

BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
BOLU ABANT İZZET BAYSAL UNIVERSITY
FACULTY of COMMUNICATION

BAİBÜİLEF-İG
BVİBÜİLEF-İG

3. Uluslararası iletişim günleri 3rd International communication days

**ALFABEDEN ALGORİTMAYA KÜRESEL
İLETİŞİMDE YENİ UFUKLAR SEMPOZYUMU**
FROM ALPHABET TO ALGOTITHM NEW HORIZONS
IN GLOBAL COMMUNICATION SYMPOSIUM

MAY 13-14-15 MAYIS 2026

BİLDİRİLER KİTABI
PROCEEDINGS BOOK



www.ilefig.ibu.edu.tr



BAİBÜİLEF-İG 2026



baibuilefig

BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
BOLU ABANT İZZET BAYSAL UNIVERSITY
FACULTY of COMMUNICATION

3. Uluslararası iletişim günleri 3rd International communication days

**ALFABEDEN ALGORİTMAYA KÜRESEL
İLETİŞİMDE YENİ UFUKLAR SEMPOZYUMU**
FROM ALPHABET TO ALGOTITHM NEW HORIZONS
IN GLOBAL COMMUNICATION SYMPOSIUM

MAY 13-14-15 MAYIS 2026

BİLDİRİLER KİTABI
PROCEEDINGS BOOK



www.ilefig.ibu.edu.tr



BAİBÜİLEF-İG 2026



[baibuilefig](https://www.instagram.com/baibuilefig)

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi 3.Uluslararası İletişim Günleri
Alfabeden Algoritmaya Küresel İletişimde Yeni Ufuklar Sempozyumu Bildiriler Kitabı
Bolu Abant İzzet Baysal University Communication Faculty 3rd International Communication Days
Form Alphabet to Algorithm New Horizons in Global Communication Symposium Proceedings Book

Editör / Editor

Prof. Dr. Emre Tandırılı

Editör Yardımcıları / Assistant Editors

Prof. Dr. Asuman Banu BARIŞ

Doç. Dr. Ahmet Tuncay ERDEM

Doç. Dr. Gülşah SARI

Arş. Gör. Sadullah M. Bağ

Redaksiyon / Redaction

Doç. Dr. Ahmet Tuncay Erdem

Dr. Öğr. Üyesi Menekşe Şahin Karadal

Dr. Öğr. Üyesi Rıfki Ünal

Dr. Öğr. Üyesi Merve Diltemiz

Arş. Gör. Sadullah M. Bağ

Arş. Gör. Ali Şahin

Tasarım / Design

Prof. Dr. Emre Tandırılı

Öğr. Gör. Bahar Akbulak

ISBN

978-625-95854-2-0

Yayın Tarihi

15 09 2026

İletişim Bilgileri

www.ilefig.ibu.edu.tr – baibuilefig@ibu.edu.tr

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim
Fakültesi Gölköy Yerleşkesi 14030 Bolu / Türkiye

0 374 254 10 00 / Dahili: 6400 (Dekanlık)

0 531 744 13 24 (BAİBÜİLEF 2026)

Copyright © 2026

Fikir ve Sanat Eserleri Yasası gereğince bu eserin yayın hakkı anlaşmalı olarak Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi'ne aittir. Her hakkı saklıdır. Kaynak gösterilerek alıntı yapılabilir. Bu kitabın hiçbir kısmı yayıncısının izni olmaksızın elektronik veya mekanik, fotokopi, kayıt vb. bir bilgi saklama, erişim sistemi yolu ile çoğaltılamaz, dağıtılamaz, satışa sunulamaz. Bu kitap, 3.Uluslararası İletişim Günleri Alfabeden Algoritmaya Küresel İletişimde Yeni Ufuklar Sempozyumu bildirilerinden derlenmiştir. Metinlerde yer alan her tür görüş ve düşüncenin sorumluluğu bildirinin yazarına aittir.



BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
BOLU ABANT İZZET BAYSAL UNIVERSITY
FACULTY of COMMUNICATION

3. Uluslararası iletişim günleri 3rd International communication days

**ALFABEDEN ALGORİTMAYA KÜRESEL
İLETİŞİMDE YENİ UFUKLAR SEMPOZYUMU**
FROM ALPHABET TO ALGOTITHM NEW HORIZONS
IN GLOBAL COMMUNICATION SYMPOSIUM

MAY 13-14-15 MAYIS 2026

BİLDİRİLER KİTABI
PROCEEDINGS BOOK

baibuilefig@ibu.edu.tr



www.ilefig.ibu.edu.tr



BAİBÜİLEF-İG 2026



[baibuilefig](https://www.instagram.com/baibuilefig)

Sempozyum Düzenleme Kurulu
Symposium Organization Committee

Prof. Dr. Faruk Yiğit (Sempozyum Onursal Başkanı) Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Ferudun Kaya Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Kaya Yıldız Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Coşkun Karaca Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Yusuf Cerit Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Samettin Gündüz Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Asaf Varol Tennessee Üniversitesi (Chattanooga) AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ
Prof. Dr. Yahya R. Kamalipour North Caroline Üniversitesi AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ
Prof. Dr. Murteza Hasanoglu Academy of Public Administration (Devlet İdarecilik Akademisi) AZERBAYCAN
Prof. Dr. Fevzi Kasap Yakınoğlu Üniversitesi KUZey KIBRIS TÜRK CUMHURİYETİ
Prof. Dr. Kairat Omirbayuly Avrasya Milli Üniversitesi KAZAKİSTAN
Prof. Dr. Emre Tandırılı (Düzenleme Kurulu Başkanı) Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Selami Özsoy Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Asuman Banu BARIŞ Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Himmet Karadal Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Hatice Öz Pektaş İstinye Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Barış Atiker Aydın Adnan Menderes Üniversitesi TÜRKİYE
Doç. Dr. Mehmet Yakın İstanbul Arel Üniversitesi TÜRKİYE
Doç. Dr. Gülşah Sarı Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi TÜRKİYE
Doç. Dr. Ahmet Tuncay Erdem Abant İzzet Baysal Üniversitesi TÜRKİYE
Doç. Dr. Fatma Akar Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi TÜRKİYE
Doç. Dr. Ekin Kadir Selçuk Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi TÜRKİYE
Doç. Dr. Tolga Erkan Ankara Ostim Teknik Üniversitesi TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Evangelina Parisi İonia Üniversitesi YUNANİSTAN
Dr. Öğr. Üyesi Tuğçe İyigüngör Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Elif Sabancı Polat Artvin Çoruh Üniversitesi TÜRKİYE
Öğr. Gör. Bahar Akbulak Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi TÜRKİYE
Dr. Aytekin Çelik Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi TÜRKİYE
Hayrettin Karataş Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi TÜRKİYE
Ayten Bekar Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi TÜRKİYE

Sempozyum Bilim Kurulu
Symposium Scientific Committee

Prof. Dr. Thomas A. Bauer Viyana Üniversitesi AVUSTURYA
Prof. Dr. Suat Gezgin Yeditepe Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Gül Rengin Küçükdoğan Hasan Kalyoncu Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Samettin Gündüz Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Aysel Aziz Yeni Yüzyıl Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Edibe Sözen Maltepe Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Asaf Varol Tennessee Üniversitesi (Chattanooga) AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ
Prof. Dr. Yahya R. Kamalipour North Caroline Üniversitesi AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ
Prof. Dr. Murteza Hasanoglu Academy of Public Administration (Devlet İdarecilik Akademisi) AZERBAYCAN
Prof. Dr. Fevzi Kasap Yakınoğlu Üniversitesi KUZey KIBRIS TÜRK CUMHURİYETİ
Prof. Dr. Kairat Omirbayuly Avrasya Milli Üniversitesi KAZAKİSTAN
Prof. Dr. Ümit Arkan Süleyman Demirel Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. And Algül Üsküdar Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Barış Atiker Aydın Adnan Menderes Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Mehmet Naci Bostancı Ankara Hacı Bayramı Veli Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Nalan Büker Arel Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Gülsüm Çalışır Gümüşhane Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Fatoş Alev Parsa Ege Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Zülfikar Damlapınar Ankara Hacı Bayramı Veli Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Filiz Demir Maltepe Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Hanife A. Demirtaş Madran Başkent Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Şakir Eşitti Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Gilman Senem Gençtürk Hızal Başkent Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Yunus Gökmen Başkent Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Mustafa Gülmez Sivas Cumhuriyet Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Haluk Gürgen Bahçeşehir Üniversitesi TÜRKİYE

Prof. Dr. Asuman Banu Barış Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Naci İspir Atatürk Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Esra İlkey İşler Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Himmet Karadal Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Metin Kasım Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Yalçın Kırdar İstanbul Beykent Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Hüseyin Köse Atatürk Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Rengin Küçükdoğan Gaziantep Hasan Kalyoncu Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Levent Mercin Kütahya Dumlupınar Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Halil Nalçaoğlu İstanbul Bilgi Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Nazlı Eda Noyan Bahçeşehir Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Hatice Öz Pektaş İstinye Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Selami Özsoy Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Şebnem Pala Güzel Başkent Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Ali Soylu Pamukkale Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Hasan Kemal Süher Bahçeşehir Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Mustafa Şeker Akdeniz Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Narin Tülay Şeker Akdeniz Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Merih Taşkaya Akdeniz Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Recep Tayfun Maltepe Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Hakan Temiztürk Atatürk Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Selahattin Ganiz İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Mehmet Toplu Ankara Hacı Bayramı Veli Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Mehmet Sezai Türk Ankara Hacı Bayramı Veli Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Hülya Ünal Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Osman Ürper Marmara Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Betül Yarak Ankara Hacı Bayramı Veli Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Emine Yavaşgel İstanbul Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Âdem Yılmaz Atatürk Üniversitesi TÜRKİYE
Prof. Dr. Yusuf Yurdigül Atatürk Üniversitesi TÜRKİYE
Doç. Dr. Fatma Akar Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi TÜRKİYE
Doç. Dr. Pınar Aslan Üsküdar Üniversitesi TÜRKİYE
Doç. Dr. Mehmet İlker Berkman Bahçeşehir Üniversitesi TÜRKİYE
Doç. Dr. Ceyda Büyükbaykal İstanbul Üniversitesi TÜRKİYE
Doç. Dr. Ebru Dede Maltepe Üniversitesi TÜRKİYE
Doç. Dr. Kenan Duman İstanbul Arel Üniversitesi TÜRKİYE
Doç. Dr. Eren Ekin Ercan Aydın Adnan Menderes Üniversitesi TÜRKİYE
Doç. Dr. Ahmet Tuncay Erdem Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi TÜRKİYE
Doç. Dr. Tolga Erkan Ankara Ostim Teknik Üniversitesi TÜRKİYE
Doç. Dr. Tolga Hepdinçler Bahçeşehir Üniversitesi TÜRKİYE
Doç. Dr. Sibel Karaduman Akdeniz Üniversitesi TÜRKİYE
Doç. Dr. Yasin Söğüt Giresun Üniversitesi TÜRKİYE
Doç. Dr. Engin Sarı Ankara Üniversitesi TÜRKİYE
Doç. Dr. Ekin Kadir Selçuk Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi TÜRKİYE
Doç. Dr. Tülin Sepetçi Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi TÜRKİYE
Doç. Dr. Cem Tutar Üsküdar Üniversitesi TÜRKİYE
Doç. Dr. Mehmet Yakın İstanbul Arel Üniversitesi TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Burak Çeber Üsküdar Üniversitesi TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Murat Çöpçü Bahçeşehir Üniversitesi TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Ebru Karadoğan Üsküdar Üniversitesi TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Rahime Akikol İstanbul Arel Üniversitesi TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Evangelina Parisi İonian Üniversitesi YUNANİSTAN
Dr. Öğr. Üyesi Nejla Polat Üsküdar Üniversitesi TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Elif Sabancı Polat Artvin Çoruh Üniversitesi TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Ezgi Şen Üsküdar Üniversitesi TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Özgür Başyigit Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Dicle Yıldırım Üsküdar Üniversitesi TÜRKİYE
Dr. Aytekin Çelik Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi TÜRKİYE

Davetli Konuşmacılar

Prof. Dr. Thomas A. BAUER

Viyana Üniversitesi Öğretim Üyesi

Algoritmik İletişim Çağında Anlamın İnşası: Bilgi, Güç ve Gerçeklik

Prof. Dr. Gül Rengin KÜÇÜKERDOĞAN

Hasan Kalyoncu Üniversitesi Rektörü

Algoritmik Tüketici: Veri, Yapay Zekâ ve Yeni Nesil Marka İletişimi

Prof. Dr. Suat GEZGİN

Yeditepe Üniversitesi Öğretim Üyesi

Dijitalleşmeden Algoritmik Medyaya: Gazeteciliğin ve İletişim Eğitiminin Geleceği

Sunuş

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından geleneksel hale getirilmesi hedefiyle başlatılan BAİBÜİLEF-İG Uluslararası İletişim Günleri Sempozyumu'nun ilki, Cumhuriyetimizin 100. yılı kapsamında 2024 yılında "Dijital Dönüşüm ve Yeni Medya" temasıyla gerçekleştirilmiş ve akademik çevrelerden yoğun ilgi görmüştür. İlk organizasyonun ortaya koyduğu bilimsel birikim ve etkileşim, bu yıl düzenlenen BAİBÜİLEF-İG 2026 3. Uluslararası İletişim Günleri Sempozyumu için güçlü bir zemin oluşturmuştur.

"Alfabeden Algoritmaya: Küresel İletişimde Yeni Ufuklar" ana temasıyla gerçekleştirilen sempozyumumuz, iletişim bilimlerinin dijital dönüşüm sürecinde karşı karşıya kaldığı yeni soruları disiplinlerarası bir bakış açısıyla ele almayı amaçlamıştır.

Yaklaşık altı ay öncesinden başlatılan hazırlık süreci boyunca yürütülen yoğun akademik ve kurumsal çalışmalar neticesinde sempozyumumuz; Türkiye'nin yanı sıra Avusturya, Gürcistan, Azerbaycan, Ürdün, Özbekistan, Türkmenistan ve Nijerya başta olmak üzere 8 farklı ülkeden, 37 üniversite ve kurumdan yüzlerce katılımcı ve misafir bilim insanını aynı akademik platformda buluşturmuştur. Toplam 16 panel ve 105 bildirinin sunulduğu etkinlik, iletişim alanındaki güncel araştırmaların paylaşılması ve yeni iş birliklerinin geliştirilmesi açısından önemli bir bilimsel zemin oluşturmuştur.

Bu yılki sempozyumda yalnızca iletişim alanından değil; dilbilim, edebiyat, yazılım, mühendislik, tasarım, mimarlık, bilişim, bilgi teknolojileri, kültürel çalışmalar, güvenlik stratejileri ve sağlık iletişimi gibi farklı disiplinlerden araştırmacılar bir araya gelmiştir. Böylece yapay zekâ, algoritmalar ve dijital teknolojilerin küresel iletişim süreçlerine etkileri çok boyutlu bir perspektifle değerlendirilmiş; ortak düşünme, tartışma ve üretme kültürünü besleyen verimli bir akademik ortam oluşturulmuştur.

Sempozyum boyunca üretken yapay zekâ uygulamaları, algoritmik görünürlük rejimleri, dijital gözetim, sentetik medya, deepfake teknolojileri, platform kapitalizmi, dijital bağımlılık, dezenformasyon, kültürel belleğin dijitalleşmesi ve etik iletişim gibi güncel konular öne çıkmıştır. Sunulan çalışmalar, insan merkezli iletişim anlayışının korunmasının, etik ilkelerin güçlendirilmesinin ve yapay zekâ uygulamalarının toplumsal etkilerinin eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirilmesinin gerekliliğini ortaya koymuştur.

Açılış oturumunda uluslararası ve ulusal düzeyde önemli akademisyenler görüşlerini paylaşmıştır. Viyana Üniversitesi'nden Prof. Dr. Thomas A. Bauer, "Algoritmik İletişim Çağında Anlamanın İnşası: Bilgi, Güç ve Gerçeklik" başlıklı konuşmasında algoritmaların yalnızca bilgi akışını değil, toplumsal gerçeklik algısını da şekillendirdiğini vurgulamıştır. Hasan Kalyoncu Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Gül Rengin Küçükdoğan, veri odaklı marka iletişimi ve algoritmik tüketici kavramlarını ele alırken; Prof. Dr. Suat Gezgin ise iletişim eğitiminin geleceğine ilişkin değerlendirmeleriyle katılımcılara önemli perspektifler sunmuştur.

Sempozyumumuzun önemli kazanımlarından biri de bilimsel çıktıların uluslararası görünürlüğünün artırılması olmuştur. Üniversitemiz ile EBSCO arasında gerçekleştirilen iş birliği sayesinde sempozyum bildirileri küresel akademik erişime açılmakta; araştırmacılar çalışmalarını uluslararası bilim dünyasıyla paylaşma ve yeni atıf ağlarına dâhil olma imkânı elde etmektedir. Bu durum, fakültemizin bilimsel üretimini dünya ölçeğinde daha görünür kılma hedefimize önemli katkılar sunmaktadır.

Öte yandan BAİBÜİLEF-İG sempozyumlarının bilimsel çıktılarını medya kanalları aracılığıyla toplumla buluşturma yaklaşımı, yükseköğretimde bilim iletişiminin güçlendirilmesine yönelik güncel vizyon ve stratejilerle de örtüşmektedir. Akademik bilginin yalnızca üretilen değil, aynı zamanda anlaşılır, erişilebilir ve toplumsal fayda oluşturacak biçimde paylaşılması gerektiğine inanıyoruz. Bu yönüyle BAİBÜİLEF-İG, çağın gelişmelerini takip eden değil; bilim, iletişim ve teknoloji ekseninde yeni perspektifler üreten bir platform olma niteliğini her geçen yıl daha da güçlendirmektedir.

Sempozyum süresince oluşan akademik paylaşım ortamının uluslararası iş birliklerini geliştirdiği, disiplinlerarası araştırmaları teşvik ettiği ve iletişim bilimlerinin geleceğine yönelik yeni bakış açıları sunduğu görülmüştür. "Alfabaden Algoritmaya" uzanan bu düşünsel yolculuğun; insan, teknoloji ve kültür arasındaki ilişkinin yeniden yorumlanmasına önemli katkılar sağladığı değerlendirilmektedir.

BAİBÜİLEF-İG 2026 Sempozyumu'nun gerçekleştirilmesinde desteklerini esirgemeyen başta Rektörlüğümüz olmak üzere tüm akademik ve idari personelimize, bilim kurulumuza, oturum başkanlarımıza, bildirileriyle katkı sunan değerli araştırmacılarımıza, öğrencilerimize ve organizasyon ekibimize teşekkürlerimizi sunuyoruz.

Önümüzdeki yıllarda daha geniş katılımlı ve daha güçlü uluslararası iş birlikleriyle gerçekleştirmeyi hedeflediğimiz BAİBÜİLEF-İG, yalnızca bir akademik buluşma değil; iletişim, teknoloji ve yapay zekâ ekseninde gelişen araştırma ağlarının şekillendiği, yeni fikirlerin filizlendiği ve bilimsel dayanışmanın güçlendiği bir platform olmaya devam edecektir.

Türkiye Yüzyılı vizyonundan ilhamla çıktığımız bu yolda; yapay zekâ ve dijital teknolojilere yalnızca uyum sağlayan değil, bu dönüşüme yön veren bir anlayışla yaklaşmayı sürdürüyoruz. Bilgiyi takip eden değil üreten, değişimi izleyen değil şekillendiren, bilimsel merakı toplumsal faydaya dönüştüren bir perspektifle çalışmalarımıza devam ediyoruz. İletişim bilimlerinin geleceğine katkı sunacak yeni fikirlerde, yeni projelerde ve yeni buluşmalarda yeniden bir araya gelmek dileğiyle.

