlamlama çerçevesinde kuramlarını oluşturmuşlardır. 1690 yılında “*An Essay Concerning Human Understanding*” başlıklı eserinde göstergebilim terimini ilk kullanan John Locke olmuştur. Gösteren ve gösterilen arasındaki ilişkiyle 17. yüzyıl ile 18. yüzyıllarda John Locke ve Denis Diderot gibi felsefeciler ilgilenmiştir. 17. yüzyılın sonlarına doğru göstergebilime olan ilgi artmış ve alanla ilgili çalışmalar yapılmaya başlanmıştır.

Çağdaş göstergebilimin öncüleri olarak bilinen Charles Sanders Peirce ve Ferdinand de Saussure birbirlerinden habersiz farklı ülkelerde iki farklı göstergebilim kuramı geliştirmişlerdir. Avrupa’da ve Amerika’da eş zamanlı yürütülen çalışmalar ile Peirce ve Saussure günümüzde kullanılan göstergebilimin temellerini atmıştır. Peirce göstergelerle ilgili 10 farklı üçlük oluşturmuştur. Bu üçlükleri Peirce 66 grupta tanımlamıştır. Bunlardan en çok bilineni ise şöyledir (Günay, 2020, s. 29):

- a) Kendisi Açısından (yeti gösterge, tekil gösterge, kural gösterge)
- b) Nesnesi Açısından (belirtisel gösterge, görüntüsel gösterge, simgesel gösterge)
- c) Yorumlayanı açısından (sözcebirim, önerme, kanıt).

Bu üçlüklerden nesnesi açısından sınıflandırılan kategori göstergebilimsel analizlerde araştırmacıların daha fazla tercih ettiği üçlüktür. Belirtisel göstergede gösterge ile nesnesi arasında ilişki bulunmaktadır. Örneğin şimşek yağmurun belirtisiyken duman yangının belirtisidir. Bu gösterge türünde göstergeyi yorumlayanın olması zorunludur. Görüntüsel göstergede ise gösterge nesneyi temsil etmektedir. Görüntüsel gösterge Peirce’ye göre (1984, s. 291) nesnesinin taşıdığı özelliklerden dolayı nesnesine gönderme yapan göstergedir. Son olarak simgesel göstergede gösterenin soyut anlamlara sahip olduğu ve bu anlamları çağrışım ile belirttiği bilinmektedir. Simgesel gösterge de yorumlayanı olmadan hiçbir anlama sahip değildir.

Saussure Peirce'den farklı olarak göstergenin daha çok toplumsal yönüne odaklanmıştır. Ona göre gösterge bir gösterilen veya kavram ile bir gösteren ya da işitimi imgesi arasında gerçekleşen birleşimden doğan ögeyi belirtmek için kullanılmaktadır (Sığırcı, 2020, s. 30). Çağdaş dilbilimin kurucusu Saussure, göstergeyle ilgili çalışmalarını ikili karşıtlıklar çerçevesinde oluşturmuştur. Artsüremlilik/ eşsüremlilik, dizim/dizge, çizgisellik, gösterge/gösteren/gösterilen ve dil/söz üzerine yoğunlaşan Saussure'a göre dil, dilbilimin konusuyken dil dışındaki göstergeler göstergebilimin konusudur. Göstergelerin toplum içerisindeki yerini araştıran Saussure'a göre dil bir terimler dizgesidir ve burada yer alan öge bir nesnenin karşılığıdır. Saussure bunu şöyle örneklendirmektedir (Saussure, 1998, s. 108):



: EQUUS

: AT

Göstergenin işaret ettiği gösterilendir. At sözcüğünde A ve T harfleri birleştirilerek oluşturulan göstergeyle zihinde at kavramı çağrışmaktadır. Dilin varlığını gösterenle gösterilen arasındaki ilişkiye bağlayan Saussure, seçilen göstergelerin yan yana getirilmesiyle dizim oluşturulduğunu belirtmektedir (Saussure, 1998, s. 182) Böylelikle göstergelerin anlamlarını diğer göstergelerle olan ilişkisi belirlemektedir. Göstergebilimin önemli kuramcılarının bir diğeri ise A.J. Greimas'tır. Göstergelerin anlamlandırılma sürecine odaklanan Greimas, bugünkü adıyla *Paris Göstergebilim okulunu* oluşturmuştur. Ayrıca Umberto Eco, Mihail Bahtin gibi önemli isimler de göstergebilim kuramcıları arasında yer almaktadır.

Fransa'da Saussure'den etkilenen Roland Barthes göstergelerin dil sayesinde anlam kazandığını düşündüğü için, göstergebilimi dilbiliminin alt dalı olarak görmektedir. Barthes, popüler kültür ile ilgili yapmış olduğu çözümlemeleriyle anlamlandırma (signification) ile göstergeler ve yananlam gösterilenleri arasındaki bağıntılar üzerinde durmaktadır (Vardar, 2001, s. 88). Göstergenin temsil ettiği şey düz anlamı oluştururken yan anlamlandırma göstergenin nasıl temsil edildiğiyle ilgilenmektedir. Barthes, anlamlandırmayı iki farklı düzeyle açıklamaktadır. Birinci düzeyde gerçeklik ve göstergeler yer alırken ikinci düzeyde kültür bulunmaktadır. Göstergelerin çağrışımları herkes tarafından farklı algılanabilmektedir. Bu durum kültürel düzeyden

kaynaklanmaktadır. Göstergenin çoğunluk tarafından algılanan anlamı ise düz anlamdır. Yan anlamda ise anlamlar değişebilmektedir. İzleyiciler/dinleyiciler göstergeleri yorumlarken kültürel birikimlerini kullanmaktadır. Bununla birlikte Barthes mit kavramını da kullanmaktadır. Barthes, ikinci düzey olarak mitlerden de bahsetmektedir. Yan anlam olarak belirtilen ikinci düzeyde mit ve çağrışım boyutları yer aldığı için öznel yorumları ve sosyokültürel durumları içermektedir. Bu ideolojilerin, anlatıların çözümlenmesinde kullanılmaktadır (Bircan, 2013, s. 25). Göstergelerin anlamlandırma sürecinde etkili olan mitler, egemen ideolojiler tarafından oluşturularak toplumda kalıplaşmaktadır. Bu nedenle mitler, topluma ekilmek istenen ideolojilerin göstergeler vasıtasıyla yayılmasına yardımcı olmaktadır. Çalışmada, Barthes'ın göstergeleri anlamlandırmak için oluşturmuş olduğu iki düzey ele alınarak inceleme yapılacaktır. Bu nedenle araştırma için seçilen örneklemden elde edilen fotoğraflar ilk etapta düz anlam açısından incelenecektir. Daha sonra ikinci düzey olan yan anlamsal okumayla birlikte göstergeler göz kültü başlığı altında belirlenen mitolojik boyut, paganik boyut, teolojik boyut, modern boyut ve post modern boyut' a göre değerlendirilerek çalışmanın amacı ortaya konmaya çalışılacaktır. Böylelikle pagan bakışın kodlarının günümüz postmodern çağda sosyal medya vasıtasıyla nasıl yayılarak aşırılıkların normalleştirildiği gösterilecektir.

4.5.1. Araştırma Soruları ve Hipotezleri

Bu çalışma bakış ve görme kültürünün sosyal medya vasıtasıyla nasıl dönüştüğünü göstermeyi amaçlamaktadır. Böylelikle günümüz dijital toplumunu sosyal medya üzerinden inceleyerek duyu organlarının işlevsizleşip gözün ön plana çıkışı ve pagan imgelerin yansımaları ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Bu çerçevede 8 soruya yanıt aranacaktır.

- Sosyal medyada özel alana ait kodlardan cinsellikle ilgili paylaşım yapılmakta mıdır?
- Yeni medya vasıtasıyla kadın nasıl konumlandırılmaktadır?
- Sosyal medyada yazıdan çok görsel paylaşımı mı ağırlıktadır?

- Yeni medya kullanıcılarının yaptıkları paylaşımlarda mitsel imgeler bulunmakta mıdır? Bu imgelerle topluma aktarılmaya çalışılan yan anlamlar bulunmakta mıdır?
- Postmodern dönemde sosyal medya aracılığı ile paganizmi yaşatmaya çalışan neo-paganik faaliyetler yürütülmekte midir?
- Sosyal medyada şiddeti gösteren ve özendiren kan, kavga ve küfür içerikli görseller yer alıyor mu?
- Modern sonrası dönemde göz kültürünü yükselişe geçiren sosyal medyadaki bakış voyöristik bir özellik mi taşımaktadır?
- Postmodern dönemin tinini yansıtan amorfik özellikler sosyal medya kullanıcısının yayınladığı görsellerde bulunmakta mıdır?

Çalışmanın Hipotezleri

- Sosyal medyada duyu organları işlevsizleşip göz ön plana çıkmaktadır. Yapılan paylaşımların görsel ağırlıklı olması gözün ve bakışın postmodern dönemde önem kazandığını göstermektedir.
- Görmenin soykütüğünü inceleyen çalışmada aşırılıklar çağı olarak da nitelendirebileceğimiz pagan dönemin izlekleri yeni medya aracılığıyla tekrar canlandırılmaktadır.

Çalışmada yapılan analizlerle bu hipotezler sınanmaya çalışılmıştır.

5.4.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Sınırlandırmayla oluşturulan örneklem evreni temsil etmektedir. Bu nedenle araştırma sonucunda elde edilen veriler tüm evrene genellenerek bulgular oluşturulmaktadır. Bilimsel araştırmalarda farklı örneklem belirleme modelleri bulunmaktadır. Yeni medyada göz kültürünü inceleyen bu çalışma için ise sosyal bilimlerde örneklem belirleme yöntemlerinden amaçsal rastgele örneklem modeli uygun görülmüştür. Tesadüfi örnekleme yöntemi olarak da bilinen rastgele örneklem modelinde evrende yer alan tüm birimlerin incelenmek üzere eşit seçilme şansı bulunmaktadır. Amaçsal örnekleme ise araştırmanın amacına uygun olarak bilgi açısından araştırmaya daha çok katkı sağlayacağı düşünülen birimler seçilmektedir.

Amaçsal rastgele örneklemele araştırmada belirlenen sınırlılıklar şöyledir:

- İlk olarak çalışma için uygun görülen 4 farklı sosyal medya ortamından ayrı ayrı en fazla takipçiye sahip 35’şer kişinin hesaplarında paylaştıkları görseller incelenmiştir.
- Her bir sosyal medya uygulamasından seçilen 35’şer kişiden rastgele örneklem modeliyle 3’er kişi belirlenmiştir.
- Toplam 12 sosyal medya kullanıcısının paylaştığı görsellerden çalışmanın amacına uygun olan 2’şer fotoğraf seçilerek toplam 24 paylaşım göstergebilimsel araştırma yöntemiyle incelenmiştir.

4.5.3. Veri Toplama Araçları

Sosyal medya çağında göz kültürünü inceleyen çalışma için veri toplarken Facebook, Twitter Instagram ve Pinterest’ te en fazla takipçi sayısına sahip olan kullanıcılara ulaşmak için “Trackalytics” olarak bilinen sosyal medya ölçümleme, raporlama ve analiz aracı kullanılmıştır. Kullanıcılar belirlendikten sonra Facebook, Twitter, Instagram ve Pinterest’in arayüzü kullanılarak analiz edilecek temalara uygun fotoğraflara erişilmiştir.

4.6. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

Bu başlık altında bakış ve görme kültürünün sosyal medya vasıtasıyla nasıl dönüştüğü, sosyal medyanın gözü ön plana çıkartarak görmenin soykütüğü (genealogy) incelenmiş böylelikle aşırılıklar çağı olarak da nitelendirebileceğimiz pagan dönemin 21. yüzyılda ne gibi değişikliklere uğrayarak neo-paganizm adı altında tekrar canlandırıldına değinilmiştir. Bulgular, araştırma soruları ekseninde ele alınmakta ve literatür taraması çerçevesinde değerlendirilmektedir.

4.6.1. Facebook’un Göstergebilimsel Analizi

1. Shakira

Shakira Isabel Mebarak Ripoll olarak bilinen şarkıcı 2 Şubat 1977 tarihinde doğmuştur. Lübnan asıllı olan Shakira, Latin pop ve Latin rock müzikte adını duyurmuştur. Facebook’u aktif olarak kullanan şarkıcı, sosyal medyanın gücünden

yararlanarak paylaşımlarını yapmaktadır. Facebook'ta en çok takip edilenler arasında 12. sırada yer alan şarkıcının 112 milyon takipçisi bulunmaktadır.

Tablo 4.1. Shakira' nın Facebook Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi

Gösterge					
Gösteren (Düz Anlam)		Çıplak kadın	Elma ağacı ve elma	Sarmaşık	Bebek
Gösterilen (Yan Anlam)		Cinsellik	Meyve ağacı	Bitki	Erkek bebek
Göz Kültü	Mitolojik Boyut	Antik Yunan'da gymenos, Âdem ve Havva	Cinselliği ve günahı simgeleyen elma,	Orta Çağ' da Hristiyanlar için vücutta yaşayan ölümsüz ruhla ilişkilidir.	Mitolojideki Erosun simgesi
	Paganik Boyut	Çıplak gerçekleştirilen ritüeller, inisiyasyon (erginleme) törenleri, Cinsellik, Klasik Yunan kimliğinin sembolü, birey olmak için gerekli olan	Hız. Havva'nın ve Hız. Âdem'in yediği yasak meyve, elma cinselliğin de simgesi	Ebedi aşk, sadakat ve ölümsüzlük	Erosun simgesi
	Teolojik Boyut	İlk günah	Günah meyvesi, cennetten kovulma, Tanrıya itaat etmeme	Ölümsüz ruh	İlk günah teolojisi
	Modern Boyut	İdeal kadın bedeni, özgürleşen kadın	Cinselliğin sembolü	Cinsellik	Bebeklik safhasında süttten kesilme ve yoksunluk
	Postmodern Boyut	Haz ve arzu nesnesi	Cinsellik ve hazzın simgesi	Haz ve cinsellik	Oidipus kompleksi, objet petit a

Lübnan asıllı Kolombiyalı şarkıcı, söz yazarı, dansçı ve oyuncu Shakira 29 Kasım 2015 tarihinde Facebook hesabını kullanarak “Oral Fixation” adlı albüm kapağını paylaşmıştır. Oral Fixation, Sigmund Freud tarafından ortaya atılan bir kavramdır. Freud psikoseksüel gelişim evreleri olarak belirlediği oral, anal ve fallik dönemlerde yaşanan sorunlar, çocuğun ileriki yaşlarında çatışmalara, alışkanlıklara ya da yoksunluk arayışına neden olmaktadır. Bu evrelerin herhangi birinde yaşanan tıkanma fiksasyona neden olmaktadır. Oral dönemde ağız yoluyla haz arayan bebeğin aşırı oral doyum ya da yoksunluk yaşaması ileri hayatında sigara içme, tırnak yeme ve madde bağımlılığı gibi fiksasyonlara sebep olmaktadır. Shakira da klibinde bebeğin yaşadığı bu yoksunluğu göstermeye çalışmıştır. İlk gösterge çıplak kadındır. Yan anlam olarak cinselliği çağırırsa da mitolojik olarak cennetten kovulan Havva’yı çağırıştırılmaktadır. Paganik boyutta çıplaklık çıplak gerçekleştirilen ritüeller, inisiyasyon (erginleme) törenleri, cinsellik gibi anlamlar taşımaktadır. Teolojide çıplaklık günahken modern dönemde bedenün özgürleşerek ideal kadın bedeninin sergilendiği gösterilmektedir. Postmodern boyut için ise haz ve arzu cinsellikle özdeşleştirilmiştir.

Elma ağacı ve elma imgesi yan anlam olarak meyve ağacını çağırıştırırken mitolojide cinselliği ve ilk günahı simgeleyen ağaç ve elma olduğu görülmektedir. Pagan boyutta elma ve elma ağacı Havva ile Âdem’in yasak elmayı yiyerek cennetten kovulmalarına işaret etmektedir. Ayrıca elma paganizmde cinselliği çağırıştırılmaktadır. Çünkü elmanın dikey kesiti kadın cinsel organını andırmaktadır. Teolojik olarak bu meyve tanrıya olan itaatsizliği de göstermektedir. Modern ve postmodern boyut açısından haz ve cinselliği çağırıştırılmaktadır. Fotoğrafta Shakira’nın göğüslerine dolanan sarmaşıklar mitolojik boyuta göre Orta Çağ’da Hristiyanlar için vücutta yaşayan ölümsüz ruhlarla ilişkilidir. Paganik boyut için sarmaşık ebedi aşkı, sadakati ve ölümsüzlüğe gönderme yaparken teolojik olarak yine ölümsüz ruhları çağırıştırılmaktadır. Postmodern boyut için bu bitki cinselliği ve hazzı temsil etmektedir. Bebek göstergesinde ise bebeğin erkek oluşu dikkat çekmektedir. Shakira’nın elinden elmayı almaya çalışan bebeğin elmaya uzanamayışı oral yoksunluğa neden olarak fiksasyon yaşanmaktadır. Mitolojik ve paganik olarak erkek bebek Eros’un simgesidir. Teolojik olarak ilk günahı betimlemektedir. Çünkü Hristiyanlara göre yeni doğan her bebek Âdem ve Havva’nın işlediği günah ile doğmaktadır. Modern boyutta bebeğin, oral gelişim evresinde yaşadığı yoksunluğu göstermektedir. Postmodern boyutta karşı cinsteki ebeveyni sahiplenme

durumunu anlatan Oidipus kompleksini ve Lacan'ın arzunun kayıp nesnesi olarak adlandırdığı object petit a'yı çağrıştırmaktadır. Ayrıca 140 bin kişi Shakira'nın Oral Fixation adıyla paylaştığı Facebook gönderisini beğenmiştir. Bu beğeni sayısı ise sosyal medyada imaj oluşturularak beğeni arzusuyla kullanıcıların kendilerini pazarladıklarını göstermektedir. Beğeni arzusu ayrıca teşhircilikle birlikte dikizleme olarak da adlandırılan voyöristik gözetlemeciliğin de artmasına neden olmaktadır. Çünkü herkese açık hesaplarda paylaşılan görselleri takip edenler arasında cinsel eğilime sahip kişiler de yer alabilmektedir.



Tablo 4.2. Shakira 'nın Facebook Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi

Gösterge								
Gösteren (Düz Anlam)		Heykeller	Papağan	Sarı ve kıyafet	Ekmek	Meyve ve sebzeler	Şamdan ve mumlar	Palmye yaprakları ve sarmaşık
Gösterilen (Yan Anlam)		Sanat eseri	Kuş	Giysi	Gıda	Bitki	Eşyalar	Bitkiler
Göz Kültü	Mitolojik Boyut	Antik Yunan mitolojik karakterler, Hera ve Dionysos	Taklitçiliğin simgesi, Hindu aşk tanrısı Kama'nın alameti	Antik dönem karakterleri n yer aldığı kıyafet, Apollon ve Mithra	Kutsal ekmek	Üzüm şarap tanrısı Dionysos, tanrılara sunulan meyve ve sebzeler, eğlence	Aydınlatma ve ayinler	Yahudi mitolojisinde Sephiroth (palmye ağacı), Maya mitolojisinde dünya ağacı
	Paganik Boyut	Tanrı-tanrıça heykelleri	Doğadaki her şey gibi kutsal olan	Güneşin ve tanrıların bedenini simgeleyen sarı renk	Kutsal olan ve paylaşma k	Yule kutlamaları, tanrılara sunulan sunular, eğlence	Mum ruhsal aydınlanma	Yule kutlamalarında kapılara asılan sarmaşık
	Teolojik Boyut	Putperestlik	Amerikalılar papağanı duaların taşıyıcısı olarak görür	Güneşi ve tanrıların bedenini simgeleyen, Apollon ve Mithra'ya özgü	Tanrılara en sık sunulan gıda	Tanrılara sunulan meyve ve sebzeler	Dini tören ve ayinlerde kullanılan	Kutsal ağaç, Sarmaşık Orta Çağ' da Hristiyanlar için vücutta yaşayan ölümsüz ruhla ilişkili
	Modern Boyut	Sanatta mitolojinin etkisi	-	Altın ve güneşi çağrıştıran sarı renk	İnsanın temel besini	-	Dekorasyon	-
	Postmodern Boyut	Sanatta mitoloji ve putperestlik	-	Varlığın ve arzunun rengi, eğlence ve hazzın gösterimi	Yaşamın ve paylaşımın sembolü	-	Doğum günü mumları, (geçen yılları)	-

7 Mart 2020 tarihli Facebook gönderisinde Shakira klibinden bir görüntü paylaşmıştır. İmgelerle dolu olan fotoğrafta ilk dikkat çeken heykellerdir. Mitolojik olarak Antik Yunan heykellerini anımsatan göstergelerin evlilik tanrıçası Hera ve şarap tanrısı Dionysos olduğu düşünülmektedir. Paganik boyuta da mitolojiye gönderme yaptığı düşünülerek tanrı ve tanrıça heykelleri olduğu belirtilmiştir. Teolojik olarak heykellerin putperestliği çağrıştırdığı anlaşılrken, modern ve postmodern boyut açısından sanatta mitolojinin etkisi görülmektedir. Paylaşımında yer alan ikinci gösterge papağandır. Papağan Mitolojik olarak taklitçiliği, Hindu aşk tanrısı Kama'nın alametlerini çağrıştırmaktadır. Paganizmde doğada yer alan her canlı kutsal olduğu gibi papağan da önemli ve kutsaldır. Teolojik boyutta Amerikalılar papağanı duaların taşıyıcısı olarak görmektedir.

Fotoğrafta sarı rengin yoğunluğu ve Shakira'nın kıyafeti de dikkat çekmektedir. Mitolojik olarak Antik dönem karakterlerinin yer aldığı kıyafet Apollon ve Mithra'ya anımsatmaktadır. Paganik ve teolojik boyutta sarı ren güneşi ve tanrıların bedenini simgelerken, modern boyutta altını ve güneşi çağrıştırmaktadır. Postmodern boyutta ise sarı renk varlığı, arzuyu, eğlenceyi ve hazzı göstermektedir. Masada yer alan ekmek mitolojik olarak kutsal ekmeği, paganik olarak hem kutsal olanı hem de paylaşmayı teolojik boyutta ise tanrılara en sık sunulan gıdayı anımsatmaktadır. Modern dönemde ekmek temel besin postmodern boyutta ise yaşamın ve paylaşmanın sembolüdür. Beşinci gösterge olarak belirlenen meyve ve sebzeler mitolojik olarak üzüm ve şarap tanrısı Dionysos,'u tanrılara sunulan sunakları ve eğlenceyi çağrıştırmaktadır. Paganik boyutta ise Yule kutlamalarını, tanrılara sunulan sunakları ve eğlenceyi betimlemektedir. Teolojik boyutta da tanrılara sunulan meyve ve sebzeleri kapsamaktadır.