Prof. Dr. Emre Tandırılı
Eylül 2026 Bolu TÜRKİYE

Keynote Speakers

Prof. Dr. Thomas A. BAUER

Professor at the University of Vienna

*The Construction of Meaning in the Age of Algorithmic Communication:
Information, Power, and Reality*

Prof. Dr. Gül Rengin KÜÇÜKERDOĞAN

Rector of Hasan Kalyoncu University

*The Algorithmic Consumer: Data, Artificial Intelligence,
and Next-Generation Brand Communication*

Prof. Dr. Suat GEZGİN

Professor at Yeditepe University

*From Digitalization to Algorithmic Media:
The Future of Journalism and Communication Education*

Presentation

The first BAİBÜİLEF-İG International Communication Days Symposium, initiated by the Faculty of Communication at Bolu Abant İzzet Baysal University with the aim of making it a tradition, was held in 2024 with the theme "Digital Transformation and New Media" as part of the 100th anniversary of our Republic and received intense interest from academic circles. The scientific knowledge and interaction generated by the first organization provided a strong foundation for this year's BAİBÜİLEF-İG 2026 3rd International Communication Days Symposium. Our symposium, held under the main theme of "From Alphabet to Algorithm: New Horizons in Global Communication," aimed to address the new questions facing communication sciences in the digital transformation process from an interdisciplinary perspective.

As a result of intensive academic and institutional work carried out during the preparation process, which began approximately six months prior, our symposium brought together hundreds of participants and guest scientists from 37 universities and institutions from 8 different countries, including Turkey, Austria, Georgia, Azerbaijan, Jordan, Uzbekistan, Turkmenistan, and Nigeria, on the same academic platform. The event, which featured a total of 16 panels and 105 presentations, created an important scientific platform for sharing current research in the field of communication and developing new collaborations.

This year's symposium included participants not only from the field of communication; Researchers from diverse disciplines such as linguistics, literature, software, engineering, design, architecture, information technology, cultural studies, security strategies, and health communication came together. Thus, the impact of artificial intelligence, algorithms, and digital technologies on global communication processes was evaluated from a multi-dimensional perspective; creating a productive academic environment that fostered a culture of shared thinking, discussion, and production.

Throughout the symposium, current topics such as generative AI applications, algorithmic visibility regimes, digital surveillance, synthetic media, deepfake technologies, platform capitalism, digital addiction, disinformation, the digitalization of cultural memory, and ethical communication were highlighted. The presented studies demonstrated the necessity of preserving a human-centered understanding of communication, strengthening ethical principles, and critically evaluating the societal impacts of AI applications.

The opening session featured presentations from prominent academics at both international and national levels. Professor Dr. Thomas A. Bauer from the University of Vienna, in his presentation titled "The Construction of Meaning in the Age of Algorithmic Communication: Information, Power, and Reality," emphasized that algorithms shape not only the flow of information but also the perception of social reality. Professor Dr. Gül Rengin Küçükerdoğan, Dean of the Faculty of Communication at Hasan Kalyoncu University, addressed the concepts of data-driven brand communication and algorithmic consumerism; while Professor Dr. Suat Gezgin offered valuable perspectives on the future of communication education.

One of the significant achievements of our symposium was the increased international visibility of its scientific output. Thanks to the collaboration between our university and EBSCO, symposium papers are accessible to global academics; researchers have the opportunity to share their work with the international scientific community and join new citation networks. This significantly contributes to our goal of making our faculty's scientific output more visible on a global scale.

On the other hand, the approach of bringing the scientific outputs of the BAİBÜİLEF-İG symposiums to the public through media channels aligns with current visions and strategies for strengthening science communication in higher education. We believe that academic knowledge should not only be produced but also shared in a way that is understandable, accessible, and creates social benefit. In this respect, BAİBÜİLEF-İG is strengthening its position each year as a platform that does not merely follow the developments of the age, but also produces new perspectives on science, communication, and technology.

The academic sharing environment created during the symposium has been observed to foster international collaborations, encourage interdisciplinary research, and offer new perspectives on the future of communication sciences. This intellectual journey, extending from "Alphabet to Algorithm," is considered to have made significant contributions to the reinterpretation of the relationship between humanity, technology, and culture.

We would like to express our gratitude to our Rectorate, all our academic and administrative staff, our scientific committee, our session chairs, our valuable researchers who contributed with their papers, our students, and our organizing team for their unwavering support in the realization of the BAİBÜİLEF-İG 2026 Symposium.

BAİBÜİLEF-İG, which we aim to hold with broader participation and stronger international collaborations in the coming years, will continue to be more than just an academic gathering; it will be a platform where research networks developing around communication, technology, and artificial intelligence are shaped, new ideas sprout, and scientific solidarity is strengthened.

Inspired by the vision of the Turkish Century, we continue to approach artificial intelligence and digital technologies with an understanding that not only adapts to this transformation but also directs it. We continue our work with a perspective that produces knowledge rather than follows it, shapes change rather than observes it, and transforms scientific curiosity into social benefit. We look forward to meeting again in new ideas, new projects, and new gatherings that will contribute to the future of communication sciences.

Prof. Dr. Emre Tandırılı
September 2026 Bolu TÜRKİYE



BAIBUILEF-IG

BOLU ABANT İZZET BAYSAL UNIVERSITY
COMMUNICATION FACULTY COMMUNICATION DAYS INTERNATIONAL SYMPOSIUM

İLETİŞİM FAKÜLTESİ

BOLU ABANT İZZET BAYSAL UNIVERSITY
FACULTY of COMMUNICATION

BAIBUILEF-IG

BAIBUILEF-IG

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

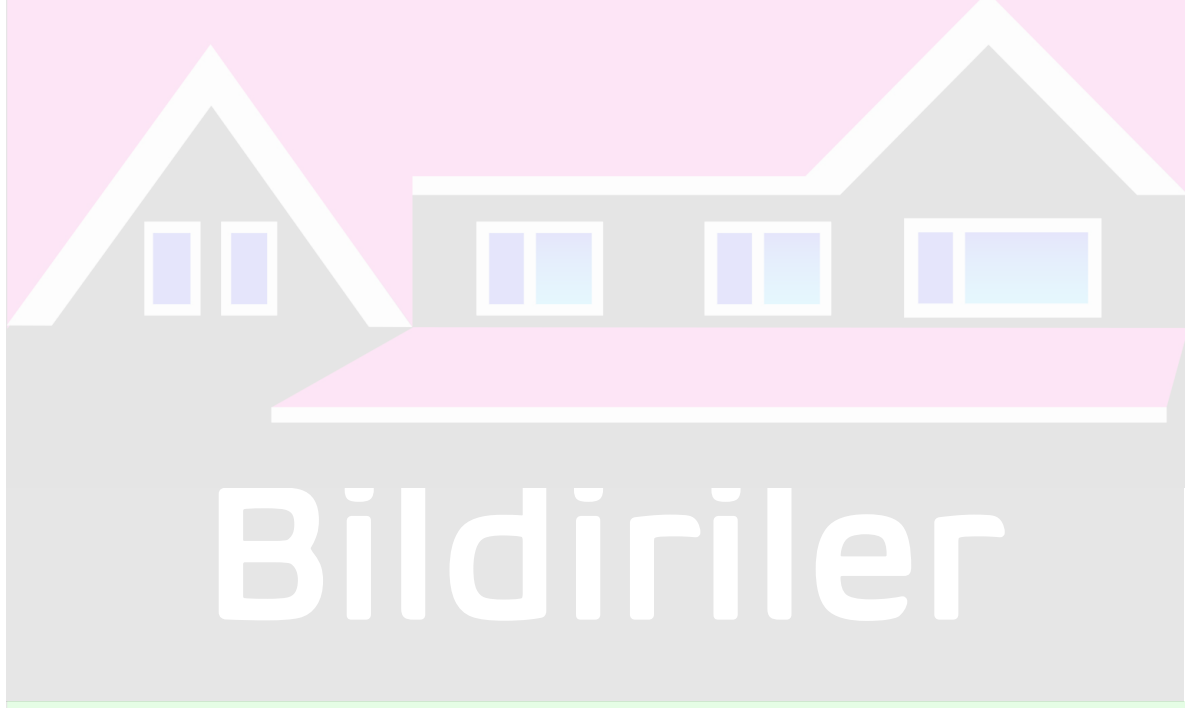
SUNUŞ / PREFACE	6/9
BİLDİRİLER / PROCEEDINGS (Soyadı alfabetik sıraya göre / Surname in alphabetical order). 14	
“MADE BY HUMAN”: REKLAMDA YAPAY ZEKÂ YORGUNLUĞU VE İNSAN ELİYLE ÜRETİM SÖYLEMİ Haluk AKARSU	15
THE GENİUS OF THE CHARACTER AND THE CONSTRUCTION OF THE CONCEPT: A COMPARATIVE STUDY ON THE IMPACT OF ARABİC AND ENGLISH LİNGUISTİC STRUCTURES Rana AL SALAYMAN	29
ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNOLOGIES IN THE TEACHING AND ASSESSMENT OF MARITIME ENGLISH Gulchohra ALİYEVA	41
AZERBAYCAN TERCÜME ANSİKLOPEDİSİ: YAPAY ZEKÂ ARAÇLARININ ENTEGRASYONU Leyla ALİYEVA	50
ALFABEDEN ALGORİTMAYA: EPİGRAF İŞLEVİNDE KUR’AN ALINTILARI VE KÜLTÜRLERARASI ANLAM İLETİMİ: İVAN ALEKSEYEVİÇ BUNİN’İN ŞİİRLERİNDE İNTERTEKSTÜEL SÜREÇLER Tamilla ALİYEVA	54
FROM LARGE LANGUAGE MODELS TO WORLD MODELS: AN ANALYSIS OF SPATIAL AI APPLICATIONS Barış ATİKER	64
ALGORİTMİK İSTİHBARAT: YAPAY ZEKÂ TEMELLİ OSİNT ANALİZİNDE DOĞRULUK, GÜVENLİK VE MANİPÜLASYON SORUNU Mustafa Doğan BAŞALAN	84
MEDIA REALITY AND THE COGNITIVE CONSTRUCTION OF FUTURE REALITIES ABOUT THE MEDIALITY CHARACTER OF SOCIAL PRACTICE Thomas A. BAUER	108
SOSYAL MEDYADA YAŞLI BİREYLERİN EVLİLİK ARAYIŞI: FACEBOOK GRUPLARINDA TEMSİL, YALNIZLIK VE AİDİYET Fatma BULGAN, Salman Selim AKYÜZ	116
KÜRESEL DİJİTAL KÜLTÜRDE ORTAK GÖRSEL DİL Gülce DÖLKELEŞ	126
AI AND NEW CREATIVE ONTOLOGIES IN DESIGN Tolga ERKAN	136
PERCEPTION AS INFRASTRUCTURE: RETHİNKİNG DİGİTAL AESTHETİCS İN THE AGE OF AI Tolga ERKAN	145
INTELLIGENT INFRASTRUCTURES OF DESIGN: AI, PERCEPTION AND THE RECONFIGURATION OF CREATIVE ONTOLOGIES Tolga ERKAN, Emre TANDIRLI	156

DİJİTAL REKLAMCILIKTA ARTIRILMIŞ GERÇEKLİK, MARKA İŞ BİRLİKLERİ VE KONUM BAZLI PAZARLAMA STRATEJİLERİ Mustafa Berk GEÇKALAN, Ertan TOY	164
ALGORİTMİK ÇAĞDA GAZETECİLİK, GERÇEKLİĞİN İNŞASI VE İLETİŞİM EĞİTİMİNİN GELECEĞİ, MODERN İLETİŞİM PARADİGMASININ EŞİĞİNDE KAMUSAL AKIL VE AKADEMİK SORUMLULUK Suat GEZGİN	177
CONTEMPORARY ISSUES IN JAPANESE STUDIES: HISTORICAL STRATIFICATION AND THE FORMATION OF THE MODERN JAPANESE LANGUAGE Ogtay B. JALILBAYLI	189
YAPAY ZEKA VE GAZETECİLİK: BOLU BASINI ÖRNEĞİ S. Sevgül KABA KOLYİĞİT	196
RUS DİLİ VE EDEBİYATI ÖĞRETMENLERİNİN ÇALIŞMALARINDA YAPAY ZEKÂ (AI) KULLANIMININ ÖNEMİ VE PERSPEKTİFLERİ Kamala Tahsin KARIMOVA	207
OSMANLI DÖNEMİ DİYARBAKIR BASINI: İLK GAZETELER VE YAYINCILIK Seher KAYAR, Yiğit AÇIKGÖZ	213
YEREL MEDYA GİRİŞİMCİLİĞİ: BOLU ÖRNEĞİ Lara KIRMUSAOĞLU, Himmet KARADAL	222
BOLU İLİNDE X, Y VE Z KUŞAKLARININ DİJİTAL MEDYA KULLANIM ALIŞKANLIKLARI VE BAĞIMLILIK DÜZEYLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI Selin KIVRAK	238
SOSYAL MEDYA BAĞLAMINDA GÖZETİMİN NORMALLEŞMESİ: ÖZ/ İZLEME PRATİKLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME Dilan KÖYMEN	256
THE INFLUENCE OF THE ARABIC LANGUAGE ON THE ALEPPO DIALECT, A VARIETY OF TURKISH Laila MAHMOUD	270
FROM LANGUAGE TO ALGORITHMS: FORMALIZATION OF THOUGHT IN COMPUTATIONAL SYSTEMS Ana MAMMADOVA	286
DİJİTAL ÇAĞDA KİMLİK DÖNÜŞÜMÜ: GELENEK VE TEKNOLOJİNİN KESİŞTİĞİ NOKTADA AZERBAIJAN, TÜRKİYE VE TÜRK DÜNYASI Leyla MANSUROVA	293
THE EVOLUTION OF ARCHITECTURAL REPRESENTATION: A COMMUNICATION JOURNEY FROM LINE TO CODE, FROM ALPHABET TO ALGORITHM Mehmet Ümit METERELLİYOZ	301
ALGORİTMA MESAJDIR: X GÜNDEMİNDE HASHTAG SÖYLEMLERİNİN ANALİZİ Deniz ÖZER ALPER	305

NEW COMMUNICATION MODELS IN DIGITAL MEDIA: DESIGNING PERCEPTION IN BUSINESS COMMUNICATION STRATEGIES Burak PEKÜN	320
AVRUPA BİRLİĞİ ÇEVRE POLİTİKASINDA TARIM POLİTİKASI Shafiga RAHİMLİ	333
DİJİTAL VİCDAN VE EYLEM AÇIĞI: STK İLETİŞİMİNDE KAMU MOBİLİZASYONU İÇİN TEORİK BİR MODEL Serhan SALEPCİGİL	348
KODLANAN YARATICILIK BAĞLAMINDA REKLAMIN ALFABEDEN ALGORİTMAYA YOLCULUĞU Yasemin TEKELİ	359
İKLİM KANUNU VE SOSYAL MEDYADA YAŞANAN DEZENFORMASYON SÜRECİ Pelin TEKİN ÇELİK	369
ÜMMÜLBANU (BANİN) YARATICILIĞI DOĞU VE BATI EDEBİ İLİŞKİLERİ BAĞLAMINDA Terane Turan RAHİMLİ	380
YAPAY ZEKÂ ÇAĞINDA GÖRSEL İLETİŞİMİN YENİ KODLARI Mahmut Rıfki ÜNAL, Mustafa Orhan YALINIZ	388
ALGORİTMİK KÜRATÖRLÜK: DİJİTAL MÜZECİLİKTE İNSAN ETKİSİNİN YENİDEN TANIMLANMASI Özlem VARGÜN	398
ALGORİTMİK GÜNDEM: X (TWITTER) TREND TOPIC LİSTESİ ÜZERİNE NİTEL BİR İNCELEME Mustafa Orhan YALINIZ, Mahmut Rıfki ÜNAL	408
SİBERNETİK VE YAPAY ZEKA İLİŞKİSİ Remzi YILDIRIM, Samettin GÜNDÜZ	418
FROM SYNAPSE TO SYNTAX: NEUROPHYSIOLOGICAL MECHANISMS UNDERLYING HUMAN LANGUAGE PROCESSING Dana ZAQZOUQ, Aydın HİM	425

Bildiriler

PROCEEDINGS



Bildiriler

BAIBÜİLEF-İG

BOLU ABANT İZZET BAYSAL UNIVERSITY
COMMUNICATION FACULTY COMMUNICATION DAYS INTERNATIONAL SYMPOSIUM



BAİBÜİLEF-İG
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Günleri
Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication Communication Days



15.09.2026

“Made by Human”: Reklamda Yapay Zekâ Yorgunluğu ve İnsan Eliyle Üretim Söylemi

“Made by Human”: AI Fatigue in Advertising and the Discourse of Human-Made Production

Haluk AKARSU¹

Geliş Tarihi (Received): 01.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 02.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Öz: Üretken yapay zekâ teknolojilerinin reklamcılık sektöründe yaygın olarak kullanılması, reklam üretim süreçlerini hızlandırırken yapay zekâ ile üretilen reklamlara yönelik doyumluk ve yorgunluk tartışmalarını da beraberinde getirmiştir. Bu çalışma, reklam profesyonellerinin yapay zekâ ile üretilen reklamlara yönelik yorgunluğu nasıl değerlendirdiklerini ve reklam üretiminde insan dokunuşuna ve “insan eliyle üretim” söylemine nasıl yaklaşıtlarını incelemektedir. Nitel araştırma yaklaşımıyla tasarlanmış olan bu çalışmada, amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme tekniği kullanılarak reklamcılık sektöründe çalışan ve üretken yapay zekâ araçlarını aktif olarak kullanan 15 reklam profesyoneliyle yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerden elde edilen veriler tematik analiz ve betimsel analiz tekniğiyle incelenmiştir. Bulgular, yapay zekâ reklam yorgunluğunun yalnızca reklam sayısının artmasından kaynaklanmadığını göstermektedir. Benzer görsel özelliklerin tekrarlanması, bu içeriklerle sık karşılaşılması ve yapay zekânın başlangıçtaki yenilik etkisini kaybetmesi de yapay zekâ reklam yorgunluğunun ortaya çıkmasında etkili olmaktadır. Ayrıca katılımcılara göre yapay zekâ ile üretilen reklamlar giderek daha fazla birbirine benzemekte ve hedef kitleyle duygusal bağ kurmakta zorlanmaktadır. Yapay zekâ içeriklerinin pürüzsüz ve kusursuz şekline karşılık, düzensizlikler, kusurlar ve el emeğini yansıtan diğer unsurlar ise reklamın insan katkısıyla hazırlandığını hissettirmektedir. Bu nedenle insan dokunuşu reklam üretiminde önemli olarak görülmektedir. İnsan eliyle üretim söylemi ise markaların rekabette farklılaşmasını sağlayabilecek bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Sonuç olarak çalışma, yapay zekânın reklamcılıkta yalnızca üretim süreçlerini değil, özgünlük, değer ve emek algısını da yeniden biçimlendirdiğini göstermektedir. Bu yönüyle çalışma, yapay zekâ reklam yorgunluğu ve reklam üretiminde insan dokunuşunun yeniden önem kazanması konusunda reklam profesyonellerinin görüşlerini ortaya koyarak alanyazına katkı sağlamaktadır.

Anahtar kelimeler: Reklamcılık, Yapay zekâ, Pazarlama, Özgünlük, İnsan Üretimi

&

Abstract: The widespread use of generative artificial intelligence technologies in the advertising industry has accelerated advertising production processes while also giving rise to discussions about saturation and fatigue toward AI-generated advertisements. This study examines how advertising professionals evaluate fatigue toward AI-generated advertisements and how they approach the human touch and the discourse of “human-made production” in advertising. Designed as a qualitative study, the research used criterion sampling, a form of purposive sampling. Semi-structured interviews were conducted with 15 advertising professionals who worked in the industry and actively used generative AI tools. The data obtained from the interviews were examined using thematic and descriptive analysis. The findings show that AI advertising fatigue does not result solely from the growing number of advertisements. The repetition of similar visual features, frequent exposure to AI-generated content, and the decline of AI’s initial novelty effect also contribute to this fatigue. According to the participants, AI-generated advertisements are becoming increasingly similar and have difficulty establishing an emotional connection with target audiences. In contrast to the smooth and flawless appearance of AI-generated content, irregularities, imperfections, and other elements that reflect human labor make the human contribution to the content more noticeable. Therefore, the human touch is regarded as an important part of advertising production. The discourse of human-made production is also considered a factor that may help brands differentiate themselves from their competitors. Overall, the study shows that AI is reshaping not only advertising production processes but also perceptions of originality, value, and labor. In this respect, the study contributes to the literature by presenting advertising professionals’ views on AI advertising fatigue and the renewed importance of the human touch in advertising production.

Keywords: Advertising, Artificial Intelligence, Marketing, Originality, Human Creation

Atıf/Cite as Akarsu, H. (2026). “Made by Human”: AI Fatigue in Advertising and the Discourse of Human-Made Production. BAİBÜİLEF-İG 2026, BAİBÜ, Bolu.

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Anadolu Üniversitesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, e-posta: halukakarsu@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0883-845

Giriş

Üretken yapay zekâ teknolojileri, reklamcılık alanında giderek daha yaygın biçimde kullanılmaktadır. Bunun temel nedeni, bu sistemlerin metin, görsel, ses ve video üretebilmesi ve böylece fikir geliştirme, metin yazma, görselleştirme ve içerik çeşitlendirme gibi reklamcılık faaliyetlerini hızlandırmasıdır (Kshetri vd., 2024; Grewal vd., 2025). Bu doğrultuda yapay zekânın reklamın hedeflemesi ve performansının ölçülmesinde kullanılan analitik bir araç olmanın ötesine geçerek yaratıcı üretim sürecine doğrudan katıldığı söylenebilir.

Üretken yapay zekâ reklam profesyonellerine hız, maliyet ve üretim kolaylığı açısından çeşitli avantajlar sağlarken bazı sorunları da beraberinde getirmektedir. Aynı yapay zekâ araçlarının benzer komutlar ve estetik tercihlerle kullanılması, farklı markalara ait içeriklerin görsel ve anlatısal açıdan birbirine yaklaşmasına neden olabilmektedir. Bu araçların geniş kitleler tarafından kullanılabilir hâle gelmesi reklam miktarını artırırken, içeriklerin özgünlüğünü ve ayırt ediciliğini zayıflatabilmektedir (Wahid vd., 2025). Nitekim 2026 yılında dijital video reklamların yaklaşık %40'ının yapay zekâ ile üretilmesi beklenmektedir (IAB, 2025). Başlangıçta yenilikçi görülen yapay zekâ estetiği ile sürekli karşılaşılması ise zamanla bu içeriklere yönelik bir doyumun ortaya çıkmasına yol açmaktadır.

Bu çalışmada söz konusu doyum, “yapay zekâ reklam yorgunluğu” olarak ele alınmaktadır. Yapay zekâ reklam yorgunluğu, çalışmada ölçülmüş ve sınanmış bir psikolojik yapı olarak değil, yapay zekâ ile üretilen reklamların çoğalması, benzer estetik özelliklerin tekrarlanması, içeriklerin giderek tahmin edilebilir hâle gelmesi ve yapaylık algısının güçlenmesi sonucunda bu reklamlara yönelik ilginin, yenilik algısının ve duygusal etkinin zayıflamasını açıklayan bir kavramsallaştırma olarak kullanılmaktadır.

Yapay zekâ ile üretilen içeriklerin yaygınlaşması, reklam üretiminde insan emeğinin ve yaratıcı yorumun yeniden önem kazanmasına da neden olmaktadır. Bu bağlamda “insan dokunuşu”, reklamın bütünüyle insan tarafından üretilmesi anlamına ek olarak, kültürel duyarlılığın, kişisel yorumun ve insan denetiminin üretim sürecinde hissedilmesini kapsamaktadır. Buna karşılık “insan eliyle üretim”, yapay zekâ kullanılmadan gerçekleştirilen ve insan emeğini üretimin temel unsuru olarak öne çıkaran daha sınırlı bir üretim biçimine karşılık gelmektedir. Mevcut araştırmalar, tüketicilerin yapay zekâ yerine insanlar tarafından üretilen reklamları görmek istediklerini ortaya koymaktadır (Canva, 2026). Bu nedenle “Made by Human” söylemi, insan emeğini ve yaratıcılığını görünür kılan stratejik bir üretim beyanına dönüşmektedir.

Bu düşünceden hareketle çalışma, reklam profesyonellerinin yapay zekâ ile üretilen reklamlara yönelik yorgunluk hakkındaki değerlendirmelerini incelemektedir. Ayrıca insan dokunuşunun ve insan eliyle üretim söyleminin söz konusu yorgunluk karşısında reklam üretimi açısından nasıl bir alternatif oluşturabileceğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki araştırma sorularına yanıt aranmaktadır:

AS1: Reklam profesyonelleri, yapay zekâ ile üretilen reklamlara yönelik yorgunluğu nasıl değerlendirmektedir?

AS2: Reklam profesyonelleri reklamcılıkta insan dokunuşunu ve “insan eliyle üretim” söylemini nasıl değerlendirmektedir?

Kavramsal Çerçeve

Yapay zekâ, insan zekâsıyla ilişkilendirilen öğrenme, akıl yürütme, örüntü belirleme, problem çözme ve karar verme gibi görevleri yerine getirebilen bilgisayar sistemlerini kapsayan geniş bir kavramdır. Bu yönüyle yapay zekâ, tek bir teknoloji veya uygulamadan ziyade farklı veri işleme yöntemlerini ve hesaplamalı modelleri bünyesinde barındıran genel bir teknolojik alanı ifade etmektedir. Qin ve Jiang (2019) yapay zekâyı, insan zekâsını taklit eden ve makine zekâsını mümkün kılan çığır açıcı teknolojiler bütünü olarak ele alır. Miranda (2020) ise yapay zekâyı veri kümelerindeki anlamlı örüntülerin bilgisayarlar aracılığıyla belirlenmesini ve gelecekteki örüntülerin tahmin edilmesini sağlayan; böylece otomatik eylemler veya insan kararlarına temel oluşturabilecek içgörüler üreten, insan tasarımı bir dijital teknoloji olarak kavramlaştırmaktadır.

Kaplan ve Haenlein (2019) yapay zekâ sistemlerini analitik yapay zekâ, insandan esinlenen yapay zekâ (Human-Inspired AI) ve insanileştirilmiş yapay zekâ olmak üzere üç grupta sınıflandırmaktadır. Analitik yapay zekâ daha çok bilişsel zekâ özellikleriyle verileri işler ve geçmiş deneyimlerden öğrenerek gelecekteki kararlara temel oluşturur. İnsandan esinlenen yapay zekâ, bilişsel zekânın yanında duygusal zekâ unsurlarını da içerir ve insan duygularını anlamaya ya da karar süreçlerinde dikkate almaya yönelir. İnsanileştirilmiş yapay zekâ ise bilişsel, duygusal ve sosyal zekâ özelliklerini birlikte içeren daha ileri bir düzeyi ifade etmekle birlikte, bu tür sistemlerin henüz tam anlamıyla mevcut olmadığı söylenebilir. Bu gelişim çizgisinin günümüzde ulaştığı en önemli aşamalardan biri ise üretken yapay zekâdır.

Cui, Liu ve Yuan (2025), yapay zekânın sadece bir araç değil, reklamcılık sektöründeki yaratıcılığın özünü yeniden tanımlayan bir teknoloji olduğunu ileri sürer. Üretken yapay zekâ günümüzde metin, görsel, ses ve video gibi yeni içerikler üretebilen modellerden oluşmakta ve yapay zekânın veri analizi odaklı kullanımından yaratıcı üretim süreçlerine doğru gerçekleşen dönüşümünü temsil etmektedir (Huang ve Rust, 2021). Reklamcılık alanındaki ilk yapay zekâ uygulamaları büyük ölçüde hesaplamalı reklamcılık, programatik medya satın alma, hedefleme, kişiselleştirme ve reklam etkinliğinin ölçülmesi gibi analitik işlevlerde yoğunlaşmıştır (Chen vd., 2019; Rodgers, 2021). Bu dönemde yapay zekâ, yaratıcı içeriği doğrudan oluşturan bir aktörden çok, reklam kararlarının veriye dayalı ve verimli biçimde alınmasını destekleyen bir teknoloji olarak konumlanmıştır. Üretken yapay zekâ araçlarının yaygınlaşmasıyla birlikte yapay zekânın reklamcılıktaki rolü operasyonel ve analitik görevlerin ötesine geçmiştir. Artık bu araçlar yaratıcı fikir geliştirme, beyin fırtınası, reklam metni yazımı, görsel ve video üretimi, kampanya konsepti oluşturma ve alternatif reklam uygulamaları hazırlama gibi yaratıcı süreçlerde yoğun bir şekilde kullanılmaktadır (Cui vd., 2025; Grewal vd., 2025; Yang vd., 2026).

Üretken Yapay Zekânın Reklamcılık Mesleği Üzerindeki Etkileri

Üretken yapay zekânın reklam üretim süreçlerine entegrasyonu yalnızca kullanılan araçların ve iş akışlarının değişmesi anlamına gelmemektedir. Bu dönüşüm, reklamcılık mesleğinde hangi görevlerin insan tarafından yerine getirileceğini, hangi becerilerin değerli kabul edileceğini ve yaratıcı profesyonellerin üretim sürecindeki konumlarını da yeniden şekillendirmektedir. Reklamcılıkta yaratıcı emeğin; fikir geliştirme, tüketici içgörüsünü yorumlama, marka kimliğine uygun içerik oluşturma ve farklı iletişim unsurlarını bütünlüklü bir anlatıya dönüştürme gibi bilişsel ve mesleki faaliyetleri kapsadığı söylenebilir. Üretken yapay zekânın bu faaliyetlerin bir bölümüne katılması, yaratıcı emeğin yeniden tanımlanmasına yol açmaktadır.

Üretken yapay zekânın çalışanlar açısından en görünür katkılarından biri, reklam üretiminin çeşitli aşamalarını hızlandırmasıdır. Metinlerin ilk taslağını hazırlama, görsel alternatifler oluşturma, araştırma yapma ve içerikleri düzenleme gibi faaliyetlerin yapay zekâ tarafından desteklenmesi, reklam profesyonellerinin zaman ve emek tasarrufu sağlamasına olanak tanımaktadır. Mevcut çalışmalar da yapay zekânın insanın yerini almasından çok, çalışanın mevcut yeteneklerini geliştirerek iş performansını artırabileceğini ileri sürmektedir (Raisch ve Krakowski, 2021). Fakat bununla birlikte üretken yapay zekânın yaratıcı iş akışlarını kolaylaştırırken aynı zamanda süreçlerin karmaşıklığını artırabildiğini ve yapay zekâ çıktılarının yönetilmesi için yeni uzmanlık biçimlerine ihtiyaç duyulduğunu da belirtmek gerekir (Cui vd., 2025).

Cui vd. (2025) yapay zekâ ile ortak üretim sürecinde, reklam profesyonelleri için yapay zekâ tarafından üretilen içeriklerin küratörlüğünü içeren yeni bir meslekî rolün ortaya çıktığını belirtmektedir. Bu doğrultuda yapay zekâyla ortak üretim sürecinde reklam profesyonellerinin, problemi tanımlama, yapay zekâyı yönlendirme ve yapay zekâ önerilerini değerlendirip marka amaçlarıyla uyumlu çıktılar üretimini sağlayabilme becerilerine sahip olması beklenmektedir. Buna ek olarak yapay zekânın iş süreçlerine dâhil olması, çalışanların teknik becerilerinin yanında eleştirel düşünme, problem çözme ve uyum sağlama gibi becerilerini geliştirmelerini de zorunlu kılmaktadır (Morandini vd., 2023). Yapay zekâyı doğru komut girme, üretilen içerikleri değerlendirip geliştirme ve etik veya hukuki riskleri değerlendirme günümüz reklamcılık sektöründe yeni meslekî yeterlilikler içerisinde yer almaktadır (Cui vd., 2025).

Yapay zekânın reklamcılara yeni yetkinlikler kazandırması, reklamcılarının mevcut yaratıcı becerilerini her durumda geliştirdiği anlamına gelmemelidir. Örneğin Seeber vd. (2020), yapay zekâ sistemlerinin mevcut örüntüleri pekiştirerek üretim sürecinde kullanıcıların yaratıcı ve eleştirel katılımını sınırlayabileceğine dikkat çekmektedir. Benzer şekilde Wadinambiarachchi vd. (2024), yapay zekâ kullanımının üretilen fikir sayısını azaltabildiğini ve fikirlerin çeşitliliği ile özgünlüğünü düşürebildiğini tespit etmiştir. Dolayısıyla üretken yapay zekânın yaratıcı üretime etkisinin, teknolojinin varlığından çok hangi görevlerde, ne ölçüde ve nasıl kullanıldığına bağlı olarak değiştiği söylenebilmektedir.

Yapay zekânın reklamcılık sektörü üzerindeki bir diğer etkisi ise reklamcılık ve pazarlama faaliyetlerinin uzman olmayan kişiler tarafından da yapılabilmesini kolaylaştırmasıyla ilgilidir. Wahid vd.'ne (2025) göre yapay zekânın içerik oluşturma, görsel tasarlama, bilgiye erişme gibi imkânları, sıradan kullanıcıların pazarlama yeteneklerini geliştirmesine katkıda bulunmaktadır. Daha önce profesyonel metin yazarları, tasarımcılar, veri analistleri veya reklam ajansları tarafından gerçekleştirilen bazı faaliyetler, yapay zekâ araçları sayesinde sınırlı teknik bilgiye ve bütçeye sahip kullanıcılar tarafından da yapılabilir hâle gelmektedir. Bu durum küçük işletmeler ve bağımsız üreticiler açısından reklam üretimini kolaylaştırırken, reklam ajansları ile müşterileri arasındaki uzmanlık farkını da azaltmaktadır. Müşterilerin daha önce dışarıdan hizmet aldığı bazı üretim faaliyetlerini kendi bünyelerinde gerçekleştirebilmesi, reklam ajanslarına ve yaratıcı profesyonellere duyulan ihtiyacın yeniden değerlendirilmesine yol açmaktadır. Tüm bunlar yapay zekâ teknolojilerinin sadece üretim sürecini değil, reklamcılık sektörünü ve reklam profesyonellerinin meslekî rollerini ve yetkinliklerini de farklı şekillerde etkilediğini ortaya koymaktadır.

Yapay Zekâ Yorgunluğu

Yapay zekâ yorgunluğu, uzun süreli insan-yapay zekâ etkileşimi sonucunda ortaya çıkan zihinsel ve duygusal zorlanmayı açıklayan bir kavramdır. Lau vd. (2026), yapay zekâ yorgunluğunu bilişsel aşırı yük, duygusal zorlanma, davranışsal uzaklaşma ve fiziksel tükenme boyutlarından oluşan çok boyutlu bir yapı olarak tanımlamaktadır. Araştırmacılar, yapay zekâ yorgunluğu arttıkça mevcut kullanımın azaldığını tespit etmişlerdir. Miranda vd. (2026) ise bilişsel aşırı yük, motivasyon kaybı, ahlaki huzursuzluk, fiziksel zorlanma ve dikkat dağılmasını yapay zekâ yorgunluğunun temel boyutları olarak ele almaktadır. Benzer şekilde Parreño vd. (2026), yapay zekâ kullanımında en sık karşılaşılan yorgunluğun bilişsel yorgunluk olduğunu ileri sürmektedir. Yazarlara göre bu durumdaki kullanıcılarda zihinsel tükenme, bilişsel yük ve odaklanma zorluğu gözlemlenmektedir.

Reklamcılık alanında yapay zekâ yorgunluğunu doğrudan ölçen araştırmalar henüz sınırlıdır. Fakat sektörel veriler bu olguya yönelik önemli bulgular ortaya koymaktadır. Örneğin Williamson vd. (2026), yapay zekâ ile üretilen reklamlara olumsuz yaklaşan tüketicilerin oranının 2024'e göre 12 puan arttığını tespit etmişlerdir. Canva (2026) raporunda ise tüketicilerin düşük nitelikli ve kitlesel biçimde üretilen içerikleri ifade eden "YZ içerik kirliliğine" (AI slop) karşı tepki göstermeye başladığı belirtilmektedir. Rapora göre araştırmaya katılanların %87'si, en iyi reklamların hâlâ insan dokunuşuna ihtiyaç duyduğunu ifade etmiştir. Bu veriler her ne kadar yapay zekâ reklam yorgunluğunu doğrudan kanıtlamasa da yapay zekâ içeriklerinin yaygınlaşmasına eşlik eden bıkkınlık, olumsuz tutum ve insan üretimine yönelme eğilimine işaret etmektedir.

"Human Touch" ve "İnsan Eliyle Üretim" Söylemi

Yapay zekâ içeriklerinin yaygınlaşması, yaratıcı üretimde insan katkısının nasıl tanımlanacağına ilişkin tartışmaları yeniden gündeme getirmiştir. Bu doğrultuda, insanın reklam üretimindeki rolünü ve katkısını vurgulayan "insan dokunuşu" ve "insan eliyle üretim" kavramları reklamcılık açısından daha önemli hâle gelmiştir. Her iki kavram birbiriyle ilişkili ancak aynı anlama gelmeyen yaklaşımlara karşılık gelmektedir. İnsan dokunuşu, yapay zekâ ile ortak üretim sürecinde insanın karar verdiği, yönlendirmelerde bulunduğu ve üretimi tamamıyla yapay zekâyı bırakmadığı üretim anlayışını ifade etmektedir. İnsan eliyle üretim ise yapay zekânın üretim sürecine dâhil edilmediği ve reklamın fikir geliştirmeden uygulamaya kadar insan emeğiyle oluşturulduğu bir üretim anlayışına karşılık gelmektedir. Dolayısıyla ilk yaklaşım yapay zekâ kullanımının insan denetiminde sürdürülmesine, ikincisi ise yapay zekânın bilinçli biçimde üretim sürecinin dışında bırakılmasına dayanmaktadır.

İnsan dokunuşu, yapay zekâ destekli üretimde insanın yalnızca son aşamada gerçekleştirdiği küçük bir müdahale olarak görülmemelidir. Aksine insan, sürecin herhangi bir aşamasında aktif olarak rol almaktadır. Cui vd. (2025), yapay zekâ destekli ortak üretimin ortak ilham, ortak üretim ve ortak ayarlama (calibration) aşamalarından oluşan yinelemeli bir süreç olduğunu ileri sürmektedir. Bu sürecin içerisinde insan ve yapay zekâ birlikte çalışmaktadır. Üretimde hem insanın hem de yapay zekânın katkısı bulunmaktadır.