Şamdan ve mumlar yan anlam olarak eşyaları gösterirken mitolojik olarak aydınlatma ve ayinleri, paganik olarak ruhsal aydınlanmayı, teolojik boyutta dini tören ve ayinleri, modernizmde dekorasyonu son olarak postmodern boyutta geçen yılları simgeleyen doğum günü mumlarını çağrıştırmaktadır. Son olarak palmiye yaprakları ve sarmaşıklar yan anlamda bitkileri gösterirken mitolojik olarak Yahudi mitolojisinde yer alan sephiroth ve Maya mitolojisinde dünya ağacını anlatmaktadır. Paganik olarak Yule kutlamalarında kapılara asılan sarmaşıklara işaret etmektedir. Teolojik boyuta göre ise kutsal ağacı ve sarmaşıklar ölümsüz ruhları vurgulamaktadır. Bununla birlikte 50,4 bin takipçi Shakira'nın bu paylaşımını beğenirken 671 kişi aynı görseli kendi sayfalarında

yayınlamıştır. Ayrıca sarı rengin hâkim olduğu bu görüntü Avusturyalı Sembolist ressam Gustav Klimt'in Öpücük adlı eserini andırmaktadır.



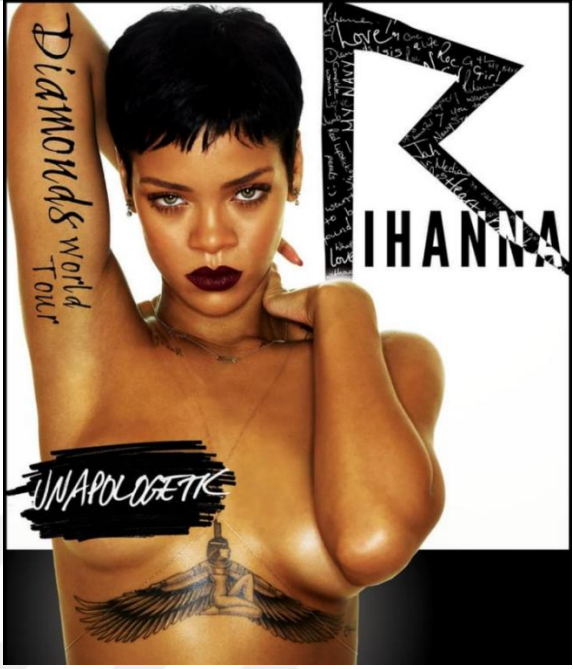
Resim 4.1. Gustav Klimt- Öpücük

Shakira'nın paylaşımı ile özdeşleştirilen Klimt'in "Öpücük" adlı eserinde birbirlerini kucaklayan çift yer almaktadır. Shakira'nın fotoğrafıyla aralarındaki yakınlık ise sarı renkle birlikte şarkıcının kıyafetiyle olan benzerliğidir.

2. Rihanna

Tam adı, Robyn Rihanna Fenty olan sanatçı 20 Şubat 1988 tarihinde Barbados'ta doğmuştur. 2003 yılında müzik sektörüne giren Rihanna şarkılarıyla kısa sürede tanınmıştır. Rihanna albüm yapımcısı Evan Rogers'ın yönetiminde demo kasetler kaydederek müzik endüstrisine girdi. Şuan tüm zamanların en fazla satan dijital sanatçılarından biri olan Rihanna birçok ödüle layık görülmüştür. Sosyal medyayı aktif kullanan sanatçı Facebookta en çok takipçi sayısına sahip 23. kişidir. Toplam 99 milyon 607 bin 567 kişi Rihanna'yı takip etmektedir.

Tablo 4.3. Rihanna'nın Facebook Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi

Gösterge						
Gösteren (Düz Anlam)		Kadın bedeni	Dövme	Göğüs	Unapologetic	Bakış
Gösterilen (Yan Anlam)		Çıplaklık	Mitolojik karakter	Çıplaklık	Pişmanlık duymayan	İzlemek
Göz Kültü	Mitolojik Boyut	Bereket, Toprak ana, Antik Yunan'da gymenos, Tanrıçalar	Antik Mısır'da tanrıça Ma'at	Doğurganlık ya da ayıp olan utanç Tanrıça İstar ve İnanna vb., Tanrıça Venüs	-	Ay ve gece ile ilişkilendirilmiş Hakete
	Paganik Boyut	Cinsellik, Çıplak gerçekleştirilen ritüeller, inisiyasyon törenleri, Klasik Yunan kimliğinin sembolü, birey olmak için gerekli olan, Bereket	Doğruluk ve adalet tanrıçası	Cinsellik, Ritüele özgü olan	Özgür, korkusuz kadın,	Bakire tanrıça Hakete
	Teolojik Boyut	Tanrıçalar, Günahkâr, Havva	Antik Mısır tanrıçası Ma'at	Günah, utanç, ayıplanan	İşlediği günahları üstlenen	-
	Modern Boyut	Cinsel bir obje, kontrol edilmesi gereken metalaşmış kadın bedenini	-	Kontrol edilmesi gereken, özgürleşen beden	Hata yapan ve özgür	Baştan çıkarıcı, tehlikeli bakış
	Postmodern Boyut	Tüketim nesnesi haline gelen kadın bedeni, cinsel obje	Neo-pagan karakter	Baştan çıkarıcı, Cinsel partner, cinsel özgürleşme	Hata yapan ve özgür	Gözetlemek, Gözetim toplumu

Barbadoslu şarkıcı, şarkı yazarı ve oyuncu olan Rihanna'nın Facebook hesabından yaptığı 2 paylaşım göstergebilimsel analiz yöntemiyle incelenmiştir. İlk olarak 6 Eylül

2013 tarihinde yapmış olduğu paylaşımda kadın bedeni dikkat çekmektedir. Çıplaklığın sergilendiği fotoğrafta mitolojik olarak çıplaklığın Antik Yunan'da gymenos, tanrıçaları, bereketi ve toprak anayı çağrıştırdığı görülmektedir. Paganik boyutta ise çıplaklık cinselliğe, çıplak gerçekleştirilen ritüellerine, inisiyasyon törenlerine işaret etmekle birlikte Klasik Yunan kimliğinin sembolü, birey olmak için gerekli olan ve Bereket gibi anlamları da kapsamaktadır. Teolojik olarak günahkâr kadını temsil ederken modern dönemde cinsel bir obje, kontrol edilmesi gereken metalaşmış kadın bedenini çağrıştırmaktadır. Postmodern dönemde ise çıplak kadın tüketim nesnesi haline gelen cinsel bir obje olarak sergilenmektedir. Rihanna'nın iki göğüsünün alt kısmına yapılmış dövme Antik Mısır tanrıçası Ma'attır. Paganizm açısından bu dövme doğruluğu ve adaleti belirtmektedir. Teolojik boyuta Tanrıça Ma'at gösterilirken postmodern boyut için neo-paganik karakter betimlemesi yapılmıştır.

Fotoğrafın dikkat çeken diğer bir imgesi göğüslerdir. Rihanna'nın dirseği ve *Unapologetic* yazısıyla kapattığı göğüsleri yan anlam olarak cinselliği, mitolojik olarak doğurganlık ya da ayıp olanı ve Tanrıça İştar ve İnanna gibi tanrıçaları ve en önemlisi göğüslerinin güzelliğiyle bilinen tanrıça Venüs'ü göstermektedir. Paganizm açısından bu gösterge değerlendirildiğinde cinselliğe ve ritüellere özgü bir duruma gönderme yapmaktadır. Teolojik boyutta günah olan göğüsler modern boyuta gelindiğinde özgürleşen, kontrol altına alınması gereken kadını çağrıştırmaktadır. Postmodern dönemde ise merak uyandıran göğüsler baştan çıkarıcı olarak kadını cinsel partner olarak göstermekte ve cinsel özgürleşmeyi kanıtlamaktadır. Rihanna'nın göğsünün üzerinde yazan *Unapologetic* pişman duymayan kişiyi tanımlamaktadır. Paganik boyutta irdelendiğinde bu kelime özgür ve korkusuz kadına işaret etmektedir. Teolojide ise işlediği günahları üstlenen kadını tanımlarken modern boyutta hata yapan ve özgür olarak hatalarının arkasında olan kadını göstermektedir. Rihanna'nın fotoğrafta yer alan sert bakışları yan anlam olarak karşısındakileri izlemeyi, mitolojik ve paganik olarak Yunan mitolojisinde ay ve güneşi simgeleyen bakire tanrıça Hakete'yi belirtmektedir. Modern boyutta baştan çıkarıcı ve tehlikeli bakışı gösteren bakışlar postmodern boyut açısından gözetlemeye ve gözetim toplumuna işaret etmektedir. Ayrıca Rihanna'nın bu Facebook gönderisi 18 bin beğeni, 1.1 bin yorum ve 1.5 bin paylaşımına sahiptir.

Tablo 4.4. Rihanna'nın Facebook Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi

Gösterge					
Gösteren (Düz Anlam)		Çıplak kadın	Yılan	Saç	Dövme
Gösterilen (Yan Anlam)		Cinsellik	Hayvan	Yılan saçlı	Mitolojik karakter
Göz Kültü	Mitolojik Boyut	Bereket, Toprak ana, Antik Yunan'da gymenos, Tanrıçalar	Yunan mitolojisinde sağlık, Hindu mitolojisinde bereket ve yağmuru simgeleyen Naga, yılan saçlı Medusa	Yunan mitolojisinde yılan saçlı Medusa	Antik Mısır'da tanrıça Ma'at
	Paganik Boyut	Cinsellik, Çıplak gerçekleştirilen ritüeller, inisiyasyon törenleri, Klasik Yunan kimliğinin sembolü, birey olmak için gerekli olan, Bereket	Hem iyi hem kötü, göbek bağı, doğurganlık, bilgeliğin ve azmin sembolü	Yunan mitolojisinde bakışlarıyla karşısındakini taş a çeviren kadın karakter	Doğruluk ve adalet tanrıçası
	Teolojik Boyut	Günah, utanç, ayıplanan	Kehanetin, sırların ve hikmetin sembolü	Vamp kadın	Antik Mısır tanrıçası Ma'at
	Modern Boyut	Kontrol edilmesi gereken nesne	Tıp ve hekimlik sembolü	Mitolojik karakter	-
	Postmodern Boyut	Toplumsal kimlik inşası, söylemler üzerinden inşa edilen beden	Neo-pagan semboller, hem koruyucu hem yok edici	Fallik sembol olarak yırtıcı ve tehlikeli kadın	Neo-pagan karakter

Rihanna 31 Ekim 2013 tarihinde yaptığı paylaşımda dominant hayvanlarla oynamayı sevdiğini belirtmiştir. Bu fotoğrafta elinde yılanla poz veren şarkıcının çıplak oluşu ilk göstergedir. Çıplak kadın yan anlam olarak cinselliği çağrıştırırken mitolojik

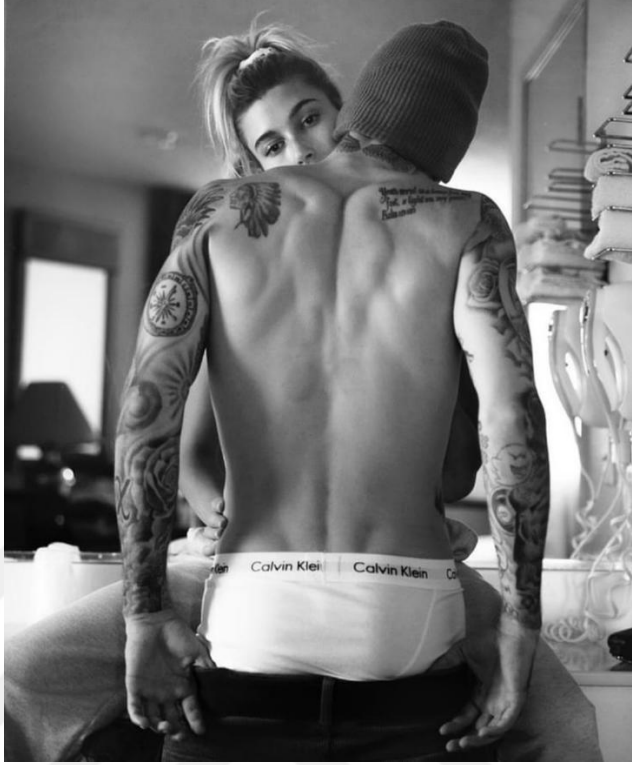
boyuta göre bereket, Toprak ana, Antik Yunan'da gymenos ve tanrıçalara işaret etmektedir. Paganik olarak cinsellik, çıplak gerçekleştirilen ritüeller, inisiyasyon törenleri, Klasik Yunan kimliğinin sembolü, birey olmak için gerekli olan ve Bereket gibi anlamlara sahiptir. Teolojik olarak kadının çıplaklığı günahken modern boyutta çıplak kadın kontrol edilmesi gereken bir meta haline gelmiştir. Postmodern boyuta ise toplumsal kimlik inşası ve söylemler üzerinden inşa edilen beden sergilenmektedir. Yılan imgesi ise Yunan mitolojisinde sağlığı, Hindu mitolojisinde bereket ve yağmuru simgeleyen Naga ve yılan saçlı Medusa'yı işaret ederken Paganik olarak hem iyiyi hem de kötüyü, göbek bağını, doğurganlığı, bilgeliği ya da azmi sembolize etmektedir. Teolojik olarak yılan kehanetin sırlarını ve hikmeti anlatmaktadır. Modern dönemde yılan tıp ve hekimlik sembolüken postmodern boyutta neo-pagan semboller içinde yer alırken hem koruyucu hem yok edicidir. Fotoğrafta Rihanna'nın yılan şeklindeki saçları mitolojik ve paganik boyutta Yunan mitolojisinde yer alan yılan saçlı Medusa'yı anımsatırken Teolojik olarak dişler Vamp kadını, şeytani niteliği ve günahkâr kadını betimlemektedir. Modern boyutta ise mitolojik karakteri, postmodern boyutta fallik olarak yırtıcı ve tehlikeli kadını işaret etmektedir. Rihanna'nın göğsünün altında yer alan dövme ise Antik Mısır'da doğruluk ve adaleti simgeleyen tanrıça Ma'at'ı çağrıştırmaktadır.

Rihanna'nın Facebook aracılığıyla takipçileriyle paylaştığı bu görseli 31 bin kişi beğenmiş, 2 bin kişi ise kendi hesaplarında paylaşmıştır. Röntgenci yeni medya topluluğunda yer alan stalkerlar karşılıklı rızaya dayalı olarak birbirlerini takip etmektedir.

3. Justin Drew Bieber

Justin Drew Bieber 1 Mart 1994 tarihinde dünyaya gelmiştir. Kanadalı şarkıcı Bieber aynı zamanda oyuncu ve şarkı yazarıdır. 2008 yılından beri dünya çapında üne sahip olan şarkıcı Youtube'a koyduğu video ile keşfedilmiştir. Justin Bieber'ın 88 milyon 893 bin 879 takipçisi bulunmaktadır. Diğerleri gibi Bieber de sosyal medyanın gücünden yararlanarak kendini pazarlamaktadır.

Tablo 4.5. Justin Bieber'in Facebook Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi

Gösterge				
Gösteren (Düz Anlam)		Kadın ve erkek	Dövmeler (Kanat, Kızılderili, Pusula)	Çıplaklık
Gösterilen (Yan Anlam)		İlişki	(Melek, Kuş), (Topluluk) (Yer-yön bulma)	Cinsellik
Göz Kültü	Mitolojik Boyut	Bereket	(Zafer tanrıçası Nike, Aşk tanrısı Eros, Yunan mitolojisinde İkaros) (Kızılderili efsaneleri) (Vegvisir)	Antik Yunan'da Gymenos, Antik dönem tanrıları, güzellik ve masumiyet ya da cinsellik, Toplumsal cinsiyet
	Paganik Boyut	Ritüel, İnisiyasyon törenleri	(Mezo-pagan) (Yılın Gölgele Çarkı)	Ritüel, Cinsellik, Bereket, toplumda birey olmak için gerekli olan
	Teolojik Boyut	Âdem ile Havva	(Melekler), (Şamanizm, Coğrafi keşifler)	Günah
	Modern Boyut	Cinsellik, Üremek	(Uçan hayvanlara özgü), (Kabile), (Yer-yön bulma)	Üremek ve cinsellik, Bedenin görünür olması
	Postmodern Boyut	Cinsellik, Üremek-	(Uçan hayvanlara özgü ve Mitolojik anlam), (Kabile), (yer yön bulma)	Özel alanın alenileşmesi

Kanadalı şarkıcı Justin Drew Bieber, çalışmada incelenmek üzere seçilen fenomenlerden biridir. Bieber'in paylaştığı görsellerden çalışmanın amacına uygun olarak seçilen 20 Aralık 2019 tarihli gönderide ilk gösterge kadın ve erkektir. Yan anlam olarak ilişkiyi, mitolojik boyutta ise kadın ve erkeğin ilişkisi bereketi anlatmaktadır. Paganizmin penceresinden bakıldığında ritüel ve inisiyasyon törenlerini çağrıştırmaktadır. Teolojik boyutta değerlendirildiğinde Âdem ve Havva'yı düşündürürken, modern ve postmodern dönem için cinsellik ve üremeyi çağrıştırmaktadır. Bieber'ın ensesinde yer alan kanat dövmesi yan anlam olarak melekleri ve kuşları düşündürmektedir. Mitolojik olarak zafer tanrıçası Nike, Aşk tanrısı Eros ve Yunan mitolojisinden İkaros kanatlara sahiptir. Teolojik boyutta kanatlar melekleri gösterirken modern ve postmodern dönemde hayvanlara özgü bir özellik olarak bilinmektedir. Justin Drew Bieber'ın sol omuzunda bulunan Kızılderili dövmesi mitolojide Kızılderili efsanelerine paganik boyutta pagan dönemin mezo-pagan evresine ve Teolojik olarak şaman inancına sahip olan Kızılderililer modern ve postmodern boyutta kabile yaşamını simgelemektedir. Yine Bieber'in vücudunda yer alan dövmelelerden pusula diğer bir imgedir. Yer-yön bulmaya yarayan pusula mitolojik boyutta mistik ve kudretli Viking tılsımı olan Vegvisir'i anımsatmaktadır. Paganizmde ise yılın gölgeler çarkına benzeyen pusula teolojik olarak coğrafi keşiflerini, modern dönemde yer-yön bulma özelliğini ve postmodern dönemde neo-paganizm etkisiyle paganik gölgeler çarkını anımsatmaktadır.

Çıplaklık göstergesi yarı çıplak erkek bedenini göstermektedir. Kadın ve erkeğin birlikte verdikleri poz cinselliği çağrıştıran Antik Yunan'da Gymenos olarak bilinmekte ve Antik dönem tanrılarını, güzellik ve masumiyet ya da cinsellik ile toplumsal cinsiyet temalarını içermektedir. Çıplaklık teolojik olarak günaha işaret ederken modern boyutta üremek ve cinsellik, bedenin görünür olması gibi anlamlar taşımaktadır. Postmodern boyut için ise özel alanın alenileşmesini göstermektedir. Bieber'ın Facebook'ta paylaştığı görseli 272 bin kişi beğenirken 12 bin yorum ve 6.4 bin paylaşım yapılmıştır.

Tablo 4.6. Justin Bieber'ın Facebook Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi

Gösterge					
Gösteren (Düz Anlam)		Erkek	Dövmeler (Göz imgesi, Silah dövmesi)	Gökyüzü	Ellerin iki yana açılması
Gösterilen (Yan Anlam)		Cinsiyet	(Bakış), (Şiddet)	Gök cisimlerinin yer aldığı boşluk	Kucak açmak
Göz Kültü	Mitolojik Boyut	Rüzgâr tanrısı Aiolos	(Her şeyi gören Göz, Mısır'da Tılsımlı göz),(Fallik simge)	Yunan tanrısı Zeus	Rüzgâr tanrısı Aiolos
	Paganik Boyut	Güçlü tanrı, Ataerkil, erkek egemen	(Mistik dünyaya açılan göz, herkesi gören, izleyen), (Şiddet, Fallik simgesi)	Kutsanan	Pagan ritüelleri, Bayram şenlikleri, doğayı kucaklamak
	Teolojik Boyut	Tanrı	(Tanrının herkes üzerindeki bakışı)	Ölümden sonraki dünyayla ilgili	Hız. İsa'nın çarmıha gerilmesi
	Modern Boyut	Kadın erkek eşitliği	(Panoptikon), (Ölüm, İntihar, şiddet)	Astronomi	-
	Postmodern Boyut	Ataerkil düzen	(Gözetim toplumu), (Ölüm, İntihar, şiddet)	-	-

10 Mart 2018 tarihli Bieber gönderisinde göklerin sahibi olarak poz veren Bieber'ın ilk göstergesi erkektir. Fotoğrafta Bieber mitolojik olarak Rüzgâr tanrısı Aiolos'a benzerken paganik olarak tanrıların gücüne ve ataerkil düzene işaret etmektedir. Teolojide ise erkek imgesi tanrılara modern dönemde kadın ve erkek eşitliğine,

postmodern boyutta ise ataerkil düzene yönelmektedir. Bieber’ın dövmelelerinden göz imgesi yan anlam olarak bakışı mitolojik boyutta ise her şeyi gören göz ya da Mısır’da tılsımlı gözü çağrıştırmaktadır. Paganik boyutta ise mistik dünyaya açılan göz, herkesi gören ve izleyen gözü temsil etmektedir. Teolojide ise tek göz tanrının herkes üzerindeki bakışını aktarırken modern dönemde panoptikonu, postmodern dönemde ise gözetim toplumunu göstermektedir. Silah dövmesi ise mitolojik ve paganik olarak fallik bir simgeyken şiddeti de simgelemektedir. Modern ve postmodern dönemde ise silah şiddeti, ölümü ve intiharı çağrıştırmaktadır.

Gökyüzü yan anlamda gök cisimlerinin yer aldığı boşluktur. Mitolojide ise göklerin tanrısı Zeus’u çağrıştırmaktadır. Paganik olarak kutsanan gökyüzü teolojide ruhların göğe yükselmesi gibi ölümden sonraki yaşamla ilgilidir. Modern boyutta ise gök bilimi astronominin ilgi alanına girmektedir. Ellerini açarak poz veren şarkıcı, rüzgâr tanrısı Aiolos’u andırırken pagan ritüellerini, bayram şenliklerini ve doğayı kucaklamayı göstermektedir. Teolojik olarak ise Hz. İsa’nın çarmıha gerilmesine göndermede bulunmaktadır. 40.3 bin beğenin yapıldığı analiz edilen bu fotoğrafı 1.325 bin kişi kendi hesabında paylaşmıştır. Gözetim toplumunun sosyal medya ile dönüşüme uğradığını gösteren rakamlar omniptik gözetime işaret etmektedir.