İnsan eliyle üretimde ise insan katkısı, yapay zekâ çıktısını yönlendiren veya geliştiren bir unsur olmanın ötesine geçmektedir. Buradaki temel unsur, tüm çabanın insan tarafından yerine getirilmiş olmasıdır. Kimi markalar bu yaklaşımı benimseyerek insan üretimi vurgusunu reklam mesajlarına taşımakta ve rekabetten farklılaşmaya çalışmaktadır. Bir reklamda “*bu reklam üretiminde yapay zekâ kullanılmamıştır*” gibi bir mesajın yer alması, reklamın kaynağı ve üretim biçimi hakkında hedef kitleye açık bir bilgi vermektedir. Bununla birlikte bu ifade yalnızca üretim süreciyle ilgili teknik bir açıklama olarak değerlendirilmemelidir. Çünkü bu tür söylemler, reklam üretiminde insan emeği ve yaratıcı çabanın üretimin merkezinde bulunduğunu bildiren sembolik bir anlam taşımaktadır.

Günümüzde bazı markalar bu yaklaşımı iletişim stratejilerinin bir parçası hâline getirmeye başlamıştır. Bu markalardan birini Porsche oluşturmaktadır. Porsche, hiçbir üretken yapay zekâ aracı kullanmadan ve yalnızca insan emeğine dayalı şekilde *The Coded Love Letter* adlı bir reklam filmi hazırlamıştır. Reklam filminde el çizimleri ile üç boyutlu animasyon birleştirilmiştir. Paris merkezli Parallel Studio tarafından hazırlanan bu reklam filminin oluşturulma sürecindeki eskizler, hikâye taslakları ve animasyon aşamaları ise kampanya mesajının bir parçası hâline getirilmiş, markanın sosyal medya hesaplarından paylaşılmıştır.



(Resim 1) Porsche Holiday – The Coded Love Letter Reklam Filmi Örnek Sahneleri

Bu yaklaşımın dikkat çeken örneklerinden bir diğeri, Fransız süpermarket zinciri Intermarché’nin 2025 Noel kampanyası kapsamında yayımladığı *Le Mal-Aimé (The Unloved)* adlı reklam filmidir. Film, ormandaki diğer hayvanlar tarafından dışlanan yalnız bir kurdun, sebze yemekleri hazırlamayı öğrenerek onlarla yakınlaşmasını ve Noel sofrasına kabul edilmesini anlatmaktadır. Aidiyet, kabul görme ve paylaşma temalarını işleyen reklam, yaklaşık bir yılda 80 kişilik bir ekip tarafından hazırlanmıştır. Üretiminde üretken yapay zekânın kullanılmaması, filmi aynı dönemde yayımlanan yapay zekâ destekli Noel reklamlarından ayırmış; insan emeğiyle oluşturulan hikâye anlatımının ve animasyonun dikkat çeken örneklerinden biri hâline getirmiştir.



(Resim 2) Intermarché The Unloved Reklam Filmi Örnek Sahneleri

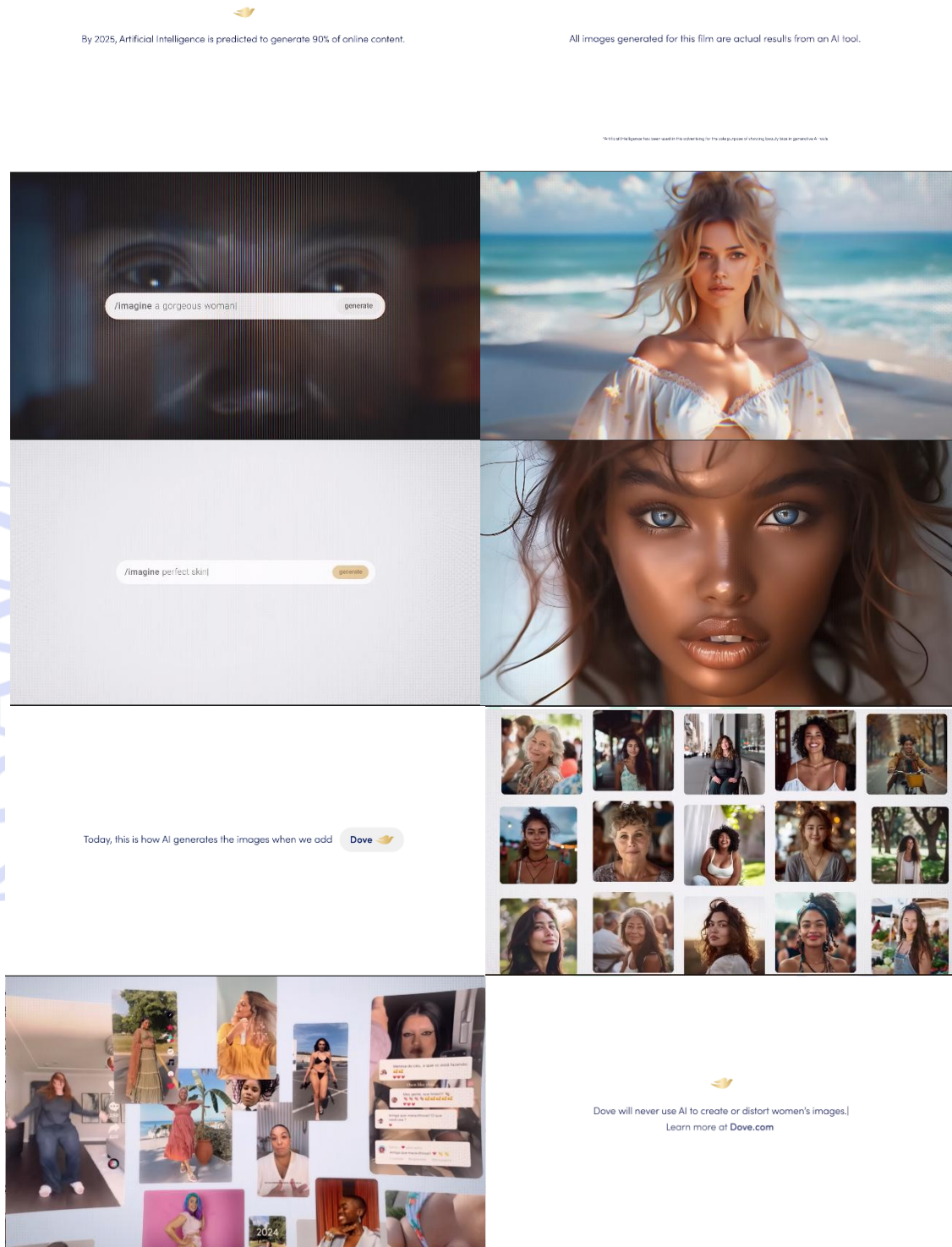
İnsan eliyle üretim yaklaşımı yalnızca reklamın nasıl üretildiğiyle sınırlı değildir. Bazı markalar bu yaklaşımı, reklamlarda gerçek insanların ve bedenlerin temsil edilmesine ilişkin bir ilke olarak benimsemektedir. Bu örneklerde yapay zekâdan uzaklaşma; gerçeklik, kapsayıcılık ve beden çeşitliliği gibi değerlerle ilişkilendirilmektedir.

Bu yaklaşıma Aerie'nin *Aerie Real* çalışması örnek olarak verilebilir. Marka, 2014 yılında reklamlarında kullanılan insan ve beden görüntülerine rötuş yapmayı bıraktığını; 2025 yılında ise yapay zekâyla beden üretmeme ve görüntülerdeki insanları ya da bedenleri yapay zekâ aracılığıyla değiştirmeme sözünü yenilediğini açıklamıştır. Marka "No retouching. No AI. Because REAL MATTERS" söyleminin yer aldığı iletişim çalışmasında gerçek kişilere yer vererek özgünlük ve beden olumlama anlayışını ortaya koymaya çalışmıştır.



(Resim 3) Aerie – Aerie Real Reklam Filmi Örnek Sahneleri

Benzer biçimde Dove, *The Code* kampanyasında üretken yapay zekânın kadın güzelliğini çoğunlukla dar, tek tip ve gerçek dışı standartlar üzerinden temsil ettiğine dikkat çekmektedir. Kampanya, yapay zekâ tarafından üretilen güzellik görüntülerini sorgularken kadınların farklı yaş, beden, etnik köken ve fiziksel özellikleriyle temsil edilmesi gerektiğini savunmaktadır. Dove bu doğrultuda, reklamlarında gerçek kadınların yerine yapay zekâ görüntülerini kullanmayacağını ve kadın görüntülerini yapay zekâyla oluşturmayacağını ya da değiştirmeyeceğini taahhüt etmektedir. Böylece insan eliyle üretim söylemi, yaratıcı emeğin korunmasının ötesine geçerek gerçek insanların görünürlüğü ve temsil çeşitliliğini savunan bir marka tutumuna dönüşmektedir.



(Resim 4) Dove – The Code Reklam Filmi Örnek Sahneleri

Bu örnekler, insan katkısının reklam uygulamalarında farklı biçimlerde öne çıkarıldığını göstermektedir. İnsan dokunuşunda yapay zekâ kullanımı insanın yaratıcı yönlendirmesi ve denetimi altında sürerken, insan eliyle üretim söyleminde üretken yapay zekâ bilinçli olarak üretim sürecinin dışında bırakılmaktadır. Aerie ve Dove örneklerinde ise bu yaklaşım, gerçek insanların yapay görüntülerle değiştirilmemesi ve beden çeşitliliğinin korunması üzerinden genişlemektedir. Böylece insan emeği ve gerçek insan temsili, markalar açısından yalnızca bir üretim tercihi değil; özgünlük, güven ve farklılaşma sağlamaya yönelik bir iletişim unsuruna

dönüşmektedir. Bu tür uygulamalar, insan eliyle üretim söyleminin yapay zekâ tarafından üretilen reklamlara yönelik yorgunluğa karşı yaratıcı bir tepki olarak değerlendirilebileceğini göstermektedir.

Yöntem

Araştırma Deseni ve Katılımcılar

Bu çalışma, reklam profesyonellerinin yapay zekâ ile üretilen reklamlara ilişkin değerlendirmelerini anlamayı amaçlayan nitel bir araştırma olarak tasarlanmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu, reklam sektöründe farklı alanlarda çalışan 15 reklam profesyoneli oluşturmaktadır. Katılımcıların belirlenmesinde amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme tekniği kullanılmıştır. Katılımcıların üretken yapay zekâ araçlarını mesleki üretim süreçlerinde aktif olarak kullanmaları temel ölçüt olarak belirlenmiştir. Katılımcılarla ilgili bilgiler Tablo 1’de sunulmaktadır.

Katılımcı Numarası	Cinsiyet	Görev	Reklam Ajansı
G1	Erkek	Grafik Tasarımcı	Tam hizmet ajansı
G2	Kadın	Grafik Tasarımcı	Tam hizmet ajansı
G3	Erkek	Reklam Yazarı	Uluslararası tam hizmet ajansı
G4	Erkek	Reklam Yazarı	Butik reklam ajansı
G5	Erkek	Sosyal Medya Yöneticisi	Uluslararası tam hizmet ajansı
G6	Kadın	Reklam Yazarı	Yaratıcı ve dijital reklam ajansı
G7	Kadın	Sosyal Medya Yöneticisi	Uluslararası tam hizmet ajansı
G8	Kadın	Reklam Yazarı	Uluslararası tam hizmet ajansı
G9	Erkek	İçerik Yöneticisi	Uluslararası tam hizmet ajansı
G10	Erkek	Reklam Yazarı	Tam hizmet ajansı
G11	Kadın	Sosyal Medya Grup Yöneticisi	Uluslararası tam hizmet ajansı
G12	Kadın	Reklam Yazarı	Tam hizmet ajansı
G13	Erkek	Reklam Yazarı	Uluslararası tam hizmet ajansı
G14	Kadın	Sosyal Medya Yöneticisi	Dijital reklam ajansı
G15	Kadın	Grafik Tasarımcı	Dijital reklam ajansı

Veri Toplama Süreci ve Verilerin Analizi

Araştırmada veriler yarı yapılandırılmış görüşmeler aracılığıyla toplanmıştır. Her bir görüşme çevrimiçi ortamda gerçekleştirilmiş olup yaklaşık 30-45 dakika sürmüştür. Katılımcıların izinleri doğrultusunda görüşmeler araştırmacı tarafından ses kaydına alınmış, görüşmeler sonrasında kayıtlar kelimesi kelimesine yazıya aktarılmıştır.

Görüşme soruları önceden belirlenen iki ana tema ekseninde oluşturulmuş, ayrıca farklı temaların oluşabilme ihtimali göz önünde bulundurulmuştur. Bu doğrultuda katılımcılara öncelikle yapay zekâ kullanım alışkanlıkları, yapay zekâ ile üretilen reklamlara yönelik algıları ve yapay zekâ reklamlarına maruz kalmanın bir “yorgunluk” oluşturup oluşturmadığına yönelik sorular iletilmiştir. Görüşmenin devamında ise insan dokunuşunun reklam üretimindeki önemine ve reklamcılıkta insan üretimine ilişkin sorular iletilmiştir.

Çalışmada görüşmeler sonucunda elde edilen veriler tematik analiz ve betimsel analiz yöntemiyle incelenmiştir. Analiz sürecinde öncelikle yazılı dökümler tekrar tekrar okunmuş ve araştırmanın amacıyla ilişkili ifadeler kodlanmıştır. Benzer anlam taşıyan kodlar belirlenen temalar altında düzenlenmiştir.

Bulgular

1. Tema – Yapay Zekâ Reklam Yorgunluğunun Oluşumu

Katılımcılar, üretken yapay zekâ araçlarını reklam üretim süreçlerinin hemen her aşamasında yoğun biçimde kullandıklarını belirtmektedir. Bu araçlar; katılımcılar tarafından hızlı, düşük maliyetli ve uygulanabilir çözümler sunmaları nedeniyle metin ve görsel üretim başta olmak üzere gündelik iş akışının olağan bir parçası olarak değerlendirilmektedir.

G2: "...yani her an kullandığımı söyleyebilirim. Şey gibi oldu benim için, bilgisayarı açtığımda kullandığım arama motoru gibi..."

G5: "hemen hemen her işimizde kullanıyoruz. Bu dönemde kullanmamak mümkün değil. Metin yazarken, imi görsel oluştururken falan hep kullanıyoruz. Uygun ve hızlı çözümler ürettiyor işlerimizde..."

Bununla birlikte katılımcı anlatıları, yapay zekâ kullanımının yaygınlaşmasının bu teknolojiyle üretilen reklamlara yönelik ilgiyi aynı ölçüde artırmadığını göstermektedir. Aksine, yapay zekâ araçlarının üretim süreçlerinde sıradanlaşması ve benzer içeriklerle karşılaşma sıklığının artması, başlangıçtaki yenilik etkisinin giderek zayıflamasına yol açmaktadır. Bu doğrultuda katılımcılar, yapay zekâ reklam yorgunluğunun yalnızca bu araçların yoğun kullanımından değil; benzer estetik unsurların tekrarlanmasından, yapay zekâ içeriklerine sık maruz kalınmasından ve bu içeriklerin sıradanlaşmasından kaynaklandığını belirtmektedir. Katılımcılara göre bu unsurlar, reklamların hedef kitleyle duygusal bağ kurma kapasitesini de zayıflatmaktadır.

G7: "...ilk gördüğümüzde etkileyiciydi. Çünkü daha önce böyle bir şeyle karşılaşmamıştık. Şimdi ise aynı ışığı, aynı pürüzsüz yüzleri aynı şeyleri tekrar tekrar görüyoruz..."

G11: "...Bazen hangi markanın reklamına baktığımı değil, reklamın hangi yapay zekâ aracıyla üretildiğini düşünmeye başlıyorum..."

G14: "...insanların altına yazdığı yorumlara baktım. "Bıktım artık, bunları görmek istemiyorum" gibi yorumlar vardı..."

Katılımcılar, yapay zekâ ile üretilen reklamların başlangıçta taşıdıkları teknolojik yenilik değeri nedeniyle dikkat çektiğini, ancak bu etkinin giderek zayıfladığını belirtmektedir. Onlara göre yapay zekâ kullanımı artık tek başına reklamı farklılaştıran veya rekabet avantajı sağlayan yaratıcı bir unsur olarak görülmemektedir.

G1: "...başlangıçta bir işin yapay zekâyla yapılması, ıı, haber değeri taşıyordu. Ama bence artık bu durumun tam tersi söz konusu. Sıkıldı artık insanlar, her yerde yapay zekâ görüyorlar..."

G6: "...insanlar fikri değil, yapay zekânın kendisini konuşuyorlar bazen. Yani görselin istediği kadar güçlü olsun, fikrin zayıfsa söylediğin şey tüketiciye geçmez..."

G15: "...basit, basit işler. Ruhtan yoksun işler çıkarıyor..."

Bu tema altında elde edilen bulgular genel olarak değerlendirildiğinde yapay zekâ yorgunluğunun teknolojiye yönelik doğrudan bir karşıtıktan değil; yenilik etkisinin aşınması, benzer estetik kalıpların tekrarlanması ve teknolojinin yaratıcı fikrin önüne geçerek reklamların özgünlük ve duygusal bağ kurma kapasitesini zayıflatmasından kaynaklandığını göstermektedir.

2. Tema – Reklamda Kusurun Önemi, İnsan Dokunuşu Algısı

Katılımcılar, yapay zekâ ile üretilen içeriklerin yaygınlaşmasının insan dokunuşunu ortadan kaldırmadığını; aksine insan katkısını daha görünür, değerli ve ayırt edici hâle getirdiğini ifade etmektedir. Yapay zekâ tarafından üretilen içeriklerin çoğunlukla pürüzsüz, kusursuz ve benzer estetik özellikler taşıması, daha önce giderilmeye çalışılan bazı kusurların yeniden değerlendirilmesine neden olmaktadır.

Katılımcı anlatıları, reklamda kusurun teknik bir hata olmadığını, reklamın insan eliyle üretildiğini düşündüren, emek ve samimiyet algısını destekleyen stratejik bir unsur olduğunu göstermektedir.

G3: “...eskiden reklamda hataları temizlemeye çalışırdık. Şimdi neredeyse tersine döndü. Kusur ile gerçeklik algısı oluşmaya başladı...”

G6: “...yani bilinçli olarak, reklamda insan dokunuşu görünsün diye yapılan şeyler var. Kimi markalar logolarını bile elle çizdiriyor artık.”

G12: “...insan dokunuşu olan reklamlar görelim diyen taraftayım. Daha iyi, şey, daha anlamlı bence...”

Ayrıca katılımcılara göre insan dokunuşu artık reklam çalışmalarında oldukça önemli olmaktadır. Elle çizilmiş görseller ve küçük düzensizlikler reklamın arkasında bir insan emeğinin olduğuna dair ipucu sunarak insanların beğenisini çekmektedir. Bu doğrultuda “kusur” olarak tanımlanan unsurun aslında reklamın niteliğini düşüren teknik bir hata değil, insan emeğini ve üretim sürecini görünür kılan estetik bir tercih olduğu söylenebilir. Bu yönüyle kusur, yapay zekâ içeriklerinin standartlaşmış ve pürüzsüz görünümüne karşı bir gerçeklik göstergesi olarak anlam kazanmaktadır.