4.6.2. Instagram’ın Göstergebilimsel Analizi

1. Nicki Minaj

Asıl adı Onika Tanya Maraj olan Nicki Minaj 8 Aralık 1982 tarihinde doğmuştur. Amerikalı şarkıcı ve söz yazarı Minaj Instagram’da 141 milyon takipçiye sahiptir. En çok takip edilenler arasında 18. Sırada yer alan Nicki Minaj’a Barbie de denilmektedir. Instagram’ı aktif olarak kullanan Minaj 494 kişiyi takip etmektedir. Paylaştığı fotoğraf ve videolarla dikkat çeken şarkıcı sosyal medya vasıtasıyla popülerliğini arttırmaktadır.

Tablo 4.7. Nicki Minaj'ın Instagram Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi

Gösterge					
Gösteren (Düz Anlam)		Kadın	Deniz	Çıplaklık	Gökyüzü
Gösterilen (Yan Anlam)		Deniz Kızı	Su kütlesi Deniz kızının ait olduğu yer	Cinsellik	Hava
Göz Kültü	Mitolojik Boyut	Antik Yunan'da Triton, Yunan Mitolojisinin Deniz Kızları: Sirenler, Büyük İskender'in Kız Kardeşi Thessalonike	Tanrısal değer atfedilen, Yunan Tanrısı Poseidon	Antik Yunan'da Gymenos, Antik dönem tanrıçaları, Toplumsal cinsiyet	Tanrısal değer atfedilen, Roma mitolojisinde Jüpiter, Yunan mitolojisinde Uranos
	Paganik Boyut	Takdis edilen, doğayla bağlantılı Tanrıça	Kutsallaştırılan	Cinsellik, Çıplak gerçekleştirilen ritüeller, inisiyasyon törenleri, Klasik Yunan kimliğinin sembolü, birey olmak için gerekli olan, Bereket	Kutsal, gökyüzünden gücünü alan
	Teolojik Boyut	Yarı insan yarı balık tanrıçalar	Tanrısallık, doğanın kutsanması, Poseidon	Günah	Tanrısal
	Modern Boyut	Cinsel obje olarak kadın	-	Kontrol edilmesi gereken, kadın bedeninin metalaşması, cinsel	Astronomi
	Postmodern Boyut	Cinsel obje olarak kadın	-	Kontrol edilmesi gereken, kadın bedeninin metalaşması, AlenileşmeK	Özgürlük

Amerikalı rapçi, şarkıcı, söz yazarı ve aktris Nicki Minaj 6 Temmuz 2018 tarihinde Instagram hesabından paylaştığı fotoğraf göstergebilimsel analiz yöntemiyle incelenmiştir. İlk olarak belirlenen gösterge kadındır. Denizkızı kıyafeti giyen Minaj'ın

paylaşımında mitolojik boyutun Antik Yunan’da Triton’u, Yunan Mitolojisinin Deniz Kızları: Sirenler, Büyük İskender’in Kız Kardeşi Thessalonike’yi çağrıştırmaktadır. Pagan boyuta göre kutsanan ve doğayla bağlantılı Tanrıça’yı betimlerken teolojik olarak Antik dönemin yarı insan yarı hayvan tanrıçalarına göndermede bulunmaktadır. Deniz kızlarının çekiciliği ve güzelliği ise modern ve postmodern boyutta kadını cinsel obje olarak konumlandırmaktadır.

Fotoğrafta yer alan diğer gösteren denizdir. Yan anlam olarak su kütlesini gösterilirken deniz kızının ait olduğu yer de gösterilmeye çalışılmıştır. Deniz mitolojik olarak ve paganik olarak ilahlaştırılan ve tanrısal değer atfedilen bir özelliğe sahipken teolojik olarak tanrısallığı, doğanın kutsanmasını ve Antik Yunan deniz tanrısı Poseidon’u çağrıştırmaktadır. Çıplaklık ise yan anlam olarak cinselliği gösterirken mitolojik olarak kıyafetlerini çıkarmış anlamına gelen gymenos kelimesini hatırlatmaktadır (Gardin & Olorenshaw, 2019, s. 145). Antik Yunan için pozitif bir anlama sahipken dönemin tanrı ve tanrıçalarının genel durumunu sergilemektedir. Paganik boyutta ise cinsellik, çıplak gerçekleştirilen ritüeller, inisiyasyon törenleri, Klasik Yunan kimliğinin sembolü, birey olmak için gerekli olan, bereket gibi birçok anlama sahiptir. Teolojide ise çıplaklık günahıdır. Modern ve postmodern boyut için çıplaklık cinselliği, bedenin metalaşmasını ve kadının kontrol edilmesi gerektiğini anlatmaktadır. Fotoğrafta son gösteren olarak gökyüzü, mitolojik boyutta deniz gibi tanrısallaştırıldığı, Yunan mitolojisinde Uranos’u Roma mitolojisinde ise Jüpiter’i vurguladığı görülmektedir. Paganik boyutta da gökyüzü kutsanırken, tanrıların gücünü gökyüzünden aldığına inanılmaktadır. Teolojik boyutta tanrısallığı moden boyutta astronomi ve postmodern boyutta özgürlüğü çağrıştırmaktadır. Ayrıca Nicki Minaj’ın paylaştığı deniz kızı kostümlü fotoğrafı 2 milyon 457 bin 106 kişi beğenmiştir.

Tablo 4.8. Nicki Minaj'ın Instagram Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi

Gösterge					
Gösteren (Düz Anlam)	Kadın	Kostüm	Çıplaklık	Ağaç	
Gösterilen (Yan Anlam)	Cinsellik	Müstehcen	Üryan	Bitki	
Göz Kültü	Mitolojik Boyut	Kleopatra	Antik Mısır Kraliçelerine ait olan	Antik Yunan’da Gymenos, Antik dönem tanrıçaları, Toplumsal cinsiyet	Yer ve gök, tanrı ve insan arasındaki bağ
	Paganik Boyut	Yaşamın kaynağı	Antik Mısır Kraliçelerine ait olan	Cinsellik, Çıplak gerçekleştirilen ritüeller, inisiyasyon törenleri, Klasik Yunan kimliğinin sembolü, birey olmak için gerekli olan, Bereket	Yaşam ağacı, Büyülü bitki
	Teolojik Boyut	Günahkâr, İlk günahı işleyen	-	Günah olan, Ritüellere ait olan	Kutsallık atfedilen
	Modern Boyut	Özgür kadın	Kadın bedeninin vurgulanması	Kadın bedeninin metalaşması, özgürleşme ve cinsellik	Bitki olarak var olan
	Postmodern Boyut	Cinsellik, Dişilik	Kadın bedeninin sergilenmesi	Cinsellik, Tüketim objesi olarak kadın	Neo-paganlar tarafından kutsanan

Çalışmada incelenmek üzere seçilen paylaşımlardan bir diğeri Nicki Minaj'ın kraliçe olarak belirttiği görselidir. 15 Ekim 2018 tarihinde yaptığı paylaşımın ilk göstereni

kadıdır. Pozuyla yan anlam olarak cinselliği çağrıştıran Minaj'ın fotoğrafında mitolojik olarak Antik Mısır kraliçesi Kleopatra ile olan benzerliği dikkat çekmektedir. Paganik boyuta göre kadın imgesi yaşamın kaynağı olarak değerlendirilmektedir. Çünkü kadın doğuran toprak anadır. Ancak teolojik olarak günahkâr kadını temsil etmektedir. Modern boyutta özgür kadını çağrıştıırken postmodern boyutta cinsellik ve dişillığe vurgu yapmaktadır. Nicki Minaj'ın görselinde diğer bir gösteren ise kostümdür. Transparan nitelikteki bu kostüm mitolojik ve paganik olarak Kleopatra'yı ve onun güzelliğini çağrıştıırken modern boyutta kadın bedeninin ön plana çıkarılması gösterilmektedir.

Çıplaklık göstergesi mitolojik boyutta Antik Yunan'da Gynaios, Antik dönem tanrıçaları ve toplumsal cinsiyet gibi birçok anlam barındırırken paganik olarak cinsellik, çıplak gerçekleştirilen ritüeller, inisiyasyon törenleri, Klasik Yunan kimliğinin sembolü, birey olmak için gerekli olan ve berekete işaret etmektedir. Teolojide kadının çıplaklığı günahken modern ve postmodern boyutta çıplaklık kadın bedeninin metalaşması, özgürleşme ve cinsellikle özdeşleşmektedir. Son gösterge olarak Minaj'ın oturduğu ağacın mitolojik olarak yer ve gök, tanrı ve insan arasındaki bağı simgelediği düşünülmektedir. Paganik boyutta paganizm için önemli olan yaşam ağacını, büyülü bitkiyi çağrıştıırken teolojik olarak kutsallığa göndermede bulunmaktadır. Postmodern boyut için ise neo-paganlar tarafından kutsanan anlamında yorumlanmaktadır. Minaj'ın "Queen" olarak isimlendirdiği fotoğrafı 1 milyon 7 bin 53 kişi beğenmiştir.

2. Miley Cyrus

Asıl adı Destiny Hope Cyrus olan Miley Ray Cyrus 23 Kasım 1992 doğmuştur. Amerikalı olan Cyrus oyuncu, manken ve şarkıcı olarak bilinmektedir. 2001 yılından beri adını duyuran Miley Cyrus birçok film ve dizide rol almıştır. Sosyal medya aracılığıyla da performans sergileyen sanatçının Instagram hesabını 134 milyon kişi takip etmektedir. Şuan takipçi sayısı açısından 19. sırada yer almaktadır.

Tablo 4.9. Miley Cyrus' un Instagram Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi

Gösterge					
	Gösteren (Düz Anlam)	Şişman Kadın	Yelpaze	Çıplaklık	Koltuk
Gösterilen (Yan Anlam)	Obezite	Serinleme	Cinsellik	Dinlenme Eşyası	
Göz Kültü	Mitolojik Boyut	Wilendorf'lu Venüs Kadını	Güzelliğin, aklın, sevginin, şefkatin göstergesi, Çin bilgelik tanrıçası: Takara-bune	Antik dönem tanrıçaları	Kharoon'un Kayığı Metaforu
	Paganik Boyut	Bereket	Büyülü Nesne	Cinsellik, Çıplak gerçekleştirilen ritüeller, inisiyasyon törenleri, Klasik Yunan kimliğinin sembolü, birey olmak için gerekli olan, Bereket	Fetişistik Nesne
	Teolojik Boyut	Toprak ana	-	Günah	-
	Modern Boyut	Kilolu, obez	Dişil Nesne	Kontrol edilmesi gereken, kadın bedeninin metalaşması	Dekorasyon Nesnesi
	Postmodern Boyut	Bakımsız, itici	Dişil Nesne	Kontrol edilmesi gereken, kadın bedeninin metalaşması	Psikanalitik Koltuğu

Amerikalı oyuncu, manken ve şarkıcı Miley Cyrus 2 Temmuz 2019 tarihinde yapmış olduğu paylaşımda yer alan ilk gösterge şişmanlıktır. Yan anlam olarak obeziteyi çağrıştıran fotoğrafta Wilendorf'lu Venüs kadınına benzemesi mitolojik boyutu oluşturmaktadır (bkz. s.6). Bu nedenle paganik olarak bereketi ve toprak anayı

anımsatmaktadır. Teolojide ise anaerkil düzen içerisinde yer alan ana tanrıça ya da toprak anayı çağrıştırmaktadır. Doğurgan kadını temsil eden toprak ananın da geniş göğüs ve kalçalara sahip olması fotoğrafla özdeşleşmektedir. Modern dönemde ise kilolu ve obez olarak değerlendirilen şişman kadın postmodern boyutta bakımsız ve itici olarak görülmektedir.

Kadının elinde yer alan yelpaze de yan anlamlar barındırmaktadır. Serinlemeye yardımcı olan alet, mitolojide güzelliğin, aklın, sevginin, şefkatin göstergesidir. Ayrıca modern ve postmodern boyuta göre yelpaze dışıl nesne özelliği taşımaktadır. Şişman kadının şişman oluşu da Wilendorf’lu Venüs kadını belirtmekle beraber Antik dönem tanrıçalarına da gönderme yapmaktadır. Paganik boyutta cinsellik, çıplak gerçekleştirilen ritüeller, inisiyasyon törenleri, Klasik Yunan kimliğinin sembolü, birey olmak için gerekli olan ve bereketi çağrıştırmaktadır. Teolojide ise kadının çıplak olması günah olarak görülürken, modernizmde ve postmodern boyutta kadının çıplaklığı onu kontrol altına alınması gereken metaya dönüştürmüştür. Koltuk imgesi yan anlam olarak eşyayı ya da dinlenmeyi anımsatırken mitolojik olarak Kharoon’un kayığı metaforuna benzemektedir. Ayrıca modern dönemde dekorasyon nesnesi olan koltuk postmodern boyutta değerlendirildiğinde Sigmund Freud’un psikanalitik koltuğunu anımsatmaktadır. Ayrıca 1 milyon 970 bin 50 kişi bu fotoğrafı beğenmiştir.

Tablo 4.10. Miley Cyrus' un Instagram Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi

Gösterge					
Gösteren (Düz Anlam)		Kan	Kadın	Duvar	Oyuncak Ayı
Gösterilen (Yan Anlam)		Şiddet	Kadın bedeni	Mimari Öğe	Çocukluk
Göz Kültü	Mitolojik Boyut	Şarap- Yaşam sıvısı	Athena ya da Pantea Arteshbod gibi güçlü olan kadınlar	Kültürel Alanı	Kutsal hayvan, insanın atası olarak ayı
	Paganik Boyut	Şiddet, Ölüm, soyun özelliklerini taşıyan sıvı	Vahşi Kadın, Tehlikeli kadın	Doğadan ayrı	Kutsallık
	Teolojik Boyut	Kurban	İlk Günah	Ağlama Duvarı	Totem Nesnesi
	Modern Boyut	Yaşam sıvısı	Cinsel obje olarak kadın	Mimari Öğe	Oyuncak
	Postmodern Boyut	Şiddet, tehlike, ölüm	Tehlikeli, Dişil kadın	Mimari Öğe	Oyuncak

Miley Cyrus'un 28 Kasım 2020 tarihinde yapmış olduğu paylaşımın il imgesi kandır. Kan, yan anlam olarak şiddeti gösterirken mitolojide şarap ve yaşam sıvısı olarak bilinmektedir. Paganizmde kan, yaşam sıvısı olmakla birlikte ölümü, şiddeti ve soyun özelliklerini taşıyan sıvıyı betimlemektedir. Teolojik olarak kurbanı ya da kurban kanını andıran kan modern dönemde yaşam sıvısı ve postmodern dönemde şiddet ve ölümü göstermektedir. Kanlı duvarın önünde poz veren kadının yan anlam olarak kadın bedenini, mitolojik olarak büyük Cyrus ordusunda görev yapan ölümsüzlerin lideri Pantea Arteshbod, gibi güçlü ve tehlikeli kadınları anlatmaktadır. Paganizm için vahşi ve tehlikeli kadını çağrıştıran fotoğraf postmodern boyutta da kadının tehlikeli oluşuna gönderme yapmaktadır. Duvar imgesi mitoloji için kültürel alanı paganlar için doğadan ayrı olmayı ve teolojik olarak Yahudilerin ağlama duvarını anımsatmaktadır. Son göstergede oyuncak ayı çocukluğu simgelerken mitolojik boyutta ayının kutsal bir hayvan oluşunu, insanın atası olduğunu göstermektedir. Paganik boyutta da kutsallık atfedilirken oyuncak ayı teolojik olarak totem nesnesidir. Miley Cyrus'un bu görselini ise 691 bin 227 kişi beğenmiştir. Sosyal medyada yer alan beğeniler dijital gözetimi betimlemektedir.

3. Katy Perry

Katy Perry'nin gerçek adı Katheryn Elizabeth Hudson'dur. 25 Ekim 1984 yılında doğan Perry, Amerikalı şarkıcı, şarkı yazarı ve oyuncudur. Katy Perry, kliplerinde mitolojik sembolleri çok sık kullanmasıyla bilinmektedir. Diğer ünlüler gibi Perry de sosyal medyayı kullanarak tanınırlılığını arttırmaktadır. Sadece Instagram hesabında 123 milyon takipçiye sahiptir.

Tablo 4.11. Katy Perry' nin Instagram Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi

Gösterge					
Gösteren (Düz Anlam)		Göz	Kadın	Makyaj	
Gösterilen (Yan Anlam)		Bakış	Kadın bedeni	Güzellik, kozmetik	
Göz Kültü	Mitolojik Boyut	Argos Panoptis Horus'un gözü, Yunan mitolojisinde alınlarının ortasında tek gözleri bulunan devler	Kurnaz, tehlikeli, yoldan çıkarıcı ya da toprağı simgeleyen doğurgan	Antik Yunan ve Roma kadını	
	Paganik Boyut	Fatma ana eli, Her şeyi gören göz, Mistik dünyaya açılan göz	Çıplak gerçekleştirilen ritüeller, inisiyasyon törenleri, Klasik Yunan kimliğinin sembolü, birey olmak için gerekli olan	Güzellik	
	Teolojik Boyut	Tanrının Gözü	İlk günahı işleyen, Âdem'e elmayı yediren kişi	Caiz olmayan	
	Modern Boyut	Panoptikon	Kontrol edilmesi gereken, kadın bedeninin metalaşması	Kozmetik sanayi, Tüketim, Kadınsılık	
	Postmodern Boyut	Neo-pagan Göz Kültü	Kadın bedeninin metalaşması, cinsellik	Kozmetik sanayi, Tüketim, Kadınsılık	

Katy Perry'nin çalışmada incelenmek üzere seçilen diğer bir görseli ise 19 Mayıs 2017 tarihinde paylaştığı fotoğraftır. Diğer fotoğrafla benzer imgelere sahip olan paylaşımda ilk gösterge göz'dür. Perry'nin ağzında yer alan göz Yunan mitolojisinde yüz gözlü canavar olarak bilinen Argos Panoptis ile Antik dönem Mısır'da her şeyi gören göz olarak bilinen Horus'un gözü yani vicdanın gözünü, yine Yunan mitolojisinde alınlarının ortasında tek gözleri bulunan devleri çağrıştırmaktadır. Yine Paganik boyutta göz imgesi kem gözü ve Fatma ana elinde yer alan gözü, her şeyi gören gözü ya da mistik dünyaya açılan gözü temsil etmektedir. Teolojik olarak ise Göklerin tanrısı Horus'un her şeyi gören ve sürekli açık olan tek gözüdür. Modern boyutta ise Jeremy Bentham'ın tasarlamış olduğu gözetim pratiklerinden azınlığın çoğunluğu gözetlediği panoptikon'u, Postmodern dönemde ise çağdaş paganizmin görme pratiklerini yansıtmaktadır. Kadın imgesi, Katy Perry'nin diğer paylaşımından farklı olarak çıplaklığı ve kadın bedenini ön plana çıkarmaktadır. Mitolojik boyut olarak kadının kurnazlığını ya da doğurganlığını çağrıştıran paylaşımda paganik olarak çıplak gerçekleştirilen ritüellere, inisiyasyon törenlerine gönderme yaparken birey olmak için cinsel kimliğin kazanılması gerektiğini de akıllara getirmektedir.

Teolojik boyutta kadının çıplak oluşu ilk günahı işleyen Havva'yı anımsatmaktadır. Modern boyutta kontrol edilmesi gereken kadının bedeninin metalaşması görülürken postmodern boyuta da cinsellikle birlikte modern dönemdeki metalaşma dikkat çekmektedir. Makyaj göstergesi ise yan anlam olarak güzellik ve kozmetiği, mitolojik boyut olarak Antik Yunan ve Roma kadını, Paganik boyutta kadının güzelliğini ve teolojik olarak makyajın cazip olmadığı görülmektedir. Modern ve postmodern boyuta göre makyaj kozmetik sanayi, tüketim ve kadınsılığı çağrıştırmaktadır. Bunun yanı sıra paylaşımda 412 bin 292 beğeni yer almaktadır.

Tablo 4.12. Katy Perry'nin Instagram Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi

Gösterge					
Gösteren (Düz Anlam)		Göz	Kadın	Makyaj	Kırmızı
Gösterilen (Yan Anlam)		Bakmak	Alımlı, ilgi uyandıran	Güzellik, kozmetik	Baş döndürücü, Aşk
Göz Kültü	Mitolojik Boyut	Argos Panoptis Horus'un gözü,	Antik Yunan'da Afrodit, Roma'da ise Venüs	Antik Yunan ve Roma kadını	Kan, Şarap
	Paganik Boyut	Fatma ana eli, Her şeyi gören göz, Mistik dünyaya açılan göz	Anaerkillik, Güçlü Kadın ve cinsellik	Güzellik	Kan, Şiddet
	Teolojik Boyut	Tanrının gözü	Günahkâr	Baştan çıkarıcı, caiz olmayan	Kurban
	Modern Boyut	Panoptikon	Tüketim objesi olarak kadın	Kozmetik sanayi, Tüketim, Kadınsılık	Çekici, şehvet
	Postmodern Boyut	Neo-pagan Göz Kültü	Cinsellik, Tüketim objesi olarak kadın	Kozmetik sanayi, Tüketim, kadınsılık	Aşk, Şehvet

Amerikalı ünlü şarkıcı Katy Perry'nin Instagram hesabında 31 Mayıs 2017 tarihli paylaşımında yer alan imgeler göz kültü kategorisinde yer alan beş boyut açısından değerlendirilmiştir. İlk olarak fotoğrafta Katy Perry'nin ellerinde tutmuş olduğu göz imgesi yan anlam olarak bakışı, görmeyi temsil ederken mitolojik boyutta bulunan göz imgesi incelendiğinde Yunan mitolojisinde yüz gözlü canavar olarak bilinen Argos Panoptis ile Antik dönem Mısır'da her şeyi gören göz olarak bilinen Horus'un gözü yani vicdanın gözünü çağrıştırmaktadır. Paganik boyutta göz imgesi kem gözü ve Fatma ana elinde yer alan gözü, her şeyi gören gözü ya da mistik dünyaya açılan gözü temsil etmektedir. Teolojik olarak göz sembolü Tanrının insanları sürekli olarak izlediğini vurgulayan Tanrının gözünü göstermektedir. Modern boyutta ise Jeremy Bentham'ın tasarlamış olduğu gözetim pratiklerinden azınlığın çoğunluğu gözetlediği panoptikon'u betimlemektedir. Postmodern dönemde ise çağdaş paganizmin görme pratiklerini yansıtmaktadır. Fotoğrafta yer alan diğer imge ise kadındır. Yan anlam olarak bakımlı ve ilgi uyandıran kadın yan anlam olarak belirlenirken Antik Yunan' tanrıçalarından aşk ve güzellik tanrıçası Afrodite ve Roma mitolojisinde yer alan tanrıça Venüs'le özdeşleştirilmiştir. Pagan boyut açısından kadın imgesi değerlendirildiğinde anaerkilliği, güçlü kadını ve cinselliği çağrıştırmaktadır. Teolojik olarak ise ilk günahı işleyen Havva'yı göstermektedir. Kadın bedenini bir tüketim metası olarak nesneleştiren modern boyutta kadın bedeni, yumuşak ve geçirgendir. Postmodern dönemde de kadın tüketim objesi olarak görülürken bedeniyle cinselliğe de gönderme yapmaktadır.

Fotoğrafta Katy Perry'nin yaptığı makyaj imgesi ise yan anlam olarak kozmetiği ve güzelliği çağrıştıran, mitolojik boyutta Antik Yunan ve Roma kadını anımsatmaktadır. Paganizmde ise makyaj güzelliği gösterirken teolojik olarak makyaj yapmanın kimi inanışlarda caiz olmadığı anlaşılmaktadır. Modern boyutta ve postmodern boyutta makyaj kozmetik sanayini, tüketimi ve kadınsılığı göstermektedir. Kadının giymiş olduğu kırmızı elbise yan anlam olarak aşkı çağrıştıran mitoloji ve paganizmde kan ve şaraba gönderme yapmaktadır. Teolojide ise kırmızı kurbanı, kurban kanını göstermektedir. Modern boyut ve postmodern boyutta kırmızı şehveti ve aşkı andırmaktadır. Son olarak 391 bin 793 kişi Perry'nin Instagram paylaşımını beğenmiştir.

4.6.3. Pinterest'in Göstergebilimsel Analizi

1. Joy Cho

Koreli-Amerikalı olarak kendini ifade eden Joy Cho, grafik tasarımcı, yazar ve Oh Joy!' un kurucusudur. 2005 yılında bir yaşam tarzı blogu olarak kurduğu aynı isimli tasarım markası Oh Joy!'un grafik tasarımcısı, yazarı ve kurucusudur. Toplam 6 kitap yazan Cho Pinterest'i en etkili kullananlardan biridir. Pinterest'te toplam 15 milyon takipçisi olan Cho 1. sırada yer almaktadır. Ev dekorundan yemek tariflerine ve ilginç fikirlere kadar birçok yaratıcılık içeren içeriği görsel arama motoru olan Pinterest'te yayınlamaktadır.



Tablo 4.13. Joy Cho'nun Pinterest Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi

Gösterge					
Gösteren (Düz Anlam)		Çıplak Kadın	Yaprak	Elma	
Gösterilen (Yan Anlam)		Cinsellik	İncir yaprağı	Meyve	
Göz Kültü	Mitolojik Boyut	Antik Yunan'da gymenos, Havva, Antik dönemde kimi durumda çıplaklık pozitif anlamlar taşıırken bazı zamanlarda da olumsuz algılanmıştır	Antik Roma mitolojisinde Romus ve Romulus kardeşleri kurt, incir ağcının altında beslemiştir. Cennet bahçesinde yetişen ağaçayağı, yasak meyveyi yiyen Âdem ve Havva'nın görülmemesi gereken yerlerini örten yaprak	Cinselliği ve günahı simgeleyen elma, Yunan mitolojisinde uyumsuzluk elması	
	Paganik Boyut	Çıplak gerçekleştirilen ritüeller, inisiyasyon (erginleme) törenleri, Cinsellik, Klasik Yunan kimliğinin sembolü, birey olmak için gerekli olan	Doğurganlık, bolluk, barışı temsil eden incir ağacının yaprağı, bu yaprak erkek cinsel organını da çağrıştırmaktadır.	Cinselliğin ve bilgeliğin sembolü	
	Teolojik Boyut	İlk insan Âdem'in eşi Havva, Günah olan	Çıplaklığının farkına varan Havva'nın incir yaprağıyla cinsel organını kapatması, Günahın farkına varma	Yasak meyve, günah ve cinsellik	
	Modern Boyut	İdeal kadın bedeni, özgürleşen kadın, kontrol edilmesi gereken kadın	Cinsellik ve bereket sembolü	Doğurganlık ve cinselliğin sembolü	
	Postmodern Boyut	Cinsel obje olarak kadının kurgulanması, haz ve zevk nesnesi	Cinsellik ve bereket sembolü	Doğurganlık ve cinselliğin sembolü	

Pinterest’te en çok takipçiye sahip kişilerden seçilen bir diğer kullanıcı Joy cho’dır. Cho’nun pinlerinden ilkinde göstergeler üçe ayrılmaktadır. Çıplak kadın figürü cinselliği çağrıştırmaktadır. Ancak mitolojik olarak Havva’yı anlatmaktadır. Antik dönemde kimi durumda çıplaklık pozitif anlamlar taşıırken bazı zamanlarda da olumsuz algılanmıştır. Paganistik boyutta çıplak gerçekleştirilen ritüelleri inisiyasyon (erginleme) törenlerini, cinselliği gösterirken Klasik Yunan kimliğinin sembolü ve birey olmak için gerekli olan bir durumdur. Teolojik olarak günahkâr Havva’yı modern boyutta ideal kadın bedenini, özgürleşen kadını ve kadının kontrol edilmesi gerektiğini belirtmektedir. Postmodern boyut için çıplaklık cinsel obje olarak kadının kurgulanması, haz ve zevk nesnesi gibi anlamlar taşımaktadır. İncir yaprağı ise mitolojide önemli ağaçlardan biridir. Antik Roma mitolojisinde Romus ve Romulus kardeşleri kurt, incir ağcının altında beslemiştir. Ayrıca cennet bahçesinde yetişen ağaçyığını, yasak meyveyi yiyen Âdem ve Havva’nın görülmemesi gereken yerlerini örten yaprağı göstermektedir. Paganik olarak doğurganlığı, bolluğu, barışı temsil eden incir ağacının yaprağı erkek cinsel organını da çağrıştırmaktadır. Teolojik olarak çıplaklığının farkına varan Havva’nın incir yaprağıyla cinsel organını kapatması, Günahın farkına varması anlaşılmaktadır. Modern ve postmodern boyutta incir yaprağı cinsellik ve bereket yaprağı olarak bilinmektedir. Çıplak kadının elinde yer alan elma ise Cinselliği ve günahı simgelemekte, Yunan mitolojisinde uyuşmazlık elması olarak bilinmektedir. Pagan boyuta göre cinselliğin ve bilgeliğin sembolüken teolojide yasak meyveyi günah ve cinselliği göstermektedir. Modern ve postmodern dönemde elma doğurganlık ve cinselliğin sembolüdür.

Tablo 4.14. Joy Cho'nun Pinterest Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi

Gösterge				
Gösteren (Düz Anlam)		Kuş Adam	Çıplak Kadın	Bıçak
Gösterilen (Yan Anlam)		Efsane	Cinsellik	Şiddet
Göz Kültü	Mitolojik Boyut	Keskin görüşlü şahin, güneş, ileri görüş ve özgürlüğün sembolü Orta Çağ' da asaletin amblemi, Antik Mısır'da Horus	Antik Yunan'da gymenos, Tanrıçalara özgü	Kılıç, erkeksi olan, tanrılara sunulan kurbanı kesen, kan akıtan alet, savaşçı, kendi oğlunu kesmek üzere olan İbrahim'in elinde bulunan bıçak,
	Paganik Boyut	Antik Mısır'da Tanrı Horus, özgürlük, baskınlık ve güç	Çıplak gerçekleştirilen ritüeller, inisiyasyon (erginleme) törenleri, Cinsellik, Klasik Yunan kimliğinin sembolü, birey olmak için gerekli olan	Şiddet, kan ve güç
	Teolojik Boyut	Gök tanrı Horus,	Günah	Kurban kesimi
	Modern Boyut	-	Kontrol edilmesi gereken, özgürleşen kadın	Mutfak aleti ya da şiddet ögesi, cinayet, kan
	Postmodern Boyut	Mitolojik karakterlere ait olan efsanevi	Haz ve arzu nesnesi	Mutfak aleti ya da şiddet ögesi, cinayet, kan

Joy Cho, pinlerinden birinde “*Birdman*” başlığıyla yayınladığı görsel, Max Ernest’in “*Merhamet Haftası*” başlıklı kitabında yer alan gerçek üstü resimdir. İlk olarak kuş kafalı adam yan anlam olarak efsaneleri, mitolojik olarak Keskin görüşlü şahin, güneş, ileri görüş ve özgürlüğün sembolü Orta Çağ’ da asaletin amblemi, Antik Mısır’da Horus’u anımsatmaktadır. Paganik olarak da Antik Mısır’da Tanrı Horus, özgürlük, baskınlık ve güç gibi anlamlar taşımaktadır. Teolojik olarak tanrı Horus ve postmodern boyutta mitolojiye gönderme yapılmaktadır. Çıplak kadın figürü ise Antik dönemde özellikle tanrıçalara özgüdür. Paganist açıdan çıplak gerçekleştirilen ritüeller, inisiyasyon (erginleme) törenleri, cinsellik, Klasik Yunan kimliğinin sembolü olarak bilinen çıplaklık ve cinselliğin birey olmak için gerekli olduğu bilinmektedir. Teolojik olarak günah olan çıplaklık modern dönemde kontrol edilmesi gereken, özgürleşen kadını aktarırken postmodern boyutta haz ve arzu nesnesi olarak kadını konumlandırmıştır. Bıçak imgesine bakıldığında mitolojik boyutta kılıç, erkeksi olan, tanrılara sunulan kurbanı kesen, kan akıtan alet, savaşçı, kendi oğlunu kesmek üzere olan İbrahim’in elinde bulunan bıçak gibi birçok çağrışım yapmaktadır. Paganik olarak şiddeti, kanı ve gücü, teolojik olarak da kurban kesimini göstermektedir. Modern ve postmodern açıdan mutfak aleti ya da şiddet ögesi, cinayet, kan gibi anlamlara sahiptir.

2. Bonnie Tsang

Los Angeles’ta tanınmış bir görsel sanatçı olan Bonnie Tsang, çalışmaları için sosyal medyayı bir çıkış noktası olarak kullanmıştır. Kendi sitesini de kuran Tsang şuan Pinterest’te 7,1 milyon takipçiye sahiptir. Diğer Pinterest kullanıcılarıyla kıyaslandığında en fazla takipçiye sahip 7. kişidir.

Tablo 4.15. Bonnie Tsang’ın Pinterest Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi

Gösterge				
Gösteren (Düz Anlam)		Çıplak kadın	Uzun saç	Elleri önde bağlama
Gösterilen (Yan Anlam)		Cinsellik	Stil	Mahcupluk
Göz Kültü	Mitolojik Boyut	Bereket, Toprak ana, Tanrıçaların çıplak ya da yarı çıplak oluşu	Şıklık, özgürlük ve zenginlik olarak kabul edildi. Yunan tanrı ve tanrıçalarının hemen hepsi uzun saçlı tasvir edilmiştir, mitolojik kahramanların tümü uzun saçlı.	Aşk ve güzellik tanrıçası Venüs’ü tasvir eden eserlerde cinsel bölgelerini saklaması, Havva’nın çıplaklığını fark ederek incir yapraklarıyla cinsel bölgelerini kapatması
	Paganik Boyut	Bereket, ilahi güç, Cinsellik, Ritüellere özgü olan	Ruhla ve yaşamsal güçle bağlantılı, Orta Çağ’ da saçlar ne kadar uzunsa o kadar şehvet uyandırıcı ve öldürücü niteliktedir.	-
	Teolojik Boyut	Tanrıçalar, Günahkâr	-	Günah, cinsel organların saklanması,
	Modern Boyut	Cinsel Obje, kontrol edilmesi gereken	Stil, kimliğin bir bildirimi	Masum, Adelet karşısında duruş, zayıflığı ve çaresizliği gösterir.
	Postmodern Boyut	Tüketim nesnesi haline gelen kadın bedeni, cinsel obje	Cinsellik, şehvetli, kadınsı, uzun serbest bırakılmış saçlar baştan çıkarıcı ve erotizmle ilgili,	Masum, adalet karşısında duruşu, zayıflığı ve çaresizliği gösterir.

Yaratıcı direktör ve fotoğrafçı olarak bilinen Bonnie Tsang pinterest uygulamasında en çok takip edilen yedinci kişidir. Tsang'ın paylaştığı pinlerden araştırma için seçilen *Jinxproof* adlı görselin ilk göstergesi çıplak kadındır. Cinselliği çağrıştıran fotoğrafta mitolojik olarak Bereket, Toprak ana, Tanrıçaların çıplak ya da yarı çıplak oluşu görülürken paganik boyutta cinsellikle birlikte ilahi gücü, bereketi ve çıplaklığın ritüellere özgü oluşu dikkat çekmektedir. Bu durum teolojide günahı, modern boyutta Cinsel Obje olarak kontrol edilmesi gereken kadını, postmodern boyutta ise Tüketim nesnesi haline gelen kadın bedenini simgelemektedir. Uzun saçlar ise mitolojik olarak olumlu anlamlar taşımaktadır. Uzun saç özgürlük ve zenginlik olarak kabul edilerek Yunan tanrı ve tanrıçalarının hemen hepsinin uzun saçlı tasvir edildiği görülmektedir. Paganizmin penceresinden bakıldığında uzun saçın ruhla ve yaşamsal güçle bağlantılı olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca Orta Çağ' da saçlar ne kadar uzunsa o kadar şehvet uyandırıcı ve öldürücü niteliktedir. Modern boyutta stil ve kimliğin bir bildirimi olarak görülen saçlar postmodern dönemde cinsellik, şehvetli, kadınsı, uzun serbest bırakılmış saçlar baştan çıkarıcı ve erotizm gibi birçok anlamı barındırmaktadır. Son olarak elleri önde bağlama mitolojide aşk ve güzellik tanrıçası Venüs'ü tasvir eden eserlerde cinsel bölgelerini saklamasını ve Havva'nın çıplaklığını fark ederek incir yapraklarıyla cinsel bölgelerini kapatmasını anımsatmaktadır. Teolojik olarak günahı ve cinsel organların saklanması gösterirken modern ve postmodern boyutta masumiyeti, adalet karşısında duruşu, zayıflığı ve çaresizliği anlatmaktadır.

Tablo 4.16. Bonnie Tsang’ın Pinterest Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi

Gösterge				
Gösteren (Düz Anlam)		Çıplak kadın	Erkek	Yatak
Gösterilen (Yan Anlam)		Cinsellik	Cinsel partner	Eşya
Göz Kültü	Mitolojik Boyut	Bereket, Toprak ana, Tanrıçaların çıplak ya da yarı çıplak oluşu, tabulaşma	Ataerkillik, Antik Yunan’da erkeğin kadını zayıf ve güçsüz görmesi, ana tanrıça inancının ortadan kalkışı	Yunan mitolojisinde sadist ruhlu dev Procrustes’in yatağı
	Paganik Boyut	Bereket, ilahi güç, Cinsellik, Ritüellere özgü olan, tabulaşma	Erkekler için yapılan törende erkeklerin "kutsal fahişe" olarak adlandırılan bir kadınla birlikte oluşu	-
	Teolojik Boyut	Tanrıçalar, Günahkâr	-	-
	Modern Boyut	Cinsel Obje, kontrol edilmesi gereken, metalaşan kadın bedeni	Tüketim nesnesi olarak kadının yanında yer alan erkek,	Uyumak ya da cinsel birlikteliğin yaşandığı yer
	Postmodern Boyut	Tüketim nesnesi haline gelen kadın bedeni, cinsel obje	Patriarkal düzen, kadını ötekileştiren erkek bakışı	Uyumak ya da cinsel birlikteliğin yaşandığı yer

Bonnie Tsang'ın diğer pininde de çıplak kadın yer almaktadır. Çıplak kadın imgesi diğer görselde olduğu gibi bereketi, cinselliği, ilahi gücü, ritüelleri ya da kadının cinsel obje olarak tüketim nesnesi haline dönüşümünü içermektedir. Fotoğrafta erkeğin giysileriyle yatakta otururken kadının çıplak olması yan anlam olarak cinsel partner olarak erkeği mitolojik olarak Ataerkilliği, Antik Yunan' da erkeğin kadını zayıf ve güçsüz görmesini ve ana tanrıça inancının ortadan kalkışı belirtmektedir. Paganik boyutta erkekler için yapılan törende erkeklerin "kutsal fahişe" olarak adlandırılan bir kadınla birlikte oluşunu andırmaktadır. Modern boyutta Tüketim nesnesi olarak kadının yanında yer alan erkeği, postmodern boyutta ise Patriarkal düzeni, kadını ötekileştiren erkek bakışını göstermektedir. Son olarak yatak mitolojik olarak Yunan mitolojisinde kendisine misafir olarak gelen yolcuların boylarını evinde yer alan yatağa uydurmak için kol ve bacaklarını çekip uzatan sadist ruhlu dev Procrustes'in yatağını çağrıştırmaktadır. Modern ve postmodern boyutta ise yatak uyumak ya da cinsel birliktelik yaşamak için tercih edilmektedir.

3. Jennie Twoshoes

Sanatçı ve müzisyen olarak bilinen Jennie Twoshoes Pinterest'i kullanarak ilginç içeriklere sahip panolar oluşturmuştur. 4,8 milyon takipçiye sahip olan Pinterest kullanıcısı 40 bin 296 tane pin yayınlamıştır. En çok takipçiye sahip 20. kişi olan Jennie Twoshoes 974 Pinterest kullanıcısını takip etmektedir.

Tablo 4.17. Jennie Twoshoes’ın Pinterest Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi

Gösterge					
Gösteren (Düz Anlam)		Çıplak Erkek	Doğa	Çember	
Gösterilen (Yan Anlam)		Cinsellik	Tabiat	Ritüel	
Göz Kültü	Mitolojik Boyut	Masum olan Antik dönemde erkeğin çıplaklığı kutsallığı ve gücü simgeler,	Tanrılarla doğadaki birçok şeyin anlamlandırılması, Kutsanan ve tanrısallaştırılan, Bitki örtüsünün tanrısı Dionysos,	Mit, ritüel olarak uygulama şeklinde ayinlerle canlandırılır	
	Paganik Boyut	Çıplak gerçekleştirilen ritüeller, inisiyasyon (erginleme) törenleri, Cinsellik, Klasik Yunan kimliğinin sembolü, birey olmak için gerekli olan	Tanrısallık olan, Kutsanan, dişil olan, bereketli ve doğurgan, Bacchus şenlikleri	Çemberin koruyucu etkisi, Çember çizildikten sonra içine kutsal ruhlar çağırılır. Dionizyak ayin ve ritüeller	
	Teolojik Boyut	Erkeklerde örtülü olması gereken yerler göbük ve diz kapağı arası	Kutsal ve üretken	Kadim doğa dinlerinde ayinlerde negatif varlıklardan korunmak için çember açma	
	Modern Boyut	Haz ve zevk arayışı	Kontrol altına alınan doğa, bilim ve teknolojiyle tahrip edilen doğa, Kuantum teorisi	-	
	Postmodern Boyut	Cinsel partner olarak erkek, Neo-pagan ritüelleri	Tekrar kutsanan, insan merkezli anlayıştan doğa merkezli anlayışa geçilmiştir.	Neo-paganizmde ritüel sırasında korunmayı sağlayan alan	

Jennie Twoshoes, pinteresti kullanarak kaydettiği pinlerden birinde çıplak erkekler dikkat çekmektedir. Yan anlam olarak cinselliği, mitolojik boyutta ise masumiyeti ve erkeğin çıplaklığı kutsallığı ve gücü simgelemektedir. Paganizm açısından değerlendirildiğinde özellikle çıplak gerçekleştirilen ritüelleri göstermektedir. Ayrıca inisiyasyon (erginleme) törenlerini, cinselliği, Klasik Yunan kimliğinin sembolünü ve birey olmak için gerekli olan durumu bildirmektedir. Teolojik boyutta erkeklerde örtülü olması gereken yerlerin göbek ve diz kapağı arasında yer aldığı için günah olarak nitelendirilmektedir. Modern boyutta erkeğin çıplak oluşu haz ve zevk arayışını aktarırken postmodern evrede cinsel partner olarak erkeği ve en önemlisi neo-pagan ritüellerini göstermektedir. İkinci bir gösterge olarak doğa mitolojik olarak tanrılarla doğadaki birçok şeyin anlamlandırılmasını ve doğanın kutsanmasını, bitki örtüsünün tanrısı Dionysos'u çağrıştırmaktadır. Paganizm açısından da doğa, kutsanan, dişil olan, bereketli ve doğurgan özellikleri işaret etmektedir. Ayrıca doğa, pagan ritüelleri ve dört mevsim de yapılabilen Bacchus şenliklerinin yapıldığı yer olarak da bilinmektedir. Teolojide de doğa kutsanırken modern boyutta doğa kontrol altına alınmaya çalışılarak tahrip edilmiştir. Ancak postmodern dönemle birlikte tekrar doğaya geri dönüş başlamıştır. Çıplak erkeklerin oluşturdukları çemberse ritüel olarak uygulama şeklinde ayinlerle görülmektedir. Paganizme göre çemberin koruyucu etkisi vardır ve çember çizildikten sonra içine kutsal ruhlar çağırılmaktadır. Ek olarak çemberde yer alan kişilerin belli belirsiz görünen silüetleri Diyonizyak ayin ve ritüelleri kastetmektedir. Teolojik olarak kadim doğa dinlerinde ayinlerde negatif varlıklardan korunmak için çember açmayı gösteren fotoğrafın postmodern boyutta da neo-paganizmin ritüellerini işaret etmektedir.