Katılımcılar, reklamın arkasındaki emeğin ve yaratıcı kararların tüketiciler tarafından hissedilebilmesinin önemli olduğunu belirtmektedir. Hedef kitlenin reklamın üretim sürecini ayrıntılı biçimde bilmesi gerekmesi de içerikte insan emeğinin, yaratıcı seçimin ve bilinçli müdahalenin izlerini fark edebilmesi onlara göre önemlidir. Bu doğrultuda el emeğiyle üretilmiş ürünlere atfedilen değer, reklam üretimine de taşındığı; insan katkısını görünür kılan reklamların daha anlamlı ve samimi olarak algılandığı söylenebilir. Bunun sonucunda da reklam üretiminde insan dokunuşunun, markaların rakiplerinden ayrışmasını ve hedef kitlenin dikkatini çekmesini sağlayabilecek bir unsur olarak değerlendirildiği söylenebilir.

G4: “...human touch bence bu yılın olayı...”

G7: “...nasıl elle üretilmiş kıyafetler, doğal ürünler daha iyi geliyorsa reklamda da böyle bir şey söz konusu. İnsanlar el emeği şeylere önem veriyor...”

G12: “...reklamın insan tarafından üretilmesi, tüketicilerin dikkatini ve beğenisini çekiyor. Globalde pek çok lüks markada bu tarz bir yaklaşım var...”

Bununla birlikte katılımcılar, reklamda insan dokunuşunun yalnızca görsel kusurlar aracılığıyla gösterilmesinin ve reklamın insan tarafından üretildiğinin beyan edilmesinin şimdilik önemli olduğunu aynı zamanda samimiyet algısının da tüm bu süreçte kritik olduğunu belirtmektedir. Çünkü onlara göre önemli olan insan emeğinin tüketiciler tarafından algılanmasıdır. İnsan emeği ve insan dokunuşu söylemlerinin markalar tarafından yaygın biçimde kullanılması, zaman içinde bu söylemlerin sıradanlaşması ve ayırt edici değerini kaybetmesi riskini de taşımaktadır. Bu noktada belirleyici olan, insan katkısının yalnızca sözel olarak vurgulanması değil, reklamın estetik ve yaratıcı nitelikleri aracılığıyla inandırıcı biçimde hedef kitleye hissettirilebilmesidir.

G10: “...zamanla insan üretti, yapay zekâ kullanılmadı söylemi de değersizleşir. Kritik olan ne kadar inandırıcı ve bu trend mi algısı...”

Tüm bu bulgular, yapay zekâ içeriklerinin pürüzsüz ve standartlaşmış estetiği karşısında kusurun, emeğin ve üretim izlerinin insan dokunuşunu görünür kılan ayırt edici göstergelere dönüştüğünü ortaya koymaktadır. Bununla birlikte insan dokunuşunun değer üretebilmesi, yalnızca insan emeğinin beyan edilmesine değil, bu katkının reklamın yaratıcı ve estetik yapısı içinde sahici ve inandırıcı biçimde hissedilmesine bağlı görünmektedir.

Sonuç

Bu çalışma, yapay zekâ ile üretilen reklamların yaygınlaşmasına bağlı olarak ortaya çıktığı düşünülen yapay zekâ reklam yorgunluğunu ve bu gelişme karşısında reklam üretiminde insan dokunuşu ile insan üretiminin yeniden değer kazanmasını, reklam profesyonellerinin değerlendirmeleri üzerinden incelemiştir.

Araştırmada elde edilen bulguların temel sonucu, yapay zekâ reklam yorgunluğunun sadece yapay zekâ kullanımından veya yapay zekâ reklamlarının sayısının artmasından kaynaklanmadığıdır. Katılımcılara göre reklamlarda aynı estetik kalıpların yer alması, bu kalıplara sık maruz kalınması, yapaylık algısının artması ve yapay zekânın yeni bir teknoloji olduğuna ilişkin algının zayıflaması yorgunluğa daha fazla etki etmektedir. Özellikle reklamlarda yer alan pürüzsüz yüzeyler, benzer ışık kullanımları, standart hâle gelmiş görsel unsurlar, farklı markalara ait reklamların birbirine benzemesine yol açarak hem reklamların hem de markaların ayırt ediciliği üzerinde olumsuz etkilere sahip olabilmektedir. Bunun sonucunda da hedef kitle ile marka arasında duygusal bir bağın kurulması zorlaşmaktadır. Tüm bunlar doğrultusunda yapay zekâ reklamlarına yönelik ortaya çıkan tepkinin teknolojinin kendisinden ziyade, kullanım şekline ve ortaya çıkan işe yönelik olduğu söylenebilir. Bu düşünce reklamlarda yapay zekâ kullanımının artık tek başına reklamı ya da markayı farklılaştıran bir stratejik hamle olarak görülemeyeceğine işaret etmektedir. Yapay zekânın reklam üretimindeki değerinin, teknolojinin görünürlüğünden çok yaratıcı fikri ne ölçüde desteklediğine bağlı olarak değişebileceğine dikkat etmek gerekir.

Araştırmanın bir diğer sonucu, yapay zekâ ile üretilen içeriklerin pürüzsüz ve birbirine benzer görünmesinin insan dokunuşunu daha önemli hâle getirmesidir. Katılımcılar açısından küçük düzensizlikler, elle çizilmiş unsurlar ve görünür reklam üretim izleri, giderilmesi gereken kusurlar olmaktan çıkarak insan emeğini ve yaratıcı müdahaleyi gösteren ipuçları olmaktadır. Bu bağlamda kusur, reklamın niteliğini düşüren teknik bir yetersizlikten çok, insan katkısını görünür kılan bilinçli bir estetik tercih olarak değerlendirilebilir. Reklamlarda kusurun ve üretim izlerinin görünür bırakılması, reklamın arkasında insan emeğinin ve yaratıcı kararların bulunduğunu düşündürerek gerçeklik, emek ve sahiçilik algısına katkı sağlayabilmektedir. Böylece daha önce reklam üretiminde ulaşılması amaçlanan kusursuzluk anlayışının, yapay zekâ içeriklerinin yaygınlaşmasıyla birlikte yeniden değerlendirilmeye başlandığı söylenebilir.

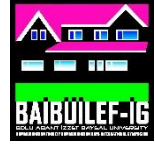
Son olarak reklam uygulamalarında “insan eliyle üretim” söyleminin yaygınlaşmasının, zaman içinde bu söylemin de sıradanlaşmasına ve geçici bir reklam eğilimi olarak algılanmasına yol açabileceği düşünülmektedir. Bu nedenle insan katkısının değer üretmesi, yalnızca reklamın insan tarafından hazırlandığını bildiren sözel bir iddiaya değil, bu katkının reklamın yaratıcı ve estetik yapısı içinde inandırıcı biçimde hissedilmesine bağlıdır.

Bu çalışma, yapay zekâ reklam yorgunluğunu ve insan dokunuşu ile insan eliyle üretim anlayışının önemini reklam profesyonellerinin deneyimleri üzerinden ele alarak henüz yeni gelişen bu tartışmaya katkı sunmaktadır. Elde edilen sonuçlar, reklam ajanslarının ve markaların yapay zekâyı yalnızca üretimi hızlandıran ve maliyeti azaltan bir araç olarak değerlendirmemesi gerektiğini göstermektedir. Reklam üretiminde hedef kitlenin sürekli benzer içeriklerle karşılaşması ve bu içeriklere karşı zamanla ilgisini kaybetmesi de dikkate alınmalıdır. Bu açıdan çalışma, yapay zekâ kullanımına ilişkin kararların yalnızca teknik olanaklara göre değil, reklamın özgünlüğü ve hedef kitle üzerinde bırakacağı etki göz önünde bulundurularak verilmesi gerektiğine işaret etmektedir. Bununla birlikte, bulgular sektör profesyonellerinin görüşleriyle sınırlıdır. Gelecek araştırmalarda tüketicilerin bu reklamlara yönelik tepkilerinin incelenmesi, yapay zekâ reklam yorgunluğunun ve reklamda insan dokunuşu ile insan eliyle üretim anlayışının daha kapsamlı biçimde anlaşılmasını sağlayabilir.

Kaynakça

- Aerie Reklam Filmi Erişim Adresi <https://www.youtube.com/watch?v=kg9JqAQIX6E>
- IAB, (2025, Temmuz). 2025 Digital Video Ad Spend & Strategy Full Report. <https://www.iab.com/insights/video-ad-spend-report-2025/>
- Canva, (2026). The State of Marketing and AI 2026 Report. <https://www.canva.com/marketing-ai-report/>
- Chen, G., Xie, P., Dong, J., & Wang, T. (2019). Understanding programmatic creative: The role of AI. *Journal of Advertising*, 48(4), 347-355. <https://doi.org/10.1080/00913367.2019.1654421>
- Cui, W., Liu, M. J., & Yuan, R. (2025). Exploring the integration of generative AI in advertising agencies: A Co-creative process model for human-AI collaboration. *Journal of Advertising Research*, 65(2), 167-189. <https://doi.org/10.1080/00218499.2024.2445362>
- Dove-The Code Reklam Filmi Erişim Adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=reIQAmmpbO8>
- Grewal, D., Saturnino, C. B., Davenport, T., & Guha, A. (2025). How generative AI is shaping the future of marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 53(3), 702-722. <https://doi.org/10.1007/s11747-024-01064-3>
- Huang, M.H. & Rust, R.T. (2021). A strategic framework for artificial intelligence in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science* 49(1), 30-50 <https://doi.org/10.1007/s11747-020-00749-9>
- Intermarché The Unloved Reklam Filmi Erişim Adresi <https://www.youtube.com/watch?v=iLERT5ZkpQ4>
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2019). Siri, Siri, in my hand: Who's the fairest in the land? On the interpretations, illustrations, and implications of artificial intelligence. *Business Horizons*, 62(1), 15-25. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2018.08.004>
- Kshetri, N., Dwivedi, Y. K., Davenport, T. H., & Panteli, N. (2024). Generative artificial intelligence in marketing: Applications, opportunities, challenges, and research agenda. *International Journal of Information Management*, 75, <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102716>
- Lau, G. R., Kasturiratna, K. S., Goh, A. Y., Tong, E. M., & Hartanto, A. (2026). AI fatigue in human-AI interaction: Conceptual framework, scale development and validation, and associations with AI engagement. *Computers in Human Behavior Reports*, 101186. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2026.101186>
- Miranda, L. (2020). Artificial intelligence and philosophical creativity: From analytics to crealectics. *Human Affairs*, 30(4), 597-607. <https://doi.org/10.1515/humaff-2020-0053>
- Morandini, S., Fraboni, F., De Angelis, M., Puzzo, G., Giusino, D., & Pietrantoni, L. (2023). The impact of artificial intelligence on workers' skills: Upskilling and reskilling in organisations. *Informing Science*, 26, 39-68. <https://doi.org/10.28945/5078>
- Parreño, E. B., Miranda, J. P. P., Manalese, R. P., Salenga-Mendez, J., Miller, J. C., & Payumo, A. S. (2026). How do college students express AI fatigue? A content and keyword-in-context analysis of academic AI use. *International Journal of Learning. Teaching and Educational Research*, 25(3), 680-697. <https://doi.org/10.26803/ijlter.25.3.29>
- Porsche Holiday – The Coded Love Letter Reklam Filmi Erişim Adresi <https://www.youtube.com/watch?v=b596NIgNFWI>
- Qin, X., & Jiang, Z. (2019). The impact of AI on the advertising process: The Chinese experience. *Journal of Advertising*, 48(4), 338-346. <https://doi.org/10.1080/00913367.2019.1652122>
- Raisch, S., & Krakowski, S. (2021). Artificial intelligence and management: The automation-augmentation paradox. *Academy of Management Review*, 46(1), 192-210. <https://doi.org/10.5465/amr.2018.0072>

- Rodgers, S. (2021). Themed issue introduction: Promises and perils of artificial intelligence and advertising. *Journal of Advertising*, 50(1), 1–10. <https://doi.org/10.1080/00913367.2020.1868233>
- Seeber, I., Bittner, E., Briggs, R. O., De Vreede, T., De Vreede, G. J., Elkins, A., ... & Söllner, M. (2020). Machines as teammates: A research agenda on AI in team collaboration. *Information & Management*, 57(2), 103174. <https://doi.org/10.1016/j.im.2019.103174>
- Wadinambiarachchi, S., Kelly, R. M., Pareek, S., Zhou, Q., & Velloso, E. (2024). The effects of generative AI on design fixation and divergent thinking. *Proceedings of the CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1-18. <https://doi.org/10.1145/3613904.3642919>
- Wahid, R., Mero, J., & Ritala, P. (2025). Technology-enabled democratization: Impact of generative AI on content marketing agencies. *Industrial Marketing Management*, 131, 1-16. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2025.09.007>
- Williamson, D. A., Koch, J., & Giegerich, C. (2026, Ocak). *The AI ad gap widens*. Interactive Advertising Bureau. <https://www.iab.com/insights/the-ai-gap-widens/>
- Yang, J., Dong, C., Chu, S. C., & Rheu, M. (2026). Transforming advertising in the age of generative AI: Exploring advertising professionals' perceptions of human-AI value co-creation. *International Journal of Advertising*, 45(1), 139–170. <https://doi.org/10.1080/02650487.2025.2604910>



The Genius of the Character and the Construction of the Concept: A Comparative Study on the Impact of Arabic and English Linguistic Structures

Karakterin Dehası ve Kavramın İnşası: Arapça ve İngilizce Dil Yapılarının Etkisi Üzerine Karşılaştırmalı Bir Çalışma

Rana Mazin AL SALAYMEH¹

Geliş Tarihi (Received): 25.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 26.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Özet: Bu araştırma, dil ve felsefi akıl yürütme arasındaki derin diyalektik ilişkiyi inceliyor ve dilin tarafsız bir araç değil, kavramların şekillendiği "varoluş evi" olduğunu savunuyor. Çalışma, Arap ve Batı düşüncesi arasındaki kavramsal uçurumu kapatma ihtiyacından kaynaklanıyor ve hedef dilin eşsiz dilsel ruhunu göz ardı eden kelime kelime çevirilerin neden olduğu "kavramsal yabancılaşmayı" ele alıyor. Metodolojik olarak, çalışma, dilsel yapıları çözümlemek ve anlamın farklı filolojik kalıplar aracılığıyla nasıl tezahür ettiğini izlemek için Karşılaştırmalı Analitik Yöntem ile Fenomenolojik Yaklaşımı birlikte kullanıyor. Özellikle Arapça "Türetme" sistemi ile İngilizce "Eklemeli" çerçeve arasındaki farklılığı vurguluyor. Ludwig Wittgenstein'in dilsel sınırlamalar hakkındaki görüşlerini Taha Abderrahmane'nin 'felsefe hukuku' ile bütünleştirerek yapılan analiz, Arapçada açık bir bağ fiilinin yokluğunun, Hint-Avrupa yapılarında var olan analitik nesnelliğin aksine, varoluşu sezgiyle (Vücdan) ilişkilendiren 'sentetik' bir felsefi kalıbı nasıl beslediğini göstermektedir. Araştırma, öncelikle Arapça dil yapısının, ontoloji ve değerlerin birleştiği bir felsefi çerçeve gerektirdiğini ortaya koymaktadır. Felsefi özgünlüğe ulaşmanın, düşünceyi dilsel bağımlılıktan kurtarmayı gerektirdiği sonucuna varmaktadır. Gerçek entelektüel tutarlılık, ancak kavramların geliştirilmesi ana dilin 'içsel mantığına' saygı duyduğunda ve felsefenin yabancı paradigmaların salt bir taklidi olmaktan ziyade, dilsel gerçekliğin özgün bir ifadesi olarak kalmasını sağladığında mümkündür.

Anahtar Kelimeler: İslam Felsefesi, Türetme, Ontoloji, Kavram, Dilbilim.

&

Abstract: This research investigates the profound dialectical relationship between language and philosophical reasoning, asserting that language is not a neutral vehicle but the "house of being" where concepts are forged. The study is motivated by the urgent need to bridge the conceptual gap between Arabic and Western thought, addressing the "conceptual alienation" caused by literal translations that disregard the unique linguistic spirit of the target language. Methodologically, the study employs a Comparative Analytical Method alongside a Phenomenological Approach to deconstruct linguistic structures and trace how meaning manifests through different philological molds. It specifically highlights the divergence between the Arabic 'Derivational' system and the English 'Agglutinative' framework. By integrating Ludwig Wittgenstein's insights on linguistic limits with Taha Abderrahmane's 'jurisprudence of philosophy,' the analysis demonstrates how the absence of an explicit copula in Arabic fostered a 'synthetic' philosophical pattern—linking existence with intuition (Wujdan)—in contrast to the analytical objectivity inherent in Indo-European structures. The research yields significant results, primarily that the Arabic linguistic structure necessitates a philosophical framework where ontology and values converge. It concludes that achieving philosophical authenticity requires liberating thought from linguistic dependency. True intellectual coherence is only possible when the cultivation of concepts respects the 'internal logic' of the mother tongue, ensuring that philosophy remains an authentic expression of its linguistic reality rather than a mere imitation of foreign paradigms.

Keywords: Islamic Philosophy, Derivation, Ontology, Concept, Linguistics.

Atıf/Cite as Al Salaymeh, R. M. (2026). *The Genius of the Character and the Construction of the Concept: A Comparative Study on the Impact of Arabic and English Linguistic Structures*. BAİBÜİLEF-İG 2026, BAİBÜ, Bolu.

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, Arapça Hazırlık Bölümü, e-posta: rana.alsalaymeh@ibu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3413-5408

Introduction

The contemporary world serves as a theater for radical transformations that have not only altered the face of technology but have also extended to reshape the very structure and being of human consciousness. The digital transformation we are experiencing today is not merely a collection of new tools; rather, it represents an epistemological system (an episteme) that has reformulated our relationship with reality, language, and identity. In this context, philosophy emerges not as an intellectual luxury, but as a critical and therapeutic necessity to confront the dangers of digital alienation and phenomena such as "brain rot" and the loss of meaning.

This research proceeds from the hypothesis that reclaiming human sovereignty in the digital age inevitably passes through the gateway of language. Through Ludwig Wittgenstein, we discover how linguistic analysis can liberate our minds from the illusions of language and from falling into the traps of formal digital logic. Concurrently, through the philosophy of Taha Abderrahmane, we discern the path toward liberation from terminological dependency via the concept of linguistic proliferation (al-takathur al-lughawi), which empowers the self to formulate its own philosophy away from cultural alienation. Ultimately, this research is an endeavor to explore the interstitial space between the hegemony of the algorithm and the freedom of thought, and between the language of the machine and the genius of the human tongue.

1. Philosophy of Language According to Wittgenstein

1.1 Wittgenstein's Scientific and Practical Life

Wittgenstein was born on April 26, 1889. He was interested in studying natural sciences, an interest that manifested in his fascination with machines and the mechanics of their construction. ¹ Born in Vienna, Austria, he studied aeronautical engineering, which subsequently instilled a strict logical rigor in his earliest writings.