Tablo 4.18. Jennie Twoshoes’ın Pinterest Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi

Gösterge						
Gösteren (Düz Anlam)		Göz	El	Yılan	Yıldız	Ok
Gösterilen (Yan Anlam)		Bakmak	Organ	Hayvan	Geometrik şekil	Silah
Göz Kültü	Mitolojik Boyut	Argos Panoptis Horus’un gözü,	İlahi gücün sembolü, Her şeyi gören gözü içine alan üçgen	Yunan mitolojisinde sağlık, Hindu mitolojisinde bereket ve yağmuru simgeleyen Naga, yılan saçlı Medusa	Davud’un yıldızı, Yahudi yıldızı	Güneş’in, ateşin ve şiirin tanrısı Apollon ok ve silahla tasvir edilir. Savaşçı tanrıların aleti ve kutlu nesne
	Paganik Boyut	Bilgi ve güç, gök tanrısı Horus’un gözü, her şeyi gören göz	Her şeyi gören gözü içine alan üçgen, el iletişim aracı ve ilahi gücü simgeler	Hem iyi hem kötü, göbek bağı, doğurganlık, bilgeliliğin ve azmin sembolü	Dünyanın yaratılmasının 6 günü, ortası ise Şabat gününü simgeler	-
	Teolojik Boyut	Tanrının gözü	Tanrının eli, meditasyon ve ritüellerde kullanılan	Kehanetin, sırların ve hikmetin sembolü	Davud’un yıldızı, Hz. Süleyman’ın mührü	Antik dönem tanrı ve tanrıçalarında bulunan,
	Modern Boyut	Panoptikon	İlluminate	Tıp ve hekimlik sembolü	Heksagram, iki eşkenar üçgenden oluşan	Fallik nesne, şiddet, kan
	Postmodern Boyut	Gözetim toplumu	Her şeyi gören göz, omniptikon	Neo-pagan semboller, hem koruyucu hem yok edici	Büyülü koruma, Yahudiliğin sembolü,	Fallik nesne, şiddet, kan

Jennie Twoshoes, klasörüne kaydettiği diğer pinde beş farklı imge bulunmaktadır. İlk olarak göz, mitolojik olarak Argos Panoptis ve Horus'un gözünü paganik olarak bilgi ve güç, gök tanrısı Horus'un gözü, her şeyi gören göz gibi farklı gösterilenlere sahiptir. Teolojik olarak her şeyi gören tanrının gözü ile modern dönemde panoptikonu çağrıştırmaktadır. Postmodern boyut olarak gözetim toplumuna ve sürekli olarak gözetlenen topluma vurgu yapmaktadır. El ise ilahi gücün sembolü ve her şeyi gören gözü içine alan üçgen olarak görülmektedir. Paganik boyutta el her şeyi gören gözü içine alan üçgen ve en önemlisi el iletişim aracı ve ilahi gücü simgeler. Teolojik olarak Tanrının elini ya da meditasyon ve ritüellerde kullanılan eli kastetse de modern olarak illuminateyi, postmodern boyutta ise her şeyi gören göz, omniptikonu çağrıştırmaktadır.

Altıköşeli yıldızın içinden geçen yılan ise mitolojide önemli bir yere sahiptir. Yunan mitolojisinde sağlık, Hindu mitolojisinde bereket ve yağmuru simgeleyen Naga, yılan saçlı Medusa gibi birçok karakterde yılanla rastlanılmaktadır. Paganik olarak hem iyi hem kötüyü, göbek bağı, doğurganlığı, bilgeliği ve azmi sembolize etmektedir. Teolojide yılan kehanetin, sırların ve hikmetin işaretidir. Modern dönemde yılan tıp ve hekimliğin imgesiyken postmodern dönemde neo-pagan sembollere, hem koruyucu hem yok edici oluşuna dikkat edilmektedir. Altı köşeli yıldız Davut yıldızını anımsatmaktadır. Paganizme göre bu geometrik şekil dünyanın yaratılmasının 6 günü, ortası ise Şabat gününü simgelemektedir. Ayrıca Davud'un yıldızı, Hz. Süleyman'ın mührü gibi teolojik anlamlara sahip olan yıldız modern dönemde Heksagram, iki eşkenar üçgenden oluşmaktadır. Postmodern dönemde ise büyü olduğu düşünüldüğü için koruma amaçlı kullanılmaktadır. Ok imgesi güneşin, ateşin ve şiirin tanrısı Apollon'un ok ve silahla tasvir edilmesini anımsatmaktadır. Ayrıca savaşçı tanrıların aleti ve kutlu nesnedir. Teolojik olarak Antik dönem tanrı ve tanrıçalarında bulunduğu bilinmektedir. Modern ve postmodern dönemde ise fallik bir nesne olarak şiddet ve kanı içinde barındırmaktadır.

4.6.4. Twitter'ın Göstergebilimsel Analizi

1. Lady Gaga

Asıl adı Stefani Joanne Angelina Germanotta olan Lady Gaga 28 Mart 1986 tarihinde doğmuştur. Amerikalı şarkıcı, şarkı yazarı ve oyuncu Gaga Katolik bir ailenin kızıdır. Sosyal medya aracılığıyla tanınırlılığını arttıran Lady Gaga'nın Twitter'da 83,6

milyon takipçisi bulunmaktadır. En çok takipçi sayısına sahiplik açısından 7. sırada yer alan şarkıcı 2008 yılında Twitter'a katılmıştır.

Tablo 4.19. Lady Gaga'nın Twitter Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi

Gösterge					
Gösteren (Düz Anlam)		Resim	Mekân	Beyaz	Eller
Gösterilen (Yan Anlam)		Mitoloji	ABD kongre binası	Renk	Elleri bağlama
Göz Kültü	Mitolojik Boyut	Washington'un Apotheosis'i, göklerin arasında yüce bir tanrı (apotheosis) olarak tasvir edilen George Washington, Tarım Romalı tarım tanrıçası Ceres, Neptün ve Venüs	Kubbenin ortasında tek göz, Tanrının gözü, Her şeyi gören Horus'un gözü	Minotauros'un babası beyaz boğa, Zeus Europa'yı beyaz boğaya dönüştürüp kaçırdı.	Roma heykellerinde dua ediş şekli kol yukarı hafif kalkık şekilde el yarı açıktır.
	Paganik Boyut	Resimde 13 bakire, her biri başının üstünde bir yıldız bulunan ve orijinal 13 koloniyi temsil etmekte, Özgürlük ve Şöhret'i temsil eden kadın figürleri	Pagan ritüellerinde saat yönünde çizilen çember, Çizilen çemberin koruyucu gücü vardır.	Saflık ve bereklilik, nötr bir renk, ayrıca ying-yang şeklinde beyaz kısım (yang) gündüzü ve aydınlığı temsil etmektedir.	Paganizmde dirsekler kıvrılarak kolun ön kısmı öne uzatılmış avuç içleri dik olarak göğse kaldırılarak yapılır.
	Teolojik Boyut	Katolik kilisesinin Antik dönem mitolojileriyle olan bağlantısı, Tanrısallaştırma	İkonlar aracılığıyla yapılan ibadet (resimler ve duvarda yer alan kabartmalar)	Bakire Meryem'in rengi, Günahattan arınmışlığın sembolü, kurban törenleri	Zayıflığı ve çaresizliği simgelediği kadar tanrıya olan yakarış ve yaklaşmayı da tasvir etmektedir.
	Modern Boyut	Fresk tekniği, Roma zanaat ve bilgelik tanrıçası Minerva modern dönemdeki bilimsel gelişmelerle özdeşleştirilmiş	Fresk tekniği	Eksiklik ya da masum, saf olan	Eller birleştirilerek tanrının huzurunda durmak, tanrının varlığına boyun eğmek,
	Postmodern Boyut	Savaş, bilim, denizcilik, ticaret, mekanik ve tarım temaları	Ritüel ve tapınma mekânı	Saf, bakire, temiz ve doğa, üstü varlıkları temsil eder	Farklı inanç biçimlerine özgü farklı dua şekilleri, istemek ve yalvarmak

Amerikalı şarkıcı Stefani Joanne Angelina Germanotta bilinen adıyla Lady Gaga, Twitter’da 8. sırada yer almaktadır. Çalışmanın amacına uygun olarak seçilen görsellerden ilkinde Lady Gaga’nın dua ettiği görülmektedir. Göstergeler açısından değerlendirildiğinde binanın tavanında yer alan resim dikkat çekmektedir. Mitolojik öğeler barındıran görselde Washington’un Apotheosis’i, göklerin arasında yüce bir tanrı (apotheosis) olarak tasvir edilen George Washington, Tarım Romalı tarım tanrıçası Ceres, Neptün ve Venüs gibi tanrılar resmedilmiştir. Paganik olarak Resimde 13 bakire, her biri başının üstünde bir yıldız bulunan ve orijinal 13 koloniyi temsil etmektedir. Ayrıca özgürlük ve şöhreti temsil eden kadın figürleri bulunmaktadır. Teolojik olarak Katolik kilisesinin Antik dönem mitolojileriyle olan bağlantısının ve Tanrısallaştırmayı göstermektedir. Fresk tekniği, Roma zanaat ve bilgelik tanrıçası Minerva modern dönemdeki bilimsel gelişmelerle özdeşleştirilmiştir. Postmodern dönemde ise savaş, bilim, denizcilik, ticaret, mekanik ve tarım temalarını sembolize etmektedir. Fotoğrafın çekildiği mekân da gösterge olarak önem taşımaktadır. ABD kongre binası ve kubbenin ortasında yer alan tek göz mitolojik olarak her şeyi gören Horus’un gözüyle ilintilendirilmektedir. Binanın yuvarlaklığı paganizm açısından ritüellerde saat yönünde çizilen koruyucu çemberi hatırlatmaktadır. Teolojik boyutta ikonlarla dolu yapının ikonlar aracılığıyla yapılan ibadeti çağrıştırdığı görülmektedir. Modern dönemde mimari özelliğiyle ön plana çıkan binanın fresk tekniğiyle yapıldığı, postmodernizm açısından ise ritüel ve tapınma mekanını göstermektedir.

Gaga’nın dua ederken giydiği kapalı ve beyaz kıyafet temiz ve günahsız oluşu simgelemektedir. Beyaz renk mitolojide Minotaurus’un babası beyaz boğayı ve Zeus Europa’yı beyaz boğaya dönüştürüp kaçırmasını akıllara getirmektedir. Paganizme göre beyaz saflığı ve berraklığı, nötr bir renk, ayrıca ying-yang şeklinde beyaz kısmı (yang) gündüzü ve aydınlığı temsil etmektedir. Teolojik olarak bakire Meryem’in rengi, günahattan arınmışlığın sembolü ve kurban törenlerini sembolize ederken modern dönemde eksikliği ya da masumiyeti çağrıştırmaktadır. Postmodern dönemde ise beyaz saf, bakire, temiz ve doğaüstü varlıkları temsil etmektedir. Son olarak Lady Gaga’nın ellerini bağlayarak dua edişi dikkat çekmektedir. Dua ediş şekli olarak mitolojide Roma heykellerinde dua ediş şeklinin kollar yukarı hafif kalkık ve el yarı açık olarak yapılmaktadır. Paganizmde ise dua edilirken dirsekler kıvrılarak kolun ön kısmı uzatılarak avuç içleri dik olarak göğse kaldırılmaktadır. Teoloji açısından bu durum

zayıflığı ve çaresizliği simgelediği kadar tanrıya olan yakarış ve yakınlaşmayı da tasvir etmektedir. Gaga'nın el pençe tanrı huzurundaki duruşu modern boyutta tanrının varlığına boyun eğildiğini postmodernizmde ise tanrıya yalvarma ve dileklerini iletme durumudur. Bunun yanı sıra Gaga'nın paylaşımını 484 bin kişi beğenmiştir.

Tablo 4.20. Lady Gaga'nın Twitter Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi

Gösterge					
Gösteren (Düz Anlam)		Çıplaklık	Sarı saç	Arka plan	Yuvarlak
Gösterilen (Yan Anlam)		Cinsellik	Kadınsılık	Mitoloji	Parlak top
Göz Kültü	Mitolojik Boyut	Toprak ana, Antik Yunan'da gymenos, Havva, Venüs ve Tanrıçalar	Antik Çağ'da güneş ile özdeşleştirilen sarı saçlar tanrı ve tanrıçalara özgüdür. Böylelikle ölümlüleri kolayca büyüleyebildikleri düşünülmüştür	Roma mitolojisinde aşk ve güzellik tanrıçası Venüs'ün doğuşu, Yunan mitolojisinde Afrodit	Venüs'ün eliyle cinsel organını kapatması
	Paganik Boyut	Ayinlere özgü, güveni ve bağlılığı arttırmak, saflığı ve güveni simgeler, bir birey olmak için gerekli olan	Femme Fatale (ölümcül kadın)	Dikkat çekici göğüsleriyle Zeus'u baştan çıkarmıştır. Güvercin, Kuğu, Deniz kabuğu, Mersin bitkisi, gül sembolleri	-
	Teolojik Boyut	Günah	Tanrı ve tanrıçalara özgü olan	Tanrıça	Vücutta günah olan bölgeyi kapatmaya yarayan nesne
	Modern Boyut	Kontrol edilmesi gereken, özgürleşmiş beden	Cinsellik ve çekici	-	Gizemli, ilgi ve merak uyandıran
	Postmodern Boyut	Cinsellik, baştan çıkarıcı ve Tüketim nesnesi haline gelen kadın bedeni	Şehvetli kadınlık sembolü	Neo-paganizmle birlikte tekrar önem kazanan tanrı ve tanrıça. Güzelliğin ve aşkın sembolü	Gizemli, ilgi ve merak uyandıran

Lady Gaga'nın incelenen diğerk bir görüntüsü ise çıplak olarak paylaştığı pozudur. Cinselliği çağrıştıran fotoğraf mitolojik olarak toprak anayı ve Antik dönem tanrıçalarını betimlerken özellikle Roma mitolojisinde güzelliğiyle adından söz ettiren Venüs'le özdeşleşmektedir. Çıplaklık pagan çerçeveden değerlendirildiğinde ayinlere özgü, güveni ve bağlılığı arttıran, saflığı ve güveni simgeleyen, en önemlisi ise bir birey olmak için gereklidir. Teolojide kadın çıplaklığı günahken modern dönemde özgürleşmiş ancak kontrol edilmesi gereken bedeni temsil etmektedir. Postmodern boyutta ise cinselliği ve tüketim nesnesi haline gelen kadın bedenini göstermektedir. Uzun sarı saçlarıyla dikkat çeken Gaga, kadınsılığını ön plana çıkartmıştır. Mitolojide sarı saçın ayrı bir yeri bulunmaktadır. Antik Çağ' da güneş ile özdeşleştirilen sarı saçlar tanrı ve tanrıçalara özgüdür. Böylelikle ölümlüleri kolayca büyüleyebildikleri düşünülmüştür. Paganik boyutta sarı saç baştan çıkarıcı, öldürücü ya da cazibeye sahip anlamında kullanılan Femme Fatale'yi çağrıştırmaktadır. Teolojik açıdansa tanrı ve tanrıçalara özgü sarı saçlar modern dönemde değerlendirildiğinde cinsellikle birlikte çekici kadını, postmodern dönemde ise şehvetli kadınlığı sembolleştirmektedir.

Gaga'nın arkasında yer alan resimde Yunan mitolojisinde Afrodit olarak bilinen Roma mitolojisinde aşk ve güzellik tanrıçası Venüs'ün doğuşunun tasvir edildiği görülmektedir. Lady gaga kendini Venüs'le özdeşleştirmeye çalışmıştır. Paganik boyutta dikkat çekici göğüsleriyle Zeus'u baştan çıkaran Venüs'ün güvercin, kuğu, deniz kabuğu, mersin bitkisi, gül gibi sembolleri bulunmaktadır. Teolojide tanrıçayla benzemeye çalışan Gaga'nın fotoğrafta yer alan arka planı postmodern dönemde neo-paganizmle birlikte tekrar önem kazanan tanrı ve tanrıçaları düşündürürken Venüs güzelliğinin ve aşkın sembolü olarak yorumlanmaktadır. Son gösterge ise şarkıcının önünde yer alan toptur. Venüs'ün eliyle ve saçlarıyla cinsel organını kapattığı gibi Gaga da top ve ellerini kullanarak merak ve ilgi uyandırmaktadır. Teolojik olarak günah olan bölgeleri kapatan nesne olarak tanımlanan top, modern ve postmodern pencereden değerlendirildiğinde gizemli görünmekte ve bu nedenle ilgi ve merak uyandırmaktadır. Beğeni sayısı ise 52,6 bin'dir.

2. Britney Spears

Amerikalı şarkıcı, söz yazarı ve oyuncu Britney Spears 2 Aralık 1981 tarihinde Amerika' da doğmuştur. Dünyaca ünlü sanatçılardan biri olan Spears, Twitter'da 55,4

milyon takipçiye sahiptir. Takipçi sayısı bakımından 18. sırada yer alan şarkıcı hayran kitlesinin dikkatini çekecek birçok 5 binden fazla paylaşımda bulunmuştur.

Tablo 4.21. Britney Spears’ın Twitter Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi

Gösterge						
Gösteren (Düz Anlam)		Çıplak Kadın	Bulut	Işık	Dünya	Dağ
Gösterilen (Yan Anlam)		Cinsellik	Su damlacıkları	Aydınlık	Gezegen	Yükseklik
Göz Kültü	Mitolojik Boyut	Antik Yunan’da Gymenos, Antik dönem tanrıçaları, Toplumsal cinsiyet	İskandinav mitolojisinde bulutlar Tanrı Odin’in hizmetkârlarıdır. Yunan mitolojisinde bulut tanrıçası Nephele	Yunan mitolojisi Işık Tanrısı Apollon, Sümer mitolojisinde Şerida, ışık tanrıçası, Roma mitolojisinde Jüpiter	Yunan mitolojisinde yeryüzü tanrıçası Gaia, Roma mitolojisinde Tellus, Yunan mitolojisinde Atlas (dünyayı taşır)	Olimpos Yunan mitolojisinde Tanrıların oturduğu dağ, Zeus’un doğduğu İda dağı,
	Paganik Boyut	Cinsellik, ritüellere özgü bir özellik	Tanrısal öfkeyi simgeler, Tanrısal bir imge, gizleyen	İmbolc - Candlemas Ayini, ışık şenliği	İyi ve kötü ruhların çatışmasıyla oluşan, sonsuza kadar devam edecek olan	Paganizm yeryüzü dini, evrendeki her şey kutsal, tanrıların yaşadığı yer
	Teolojik Boyut	Günah	Eski Ahit’te göre çölde toplu göç sırasında bulut çıkması tanrının ortaya çıkmasının sembolü, İsa’nın göğe yükselmesi	Yüksek ilahiyatın, inancın sembolü,	Yaratılışın sembolü, doğum, yaşam ve ölüm	Ruhani yükselme, Vahiy yeri
	Modern Boyut	Özgürlük, kontrol edilmesi gereken nesne	Meteoroloji	Yaşamın kaynağı, aydınlanma	Yaşam alanı, gezegen	Yüksek olan kara kütleleri
	Postmodern Boyut	Cinsel partner, baştan çıkarıcı	Tanrısal güç, göğe ait olan,	Yaşamın kaynağı, inancın, bilincin ve gerçeğin sembolü	Yaşam alanı, gezegen	Güçlü olan Neopaganlar için kutsal olan,

Amerikalı şarkıcı Britney Jean Spears, sosyal medyayı aktif kullananlardan biridir. Twitter’da takipçi sayısına göre 18. sırada yer alan Spears gönderileriyle dikkat çekmektedir. Bunların içerisinde analiz için seçilen ilk görselde beş farklı gösterge saptanmıştır. İlk olarak çıplak kadın figürünün cinselliği düşündürdüğü yan anlamdan Antik Yunan’da Gymenos olarak bilinen ve o dönem tanrıçalarının bir özelliği olan mitolojik boyuta ulaşılmıştır. Çıplaklık ayrıca toplumsal cinsiyeti de belirlemektedir. Paganik boyutta ise cinsellik ve ritüellere özgü bir özellik olarak görülen çıplak kadın teoloji açısından günah olarak değerlendirilmiştir. Modern boyutta ise özgür olan kadınla birlikte kontrol edilmesi gereken kadını çağıştırdığı düşünülmüştür. Postmodern boyutta çıplak vücut cinsel partner ve baştan çıkarıcı özellikler taşımaktadır. Çıplak kadının üzerinde yer alan bulutlar ise mitolojilerde tanrısallaştırıldığı dikkat çekmektedir. İskandinav mitolojisinde bulutlar, Tanrı Odin’in hizmetkârlarıdır. Yunan mitolojisinde bulut tanrıçası Nephele’dir. Paganizm çerçevesinden değerlendirildiğinde bulutlar tanrısal öfkeyi simgelerken Tanrısal bir imge olarak görülmektedir. Ayrıca bulutların gizleme özelliği de bulunmaktadır. Eski Ahit’te göre çölde toplu göç sırasında bulut çıkması tanrının ortaya çıkmasının sembolü ve İsa’nın göğe yükselmesi teolojik boyutu oluşturmaktadır. Modern boyutta meteorolojiyi çağrıştıran bulut sembolü postmodern dönemde tanrısal gücü ve göğe ait olanı anlatmaktadır. Fotoğrafta kadının ellerini havaya kaldırarak ışık çıkması mitolojide Yunan mitolojisindeki Işık Tanrısı Apollon’u Sümer mitolojisinde ışık tanrıçası Šerida’yı, Roma mitolojisinde Jüpiter’i işaret etmektedir. Paganizm içinse İmbolc-Candlemas ayinini, ışık şenliğini anımsatmaktadır. Teolojide yüksek ilahiyatı ve inancı sembolize ederken modern dönemde ışık yaşamın kaynağı postmodern dönemde yaşamın kaynağı olmakla birlikte inancın, bilin ve gerçeğin işaretidir.

Gökte yer alan büyük gezegen dünya olarak düşünülerek Yunan mitolojisinde yeryüzü tanrıçası Gaia, Roma mitolojisinde Tellus, Yunan mitolojisinden dünyayı omuzlayan Atlas’ı çağrıştırmaktadır. Dünya paganizme göre iyi ve kötü ruhların çatışmasıyla oluşup sonsuza kadar devam edecek olanı göstermektedir. Teolojik olaraksa yaratılışın, doğum, yaşam ve ölümün sembolüdür. Modern boyutta dünya yaşam alanı olarak betimlenmektedir. Son olarak fotoğrafta bulutların altında yer alan dağ Yunan mitolojisinde tanrıların ve tanrıçaların yaşadığı Olimpos dağı simgelemektedir. Yeryüzü dini olarak paganizm evrendeki her şeyi kutsal görmektedir. Paganizm açısından

da dağ tanrıların yaşadığı yeri sembolize etmektedir. Teolojik olaraksa dağ, ruhani yükselme ve vahiy yeridir. Modern dönemde yüksek kara kütlesini tanımlarken postmodern dönemde neo-paganlar için kutsal olanı göstermektedir. Ayrıca Spears'ın retweet özelliğini kullanarak paylaştığı görseli 5.549 bin kişi beğenmiştir.