He studied in England at the University of Manchester. His preoccupation with problems of physics and kinematics eventually transitioned Wittgenstein into addressing some of the core, foundational problems of philosophy—particularly linguistic ones—drawing inspiration from scientific models. Consequently, he came to be known as the spiritual father of the linguistic turn in contemporary philosophy, successfully shifting the focus of philosophers from asking, What is existence? to How do we use language to speak about existence? ²

At the outbreak of World War I, he volunteered to defend Vienna and later became a schoolteacher. It appears that during this period, he managed to deeply revise his linguistic ideas and scrutinize them calmly, thereby acquiring profound linguistic precision. ³ Wittgenstein's writings until 1911 were characterized by discussions on metaphysics and epistemology; however, he then shifted toward logical atomism. He collaborated with Bertrand Russell in laying the foundations of logical atomism, which became one of the most influential and pivotal trends in contemporary philosophy. He drew his ideas from his own previous work, avoiding any radical rupture between one stage and another. His *Tractatus Logico-Philosophicus* was subsequently published in 1921. ⁴

Initially, he worked on linking thinking with philosophy and the critique of language. From his perspective, the duty of philosophy is to determine what can be thought; from another viewpoint, philosophy defines what is meaningful in discourse and what is not. Wittgenstein was characterized by his precision and intense focus, to the extent that in his writings, he appeared to calculate his phrases and words as if they were

¹ Madin, M. (1989). *Analytic Philosophy: A Study in the Philosophy of Ludwig Wittgenstein, An Inquiry into the Problem of Meaning*. Cairo: Dar al-Thaqafa, 132.

² Ibid, 133.

³ Ibid, 133.

⁴ Al-Hafni, A. (1972), *The Philosophical Encyclopedia*. Tunis: Dar al-Ma'aref, 67.

mathematical equations, aiming never to exceed the boundary necessary for expression. Furthermore, he treated philosophy as a diagnostic activity that uncovers the illnesses that typically plague our knowledge.⁵

As for the criticisms he leveled against philosophy, they were directed at how philosophers employ language, rather than against philosophy itself. The direction Wittgenstein took—by shifting the specific language of philosophy in his book *Philosophical Investigations*—moves far away from the descriptive logical stance of the Vienna Circle. According to Wittgenstein, the deficiencies marring philosophical discourse cannot be compensated for by a logical language that excludes ordinary language. He was careful to relocate language from its metaphysical use back to its everyday, ordinary use, thereby addressing philosophical dilemmas using the foundations of natural language.⁶

This shift represents a major turning point in the philosophy of language, as it restored recognition to language as a vital, active activity embedded in human behavior. Moreover, philosophy no longer intervened in the actual use of language; it confined itself to describing it without imposing any foundation, leaving everything as it is.

The philosophical objective for Wittgenstein is to clarify the vagueness and ambiguity that shroud expressions. This is achieved by subjecting them to rigorous analysis to uncover "misleading analogies,"⁷ which lead the individual into dead ends of thinking. This is because philosophical dilemmas are not real, factual problems, but rather linguistic crises arising from the continuous confusion between the levels of linguistic existence and the significations of material objects. When an individual fails to distinguish between the nature of things and the sentences describing them, they fall into the trap of language. This produces illusory questions about the essence and existence of things, and these questions remain trapped in closed circuits of thought unless the rules of language use and its living contexts are properly readjusted.⁸ Philosophy, according to Wittgenstein, is an activity that seeks to uncover illusory symptoms and eliminate their underlying causes; therefore, it is considered a therapeutic activity.

1.2. Language Between Logical Analysis and Ordinary Use in Wittgenstein's Philosophy

Current philosophical readings treat language as a fundamental pillar and an inevitable gateway for exploring the nature of human existence. This trajectory is clearly manifested in the Ordinary Language Philosophy movement, which adopted living, daily linguistic practices as its authentic subject of inquiry. The pioneer of this movement, Wittgenstein, emphasized the necessity of elucidating the logic of natural language due to its spontaneity, simplicity, and capacity to facilitate actual communication, far removed from the affectation of scientific and terminological facades. In a parallel trajectory, the efforts of analytic philosophy focused on exercising rigorous conceptual investigation by utilizing symbolic logic and formal linguistic systems. This has made language—in both its pragmatic and analytic pathways—the true value of modern philosophical research. In this subsection, these two approaches will be explained as follows:

Ordinary Language Philosophy: This is a philosophy capable of attending to ordinary natural language, as it is considered one of the most important avenues leading to an understanding of the issues presented by this epistemological domain. Indeed, philosophical research may not be considered of true value unless language is treated as a primary subject of philosophical study. The pioneer of this movement, Wittgenstein, clarified the necessity of uncovering the logic of ordinary language, by which he meant the language employed in our daily lives; because it possesses simplicity, it does not adorn itself with scientific and philosophical masks. Rather, it achieves communication between individuals in a linguistic style free from the complexity of phrases, remaining as simple as everyday life itself. From this standpoint, Wittgenstein set out to uncover the aspects of linguistic communication, taking into account the requirements of living linguistic uses between the two pillars of the communicative process.⁹

⁵ Al-Hafni, A. (1972), *The Philosophical Encyclopedia*. Tunis: Dar al-Ma'aref, 68.

⁶ Ibid, 68.

⁷ Misleading analogies : These occur when an Arabic translator or researcher falsely assumes that an English term superficially resembles an Arabic term, thereby projecting the characteristics of the Western concept onto the Arabic concept.

⁸ Abdel Qader, M. (1985). *Contemporary Analytic Philosophy*. Beirut : Dar al-Nahda al-Arabiyya, 234.

⁹ Khafif, R. (2004). *Pragmatics and the Analysis of Literary Discourse*. Damascus : Al-Mawqif Al-Adabi Magazine, Arab Writers Union, Issue 399, 33.

Analytic Philosophy: Analytic philosophers were concerned with conducting conceptual investigation that specifically includes the study of language through which the concepts in question are expressed, or expressed according to a single tradition within analytic philosophy, where philosophical problems are usually viewed as problems relating to the nature of language—this is also true among those analytic philosophers whose methods were not originally formal or informal. As for the role of symbolic logic in analytic philosophy, its emergence began in the late nineteenth century, where it became a turning point in the history of philosophy, especially for philosophers oriented toward formalism, as it began to be used clearly in statements and inferences employed in formal language.¹⁰

1.3. The Genesis of Language According to Wittgenstein

Language and thought, according to Wittgenstein, are two sides of the same coin and cannot be separated. Language expresses a set of propositions, so it is a totality of thoughts, and thought is a meaningful proposition. Thus, he translated the world as the totality of facts. From this standpoint, he posed the following problem:

What is the relationship between atomic facts and elementary propositions? Or between names and objects?

Wittgenstein prefaced his analysis of language by stating that we express ourselves by means of propositions. Language, for him, is everything that is said in propositions or even what can be said—that is, language is the totality of propositions. He likens it to the totality of bricks that form a building if they are placed completely and correctly. Such is the case with language, which can be embodied within an established semantic system, provided that the outcomes of the propositions forming the language signify facts. If a proposition utters a statement that yields meaning, language thereby becomes the totality of statements that yield verified meanings.¹¹

In my view, Wittgenstein directs the individual to look beyond the analysis of language to understand the boundaries that must be observed when using language in a meaningful way; otherwise, language at that point will be mere nonsense from which no meaning can be expected. From here, Wittgenstein entered the science of logic through its widest gates when he stated that language is an expression of propositions. He did not hesitate to begin establishing a specific philosophy to express the concept of propositions, proving the extent of their truth or falsity, influenced by Aristotelian formal logic.¹²

1.4. Language-Games According to Wittgenstein

Language is a social activity rather than being a mirror of the world; this is how the Austrian philosopher presented the concept of language. He believed that language is not a rigid system for expressing signs that point to fixed objects in reality, but rather an activity or a form of life. He intentionally utilized the term "game" not to diminish the value of language, but to demonstrate that speech is governed by rules just as athletic games or chess are governed. It was stated by Wittgenstein that "the term 'language-game' is meant to bring into prominence the fact that the speaking of language is part of an activity, or of a form of life."¹³

The philosopher spoke about the multiplicity of language-games, demonstrating that language consists of countless, fluid language-games, and that no single essence of language exists. For instance: giving orders, presenting results, solving riddles, describing objects, joking, thanking, and praying—each of these contexts is a game with its own distinct logic.¹⁴

Furthermore, Wittgenstein determined that meaning is use, and at this moment, he decided that the meaning of a word is not to be sought in its corresponding objects in the external world, but rather in the way it is

¹⁰ Belkheir, O. (2003). *Analysis of Theatrical Discourse in Light of Pragmatic Theory*. Algeria: Manshurat Al-Ikhtilaf, 32.

¹¹ Khalifi, B. *Philosophy and Problems of Language: A Reading in the Analytical Conception*. Arab Scientific Publishers, 93.

¹² Ibid, 94.

¹³ Wittgenstein, L. (2007). *Philosophical Investigations*. Trans. Dr. Abdul Razzaq Bannour. Beirut: Center for Arab Unity Studies, 24 & 66.

¹⁴ Ibid., 26 & 47.

used within the language-game.¹⁵ He likened the word to a tool in a toolbox, defining its function by the method of its use. Wittgenstein also raised a question regarding what is common to all games, and concluded that there is no single commonality among them. In card games and football games, instead of an essence, he found a "family resemblance" that unites them, similar to the resemblance of a nose or an eye among members of the same family. It is a complicated network of overlapping resemblances, but without finding a single characteristic possessed by all, as he stated: "We see a complicated network of similarities overlapping and criss-crossing: sometimes overall similarities, sometimes similarities of detail."¹⁶

Wittgenstein also clarified that the game is not a state of chaos, but rather has agreed-upon rules governed by the linguistic community. He did not consider following a rule to be a private mental act, but rather viewed it as a social practice; he thus rejected the idea of a private language that can only be understood by its owner, for a rule requires social verification.¹⁷

The Philosophy of Language According to Taha Abderrahman

The interest of the philosopher Taha Abderrahmane in the question of language and its philosophy prominently emerges through his intellectual project, which accords it a special priority. In fact, he dedicated his earliest writings to the intersection of language and philosophy, driven by his conviction in the efficacy of language in constructing the self, shaping identity, and serving as an essential vehicle for opening up to other philosophies. Moreover, language constitutes the foundational component for establishing any pragmatics (tadavuliyya)¹⁸ that seeks to expose philosophical blindness and practice vital, living philosophizing. To achieve this, his project is directed toward building philosophical contents that transition from linguistic particularity to a universal horizon, provided that this transition does not cross through the gateway of "assimilation" (al-mumathala), which aims to efface differences. Instead, Taha Abderrahmane seeks to introduce it through the gateway of the logic of "participation" (al-musharaka)¹⁹, where respect for pragmatic divergence is emphasized.

While English analytic philosophy seeks to impose a mode of conceptual identification/homogenization (al-tamahi)²⁰ under the guise of universality, the genius of the Arabic letter—with its inherent derivational (ishtikaqiyya) energy—endeavors to establish an alternative universality rooted in fiduciary participation (al-musharaka al-i'timaniyya), rather than in dry, formal assimilation. Participation finds in the particularity of language a means to expand the faculties of reason and, indeed, to enrich human existence. The significance of language for Taha Abderrahmane lies as much in the possibilities it affords the philosophizing agent to formulate and communicate philosophical expressions as it does in allowing language to convey the philosophical semantic charge distributed within a specific pragmatic context.²¹

2.1. The Illusion of Deficiency and the Criterion of Linguistic Preference

Are philosophical meanings truly endowed with such universality and necessity? Are spoken languages, in their spontaneity, deficient in expressing them?²²

From these inquiries, Taha Abderrahmane launched his project, The Jurisprudence of Philosophy (Fiqh al-Falsafa), attempting to resolve the dilemma of the existential erasure of the target (translating) language within the source (translated-from) language due to alleged deficiency and incapacity—meaning the

¹⁵ Ibid., 76.

¹⁶ Wittgenstein, L. (2007). Philosophical Investigations. Trans. Dr. Abdul Razzaq Bannour. Beirut: Center for Arab Unity Studies, 82.

¹⁷ Ibid, 51-52 and 89.

¹⁸ Pragmatic Language (Tadavuliyya): This refers to language that can only be understood by looking at who said it, to whom it was said, and under what circumstances. Meaning here does not reside in the dictionary, but in the actual use generated between people.

¹⁹ Participation (Al-Musharaka): This means that each language contributes its own "particularity" and the "genius of its letter" to the construction of universal meaning. Here, particularity is not "isolationism" but rather an entry ticket to global participation; the universal is not "a single language" but a dialogue among multiple languages.

²⁰ Identification/Assimilation (Al-Tamahi): This is a linguistic or cultural attempt to efface differences, whereby a dominant structure, such as English, attempts to impose its concepts to become the universal standard, leading to the alienation of other languages.

²¹ Lakhmisi, S.(2020). The Philosophy of Language According to Taha Abderrahmane: A Reading in the Linguistic Turn and the Philosophy of Concepts. Algeria: University of Algeria, Al-Miyar Magazine, Issue 52, 671.

²² Abderrahman, T. (2015). The Question of Method: On the Horizon of Establishing a New Intellectual Model, introduced by Radouane Marhoum, Beirut: The Arab Institution for Thought and Creativity, 99.

perceived inability of the target language to accommodate the diverse philosophical concepts contained in the source language. Consequently, in his book *Language and the Balance* (Al-Lisan wa-l-Mizan), Taha Abderrahmane calls for a cessation of critique and comparison among natural languages that deems some superior, more complete, or more eloquent than others. Conversely, he seeks to demonstrate that every natural language possesses intellectual capacities that suit the characteristics of its own structural system across its various levels.²³

Thus, it becomes incumbent upon speaking subjects to open up their linguistic systems to receive the philosophical objectives (maqasid) of foreign meanings in accordance with the literal and pragmatic properties of their own system. Some thinkers have claimed that certain languages contain borrowed concepts and terms carrying fixed, locked meanings whose essence cannot be fully captured by an Arabic term unless it is transliterated exactly as it is from its original language. Taha demonstrates that terms of this nature are inevitably shrouded in an incomprehensibility (istighlaq) that does not exist in the source language, inevitably causing the user to fall into linguistic alienation (al-ighrab), or what is termed "expressive anxiety" and "conceptual anxiety."

Therefore, this incomprehensibility must be dismantled to attain the stage of genuine philosophizing and to repel linguistic alienation. Retaining these terms literally in Arabic translation keeps their referentiality bound to the foreign source along with its semiotic baggage. Consequently, a need arises to understand their contents—where the translation becomes, to some extent, identical with the original semiotic source—coupled with a need to understand the linguistic origins belonging to the source language in its semiotic dimensions, which further complicates the matter and deepens its ambiguity.

Most Arab researchers have grown accustomed to using foreign terms in scientific nomenclature exactly as they are, without an awareness of the relative origins or limited benefits of some. The hegemony of these criteria reached a degree where words became mere external forms detached from linguistic significations, bearing no relation to the underlying causes of production and transformation in scientific thought.²⁴

Taha Abderrahmane noted that literal translations exert a negative impact on language, as they treat it as though it were incapable of absorbing the original meanings present in foreign languages. If we examine the book *The Keys to the Sciences* (Mafatih al-Ulum) by Al-Khwarizmi (776–847 AD) from the fourth century AH, we find numerous Greek words that entered our language in antiquity, such as: gharamatiqi (grammar), herminutiqa (hermeneutics), fantasiya (phantasia/imagination), and qatiquiriyas (categories).²⁵ We observe that these terms were transliterated without any structural modification, retaining their Greek form and meaning. In that era, the translator added nothing to the original word, though occasionally introducing the definite article (al-) or the relative suffix (ya al-nisba), such as saying al-rituriqiyya instead of al-khataba (rhetoric), or tubiqa instead of al-mawadi' (topics). This tradition of literal emulation of the Greek language contributed to reinforcing the ancient philosophers' perception of Greek centrality; they believed that their language and thought were the ultimate foundation, and they described other languages—including Arabic—as foreign (a'jamiyya) and deficient in absorbing the profound meanings of Greek terms. Whether intentionally or otherwise, these translators participated in cementing the depreciation of the Arabic language.²⁶ The matter does not stop there; literal translations cause the loss of the identity of the Arab writer or thinker, who finds himself compelled to employ foreign, uncirculated terms unfamiliar to the mind, making them difficult to comprehend. Furthermore, verbs and particles came to be treated as rigid, static nouns, which led to a major conflation of meanings. Discourse consequently appeared as if it were a mechanical, soulless template. This conflict has been starkly apparent since the dawn of foreign philosophical writings, particularly when Greek and Persian philosophies began to penetrate the domain of Arabic thought, forcing the Arabic language to confront and engage with these cultures.

²³ Abderrahman, T. (1998). *Language and the Balance, or Intellectual Proliferation*. Casablanca: Al-Markaz al-Thaqafi al-Arabi, 335.

²⁴ Abderrahman, T. (2002). *On the Foundations of Dialogue and the Renewal of Scholastic Theology* Casablanca: Al-Markaz al-Thaqafi al-Arabi, 2nd ed, 29.

²⁵ Al-Khwarizmi, M. (1989). *The Keys to the Sciences*, edited by Ibrahim Al-Ibyari Beirut: Dar al-Kitab al-Arabi, 163.

²⁶ Taha Abderrahmane, (1993). *Renewing the Method of Evaluating Heritage* Casablanca: Al-Markaz al-Thaqafi al-Arabi, 2nd ed, 391.

2.2. The Arabic Tongue: From Formal Deficiency to Intellectual Proliferation

If linguistic alienation traps the Arab mind within a "terminological dependency," Taha Abderrahmane opens up a new horizon to reclaim philosophical sovereignty through the concept of linguistic proliferation (al-takathur al-lughawi). Proliferation is not a mere accumulation of words; rather, it is a vital strategy centered on investing the derivational (ishtikaqiyya) energy latent within the Arabic letter to transform language from a static container that passively receives Western concepts into a generative force that manufactures its own concepts. In this subsection, we demonstrate how "proliferation" transforms into a tool to break the hegemony of eurocentric languages and restore recognition to Arab pragmatic particularity.²⁷

In the face of a long legacy of "linguistic preference" that prevailed both anciently and modernly—which viewed the Greek tongue (or contemporary English) as the sole criterion for philosophical truth—Taha Abderrahmane presents his thesis on "linguistic proliferation" as a radical solution to this alienation. He posits that the stagnation of foreign terms within the corpus of the Arabic language—as occurred historically in the arts of rhetoric and logic—was not a sign of richness, but rather an implicit acknowledgment of the deficiency of the Arabic tongue. Therefore, "proliferation" arrives as an act of liberation that rejects dependency and replaces the "stagnation of literal translation" with the "dynamism of derivation," asserting that the genius of the Arabic letter is capable of generating significations that transcend the boundaries of foreign systems. This successfully ends the myth of preference and establishes an epistemological sovereignty emanating from the core of the Arabic pragmatic domain.

Linguistic proliferation works to enrich language and diversify the content of knowledge based on multiple syntactic structures. Consequently, every language acquires a legitimate right to practice philosophy, and the diversity of intellectual variations distinguishes it from other languages, rendering it autonomous even in the formulation of its questions. It is evident that the structure and syntax of language proliferate infinitely, even if the number of its vocabulary words is finite. Every structure calls forth its counterpart, and structures then cascade ad infinitum. He also observed that cognitive contents proliferate with the proliferation of these structures and configurations; there is no content upon which another content cannot be superimposed, followed by a second, third, and so on without interruption. Thus, we find that linguistic structures have no ultimate boundary beyond which nothing can be added.²⁸

2.3. Linguistic Proliferation in Averroes from the Perspective of Taha Abderrahman

Among the influential philosophers in this regard was the Andalusian philosopher Averroes (Ibn Rushd), who worked to confront the translated texts of the Greek philosophical tradition in general, and the Aristotelian corpus in particular. He embraced the possibility of discursive linguistic proliferation with the aim of removing the expressive anxiety shrouding Aristotle's language. It is worth noting that this task was entrusted to him by Al-Ma'mun, as certain translators had fallen into expressive and communicative errors when they translated Aristotelian discourse literally into Arabic. Averroes surpassed all traditional translators who believed that rational and philosophical discourse could only be formulated or delivered in an authentic Greek tongue. He managed to produce an Arabic philosophical text parallel to the Greek philosophical discourse. In this regard, Mohammed Abed al-Jabri demonstrated that Averroes did not confine himself within the framework in which Plato or Aristotle operated; rather, he acted as a partner in the production of the philosophical text,²⁹ contributing to its translation and commentary, thereby innovating Arabic linguistic structures that departed from the discursive framework of Greek philosophy.

Despite the praise leveled at Averroes's work in this domain, Taha Abderrahmane notes that he did not attain the degree of philosophical linguistic proliferation that enables complete philosophic independence. While he does not deny that Averroes reached the status of linguistic generation, Averroes confined himself to discursive linguistic proliferation strictly in terms of vocabulary. This implies Averroes's concession to the homogenization of philosophical thinking with the Greek philosophers. As for semantic linguistic

²⁷ Abderrahman, T. Language and the Balance, or Intellectual Proliferation. 23.

²⁸ Ibid. 23.

²⁹ Abed al-Jabri, M. (1998). Averroes: Biography and Thought, A Study of Texts. Beirut : Center for Arab Unity Studies, 247.

proliferation in terms of meaning, Averroes neglected its dimension. This is impermissible, as the thesis of proliferation cannot hold true unless it engages with both word and **meaning hand in hand. This is the very** error into which contemporary thinkers have fallen; they have embraced the reality of modernity by adopting the concept of discursive multiplicity without semantic multiplicity, under the pretext that it is built upon holistic and universal concepts and methodologies.

Taha Abderrahmane views Rushdian linguistic proliferation as limited and erroneous. Its limitation is highlighted by the fact that it does not pertain to the essence of wisdom, but rather to one of its accidents. The purpose (content) cannot be contained in speech in the manner of placing baggage into a container, where if the shape or size of the container changes, the baggage remains exactly as it was.³⁰

2.4. Linguistic Proliferation in Al-Ghazali from the Perspective of Taha Abderrahman

Al-Ghazali acknowledged verbal linguistic proliferation on one hand, and the pluralistic semantic linguistic proliferation of philosophical knowledge on the other. This was manifested through his various writings, which were based on introducing new Arabic philosophical concepts that departed in their presentation from the Peripatetic philosophy that adopted Greek concepts at the time. This is also evident through his alteration of the examples of Aristotelian logic and his innovation within it.³¹

However, Taha Abderrahmane argues that while Al-Ghazali worked on linguistic proliferation from two dimensions—verbal multiplicity and cognitive semantic multiplicity—he lacked the third proliferational dimension necessary for the completion of the philosophical dimensions of true linguistic proliferation. Although he advanced beyond Averroes by rejecting the oneness of knowledge, he fell into the oneness of method, whereas a multiplicity of methods is necessary if contents multiply. The reason for Al-Ghazali's adherence to the unity of method appears to be his capitulation to the dictum that "philosophy is many in its contents, one in its method."³² His focus was concentrated on the logical demonstrative method. Taha Abderrahmane's evidence for this is that Al-Ghazali did not object to logic or its problems, nor did he malign its proponents; rather, his focus was directed at contesting philosophical contents, such as the pre-eternity of the world, the bodily resurrection, and the claim that God does not know particulars.³³ Instead, he conceded that logic is an instrument through which truth can be attained, and he attempted to introduce the demonstrative method and formal logic into the Islamic sciences, such as the principles of jurisprudence (usul al-fiqh) and scholastic theology (ilm al-kalam). Al-Ghazali clarified this regarding logical matters in *The Intentions of the Philosophers* (Maqasid al-Falasifa), stating: "Most of it follows the path of correctness, and error in it is rare. They only differ from the people of truth in nomenclatures and presentations rather than meanings and objectives, since its purpose is to refine the methods of inference, and that is something shared among investigators."³⁴

Taha Abderrahmane asserts the necessity of methodological proliferation, since cognitive proliferation under the shadow of a single method may trap the philosopher in contradiction; a proliferation driven by oneness cannot exist. Similarly, verbal or semantic linguistic multiplicity cannot exist in isolation from methodological proliferation, which in turn frameworks this infinity in knowledge. Questions may come to mind regarding the containment relationship between language and method, between language and discourse, and between language and knowledge—and how discursive, cognitive, or methodological proliferation can manufacture linguistic proliferation as a rational reality. Is it not the function of linguistic proliferation to lead to all three proliferations as rational realities? Taha Abderrahmane concludes that language has ceased to be merely a vehicle or an instrument used to pose various problems; rather, it has become the primary subject of philosophy and the active driver of all issues subordinate to it, whether it manifests as discourse, knowledge, or method.

³⁰ Abderrahman, T. *Language and the Balance, or Intellectual Proliferation*, 319.

³¹ Al-Ghazali, M. (1966). *The Incoherence of the Philosophers*, edited by Sulayman Dunya, Egypt: Dar al-Ma'aref, 4th ed, 85.

³² Abderrahman, T. *Language and the Balance, or Intellectual Proliferation*, 319.

³³ Ibid, 321.

³⁴ Al-Ghazali, M. (2000). *The Intentions of the Philosophers*, edited by Mahmoud Bejou. (Damascus: Matba'at al-Sabah, 10.

2. Structural Differences Between Arabic and English and Their Cognitive Impact in Light of the Philosophy of Language

The reader might assume that there is no relationship between language as mere words and phrases and the mode of thinking. However, Wittgenstein highlighted language in a new mold, considering it one of the most complex issues in linguistic philosophy when he demonstrated that language is not just a container for information and terminology, but a template that actively shapes mental conceptualization. The variations between the Arabic language—insofar as it is a derivational, pragmatic language—and the English language—insofar as it is a formal, analytic language—emerge as a decisive factor in shaping one's worldview.

Wittgenstein considers language to be a system intrinsically linked to specific forms of life. He observed that the structure of the English language tends toward "objectification" (al-shay'iyya / reification), where emphasis is placed on nouns and the sharp boundaries separating the subject from the object. This reinforces an analytical way of thinking that dissects reality into logical units. His vision regarding language-games and their tight correlation with forms of life explained with great precision how language structures a way of perceiving the world.

Objectification is the process of converting dynamics, feelings, or even continuous relationships into static things or fixed nouns. This stands out clearly when compared to other languages, such as the languages of certain indigenous peoples of North America—like the Hopi or Navajo languages—or when compared to the flexibility of verbal derivation in the Arabic language.

To explain what is meant by objectification, here is an example illustrating this analytical fragmentation:

Example: When expressing "lightning" or "storms" in the English language, the sentence states: "The lightning flashed." The logical analysis of the grammatical structure here forces the speaker to divide the event into two parts: a subject (noun/thing), which is "The lightning," and a verb (action), which is "flashed." The philosophical perspective of this separation reveals a barrier between the "subject" (the thing) and the "predicate" (the action). It depicts a static entity residing in the sky that suddenly performed the action of flashing. However, physical reality dictates that the lightning is the flash itself; there is no real, separate lightning waiting behind the scenes to perform the action of flashing. We find that language here has fragmented a continuous, dynamic reality into logical units consisting of (Noun + Verb).³⁵

Summary of the Idea: Wittgenstein demonstrated that individuals do not use language merely to describe a pre-existing world. Rather, the structure of the English language—consisting of (Subject + Verb + Object) and its imposition of rigid boundaries between nouns—makes its speaker view the world as a collection of separate objects. This contrasts with other languages that may view the world as a stream of continuous events. From the foregoing, we perceive how deeply the structure of language influenced thinking for Wittgenstein and stimulated his interest toward it, leading him to reveal this new philosophy to the world.

3. Fundamental Differences: Arabic Grammar vs. English Logic

The English language, with its structure that heavily relies on "word order" (SVO) to determine meaning, imposes a specific formal discipline. Conversely, Arabic relies structurally on "inflectional syntax" (i'rab) and "derivation" (ishtikaq), granting flexibility in the positioning, advancement, or deferral of words. This is reflected in thinking by making it more attentive to "objectives" (maqasid) and pragmatic contexts.

3.1. Language-Games in Arabic

The Arabic language relies on the verb and the derivation of words from roots. This affects the Arabic mode of thinking, rendering it dynamic and linking meanings within a single derivational origin. This specifically alters the nature of the language-game played by the speaker of the Arabic language.³⁶

³⁵ Whorf, B. (1956). *Language, Thought, and Reality: Selected Writings of Benjamin Lee Whorf*. J. B. Carroll, Ed. MIT Press, 213.

³⁶ Abderrahman, T. *Language and the Balance, or Intellectual Proliferation*, 23.

In the Arabic Language: Dynamism of Derivation and Flexibility of Inflection (Objectives and Context)

In the Arabic language, we find inflectional markers (alamat al-i'rab) on the endings of words, which liberate the speaker from the need to adhere to a rigid formal order. This enables the speaker to formulate the same event in several configurations without any change to the essence of the subject and object, but with a shift in "objective and emphasis":³⁷

Examples:

Ḍaraba Zaydun Amran (ضَرَبَ زَيْدٌ عَمْرًا): We see that the focus here is on the verb and the action itself—dynamism.

Zaydun ḍaraba Amran (زَيْدٌ ضَرَبَ عَمْرًا): Here, the focus and attention shift to Zayd as the subject.

Amran ḍaraba Zaydun (عَمْرًا ضَرَبَ زَيْدٌ): Attention is drawn here to Amr, perhaps to deny that anyone else was struck, or to express surprise.

The Rule of the Game Here: It resides within the inflectional movements—the damma and fatha—which safeguard the meaning, rather than the physical positions of the words. Words move freely within the linguistic space according to what the speaker wishes to highlight in the pragmatic context (the objective).

Its Reflection on Thinking: From this standpoint, the Arab thinker does not view the world as static, solid molds, but rather as "continuous dynamic relationships," where the focus shifts from the "thing" to the "relation and objective" (What is important for me to emphasize right now?).

3.2. Fundamental Differences Between Arabic Grammar and English Logic

The English language often relies on word order to determine the intended meaning, and this matter imposes a certain formal system and discipline. In contrast, Arabic, which relies on inflection and derivation, gives flexibility to the speaker to advance or defer words. This is reflected in their thinking, becoming more focused on pragmatic objectives and contexts.³⁸ This deep process of analysis touches the core of what Wittgenstein termed "Grammar." He demonstrated that it is capable of determining our world and our way of thinking; the transition from the strict English linguistic structure reliant on order to the flexible Arabic linguistic structure reliant on movement, derivation, and inflection alters the rules of the language-game completely.³⁹

Now, I will present a practical example to clarify the fundamental difference between English logic—reliant on "objectification and order"—and Arabic logic—reliant on "dynamism and objectives":⁴⁰

The Example: To express the event of "striking" or the "occurrence of an action," I present a simple sentence to observe the manner of manipulation that occurs within the linguistic system of each language, and its impact on the mind of the speaker:

In the English Language: It relies on strict word order (SVO) and focus on the "components." The standard structure is: Subject + Verb + Object. For example, the sentence: "John hit Max."

The Rule of the Game Here: We find the meaning here imprisoned by formal order. If you swap the places of the words and say: "Max hit John," the meaning is completely inverted by 100%. This reflects back onto the speaker's thinking; the mind in this case deals with fixed logical squares where the position of the word in the sentence determines identity and fate. Consequently, the speaker's focus is directed immediately toward the agents, namely: (Who is in the subject square? And who is in the object square?). This reinforces analytical thinking, rendering the world like jigsaw puzzle pieces arranged in a specific order that does not admit movement.⁴¹

³⁷ Al-Jurjani, A. (1992). *Dala'il al-l'jaz*. ed. Mahmoud Shakir. 3rd ed. Matba'at al-Madani, 106.

³⁸ Hassan, T. (1998). *The Arabic Language: Its Meaning and Structure*, 3rd ed, Alam al-Kutub, 327.

³⁹ Zwayn, A. (1986). *The Methodology of Linguistic Research between Heritage and Modernity*. Baghdad :Dar al-Shu'un al-Thaqafiyya al-Amma, 114-116.

⁴⁰ Hassan, T. *The Arabic Language: Its Meaning and Structure*, 328.

⁴¹ Zwayn, A. *The Methodology of Linguistic Research between Heritage and Modernity*, 114-116.

The Second Dimension: The Genius of "Root and Derivation" (Dynamism and Connectivity)

For this dimension, the necessity of the difference between the English thinker and the Arab thinker emerges prominently. We find words in the English language expressing closely related concepts that might be completely separate in their etymological origin, which leads to the fragmentation of reality. In Arabic, however, we find an interconnectedness between concepts, as the triliteral root binds them with a single dynamic bond.⁴²

Example: The root K-T-B (ك-ت-ب): When an Arab speaks, an extended network stemming from a single dynamic origin comes to mind: (Kataba [he wrote], Kitab [a book], Katib [a writer], Maktab [an office/desk], Maktaba [a library/bookstore], Iktitab [subscription/enlistment], Maktub [destiny/written]).

In English: We find these same concepts scattered, with no direct derivational connection between them structurally: (To write, Book, Writer, Office, Library, Subscription, Destiny).

Summary of the Matter: We find that the English speaker expresses these things as "separate units" in the world (the desk is one thing, the book is another thing, and destiny is something else entirely). Meanwhile, the Arabic speaker perceives internally and automatically that Maktab, Maktaba, Kitab, and even Maktub (destiny) all spring from a single original movement, which is "collecting and recording," united by the foundational root Kataba.⁴³

Conclusion

In conclusion, the researcher demonstrates that structural variances in grammar and morphology among languages extend beyond mere stylistic toolsets; rather, they represent a fundamental divergence in "language-games" and "forms of life" that actively shape a speaker's cognitive environment. Specifically, the object-oriented and rigid Subject-Verb-Object (SVO) syntactic patterns of English fragment reality into discrete, isolated entities, thereby fostering analytical thinking; conversely, the Arabic linguistic structure inclines toward dynamism and interconnectedness through its root-and-pattern derivational system, prompting its speakers to perceive the world as a fluid network of continuous actions and relations—a phenomenon that powerfully validates Wittgenstein's dictum that "the limits of my language mean the limits of my world." Bridging this structural divergence with pragmatic flexibility, this comparative study further reveals that Arabic grammar transcends the rigid formal-logical constraints governing Western languages like English, which relies on strict positional hierarchy to secure meaning. Thanks to its rich inflectional system (I'rab), Arabic possesses a fluid, expansive space wherein word order is liberated to serve communicative and pragmatic intents; mechanisms like word order permutation (Al-Taqdim wa Al-Ta'khir) do not merely reshuffle vocabulary, but fundamentally reorder the speaker's cognitive and rhetorical priorities according to situational contexts. Moving from the linguistic to the existential, the study illustrates that modern human struggle is not against technology itself, but against the logic of dominance that digitalization imposes on consciousness and language. Intertwining the insights of Ludwig Wittgenstein and Taha Abderrahmane, the analysis uncovers a core truth: language serves as the ultimate sanctuary against alienation, and losing control over language and its pragmatic use equates to losing control over existence itself. While Wittgenstein assigns philosophy a therapeutic mission in the digital age to purge the mind of corrupted information and virtual distortions, Taha Abderrahmane introduces the concept of "linguistic proliferation" (Al-Takawthur Al-Lughawi) as the vital antidote to decenter Western digital hegemony, transforming Arabic from a passive recipient into a generative force of concepts and meaning. Ultimately, synthesizing "mind and spirit" with "utterance and meaning" stands as the sole guarantee against the self-alienation of the human subject into a disempowered digital image. Therefore, the envisioned intellectual rebirth cannot be achieved through blind immersion in technology, nor through an archaic retreat from it, but by cultivating a "critical mind" that views technology as a means, human being as an end, and language as a bridge for civilizational dialogue anchored in mutual participation rather than forced assimilation.

⁴² Abderrahman, T. (1994). The Jurisprudence of Philosophy: 1. Philosophy and Translation (Philosophical Discourse and the Writing of Translation.. Al-Markaz al-Thaqafi al-Arabi, 126-128.

⁴³ Ibid, 126-128.

References

- Abdel Qader, M. (1985). *Contemporary Analytic Philosophy*. Beirut: Dar al-Nahda al-Arabiyya.
- Abderrahman, T. (1994). *The Jurisprudence of Philosophy: 1. Philosophy and Translation (Philosophical Discourse and the Writing of Translation..* Al-Markaz al-Thaqafi al-Arabi.
- Abderrahman, T. (1998). *Language and the Balance, or Intellectual Proliferation*. Casablanca: Al-Markaz al-Thaqafi al-Arabi.
- Abderrahman, T. (2002). *On the Foundations of Dialogue and the Renewal of Scholastic Theology* Casablanca: Al-Markaz al-Thaqafi al-Arabi, 2nd ed
- Abderrahman, T. (2015). *The Question of Method: On the Horizon of Establishing a New Intellectual Model*, introduced by Radouane Marhoum, Beirut: The Arab Institution for Thought and Creativity.
- Abderrahman, T. *Language and the Balance, or Intellectual Proliferation*.
- Abderrahman, T. *Language and the Balance, or Intellectual Proliferation*.
- Abed al-Jabri, M. (1998). *Averroes: Biography and Thought, A Study of Texts*. Beirut: Center for Arab Unity Studies.
- Al-Ghazali, M. (1966). *The Incoherence of the Philosophers*, edited by Sulayman Dunya, Egypt: Dar al-Ma'aref, 4th ed.
- Al-Ghazali, M. (2000). *The Intentions of the Philosophers*, edited by Mahmoud Bejou. (Damascus: Matba'at al-Sabah.
- Al-Hafni, A. (1972), *The Philosophical Encyclopedia*. Tunis: Dar al-Ma'aref.
- Al-Jurjani, A. (1992). *Dala'il al-I'jaz*. ed. Mahmoud Shakir. 3rd ed. Matba'at al-Madani.
- Al-Khwarizmi, M. (1989). *The Keys to the Sciences*, edited by Ibrahim Al-Ibyari Beirut: Dar al-Kitab al-Arabi.
- Belkheir, O. (2003). *Analysis of Theatrical Discourse in Light of Pragmatic Theory*. Algeria: Manshurat Al-Ikhtilaf.
- Hassan, T. (1998). *The Arabic Language: Its Meaning and Structure*, 3rd ed, Alam al-Kutub.
- Khafif, R. (2004). *Pragmatics and the Analysis of Literary Discourse*. Damascus: Al-Mawqif Al-Adabi Magazine, Arab Writers Union, Issue 399.
- Khalifi, B. *Philosophy and Problems of Language: A Reading in the Analytical Conception*. Arab Scientific Publishers.
- Lakhmisi, S. (2020). *The Philosophy of Language According to Taha Abderrahmane: A Reading in the Linguistic Turn and the Philosophy of Concepts*. Algeria: University of Algeria, Al-Miyar Magazine, Issue 52.
- Madin, M. (1989). *Analytic Philosophy: A Study in the Philosophy of Ludwig Wittgenstein, An Inquiry into the Problem of Meaning*. Cairo: Dar al-Thaqafa.
- Taha Abderrahmane, (1993). *Renewing the Method of Evaluating Heritage* Casablanca: Al-Markaz al-Thaqafi al-Arabi, 2nd ed.
- Whorf, B. (1956). *Language, Thought, and Reality: Selected Writings of Benjamin Lee Whorf*. J. B. Carroll, Ed. MIT Press.
- Wittgenstein, L. (2007). *Philosophical Investigations*. Trans. Dr. Abdul Razzaq Bannour. Beirut: Center for Arab Unity Studies.
- Zwayn, A. (1986). *The Methodology of Linguistic Research between Heritage and Modernity*. Baghdad: Dar al-Shu'un al-Thaqafiyya al-Amma.