Tablo 4.22. Britney Spears’ın Twitter Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi

Gösterge						
Gösteren (Düz Anlam)		Yarı çıplak Kadın	Yarı çıplak Erkek	Topluluk	Kırmızı	Siyah
Gösterilen (Yan Anlam)		Cinsellik	Cinsel Partner	Seyirci	Renk	Renk
Göz Kültü	Mitolojik Boyut	Antik Yunan’da Gymenos, Antik dönemde tanrıçaların özelliği, toplumsal cinsiyet	Masum olan, Antik dönemde erkeğin çıplaklığı kutsallığı ve gücü simgeler,	Antik Mısır ve Yunan kültürlerinde görüldüğü gibi cinsellikle ilgili halka açık ritüeller	Kan ve şarap, Savaşçı ruh ve cesaret, Antik Roma’da savaşçıların kıyafet rengi	Bilinmezliğin ve sonsuzluğun sembolü, Kaos’un rengi
	Paganik Boyut	Ayinlere özgü, güveni ve bağlılığı arttırmak, saflığı ve güveni simgeler	Ayinlere özgü, güveni ve bağlılığı arttırmak, saflığı ve güveni simgeler	Herkese açık olarak gerçekleştirilen cinsellikle ilgili ritüeller	Temiz ve pis kan, Kurban, cinsellik ve aşk	Kara büyü, hüznün ve ölümü simgeler
	Teolojik Boyut	Günah olan	Erkeklerde örtülü olması gereken yerler göbük ve diz kapağı arası	-	Sevgi, irade ve canlılık, kurban kanı	Matem, ölüm
	Modern Boyut	Kontrol edilmesi gereken, özgürleşmiş beden	Haz ve zevk arayışı	Cinselliğin özel alandan çıkarak kamusallaşması	Aşk ve çekici, Şehvet	Güç, bilinmeyen ve olumsuzluğu simgeler
	Postmodern Boyut	Cinsellik, baştan çıkarıcı ve Tüketim nesnesi haline gelen kadın bedeni	Cinsel partner olarak erkek, Neo-pagan ritüelleri	Cinselliğin özel alandan çıkarak kamusallaşması	Aşk, şehvet	Güç, bilinmeyen ve olumsuzluğu simgeler

Britney Jean Spears'ın incelenen diğer gönderisi sahne şovundan bir karedir. Dansçılarla yakın poz veren Spears, yarı çıplak olarak Antik dönem tanrıçalarını çağrıştırmaktadır. Paganistik açıdan değerlendirildiğinde pagan kimi pagan ayinlerinin çıplak olarak yapıldığını akıllara getirmektedir. Çünkü çıplaklık kişiler arasında güveni ve bağlılığı arttırarak, saflığı simgelemektedir. Teolojik olarak günah olarak nitelendirilirken, kadının modern dönemde kontrol edilmesi gereken, özgürleşmiş bedeni vurgulanmaktadır. Postmodern aşamada ise çıplak ve yarı çıplak kadın cinselliği çağrıştırmak, merak uyandırarak baştan çıkarıcı ve tüketim nesnesi olarak görülmektedir. Yarı çıplak erkek imgesi ise yan anlam olarak cinsel partnerken, masum olanı ve Antik dönemde kutsallığı ve gücü simgeleyen erkek bedenini betimlemektedir. Paganizm açısından ise erkek bedeni kadın bedeniyle eşit olarak saflığı ve güveni simgelemektedir. Teolojik boyuta göre Erkeklerde örtülü olması gereken yerler göbek ve diz kapağı arasındır. Modern dönemde erkeğin haz ve zevk arayışını anlatan fotoğraf, postmodernizm açısından cinsel partner olarak erkeği ve neo-pagan ritüelleri çağrıştırmaktadır. Sahnenin önünde yer alan kalabalık fotoğrafta dikkat çeken başka bir göstergedir. Mitolojik ve paganik bakış açısında Antik Mısır ve Yunan kültürlerinde görüldüğü gibi cinsellikle ilgili halka açık ritüelleri anımsatmaktadır. Modern ve postmodern dönemde ise cinselliğin özel alandan çıkarak kamusal olduğu görülmektedir.

Britney Jean Spears'ın üzerinde bulunan transparan elbisenin göz alıcı kırmızılıkta olması Kan ve şarap, Savaşçı ruh ve cesaret ve Antik Roma'da savaşçıların kıyafet rengini akla getirmektedir. Kan kırmızısı rengin paganik boyutuna göre temiz ve pis kan, kurban kanı ya da cinsellik ve aşk gibi anlamlar bulunmaktadır. Sevgi, irade ve canlılık ile kurban kanını düşündüren teolojik boyut ile modern ve postmodern boyutun kırmızı rengi aşk ve çekici özelliğiyle betimlediği görülmektedir. Son olarak erkek dansçıların üzerinde yer alan siyah renk mitolojik olarak bilinmezliği ve sonsuzluğu, her şeyin çıktığı Kaos'u simgelemektedir. Paganik açıdan ise kara büyü, hüznün ve ölüm gibi anlamlara sahip olan siyah renk teolojide matem ve ölümü, modern ve postmodern evrede gücü, bilinmezliği ve olumsuzluğu düşündürmektedir. Ek olarak analiz edilen bu fotoğrafı 29.2 bin kişi beğenmiştir.

3. Amitabh Bachchan

Amitabh Bachchan 11 Ekim 1942 tarihinde doğan Hintli sinema sanatçısı, film yapımcısı, televizyon sunucusu olarak bilinmektedir. Big B lakabıyla bilinen Bachchan'ın sadece Twitter hesabını 45,6 milyon kişi takip etmektedir. Bachchan Twitter'da en çok takipçi sayısı bakımından 31. sırada yer almaktadır. Hinduizm dinine mensup sanatçı dini ikonları sosyal medya hesabından yayınlarak dini yaşam biçimini takipçileriyle paylaşmaktadır.



Tablo 4.23. Amitabh Bachchan’ın Twitter Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi

Gösterge							
Gösteren (Düz Anlam)	Bebekli kadın	Kanatlı kadınlar	Dört farklı erkek	İnek	Kuzu	Eşek	
Gösterilen (Yan Anlam)	Anne	Melek	Cebrail, Kral, Rahip, Yusuf	Hayvan	Hayvan	Hayvan	
Göz Kültü	Mitolojik Boyut	Hz. İsa'yı doğuran Meryem	Tanrının habercisi	Hz. İsa'ya hediye sunumu	Zeus'un karısı Hera'nın ineğe dönüşmesi	Antik Orta Doğu'da kurbanlık hayvan,	Bereket, kaba cinsellik, inat, tevazü ve cinselliği simgeler
	Paganik Boyut	Kutsal Meryem, bereketi, iffeti ve itaati simgeler	İnsanlarla tanrı arasında köprü	-	Kurban, yaratılışın kozmik sembolü	Masumiyet, yumuşaklık ve uysallık simgesi	Şehvetli, tembel ve faydalı,
	Teolojik Boyut	Hristiyanlıkta "tanrı doğuran"	İyi ve kötü melekler, tanrının askerleri	Cebrail (asalı)	Mısır ve Hindistan'da Kutsal hayvan, kurban	Yeni Ahit'te İsa Tanrı'nın kuzusu	Çocuk İsa'yı koruyan eşek
	Modern Boyut	Hristiyanlıkla özdeşleşen	-	-	Besin kaynağı	-	Yük taşımak için kullanılan hayvan, Binek hayvanı
	Postmodern Boyut	Fetişleşen, tapılan, İffet ve itaat timsali	Korunma, güç, dileklerin gerçekleşmesi	-	Kurban edilen, kutsal hayvan	Kurban, saflık ve güçsüzlük	Aptallığın ve cahilliğin simgesi

Hindistanlı sinema sanatçısı Amitabh Bachchan Twitter’da 21. Sırada yer almaktadır. Gönderileriyle kendi kültürel değerlerini aktaran Bachchan’ın analiz için seçilen ilk görseli Hiz. İsa’nın doğumunu konu almaktadır. Fotoğrafta ilk dikkat çeken bebeli kadındır. Yan anlam olarak anneyi çağrıştıran gösterge mitolojik olarak Hiz. İsa’yı

doğuran Meryem'i kastetmektedir. Paganik boyutta kutsal ve bakire Meryem'i anlatan görüntüde bereket, iffet ve itaat gibi unsurlar da yer almaktadır. Teolojik olarak Meryem'in Hristiyanlıkta tanrı doğuran olarak belirtilmesidir. Modern dönemde Meryem, Hristiyanlıkla özdeşleştirilirken postmodern boyutta fetişleşen, tapılan, iffet ve itaat timsali olarak tanımlanmaktadır. Fotoğrafta yer alan kanatlı kadınlar yan anlam olarak melekleri kastetmektedir. Mitolojide melekler tanrının habercisi, paganizm açısından insanlarla tanrı arasında köprü, teolojide ise melekler tanrının askerleridir. Postmodern boyuta göre melek korunma, güç ve dileklerin gerçekleşmesini sağlamaktadır. Hz. Meryem'in başında duran dört farklı kişiden biri Hz. İsa'ya taç getiren Kralı, elinde asa olan Cebrail'i, elinde kutsal kâseyle İsa'yı vaftiz etmeyi bekleyen rahibi ve yaşlı olan kişi Yusuf'u temsil ettiği düşünülmektedir. Mitolojik olarak Hz. İsa'ya hediye sunumunu anlatmaktadır. Teolojik olarak Meryem'e İsa'nın müjdesini veren Cebrail yer almaktadır.

Resimde bulunan hayvanlardan inek, mitolojik olarak Zeus'un karısı Hera'nın ineğe dönüşmesini, paganik olarak kurbanı, yaratılışı sembolize etmektedir. Teolojik olarak inek, Mısır ve Hindistan'da Kutsal hayvan, kurban, modern boyutta besin kaynağı ve postmodern dönemde kurban edilen kutsal hayvanı çağrıştırmaktadır. Kuzu göstergesi Antik Orta Doğu'da kurbanlık hayvanı, paganik olarak masumiyeti, yumuşaklık ve uysallığı belirtmektedir. Teolojide ise Hz. İsa'nın Yeni Ahit'e göre tanrının kuzusu olduğu bilinmektedir. Postmodern boyutta ise kuzu kurban, saflık ve güçsüzlüğü aktarmaktadır. Eşek ise mitolojide bereket, kaba cinsellik, inat, tevazu ve cinsellik gibi anlamlara sahiptir. Paganik olarak şehvetli, tembel ve faydalı olarak bilinen eşek Teolojiye göre çocuk İsa'yı korumaktadır. Modern boyutta yük taşımak için kullanılan hayvan ve binek hayvanını kasteden eşek postmodern dönemde aptallığın ve cahilliğin simgesidir. Son olarak analiz edilen fotoğrafı 7.118 bin kişi beğenirken 357 kişi retweetlemiştir.

Tablo 4.24. Amitabh Bachchan'ın Twitter Gönderisinin Göstergebilimsel Analizi

Gösterge					
Gösteren (Düz Anlam)		Maymun	El işareti	Güneş	Kolye
Gösterilen (Yan Anlam)		Hayvan	Selamlama	Gökcismi	Takı
Göz Kültü	Mitolojik Boyut	Sanjay Khan tarafından yaratılan maymun tanrı, Bhakti'nin zirvesini simgeler, Şiva'nın avatari ya da Çin mitolojisindeki Sun Wukong'dur	El, Kuzey Batı Samilerinde tanrı anlamına gelir. Hristiyanlıkta el, Tanrı'nın gücünü ve kudreti, Hz. İsa Tanrının sağ eli	Seçilmiş kişiler Güneş soyundan gelir, mitolojide Güneş, Ra, Osiris, Mitra, Apollon gibi baş tanrıların simgesi	Hint mitolojisindeki Rayana destanında yer alan Rama
	Paganik Boyut	Maymun tanrı, Hint destanlarından Ramayana	Aum (om) yaratma, koruma, kurtuluş	Güneş kutsaldır. Ritüeller doğal döngüler ile uyum halinde ay ve güneşin safhalarında yapılır	Antik dönem Hint inancına göre Tanrı alametlerinin en önemlisi Rama
	Teolojik Boyut	Kutsal tanrı	Tanrının eli	Ra, Osiris, Mitra, Apollon gibi tanrıların eril bir gök varlık simgesi, Güneş tanrısı Sümerlerde Utu ve Akadlarda Şamaş	Vişnu'nun yedinci avatari Rama (Tanrı görünüşlerinden biri)
	Modern Boyut	Bajrangi Bhaijaan filminde Salman Khan'ın canlandığı Pawan karakteri	Hinduizm'in sembolü, Yoga seanslarında kullanılıyor	Astronomi	-
	Postmodern Boyut	Bajrangi Bhaijaan filminde Salman Khan'ın canlandığı Pawan karakteri	Hinduizm'in sembolü, Yoga seanslarında kullanılıyor	Neo-paganizmde kutsanan güneş simgesi	Hindu inancında Vivaha Panchami'de Rama ile Sita'nın düğünleri kutlanmakta

Amitabh Bachchan'ın incelenen diğer gönderisinde maymun tanrı bulunmaktadır. Mitolojide Sanjay Khan tarafından yaratılan maymun tanrı, Bhakti'nin zirvesini simgeler, Şiva'nın avatarı ya da Çin mitolojisindeki Sun Wukong'dur. Paganik boyutta maymun tanrı, Hint destanlarından Ramayana'yı çağrıştırırken teolojik olarak maymun tanrının tanrı olarak kutsandığı görülmektedir. Modern ve postmodern açısansa Bajrangi Bhaijaan filminde Salman Khan'ın canlandığı Pawan karakterini göstermektedir. Maymun tanrının yaptığı el işareti yan anlam olarak selamlamayı, mitolojik olarak el, Kuzey Batı Samilerinde tanrı anlamına gelir. Hristiyanlıkta el, Tanrı'nın gücünü ve kudreti, Hz. İsa Tanrının sağ eli olarak bilinmektedir. Paganizm için elin içinde yazan yazı yaratma, koruma, kurtuluş anlamlarına gelen Aum (om)'dur. Teolojik olarak tanrının evini simgeleyen görselde modernist ve postmodernist boyuta göre Hinduizm'in sembolüdür ve yoga seanslarında kullanılmaktadır.

Maymun tanrının arkasında yer alan güneş mitolojik olarak oldukça değerlidir. Seçilmiş kişiler güneş soyundan gelir ve mitolojide Güneş, Ra, Osiris, Mitra, Apollon gibi baş tanrıların simgesidir. Paganik boyuta göre güneş kutsaldır. Ritüeller doğal döngüler ile uyum halinde ay ve güneşin safhalarında yapılmaktadır. Teolojik olaraksa Ra, Osiris, Mitra, Apollon gibi tanrıların eril bir gök varlık simgesi, Güneş tanrısı Sümerlerde Utu ve Akadlarda Şamaş'ı simgelemektedir. Modern dönemde Astronomi, postmodern dönemde ise neo-paganizmde kutsanan güneş simgesini çağrıştırmaktadır. Son gösterge ise maymun tanrının kolyesidir. Kolyede yer alan resim Hint mitolojisindeki Rayana destanında yer alan Rama'dır. Paganizme göre tanrı alametlerinin en önemlisi Rama'dır. Teolojik olarak tanrı görünüşlerinden biri olan Rama, Vişnu'nun yedinci avatarıdır. Postmodern boyutta neo-paganizm gelişerek eski pagan uygulamaları devam ettirilmiştir. Postmodern dönemde de Hindu inancında yer alan Vivaha Panchami'de Rama ile Sita'nın düğünleri kutlanmaktadır. Karşılıklı rızanın hakim olduğu ağ ortamıda yer alan son fotoğrafı ise 14.6 bin kişi beğenmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bakışın soykütüğünü inceleyen çalışmada tarihsel arkaplandan yola çıkarak postmodern dönemde egemen olan göz yoğun kültürünün izlerine ulaşılmıştır. Pagan dönemden başlayan bu serüven günümüz 21. yüzyıla kadar devam etmiştir. İlk olarak kadim doğa dinlerinin egemen olduğu çağda, paganizmin aşırılıklarla ve absürtlüklerle dolu olduğunu gösteren özelliklere ulaşılmıştır. Pagan bakışın anlam evrenini oluşturan ilk kod olarak kurban eylemi belirlenmiştir. Pek çok kültürde bulunan kurban ritüeli, kanlı ya da kansız olabilmektedir. Özellikle sunu şeklinde gerçekleştirilen ritüeller aracılığıyla tanrı hoşnut edilmeye çalışılmaktadır. Tanrı uğruna kurban edilenler arasında insanlar da bulunurken toplumlar uygarlaştıkça insan kurbanının yerine hayvanları, yiyecekleri ve duaları koymuştur. Kurbanın kanını akıtmak iç şiddeti bastırmaya yardımcıyken hayat sıvısı olarak değerlendirilen kan insana yaşam bahsettiği için tanrıya sunulacak en kıymetli şey olduğu düşünülmektedir.

Pagan dönemin anlam evrenini oluşturan diğer kod ise büyü ve cadıcadıktır. Postmodern dönemde de oldukça sık karşılaşılan büyü faaliyetleri ile insanlar doğayı kontrol altına almaya çalışmaktadır. Mistik güçlerin etkisiyle istenilen, arzu edilen şeye ulaşmayı sağlayan büyüsel uğraşlar Antik dönemden farklı şekilde 21. yüzyılda sanal olarak da gerçekleşmektedir. Sosyal medya vasıtasıyla büyü ile uğraşan medyumlar ağ üzerinden müşterileriyle bağlantı kurmaktadır. Modern cadılık olarak da adlandırılan Wiccanlık, kökleri paganizme dayanan postmodern dönem inanışlardan biridir. Bunun dışında dönemin en önemli özelliklerinden biri olarak değerlendirilen cinsellik ve buna bağlı olarak kadın pagan bakışın aşırılığını göstermektedir. Paganizmde cinsellik çok önemli görülmektedir. Çünkü cinsellik kişinin birey olabilmesinin anahtarıdır. Antik çağda kamusal alanda aleni olarak gerçekleştirilen cinsel birleşmeler zamanla özel alana itilmiş olsa da günümüzde tekrar özel alandan çıkarılmaktadır. En mahrem anıları ve anıları sosyal medya vasıtasıyla paylaşan teşhirci kişiler mahremiyet anlayışını da değiştirmiştir. Ayrıca cinsellik kadın bedeni üzerinden yapılarak kadının haz nesnesi gibi görülmesine neden olmaktadır.

Pagan dünyanın cinsellik kadar önemli görülen absürtlüklerinden diğeri ise kan ve şiddettir. Kurban edimiyle bastırılmaya çalışılan şiddetin Antik dönemde var olduğunu gösteren mitolojik anlatılar mevcuttur. Mitoslarda insan yiyen ve insanları öldüren

karakterlerden oldukça sık bahsedilmektedir. Ayrıca Antik Çağ' da erginleme (inisiyasyon) törenlerinde erkekler topluma kabul edilebilmek için düzenlenen törenlerde kendi bedenlerine şiddet uygulamıştır. Günümüzde ise şiddet sözlü ve fiziksel olarak oldukça sık başvurulan eylem haline gelmiştir. Ancak postmodern dönemde karşılaşılan şiddet, gösteriye dönüşürken eğlence haline getirilmiştir. Yeni iletişim teknolojilerinin sunmuş olduğu özgürleştirici ortam vasıtasıyla haz duyulan bir eylem haline gelen şiddetin farklı türleri yaşatılarak empoze edilmektedir. Bunların dışında pagan bakışın bileşenlerinden tanrısallık, doğadaki her şeyin kutsanarak tanrısal nitelikler atfedildiğini, doğa özelliği ise paganizmin doğaya olan bağlılığını ifade etmektedir. Son olarak sembolizmde göz kültürünün yoğun olduğu paganizmin simgeler vasıtasıyla aktarılan düşünceleri kastedilmektedir. Göz yoğun postmodern dönemde de paganizme ait simgelerin kullanılarak kuşaktan kuşağa aktarıldığı görülmektedir.

Bakışın geçmişteki kalıntılarını irdelerken karşılaşılan Antik döneme ait en önemli özellik mitolojidir. Mitoslar, dönemin bakış şeklini ortaya koyarken göz merkezli bir yapıya sahip olan Antik Çağ toplumlarında görüntüler evreninin yoğunluğuna işaret etmektedir. Özellikle doğa olaylarının verdiği korku ve kaygıyla ilk insan, tanrı düşüncesine sığınmıştır. Bu nedenle Antik döneme kadim doğa dinleri hakimdir. Ayrıca köleliğin yaygın oluşu Antik dönemin anlam evrenlerinden biri olarak görülmüştür. Antik Çağ' dan hemen sonra bakışın soykütüğünü incelerken Eskiçağ ile Yeniçağ arasında kalan Orta Çağ'ın tanrısal bakışı dikkat çekmektedir. 375 yılında yaşanan Kavimler Göçüyle başlayarak 1453 yılında İstanbul'un fethiyle son bulan bu dönemde kilise toplumda egemen bir güce sahiptir. Kilisenin iddia ettiği bilgi ve fikirlerden başka düşüncelerin sorgulanması yasaklandığı için skolastik düşünce Orta Çağ'ın bileşenlerinden biridir. Ayrıca pagan dönemde olduğu gibi büyü ve cadıcılık faaliyetleri bu dönemde de görülmektedir. Ancak bu çağda büyü ile uğraşanlar engizisyon mahkemeleri tarafından yakılarak öldürülmüştür. Engizisyon mahkemeleri tarafından uygulanan dinsel şiddet döneme damgasını vuran bir başka özelliktir. Ek olarak Orta Çağ Avrupa'sında kadın, kontrol altına alınması gereken bir varlık olarak görülmüştür. Karanlık Çağ olarak da bilinen Orta Çağ'da özellikle şiddetin ve baskının hâkim olduğu görülmektedir.

Orta Çağ' ın karanlığından sonra aydınlanma ile birlikte modern dönem yaşanmıştır. Geçmişin kara lekelerini silmeye çalışan insan, aklını özgür kılarak kendi

doğrularına muhakeme yeteneğiyle ulaşmaya çalışmıştır. Modern dönem öncesinde evreni tanrının yarattığı düşünülürken, aydınlanmayla birlikte evrenin varoluşu daha çok matematik ve fizik kurallarıyla açıklanmaya çalışılmıştır. Böylelikle din ve tanrı modern dönemde toplumdan dışarı itilmiştir. Kutsaldan ve metafizikten arındırılmış olan modern dönemde akıl ve bilim ön plana geçerek kuantum fiziğiyle mekanik bakış hâkim olmuştur. Postmodern dönemde ise toplumdan kovulan tanrı geri çağırılmış ancak geleneksel dönemden farklı bir konuma yerleştirilmiştir. Bu dönemde farklı inanış biçimleri ortaya çıkmıştır. Bunlardan en çok bilineni ise neo-paganizmdir. Geleneksel pagan kültürünün izlerini taşıyan çağdaş paganizm özellikle sosyal medya vasıtasıyla yayılmaktadır.

Çalışmada Teknosentrik özelliğe sahip olan modern sonrası dönemde kitle iletişim araçlarının da vasıtasıyla göz kültürünün önem kazandığına değinilerek Walter J. Ong'un bahsettiği ikinci sözlü kültür çağının yaşandığı gösterilmektedir. Merkezsizliği, belirsizliği ve tuhaflığı savunan postmodern dönemde amorfik bakış açısı görülmektedir. *"Her şey olur, her şey uyar"* düşüncesine sahip olan postmodern insan düzensizlik, kuralsızlık ve belirsizlik içerisinde. Özellikle yeni medyanın icadıyla birlikte birçok şey değişime uğramıştır. Bunlardan biri de gözetimdir. Postmodern döneme geçişle birlikte yeni gözetim uygulamaları ortaya çıkmıştır. Herkesin herkesi izleyebildiği omniptik gözetimin egemen olduğu dönemde stalker adı verilen röntgenciler ortaya çıkmıştır. Voyöristik bakışın egemen olduğu yeni medya çağında gözetim de dijitalleşerek kapsama alanını genişletmiştir.

Çalışmada arkaik dönemden postmodern döneme kadar tarihsel süreklilik içerisinde görme olgusunun nasıl dönüşüme uğradığı gösterilmeye çalışılmıştır. Her dönem bakış ile zihin yapıları arasında bağ bulunduğu için her çağın özellikleri aynı zamanda o dönemin bakış açısını da yansıtmaktadır. Postmodern dönemde göz kültürünün yükselişini konu alan çalışmada sosyal medya üzerinden inceleme yapılmıştır. Görmenin soykütüğünü (genealogy) araştıran çalışmada aşırılık çağı olarak da nitelendirebileceğimiz pagan dönemin neo-paganizm adıyla tekrar canlandırıldığına değinilmiştir. Bunun için 4 farklı sosyal medya ortamı araştırılmak üzere seçilmiştir. Facebook, Instagram, Pinterest ve Twitter arayüzleri genel hatlarıyla incelenerek özellikleri ortaya konmaya çalışılmıştır. Belirlenen sosyal medya ortamlarından ise en çok takipçiye sahip ilk 35 kişi içerisinde 3' er kişi belirlenmiştir. Bu kişiler Facebook'da

Shakira, Rihanna, Justin Bieber, Instagram’ da Nicki Minaj, Miley Cyrus, Katy Perry, Pinterest’te Joy Cho, Bonnie Tsang, Jennie Twoshoes, Twitter’da Lady Gaga, Britney Spears, Amitabh Bachchan’dır. Daha sonra belirlenen bu kişilerin hesaplarından 2’şer gönderi göstergebilimsel analiz yapılmak üzere seçilmiştir. Semiyotik analiz yapılırken gösteren ve gösterilenden ayrı olarak göz kültü başlığı altında mitolojik boyut, pagan boyut, teolojik boyut, modern boyut ve postmodern boyut olarak beş farklı boyut belirlenmiştir. İnceleme sonucunda elde edilen imgeler bu boyutlara göre çağrıştırdıkları anlamlar belirtilerek yorumlanmıştır.

Semiyotik analizler sonucunda çalışma için belirlenen soruların cevaplarına ulaşılmıştır. İlk olarak sosyal medyada oldukça sık karşılaşılan olgulardan biri cinselliktir. Özel alana ait olan cinselliğin yeni medyada kadın bedeniyle ilişkilendirilerek sunulduğu bulgulanmıştır. Kadın bedeninin meta haline getirilerek haz ve arzu nesnesi şeklinde sunulması cinselliği çağrıştırmaktadır. Örneğin Shakira, Rihanna, Nicki Minaj, Miley Cyrus, Katy Perry, Joy Cho, Bonnie Tsang, Jennie Twoshoes, Lady Gaga ve Britney Spears’ın sosyal medya hesaplarında cinselliği düşündüren çıplak görsellere ulaşılmıştır. Genel olarak cinsel organların belirli nesnelerle kapatılarak sunulması merak ve ilgi uyandırmaktadır. Teşhir toplumu bağlamında daha fazla görünür olma arzusu sosyal medyanın genel bir özelliği olarak görülürken mahremiyet aldısını da değişime uğratmıştır. Skopofili şeklinde de adlandırılan görünür olma sevdalıları özel alana ait tüm kodları kamusal alana taşımaktadır.

Cinsellikle ilişkili şekilde kadının da sosyal medyada patriarşik yapıya uygun olarak yer aldığı bulgulanmıştır. Postmodernizmin yarattığı ideal bedene ulaşmak için estetik operasyonlar geçiren postmodern kadın ideal olana eriştikten sonra bedenini görünür kılarak haz ve arzu nesnesi konumuna indirgenmektedir. Pagan dönemde de kadın, bedeniyle ve kadınsılığıyla ön planda olmuştur. Geçmişin izlerini taşıyan postmodern dönem cinsellik, şiddet ve kadının toplumsal cinsiyete göre konumlanması gibi aşırılıkların yaşandığı bir çağdır. Ayrıca yapılan arayüz incelemesinde sosyal medyada yazıdan çok görsel paylaşımının ağırlıklı olduğu görülmektedir. Görseller iletilmek istenen mesajı karşı tarafa iletmeye yardımcı olmaktadır. Göz kültürünü ön plana çıkaran yeni iletişim teknolojilerinin icadıyla gözetim pratikleri daha da kolaylaşmıştır. Ayrıca yeni medya kullanıcılarının yaptıkları paylaşımlarda mitsel imgelere rastlanılmıştır. Horus’un gözü, Medusa, Hekate, Ma’at, denizkızı, Wilendorflu Venüs kadını, Venüs gibi

birçok mitolojik kraktere incelenen görsellerde karşılaşmıştır. Ayrıca mitolojide yer alan atribüsler⁵ de çalışma için ele alınan paylaşımlarda bulunmaktadır.

Göz kültü başlığı altında oluşturulan kodlar, Postmodern dönemde sosyal medya aracılığı ile neo-paganik faaliyetlerin de yürütüldüğünü göstermektedir. Doğayı kutsayan paganizmi tekrar canlandıran postmodern insan Antik dönemin tüm özelliklerini de taşımaktadır. Çağdaş paganizm düşüncesini yaymaya yardımcı olan sosyal medya ortamlarında bu inanış biçiminin öğretilerini anlatan hesaplar yer almaktadır. 20. Yüzyılda yaşatılan pagan inanışlardan en yaygını Neo-Druidizm ve Wicca'dır. Bunlara ek olarak Kemetik, Animalist, Asartu ve Hellenismos gibi birçok neo-pagan akım bulunmaktadır. Amerikan paganizmi de denilen neo-paganizm de paganizm içerisinde bulunan kurban, büyü, cinsellik ve kadın, şiddet ve kan, tanrısallık, doğa ve semboller olarak belirlenen kodları içermektedir.

Sosyal medyada şiddeti gösteren ve özendiren kan, kavga ve küfür içerikli görsellerin bulunuşu aşikârdır. Sosyal medya kullanıcıları şiddet içerikli görseller paylaşmakla kalmayıp takipçileri kışkırtacak içerikler de yayınlamaktadır. Böylelikle şiddet olgusu yayılmaktadır. İncelenen yeni medya ortamlarından örnek olarak Instagram'da Miley Cyrus'un kanlı paylaştığı görselde yer alan imgeler şiddeti çağrıştırmaktadır. Rihanna'nın Yunan mitolojisinde yer alan Medusa'yı taklit ettiği fotoğrafı da şiddeti ve tehlikeyi göstermektedir. İmge olarak yılan, tehlike ve korku hissettirmektedir. Yine Pinterest'te Joy Cho'nun Maw Ernest'e ait görselinde kuşadamin elinde yer alan bıçak ile kadının ayağını bıçaklaması şiddetin ve gücün göstergesidir. Bunların dışında arayüz incelemesinde küfür ve hakaretvari yorumlar da bulgulanmıştır. Yine çalışmada daha öncede belirtildiği gibi canlı yayın özelliği birçok intiharın ve katliamın naklen diğer kullanıcılara aktarılmasına aracı olmuştur.

İnceleme sonucu neo-paganizmle birlikte gözetim pratiklerinin de dijitalleştiğini gösteren bulgulara rastlanılmıştır. Herkesin herkesi gönüllü olarak izleyebildiği omniptik gözetim voyöristik bir özellik taşımaktadır. Semiyotik olarak incelenen görsellere yapılan beğeni, yorum ve paylaşımlar sosyal medyada imaj oluşturularak beğeni arzusuyla kullanıcıların kendilerini pazarladıklarını gösterirken teşhircilikle birlikte dikizleme

⁵ Atribüsler, Antik heykellerin hangi tanrıya ya da tanrıçaya ait olduğunu belirten işaret olarak bilinmektedir.

olarak da adlandırılan voyöristik gözetlemeciliğin de artmasına neden olmaktadır. Çünkü herkese açık hesaplarda mahrem olanın sergilenmesi, cinsel eğilime sahip kişiler tarafından sapkınlık oluşturacak şekilde dikizlenebilmektedir.

Araştırmaya dâhil edilen sosyal medya kullanıcılarının hesaplarından paylaştıkları görseller amorfik özellik taşımaktadır. Belirli bir biçime sahip olmayan fotoğraflarda postmodern estetik anlayışının kuralsızlığı kural olarak benimsediği görülmektedir. Ancak fotoğrafta absürt duran imgelere daha detaylı bakıldığında fark edilmektedir. Sonuç olarak sosyal medya duyu organlarını işlevsizleştirip gözü önemli kılmaktadır. Yapılan paylaşımların görsel ağırlıklı olması gözün ve bakışın postmodern dönemde önem kazandığını göstermektedir. Postmodern dönemde tüketimle birlikte sarmalanan pagan dönemin aşırılıkları ile görme eylemi arasında paralellik olduğu anlaşılmaktadır. Ancak Antik dönemde görme ile birlikte dokunma ve koklama ön plandadır. Haptik olarak da adlandırılan dokunmanın ve koklama duyusunun pagan dönemde görmeye nazaran daha ağır bastığı görülmektedir. Örneğin Antik Yunan'da tanrılara sunulan kurbanlar pişirilerek kokunun tanrılara ulaştığı düşünülmektedir. Ancak postmodern dönem tüketim, haz ve aşırılıklarla sarmalanan Diyonizyak özellik göstermektedir.

Ayrıca görmenin soykütüğünü inceleyen çalışmada aşırılıklar çağı olarak da nitelendirebileceğimiz neo-pagan dönemin izlekleri yeni medya aracılığıyla tekrar canlandırılarak yayılmaktadır. Çalışma sonucunda günlük hayatımızın içerisine sinen pagan imgelerin bilinçli ya da bilinçsiz olarak kullanıldığı görülmektedir. Özellikle popikon olarak bilinen medya ikonları sosyla medya hesaplarını oluştururken paganik imgelere başvurmaktadır. Popikonların takipçileri ise bu kişilerle özdeşleşmeye çalıştığı için paganik imgeleri kendi sayfalarında ya da yaşamlarında da kullanmaktadır. Gözetim pratiklerinden teknolojik gelişmelere kadar postmodern dönem Antik Çağ' ın izlerini taşımaktadır. Bunun için özellikle yeni medya kullanıcısının karşılaştığı imgeler konusunda bilinçlenmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Agibalova, Y., Donskoy, G. (2017). *Ortaçağ Tarihi* (Çev.: Çağdaş Sümer). İstanbul: Yordam Yayınevi.
- Alkın, C. (2014). "Postmodern Sosyal Teoride Bilim Felsefesinin İzlekleri-Foucault Ve Derrida Örneği", *Folklor/Edebiyat*, 20(80), 193-205.
- Altunay, E. (2015). *Paganizm-I, Kadim Bilgeliğe Giriş*. İstanbul: Hermes Yayıncılık.
- Altunay, E. (2019). *Paganizm I, Kadim Bilgeliğe Giriş*. İstanbul: Destek Yayınevi.
- Altuntaş, H., Şahin, M. (2011). *Kuran'ı Kerim Meali*. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.
- Arda, Z., Şahin, H., Büyükkol, S. (2013). "İlkçağdan Modernizme; Bilim, Sanat ve Felsefe Buluşmaları". *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 136-144.
- Arık, E. (2018). *Dijital Mahremiyet, Yeni Medya ve Gözetim Toplumu*. Konya: Literatürk Acedemi.
- Aristoteles. (1997). *Gökyüzü Üzerine*, (Çev: Saffet Babür). Ankara: Dost Yayınları.
- Arslan, E. (2019). "Çin, Japon ve Kore Mitolojilerinin Ortak Söylenceler Üzerinden İncelenmesi". *Doğu Asya Araştırmaları Dergisi*, 98-118.
- Aster, E. V. (2005). *İlkçağ ve Orta Çağ Felsefe Tarihi*, (Çev. Vural Okur). İstanbul: İm Yayınevi.
- Atak, S. A. (2011). "Hoşgörü Kavramının Voltaire Felsefesine Çeşitli Yansımaları". *Akademik Araştırma ve Dayanışma Derneği Sosyal Bilimler Araştırma*, 0(17), 85-101.
- Bacon, F. (2012). *Novum Organum, Tabiatın Yorumu ve İnsan Alemi Hakkında Özlü Sözler*, Çev: Sema Önal. İstanbul: Say Yayınları.
- Bakır, Z. Z. (2016). *Uluslararası Hukuk, Modern Kölelik*. İstanbul: İNSAMER.
- Baştürk, E. (2016). *Panoptikon'dan Post Panoptikon'a Gözetimin Soykütüğü* (Yayımlanmış Doktora Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Baudrillard, J. (2005). *Simulakrlar ve Simülasyon*, (Çev: Oğuz Adanır). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2011). *Simülakrlar ve Simülasyon*. İstanbul: Doğu Batı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2015). *Tüketim Toplumu:Söylenceleri/Yapıları*, (Çev:Alaeddin Şenel). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2017). *Tüketim Toplumu*. (Çev.,Nigün Tural ve Ferde Keskin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2000). *Postmodernlik ve Hoşnutsuzlukları*, (Çev.: İsmail Türkmen). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2003). *Modernlik ve Müphemlik*, (Çev.: İsmail Türkmen). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z., Lyon, D. (2018). *Akışkan Gözetim*. İstanbul: Ayrıntı Yayınevi.
- BBC (2019). *Malezya'da 16 yaşındaki bir genç Instagram'da düzenlediği anket sonrası intihar etti*. BBC: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-48281580>. (Erişim Tarihi: 10.04.2021).
- Bedirhan, Y. (2018). *Ortaçağ Tarihi*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Benjamin, W. (1969). *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*, (edited by Hannah Arendt). New York: Schocken Books.
- Bezel, N. (1992). *Modernizm ve Postmodernizm*. Littera Edebiyat Yazıları.
- Bezerra, K. (2018). *Símbolos das religiões do Paganismo contemporâneo*. Cliografia: <http://www.cliografia.com/2018/01/12/simbolos-das-religioes-do-paganismo-contemporaneo/> (Erişim Tarihi: 20.01.2021).
- Binark, M. (2015). *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bircan, U. (2013). "Roland Barthes ve Göstergebilim". *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 13(26), 17-41.

- Boğatepe, V. (2016). *Binlerce Yıllık Mitolojik Masal ve Bir Arap Geleneği: 'KURBAN'*. Kitaptan Sanattan: <https://www.kitaptansanattan.com/?s=Binlerce+Y%C4%B1ll%C4%B1k+Mitolojik+Masal> (Erişim Tarihi: 03.05.2020)
- Bozkurt, V. (2000). "Gözetim ve İnternet: Özel Yaşamın Sonu mu?", *Birikim Dergisi*, 75-81.
- Breckendridge, A. (1970). *The Right To Privacy*. Uncoln: University Of Nebraska Press.
- Bruns, A., & Moe, H. (2014). "Structural layers of Communication on Twitter". A. B. (Eds.) K. Weller içinde, *Twitter and Society* (s. 15-29). New York: Peter Lang Publishing.
- Can, N. (2009). "Mekanistik Evren Anlayışı ya da Hakikatin Bilgisinden Fenomenler Bilimine". *Kaygı Dergisi*, sayı: 13, 101-112.
- Castells, M. (2005). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür Ağ Toplumunun Yükselişi*. (Çev.: Ebru Kılıç). İstanbul: Bilgi Üniversitesi.
- Clarke, R. (2005). *Have We Learnt to Love Big Brother*. Rogerclarke.com: <http://www.rogerclarke.com/DV/DV2005.html> (Erişim Tarihi: 10.09.2020)
- Connelly, P. (ty). *Toward a Postmodern Paganism*. darg.org: <http://www.darc.org/connelly/pagan1.html> (Erişim Tarihi: 14.06.2019)
- Cotterell, A., & Storm, R. (2011). *Büyük Dünya Mitoloji Ansiklopedisi*. İstanbul: Alfa Yayınevi.
- Cömert, B. (2010). *Mitoloji ve İkonografi*. Ankara: De Ki Basım Yayım.
- Çakır, M. (2014). *Görsel Kültür ve Küresel Kitle Kültürü*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Debort, G. (1996). *Gösteri Toplumu ve Yorumlar*, (Çev.: Ayşen Ekmekçi ve Okşan Taşkent). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Dell, C. (2017). *Mitoloji, Hayali Dünyalara Eksiksiz Rehber*, (Çev.: Nurettin Elhüseyni). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Descartes, R. (1984). *Metot Üzerine Konuşma, (MÜK)*, (Çev.: K. Sahir Sel). İstanbul: Sosyal Yayınları.

- Dijk, J. V. (2006). *The Network Society: Social Aspects of New Media*. London: Sage Publications.
- Dil Derneği. (2012). *Türkçe Sözlük*. Ankara: Dil Derneği Yayınları.
- Doğramacı, M. (2017). *İnsan Kurban Etme Ritüeli*. Mehmet Doğramacı Resmi Sitesi: <http://mehmetdogramaci.com/2017/01/insan-kurban-etme-ritueli/> (Erişim Tarihi: 23.12.2019).
- Dolgun, U. (2005). *Enformasyon Toplumundan Gözetim Toplumuna*. Bursa: Ekin Basım Yayın.
- Dolgun, U. (2005). *Enformasyon Toplumundan Gözetim Toplumuna: 21. Yüzyılda Gözetim, Toplumsal Denetim ve İktidar İlişkileri*. Bursa: Ekin Kitabevi.
- Doltaş, D. (2003). *Postmodernizm ve Eleştirisi Tartışmalar/Uygulamalar*. İstanbul: İnkılap yayınevi.
- Dowden, K. (2000). *European Paganism, The realities of cult from antiquity to the Middle Ages*. London and New York: Routledge.
- Eliade, M. (2003). *Dinsel İnançlar ve Düşünceler Tarihi*. İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Elliott, J. (2002). *Oxford Large Print Dictionary*. New York: Oxford University Press.
- Eroğlu, A. H. (1999). "Doğu Batı Kiliselerinin Ayrılış Sebepleri". *Dini Araştırmalar, Cilt: 2, Sayı: 5*, 387-414.
- Esgin, M. (2012). "Engizisyonun Günümüze Hatırlattıkları". *Journal of Faculty of Theology of Bozok University*, 91-99.
- Eyüpoğlu, S., & Erhat, A. (1997). *Hesiodos Eseri ve Kaynakları*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Featherstone, M. (2005). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*, (Çev.: Mehmet Küçük). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Feher, A. H. (1993). *Postmodern Politik Durum* (Çev.: Şükrü Arın, Osman Akınhay). Ankara: Öteki Yayınevi.
- Feyizli, H. T. (1988). *İslamda ve Diğer İnanç Sistemlerinde Oruç ve Kurban*. İstanbul: Milli Eğitim Gençlik ve Spor Bakanlığı Yayınları.

- Fırat, A. F., Dholakia, N., & Venkaesh, A. (1995). "Marketing in a Postmodern World". *European Journal of Marketing*, 40-56, 29(1).
- Foucault, M. (2011). *Felsefe Sahnesi* (Çev.: Işık Ergüden). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Frolov, B. (1990). "Tarih Öncesi Sembolizmin İlkeleri". *Felsefe Dergisi*, 0(1-2), 131
- Gardin, N., & Olorenshaw, R. (2019). *Larousse Semboller Sözlüğü* (Çev.: Beyza Akşit). İstanbul: Bilge Kültür Sanat.
- Gayte, A. (2020). *Neopaganism: A Two-faced Belief?* Cafebabel: <https://cafebabel.com/en/article/neopaganism-a-two-faced-belief-5dd52ee8f723b36c2af61fb8/> (Erişim Tarihi: 24.10.2020).
- Geller (2016). *Chaos*. mythology.net: <https://mythology.net/greek/greek-concepts/chaos/> (Erişim Tarihi: 19.04.2020).
- Gellner, E. (1993). Mülakat, (Konuşan: Şahin Alpay). *Türkiye Günlüğü*, 57-65.
- Gellner, E. (1994). *Postmodernizm İslam ve Us*, (Çev. Bülent Peker). Ankara: Ümit Yayıncılık.
- Genç, Ö. (2011). "Ortaçağda Kadın". A. Çetin içinde, *Ortaçağ Avrupasında Kadın* (s. 241-297). Ankara: Lotus Yayınevi.
- Gerz, B. (2013). *Yunan Mitolojisi*. İstanbul: Beşir Balcıoğlu Anadolu Lisesi.
- Gibson, C. (1998). *Ghid Ilustrat Semnificatii și Origini Semne&Simboluri*. Oradea: Editura Aquila'93.
- Giddens, A. (2004). *Modernliğin Sonuçları* (Çev.: Ersin Kuşdil). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Giddens, A. (2008). *Ulus, Devlet ve Şiddet*, (Çev.: Cumhur Atay). İstanbul: Kaldeon Yayınları.
- Girard, R. (2018a). *Günah Keçisi*. İstanbul: Alfa Yayınevi.
- Girard, R. (2018b). *Şiddet ve Kutsal*. İstanbul: Alfa Yayınevi.
- Gleason, D. Z. (2000). *Wicca and Witchcraft*. Indianapolis: Alpha Books.
- Goethe, J. W. (2001). *Faust*. (Çev.: İsmet Zeki Eyuboğlu). İstanbul: Sosyal Yayınlar.

- Goldman, L. (1999). *Aydınlanma Felsefesi*, (Çev.: Emre Aslan). Ankara: doruk yayınevi.
- Goodare, J. (2016). *The European Witch-Hunt*. New York: Routledge.
- Graves, R. (2010). *Yunan Mitleri*, (Çev.: Uğur Akpur. Ankara: Say Yayıncılık.
- Guittari, D. v. (1990). *Kapitalizm ve Şizofreni- Anti-oedipus*, (Çev.: Ali Akay). İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Güler, İ. (2010). *Politik Teoloji Yazıları*. Ankara: Ankara Okulu Yayınları.
- Gümüş, V. (2020). *Paganizm*. İstanbul: Siyah Beyaz Yayınları.
- Günaltay, Ş. (2006). *Dinler Tarihi, Yeryüzündeki İlk Dinler*. İstanbul: Kesit Yayınları.
- Günay, D. (2020). *21. yüzyılda Göstergebilim*. İstanbul: Papatya yayınevi.
- Gündüz, Ş. (2005). *Anadolu'da Paganizm Antik Dönemde Harran ve Urfa*. Ankara: Ankara Okulu Yayınları.
- Güngör, A. İ. (2017). "Kurbanla İlgili İnanış ve Uygulamalar". A. H. Durmuş Arık içinde, *Halk İnanışları El Kitabı* (s. 386-412). Ankara: Grafiker Yayınları.
- Güven, A. (2014). "Postmodernizmin neo-Pagan İzlekleri: Vikingler". *Sinemarmara, Marmara Medya Merkezi Sinema Dergisi*, Haziran - Temmuz, Sayı:3, 64-71.
- Güven, A. (2015). "Postmodern Dönemde Sinema ve Neopagan Düşünce". *Uluslararası Sinema ve Din Sempozyumu*, 327-338.
- Habermas, J. (2004). *Kamusal Alan*, (Çev.: Meral Özbek). İstanbul: Hil Yayınları.
- Habermas, J. (2007). *Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü*, (Çev.: T. Bora ve M. Sancar). İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Harris, K. A., Panzica, K., & Crocker, R. (2016). "Paganism and Counseling: The Development of a Clinical Resource". *Open Theology*, 857-875.
- Harvey, D. (1992). *The Condition of Postmodernity, An Enquiry into the Origins of Cultural Change*. Britain: BlackWell.
- Harvey, D. (2006). *Postmodernliğin Durumu*, (Çev.: Sungur Savran). İstanbul: Metis Yayınları.

- Hayden, B. (2012). *Pinfluence: The Complete Guide To marketing Your Business with Pinterest*. United States Of America: John Wiley & Sons, Inc.,.
- Holland, E. (2000). *The Wicca Handbook*. ABD: Samuel Weiser.
- Hooke, S. H. (2015). *Ortadoğu Mitolojisi Mezopotamya • Mısır • Filistin • Hitit • Musevi • Hristiyan Mitosları Çeviren: Alâeddin Şenel*. Ankara: İmge Yayınevi.
- Hutchinson, A. (2021). *21 Instagram Facts for 2021 [Infographic]*. Socialmediatoday: <https://www.socialmediatoday.com/news/21-instagram-facts-for-2021-infographic/595049/> (Erişim Tarihi: 09.05.2021).
- Işıklı, Ş. (2012). *Kuantum Felsefesi*. Ankara: Birleşik Yayınevi.
- J.Clement (2020). *Facebook - Statistics & Facts*. statista: <https://www.statista.com/topics/751/facebook/> (Erişim Tarihi: 08.02.2021).
- Kahraman, H. B. (2004). *Postmodernite ile Modernite Arasında Türkiye*. İstanbul: Everest Yayınları.
- Kant, I. (1784). *An Answer to the Question: "What is Enlightenment?"* Prussia: Königsberg.
- Kar, S. (2014). "Din, Aydınlanma ve Eleştirisi". *Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, Sayı: 42*, 174-192.
- Karaçelik, Y. (2019: 80). *Görsel Kültür ve Fotoğrafın İzinde Instagram*. İstanbul: NotaBene Yayınları.
- Karaduman, S. (2010). "Modernizmden Postmodernizme Kimliğin Yapısal Dönüşümü". *Journal of Yaşar University*, 2886-2899, 17(5) .
- Kaya, B. (2012). *Rusya'da Paganizm*. Ankara: (Yüsek Lisans Tezi), Ankara üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kellner, D. (2000). "Toplumsal Durum Olarak Postmodernizm: Bazı Meydan Okumalar ve Sorunlar". M. Küçük içinde, *Modernite Versus Postmodernite* (s. 367-404). Ankara: Vadi Yayınları.
- Kellner, S. B. (1991). *Postmodern Theory, Critical Interrogations*. London: Macmillan.

- Kemetic Orthodoxy (2020). Kemetic Orthodoxy: <http://www.kemet.org/about> (Erişim Tarihi: 12.01.2021).
- Kemp, S. (27.01.2021). *Digital 2021: The Latest Insights Into The 'State Of Digital. We Are Social*: <https://wearesocial.com/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital> (Erişim Tarihi: 24.03.2021).
- Kieckhefer, R. (2004). *Ortaçağda Büyü*, (Çev.: Zarife Biliz). İstanbul: Alkım Yayınevi.
- Kılıçoğlu, S., Devrim, H., Araz, N. (1969). *Meydan Larousse cilt: II*. İstanbul: Meydan Yayınevi.
- Kılıçoğlu, S., Devrim, H., & Araz, N. (1969). *Meydan Larousse cilt: III*. İstanbul: Meydan Yayınevi.
- Kiraz, E. (2006). Etimolojik Türkçe Sözlük. <https://pdfslide.net/education/etimolojik-turkce-sozluk-erkan-kiraz.html> (Erişim Tarihi: 08.05.2019).
- Koçak, O. (1992). "Modernizm ve Postmodernizm". *Değer Dergisi*, 7-16, Sayı 18.
- Kollektif. (2017). *Sanat Kitabı*. İstanbul: Alfa Yayınevi.
- Kozloff, J. (1976). "An Answer to Ad Reinhardt's 'On Negation' – Negating the Negative," artist's handout at "10 Approaches to the Decorative. New York: Tony Alessandra Gallery, .
- Kristeva, J. (2014). *Korkunun Güçleri, İğrençlik Üzerine Deneme*, (Çev.: Nilgün Tütal). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Kumar, K. (1995). *Sanayi Sonrası Toplum' dan Postmodern Toplum' a Çağdaş Dünyanın Yeni Kuramları*, (Çev.: Mehmet Küçük). Ankara: Dost Yayınları.
- Kuspit, D. (2010). *Sanatın Sonu*, (Çev.: Yasemin Tezgiden). İstanbul: Metis Yayınları.
- Kuşcan, Ö. A. (2010). *Antik Çağdan Günümüze Kadın'ın Öyküsü*. İstanbul: Ajans 2023 Yayınları.
- Laporte, E. C. (2002). *Yunan ve Roma Mitolojisi* (Çev.: Musa Eran). Ankara: TÜBİTAK.
- Leeming, D. A. (2017). *A'dan Z'ye Dünya Mitolojisi*, (Çev.: Nurdan Soysal. İstanbul: Say Yayınevi.
- Levy, S. (2020). *Facebook, Perde Arkasının Hikayesi*. İstanbul: Timaş Yayınları.

- Lin, Y. (06.04.2021). *10 Pinterest Statistics Every Marketer Should Know IN 2021 [Infographic]*. Oberlo: <https://www.oberlo.com/blog/pinterest-statistics> (Erişim Tarihi: 23.04.2021).
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kel, K. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. New York: Routledge.
- Locke, J. (2013). *İnsan Anlığı Üzerine Bir Deneme*, (Çev.: Vehbi Hacıkadıroğlu). İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Losh, E. (2010). With Friends Like These, Who Needs Enemies? G. A. Reisch içinde, *Facebook and Philosophy* (s. 33-49). United States of America: Carus Publishing Company.
- Lyon, D. (2006). *Gözetlenen Toplum*, (Çev.: G. Soykan). İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.
- Lyon, D. (2013). *Gözetim Çalışmaları*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Lyotard, J. F. (1990). *Postmodern Durum*, (Çev.: Ahmet Çiğdem). İstanbul: Vadi Yayınları.
- Lyotard, J.-F. (1994). *The Postmodern Condition*, (Çev.: Ahmet Çiğdem). Ankara: Vadi Yayınları.
- Macdonald, A. M. (1960). *Etymological English Dictionary*. New York: Philosophical Library.
- Marx, K. (2003). *Kapital*, (Çev.: Alaattin Bilgi). Eriş Yayınları.
- Mathiesen, T. (1997). "The Viewer Society: Michel Foucault's "Panopticon Revisited" ". *Theoretical Criminology*, 1(2), 215-234.
- Mayfield, A. (2007). *What is Social Media?* Erişim Adresi: Icrossing.
- Michaud, Y. (1991). *Şiddet*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Morgül, Y. C. (2019). *Büyünün Tarihi ve Sanat Üzerindeki Etkisi*. Arkeopolis: <http://arkeopolis.com/buyunun-tarihi-ve-sanat-uzerindeki-etkisi/> (Erişim Tarihi: 24.05.2020).

- Moss, C. (2015). *You're three clicks away from feeling completely embarrassed by how you used to use Facebook*. INSIDER: <https://www.businessinsider.com/what-facebook-was-like-ten-years-ago-2015-6> (Erişim Tarihi: 12.02.2019).
- Nicole, K. (2011). *facebook-logo-face*. siliconAngle: <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fsiliconangle.com%2F2011%2F09%2F22%2Fdrop-the-crusade-to-bring-the-old-facebook-back%2Ffacebook-logo-face%2F&psig=AOvVaw2tRT4U46rdYY-ITCXxwSBw&ust=1610367160926000&source=images&cd=vfe&ved=0CAIQjRxqFwoTCIDP> (Erişim Tarihi: 18.10.2020).
- Niedwiecki, H. (2010). *Dikizleme Günlüğü*, (Çev.: Gökçe Gündüç). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Nietzsche, F. (2009). *İyinin ve Kötünün Ötesinde*, (Çev.: Ahmet İnam) . İstanbul: Say Yayınları.
- Odabaşı, Y. (2004). *Postmodern Pazarlama: Tüketim ve Tüketici*. İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Omenaka, K. (tarih yok). *Pinterest Infographic Kobestarr Digital*. Kobestarr Digital: <http://kobestarr.io/free-resources/pinterest-2/> (Erişim Tarihi: 24.04.2021).
- Ong, W. J. (1995). *Sözlü ve Yazılı Kültür Sözü'nün Teknolojileşmesi*. (Çev.: S.P. Banon). İstanbul: Metis Yayınları.
- Orwell, G. (2011). *Bin Dokuzyüz Seksen Dört* (Çev.: Celal Üster). İstanbul: Can Yayınevi.
- Öksüz, E. (1968). "Feodalizm". *International Encyclopedia of The Social Sciences*, 81-92.
- Öktem, İ. (2000). *Descartes'da Bilginin Kesinliği Problemi*. Ankara: Ankara Üniversitesi.
- Örnek, S. V. (1995). *100 Soruda İlkellerde Din, Büyü, Sanat, Efsane*. İstanbul: Gerçek Yayınevi.
- Özben, M. (2015). *Yapay Kutsallıklar, Postmodern Dönemde Kutsallıkların Ölümçül Sıçrayışı*. Ankara: Siyasal Yayınevi.

- Özerkmen, N. (2002). "İnsan Merkezli Çevre Anlayışından Doğa Merkezli Çevre Anlayışına, From Antropocentric Perspective to Eco- Centric Perspective". *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 167-185.
- Özkan, C. (2013). *Yunan Tanrılarının ve Tanrıçalarının Sıfatları ile Allah'ın Sıfatlarının Karşılaştırılması*. Kayseri: Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı, Dinler Tarihi Bilim Dalı.
- Özkaya, G. (1970). *Kadınların Savaşı*. İstanbul: Garanti Matbaası.
- Öztürk, Ö. (2005). *Folklor ve Mitoloji Sözlüğü*. İstanbul: Heyamola yayınevi.
- Öztürk, Ö. (2016). *Dünya Mitolojisi*. Ankara: Nika Yayınevi.
- Öztürk, Ş. (2015). "Sosyal Medyada Etik Sorunlar". *Selçuk İletişim*, 287-311, 9 (1).
- Paglia, C. (2004). *Cinsel Kimlikler*. Ankara: Epos Yayınlan.
- Pallasmaa, J. (2020). *Tenin Gözleri*, (Çev.: Aziz Ufuk Kılıç). İstanbul: Yem Yayınevi.
- Pavlac, B. A. (2009). *Witch Hunts in the Western World: Persecution and Punishment from the Inquisition through the Salem Trials*. London: Greenwood Press.
- Pera Müzesi (23.06.2017). Pera Müzesi Blog: <https://blog.peramuzesi.org.tr/sergiler/sanatta-venus/> (Erişim Tarihi: 05.07.2019).
- Pierce, C. S. (1984). *Writings of Charles S. Pierce*. Cilt: 2.
- Pimenta, E. D. (2010). *Low Power Society*. 3. Elektronik Baskı. Londra: ASA Art and Technology UK Limited .
- Pinterest (2020). *Pinterest küresel dâhilî verileri*. Pinterest Business: <https://business.pinterest.com/tr/audience/> (Erişim Tarihi: 21.01.2021).
- Pinterest. (2021). *Hedef kitle istatistikleri*. Pinterest: https://analytics.pinterest.com/audience-insights/?tab=pinterest&audience_1=pinterest__impression_plus_engagement (Erişim Tarihi: 11.05.2021).
- Planet, T. B. (2020). *2021'de Bilmeniz Gereken 10 Facebook trendi [İnfografik]*. The Brand Planet: <https://www.thebrandplanet.com/post/2021-de-bilmeniz-gereken-10-facebook-trendi-infografik> (Erişim Tarihi: 23.04.2021).
- René Descartes. (2007). *Felsefenin İlkeleri*, (Çev.: Mesut Akın). İstanbul: Say Yayınları.

- Rifat, M. (2009). *Göstergebilimin ABC'si*. İstanbul: Sel Yayınları.
- Ritzer, G. (2013). *Sosyoloji Kuramları*, (Çev.: Himmet Hülür). Ankara: De Ki Basım Yayın.
- River, C. (2020). *Fighting the Plague in Antiquity and the Middle Ages: The History of Ancient and Medieval Efforts to Prevent the Spread of Diseases*. Charles River Editors.
- Rosenau, P. M. (1992). *Post-Modernism and the Social Sciences*. New Jersey: Princeton University Press.
- Rosenberg, D. (2003). *Dünya Mitolojisi, Büyük Destan ve Söylenceler Antolojisi*. Ankara: İmge Yayınevi.
- Rule, J. B. (1973). *Private Lives and Public Surveillance: Social Control in the Computer Age*. New York: Schocken Books.
- Sanlav, Ü. (2014). *Sosyal Medya Savaşları*. İstanbul: Hayat Yayınları.
- Saussure, F. D. (1998). *Genel Dilbilim Dersleri* (Çev.: Berke Vardar). İstanbul: Multilingual.
- Sığırcı, İ. (2020). *Göstergebilim Uygulamaları*. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Sivas, H. (2011). "Uygarlık Tarihi". *Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2265*, Ünite 2-4.
- Slauson, I. (1978). *The Religion Of Odin*. Minnesota, Red Wing: Viking House.
- Smith, K. (2011). *Social Media and Political Campaigns*. ABD: University of Tennessee Honors Thesis Projects.
- Smith, W. R. (1894). *Religion of the Semites*. London: Adam and Charles Black.
- Staff, R. (2021). *60+ Twitter Statistics for Marketers in 2021 [Infographic]*. Renderforest: <https://www.renderforest.com/blog/twitter-statistics> (Erişim Tarihi: 17.05.2021).
- Stone, B. (2007). *New Scrutiny for Facebook Over Predators*. The New York Times: <https://www.nytimes.com/2007/07/30/business/media/30facebook.html> (Erişim Tarihi: 28.05.2021).

- Stone, B. (2014). *Küçük Mavi Kuş Dedi Ki, Twitter'ın Yaratıcısından İtiraf*. İstanbul: Doğan Egmont Yayınevi.
- Strmiska, M. (2005). *Modern Paganism in World Cultures*. California, ABD : ABC Clío.
- Şahin, M. (2009). *Uygarlık Tarihi*. Ankara: Okutman Yayıncılık.
- Şaylan, G. (2002). *Postmodernizm*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Şaylan, G. (2002). *Postmodernizm*. Ankara: İmge Kitabevi.
- T24 (2021). *Facebook, çocuk istismarı görüntülerinin en çok paylaşıldığı platform oldu*.
T24: <https://t24.com.tr/haber/facebook-cocuk-istismari-goruntulerinin-en-cok-paylasildi-gi-platform-oldu,935893> (Erişim Tarihi: 21.04.2021).
- Tarih Kitabı*. (2016). İstanbul: Alfa Yayınları.
- Tekin, A. (2010). *Sumerler'den İslam'a Kutsal Kitaplar ve Dinler*. İstanbul: Berfin Yayınevi.
- Thomas, M. (1997). "Consumer Market Research: Does it Have Value-Dity? Some Postmodern Thoughts". *Marketing Intelligence & Planning*, 54-59, 15(2).
- Topdemir, H. G., & Özsoy, S. (2013). *Uygarlık Tarihi*. Ankara: Pegem Akademi.
- Touraine, A. (1995). *Modernliğin Eleştirisi*, (Çev.: Hülya Tufan). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Törenli, N. (2005). *Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı*. Ankara: Bilim ve Sanat.
- Tuğrul, S. (2016). *Ebedi Kutsal Ezeli Kurban*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Turani, A. (2009). *Çağdaş Sanat Felsefesi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Turner, P. K., & Gibbens, P. (tarih yok). *Praktical Application of Soul Care*. Switzerland: Kanaan Ministries.
- Tümürtürkan, M. (2010). Gündelik Hayatın Gözetimi: "Panoptikon Toplumu" ETHOS, 3(2). *Felsefe ve Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar*, 1-19.
- Türkçe Sözlük*. (1995). Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.

- Tüzer, A. (2015). "Postmodernizm Ve Tanrı'nın Ölümü: Öznenin Arkeolojisi Üzerine Bir Deneme". *Milel ve Nihal, İnanç, Kültür ve Mitoloji Araştırmaları Dergisi*, 12(2), 73-124.
- Usta, S. (2016). *Dünyayı Değiştiren Düşünürler III*. İstanbul: Yordam Kitap.
- Uysal, B., Tanrısever, N., & Düzel, O. (2003). *Avrupa Birliği Genel Sekreterliği Secretariat General For The European Union Affairs Avrupa Birliğitemel Terimler Sözlüğü (İngilizce - Türkçe)*. Ankara: Avrupa Birliği Genel Sekreterliği.
- Üçhisarlı, C. (2018). *En Popüler Sosyal Medya Platformlarının Eski Logoları*. Pazarlamasyon: <https://pazarlamasyon.com/en-populer-sosyal-medya-platformlari-15-11-2020/> (Erişim Tarihi: 15.11.2020).
- Ülgen, P. (2018). "Orta Çağ Avrupasında Popüler Korku-Hikâyelerle Heretik". O. Köse içinde, *İlkçağlardan Modern Döneme Tarihten İzler* (s. 121-133). Ankara: Berikan Yayınevi.
- Vardar, B. (2001). *Dilbilimin Temel Kavram ve İlkeleri*. İstanbul: Multilingual Yayınları.
- Wayne, M. (2015). *Marksizm ve Medya Araştırmaları Anahtar Kavramlar ve Çağdaş Eğilimler*. İstanbul: Yordam Kitap.
- Weber, K. (2021). *Does anyone use Facebook anymore? – A marketer's guide to 2021 social media demographics*. STRYVE: <https://www.stryvemarketing.com/blog/marketers-guide-social-media-demographics/> (Erişim Tarihi: 17. 04. 2021).
- Weller, K., Bruns, A., Burgess, J., Merja Mahrt, & Puschmann, C. (2014). *Twitter and Society*. New York: Peter Lang.
- Wilkinson, P. (2019). *Efsaneler & Mitler*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Yılmaz, M. (2012). *Sanatın Günceli Güncelin Sanatı*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Yılmaz, Z. (2006). "Özel Alan- Kamusal Alan Ayrımının Tarihsel Temelleri Antik Yunan". *KKEFD/JOKKEF*, 359-371.
- Zingsem, V. (2007). *Lilith (Çev. D.Doğan Yüzer)*. İzmir: İlya Yayınevi.

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler	
Adı Soyadı	Selver MERTOĞLU
Doğum Yeri ve Tarihi	
Eğitim Durumu	
Lisans Öğrenimi	Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik
Y. Lisans Öğrenimi	Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik
Bildiği Yabancı Diller	İngilizce
Bilimsel Faaliyetleri	Yayınlar Mertoğlu S. ve Altıntaş M., “Hastanelerde Web Sitelerinin Halkla İlişkiler Aracı Olarak Kullanımı: Doğu Ve Güneydoğu Anadolu Bölgesindeki Özel Hastaneler Üzerine Bir Çalışma”, Atatürk İletişim Dergisi, 2017, Sayı: 14, 261-279 Mertoğlu S. Ve Altıntaş M., “ Sosyal Medyada E-Güruhlar ve Linç Kültürünün Yükselişi: Instagram Örneği” Uluslararası Mardin Artuklu Multidisipliner Çalışmalar Kongresi, Sosyal Bilimler Tam Metin Kitabı, İksad Yayınevi, 19-21 Nisan 2019, 307-326 Mertoğlu S. Ve Altıntaş M., “Üniversite Web sitelerinin Halkla İlişkiler Bağlamında Kullanımına Yönelik Bir Çalışma” Uluslararası Mardin Artuklu Multidisipliner Çalışmalar Kongresi, Sosyal Bilimler Tam Metin Kitabı, İksad Yayınevi, 19-21 Nisan 2019, 327-344 5. Sempozyumlar Mertoğlu S. ve Altıntaş M., “Hastanelerde Web Sitelerinin Halkla İlişkiler Aracı Olarak Kullanımı: Doğu Ve Güneydoğu Anadolu Bölgesindeki Özel Hastaneler Üzerine Bir Çalışma”, III. Uluslararası Sağlık İletişim Sempozyumu, 2017 Mertoğlu S. Ve Altıntaş M., “ Sosyal Medyada E-Güruhlar ve Linç Kültürünün Yükselişi: Instagram Örneği” Uluslararası Mardin Artuklu Multidisipliner Çalışmalar Kongresi, 19-21 Nisan 2019 Mertoğlu S. Ve Altıntaş M., “Üniversite Web sitelerinin Halkla İlişkiler Bağlamında Kullanımına Yönelik Bir Çalışma” Uluslararası Mardin Artuklu Multidisipliner Çalışmalar Kongresi, 19-21 Nisan 2019
İş Deneyimi	
Stajlar	İhlas Haber Ajansı/ Muhabir
Projeler	
Çalıştığı Kurumlar	
İletişim	
E-Posta Adresi	
Tarih	27.07.2021