BAİBÜİLEF-İG
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Günleri
Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication Communication Days



15.09.2026

Denizcilik İngilizcesinin Öğretiminde ve Değerlendirilmesinde Yapay Zekâ Teknolojileri

Artificial Intelligence Technologies in the Teaching and Assessment of Maritime English

Gulcohra ALIYEVA¹

Geliş Tarihi (Received): 23.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 25.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Öz: Bu çalışma, profesyonel eğitim bağlamında Denizcilik İngilizcesi öğretimi ve değerlendirmesinde Yapay Zekâ (YZ) teknolojilerinin entegrasyonunu araştırmaktadır. Araştırmanın konusu, denizcilik eğitiminde YZ destekli dil öğretimi ve performansa dayalı değerlendirmedir. Çalışmanın amacı, standartlaştırılmış denizcilik iletişim gereksinimleriyle uyumlu iletişimsel yeterliliğin geliştirilmesinde YZ odaklı araçların pedagojik etkinliğini ve değerlendirme güvenilirliğini değerlendirmektir. Deneyel uygulama ve nicel performans analizini birleştiren karma yöntemli bir araştırma tasarımı kullanılmıştır. Bir pilot grup denizcilik öğrencisi, otomatik konuşma tanıma (ASR), doğal dil işleme (NLP) ve uyarlanabilir geri bildirim sistemlerini içeren YZ destekli eğitim modüllerine katılmıştır. Öğrencilerin telaffuz doğruluğu, standartlaştırılmış ifade uyumluluğu ve görev tabanlı iletişimsel performansı müdahaleden önce ve sonra ölçülmüştür. Ön ve son test sonuçlarının istatistiksel karşılaştırması, öğrenci etkileşim verilerinin nitel analiziyle tamamlanmıştır. Bulgular, simülör tabanlı koşullar altında telaffuz hassasiyetinde ölçülebilir bir iyileşme, ifade hatalarında azalma ve iletişimsel verimlilikte artış olduğunu göstermektedir. Yapay zekâ tabanlı değerlendirme araçları, özellikle tekrarlayan dilsel risk faktörlerinin belirlenmesinde, geleneksel değerlendirme yöntemlerine kıyasla daha yüksek tanısal duyarlılık göstermiştir. Çalışma, yapay zekâ teknolojilerinin, yapılandırılmış bir pedagojik çerçeveye entegre edildiğinde, performans odaklı Denizcilik İngilizcesi eğitimi önemli ölçüde geliştirdiğini sonucuna varmıştır. Bununla birlikte, etkili uygulama, otomatik puanlama sistemlerinde geçerlilik, bağlamsal yeterlilik ve etik şeffaflığı sağlamak için insan gözetimini gerektirir.

Anahtar Kelimeler: Denizcilik İngilizcesi, yapay zekâ, dilsel risk faktörleri

&

Abstract: This study investigates the integration of Artificial Intelligence (AI) technologies in the teaching and assessment of Maritime English within a professional training context. The object of the research is AI-supported language instruction and performance-based assessment in maritime education. The aim of the study is to evaluate the pedagogical effectiveness and assessment reliability of AI-driven tools in developing communicative competence aligned with standardized maritime communication requirements. A mixed-method research design was employed, combining experimental implementation and quantitative performance analysis. A pilot group of maritime students participated in AI-assisted training modules incorporating automated speech recognition (ASR), natural language processing (NLP), and adaptive feedback systems. Learners' pronunciation accuracy, standardized phraseology compliance, and task-based communicative performance were measured before and after the intervention. Statistical comparison of pre- and post-test results was complemented by qualitative analysis of learner interaction data. The findings indicate measurable improvement in pronunciation precision, reduction of phraseological errors and increased communicative efficiency under simulator-based conditions. AI-based assessment tools demonstrated higher diagnostic sensitivity compared to traditional evaluation methods, particularly in identifying recurrent linguistic risk factors. The study concludes that AI technologies significantly enhance performance-oriented Maritime English instruction when integrated within a structured pedagogical framework. However, effective implementation requires human oversight to ensure validity, contextual adequacy and ethical transparency in automated scoring systems.

Keywords: Maritime English, artificial intelligence, linguistic risk factors

Atıf/Cite as Aliyeva, G. (2026). *Artificial Intelligence Technologies in the Teaching and Assessment of Maritime English*. BAİBÜİLEF-İG 2026, BAİBÜ, Bolu.

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Head of the Department of English Language, Faculty of Marine Navigation, Azerbaijan State Marine Academy, Baku, Azerbaijan, phone: +994505163400, e-mail: aliyevagulcohra59@gmail.com ORCID: 0000-0001-9517-6567

1. Introduction

The growing influence of Artificial Intelligence (AI) across educational environments has gradually reshaped the way language learning is delivered, monitored and assessed. In recent years, AI-supported technologies such as automated speech recognition (ASR), natural language processing (NLP), adaptive feedback systems and intelligent tutoring applications have attracted increasing attention in English language education due to their capacity to provide individualized instruction and immediate diagnostic feedback (Holmes et al., 2022; Luckin, 2018). Within English for Specific Purposes (ESP), these technologies are no longer viewed merely as supplementary digital tools; rather, they are increasingly recognized as interactive systems capable of supporting performance-oriented communicative training in highly specialized professional contexts.

In maritime education, communicative competence represents a critical operational requirement rather than solely a linguistic objective. Maritime English serves as the primary medium of international shipboard communication and plays a central role in navigational safety, emergency coordination, and intercultural interaction among multinational crews. According to the requirements established by the International Maritime Organization and the Standards of Training, Certification and Watchkeeping (STCW), maritime personnel must demonstrate effective communicative competence using standardized maritime phraseology in routine and emergency situations (IMO, 2015; IMO, 2017). From an operational perspective, even relatively minor linguistic inaccuracies may contribute to delayed response, misinterpretation of navigational instructions or communication breakdown under time-sensitive conditions.

Despite the increasing technological sophistication of maritime training environments, approaches to Maritime English instruction and assessment often remain dependent on traditional classroom practices, instructor-centered evaluation and limited oral performance analysis. Conventional assessment methods may successfully evaluate theoretical knowledge of maritime terminology and phraseology; however, they frequently encounter difficulties in measuring spontaneous communicative performance, pronunciation intelligibility and real-time interaction under simulator-based conditions. Moreover, subjective evaluation practices may reduce assessment consistency, particularly when large groups of trainees are involved in operational communication exercises (Douglas, 2014).

Recent developments in AI-assisted language learning suggest that intelligent technologies may offer valuable support in addressing these pedagogical and assessment-related limitations. Studies in Computer-Assisted Language Learning (CALL) indicate that AI-based systems can facilitate pronunciation training, automated speech analysis, adaptive feedback delivery and learner-specific performance monitoring (Chapelle, 2020; Godwin-Jones, 2021). ASR technologies, in particular, have demonstrated considerable potential in identifying pronunciation deviations and recurrent speech patterns that may affect communicative clarity in professional settings. Similarly, NLP-supported systems may contribute to analyzing phraseological accuracy and detecting linguistic risk factors associated with operational communication tasks.

Within maritime contexts, the integration of AI technologies into simulator-mediated communication training introduces additional opportunities for improving both instructional quality and assessment precision. AI-assisted diagnostic systems may enable instructors to monitor communicative performance more systematically while simultaneously providing learners with immediate corrective feedback during training activities. Such technologies may be especially valuable in multilingual maritime environments, where communication efficiency directly influences operational coordination and navigational safety.

Nevertheless, although AI has become an increasingly prominent topic in general language education research, comparatively limited attention has been devoted to its application in Maritime English instruction and assessment. Existing studies primarily focus on broader AI-supported learning environments, while research examining AI-assisted communicative assessment within maritime operational settings remains relatively underdeveloped.

In particular, further investigation is needed regarding the effectiveness of AI technologies in improving pronunciation intelligibility, standardized phraseology compliance, and simulator-based communicative interaction among maritime trainees.

Against this background, the present study explores the integration of AI technologies into the teaching and assessment of Maritime English within a professional maritime training environment. The research aims to evaluate the pedagogical effectiveness and diagnostic reliability of AI-assisted instructional and assessment tools in developing communicative competence aligned with standardized maritime communication requirements. The study further examines whether AI-supported systems can enhance pronunciation accuracy, reduce phraseological errors and improve communicative performance under simulator-based conditions while maintaining pedagogical validity and ethical transparency in automated evaluation processes.

2. Literature Review

2.1. Maritime English and Standardized Maritime Communication

Maritime English has evolved into a highly specialized form of professional communication designed to support operational clarity and navigational safety in international maritime environments. Due to the multinational nature of modern shipping, effective communication among crew members, port authorities, pilots, and vessel traffic services has become a fundamental requirement for safe maritime operations (Pritchard, 2003). Recognizing the importance of standardized communication, the International Maritime Organization introduced the Standard Marine Communication Phrases (SMCP) to reduce ambiguity and minimize the risk of misunderstanding during routine and emergency situations (IMO, 2015).

The role of Maritime English extends beyond vocabulary acquisition or grammatical competence. Contemporary maritime communication training emphasizes operational intelligibility, situational responsiveness, and precise phraseological usage under stressful conditions. According to Trenkner (2010), inadequate linguistic competence remains one of the contributing factors in maritime incidents involving multicultural crews. Communication-related errors may emerge not only from insufficient language proficiency but also from pronunciation difficulties, inconsistent phraseology and limited intercultural communicative awareness.

Within Maritime Education and Training (MET), simulator-based instruction has become increasingly important for developing operational communication skills in realistic navigational scenarios. Bridge simulators and communication simulators enable trainees to practice standardized phraseology within dynamic operational environments that replicate authentic shipboard interaction (Kluijven, 2006). However, assessing communicative performance within such environments remains a complex pedagogical challenge, particularly when instructors must simultaneously evaluate pronunciation clarity, communicative efficiency, response accuracy and procedural compliance.

2.2. Artificial Intelligence in Language Education

The integration of Artificial Intelligence into language education has significantly expanded during the past decade, particularly within Computer-Assisted Language Learning (CALL) environments. AI technologies are increasingly employed to support adaptive learning, learner analytics, automated feedback and individualized instructional design (Holmes et al., 2022). Unlike traditional digital learning platforms, AI-supported systems are capable of processing learner performance data dynamically and adjusting instructional feedback according to individual learning needs.

Natural language processing and automated speech recognition technologies have become especially influential in language learning applications. These systems enable learners to receive immediate feedback on pronunciation accuracy, speech fluency, lexical choice and grammatical performance (Godwin-Jones, 2021). Research suggests that immediate corrective feedback may contribute positively to learner autonomy and pronunciation development, particularly in communicative training contexts where repeated oral practice is essential (Li, 2020).

Another important advantage of AI-supported learning environments involves their capacity to provide continuous performance monitoring. Adaptive systems can identify recurrent learner difficulties and generate individualized recommendations based on performance patterns. In ESP-oriented instruction, this capability is particularly valuable because communicative requirements often involve profession-specific terminology, procedural language and operational discourse structures. As noted by Chapelle (2020), AI technologies may facilitate more targeted and data-informed language instruction when integrated within clearly structured pedagogical frameworks.

Nevertheless, scholars also emphasize that AI-assisted language learning should not replace instructor involvement entirely. Human supervision remains essential for interpreting contextual meaning, evaluating communicative appropriateness, and ensuring ethical transparency in automated assessment procedures (Luckin, 2018). Consequently, many researchers advocate for a balanced instructional model in which AI functions as a supportive pedagogical instrument rather than an autonomous evaluative authority.

2.3. AI-Based Language Assessment and Diagnostic Feedback

AI-supported assessment systems have attracted considerable attention due to their potential to improve evaluation consistency, diagnostic precision and feedback efficiency. In language assessment contexts, AI technologies are increasingly used for automated scoring, pronunciation analysis, speech intelligibility evaluation and learner performance diagnostics (Burstein et al., 2013). These systems may assist instructors in identifying recurrent linguistic patterns that are difficult to detect through conventional assessment practices alone.

Automated speech recognition technologies are particularly relevant in oral proficiency assessment because they enable detailed analysis of pronunciation features, speech tempo, stress patterns and articulation accuracy. Research conducted by Xi (2010) indicates that ASR-supported evaluation systems may provide relatively stable measurements of oral intelligibility when appropriately calibrated within specific linguistic contexts. Furthermore, AI-based diagnostic systems can process extensive quantities of learner speech data, thereby improving the identification of recurring pronunciation deviations and communicative risk factors. Another important dimension of AI-assisted assessment involves formative feedback delivery. Unlike traditional assessment models that often provide delayed evaluation, AI-supported systems can generate immediate corrective responses during communicative interaction. Such immediacy may contribute to increased learner engagement and more effective self-correction processes (Nicol, 2007). Within operational communication training, rapid feedback is especially valuable because learners must develop the ability to respond accurately and efficiently under time-sensitive conditions.

At the same time, concerns regarding reliability, bias, and contextual validity continue to shape academic discussions surrounding AI-based assessment. Automated scoring systems may occasionally misinterpret context-dependent language use or fail to recognize acceptable communicative variation in multilingual environments (Williamson & Pizmony-Levy, 2020). For this reason, researchers increasingly argue that AI-supported assessment should function within a human-supervised evaluative framework that combines technological efficiency with pedagogical judgment.

2.4. Artificial Intelligence in Maritime Education

The maritime sector has experienced substantial technological transformation as a result of digitalization, automation and intelligent navigation systems. Within Maritime Education and Training, AI technologies are gradually being incorporated into simulator-based learning, operational risk analysis and decision-support systems (Mallam et al., 2019). These developments have created new opportunities for integrating AI-assisted communication training into maritime instructional environments.

Simulator-mediated training environments provide an especially suitable context for AI-supported language assessment because they generate large quantities of real-time communicative interaction data. AI systems may analyze trainee responses, identify communication delays, detect phraseological inconsistencies and monitor pronunciation intelligibility during operational exercises. In practical terms, such systems may assist instructors in identifying communicative weaknesses that could potentially influence operational safety during real maritime operations.

Despite these emerging possibilities, empirical research focusing specifically on AI-assisted Maritime English assessment remains limited. Existing maritime AI studies tend to prioritize navigational automation, engineering systems, or operational safety technologies rather than linguistic performance analysis. Consequently, the pedagogical role of AI in Maritime English communication training continues to represent an underexplored research area requiring further systematic investigation.

3. Methodology

3.1. Research Design

This study employed a mixed-method research design combining quantitative performance analysis with qualitative evaluation of learner interaction data. The mixed-method approach was considered appropriate because the research aimed not only to measure measurable changes in communicative performance, but also to examine how AI-assisted technologies influenced learner interaction and operational communication behavior within simulator-based maritime training environments. Quantitative analysis focused on pre- and post-intervention performance indicators, while qualitative observations provided additional insight into learner engagement, response patterns and communicative adaptation during AI-supported instructional activities.

The experimental component of the study was conducted within a professional Maritime English training context in which AI-supported instructional and assessment tools were integrated into simulator-mediated communication exercises. The research design enabled comparative evaluation of learner performance before and after participation in AI-assisted training modules.

3.2. Participants

The participants of the study consisted of 36 undergraduate maritime students enrolled in Maritime Navigation and Marine Engineering programmes at a maritime higher education institution. The participants ranged in age from 19 to 22 years and possessed intermediate to upper-intermediate levels of English language proficiency. All participants had previously completed introductory Maritime English courses and demonstrated familiarity with Standard Marine Communication Phrases (SMCP) prior to the experimental intervention. The selection of participants was based on voluntary participation and accessibility within the institutional training programme. Since simulator-based communication tasks formed part of their professional training curriculum, the participants were already accustomed to operational communication exercises in controlled maritime simulation environments.

3.3. Instructional and Assessment Instruments

Several AI-supported instructional and assessment instruments were employed during the study. Automated Speech Recognition (ASR) systems were used to evaluate pronunciation intelligibility, speech clarity, and response accuracy during simulator communication tasks. Natural Language Processing (NLP)-based analytical tools were integrated to monitor phraseological compliance and identify recurrent linguistic deviations in operational communication exchanges.

In addition, adaptive feedback systems were utilized to provide learners with immediate corrective feedback regarding pronunciation errors, lexical inaccuracies, delayed response timing, and non-standard phraseological structures. The instructional intervention also incorporated simulator-mediated bridge communication scenarios designed to replicate realistic maritime operational conditions, including navigational coordination, distress communication and ship-to-ship interaction.

Learner performance was evaluated through a structured assessment rubric that included the following criteria:

- pronunciation intelligibility;
- standardized phraseology compliance;
- communicative response accuracy;
- operational interaction efficiency;
- task completion performance.

The assessment rubric was applied consistently during both pre-test and post-test evaluation stages.

3.4. Procedure

The study was conducted over an eight-week instructional period. At the beginning of the research process, participants completed a pre-test involving simulator-based Maritime English communication tasks. The pre-test aimed to establish baseline measurements for pronunciation accuracy, phraseological performance and communicative efficiency under operational simulation conditions.

Following the initial assessment stage, participants engaged in AI-assisted instructional modules integrated into their regular Maritime English training sessions. During the intervention period, learners participated in simulator-mediated communication exercises supported by AI-based pronunciation analysis, automated speech feedback and adaptive correction systems. The instructional activities focused primarily on standardized maritime phraseology, emergency communication procedures, response timing and operational interaction accuracy.

Throughout the intervention process, the AI-supported systems continuously analyzed learner speech production and generated individualized feedback designed to support communicative improvement. Instructors simultaneously monitored learner performance and provided supplementary pedagogical guidance when necessary to ensure contextual understanding and operational appropriateness.

At the conclusion of the instructional intervention, participants completed a post-test consisting of communication tasks comparable in structure and difficulty to those administered during the pre-test stage. The post-test enabled comparative analysis of learner performance following AI-assisted instruction.

3.5. Data Collection and Analysis

Both quantitative and qualitative data were collected during the study. Quantitative data consisted primarily of pre-test and post-test performance scores related to pronunciation intelligibility, phraseological compliance, communicative efficiency and response accuracy. Descriptive statistical analysis was employed to calculate mean performance differences between pre-intervention and post-intervention results.

To determine the statistical significance of performance improvement, paired-sample t-test analysis was applied to selected communicative performance indicators.

The combination of quantitative measurement and qualitative interpretation contributed to a more comprehensive evaluation of the pedagogical effectiveness and diagnostic potential of AI-supported Maritime English instruction and assessment systems.

Results and Discussion

The findings of the study indicate that the integration of AI-supported instructional and assessment technologies contributed positively to the development of Maritime English communicative competence among the participants. Comparative analysis of pre-test and post-test performance results demonstrated measurable improvement across several operational communication indicators, particularly in pronunciation intelligibility, phraseological accuracy and communicative response efficiency.

The quantitative analysis revealed that learners showed noticeable progress in pronunciation accuracy following participation in AI-assisted training modules. During the pre-test stage, several participants demonstrated difficulties related to stress placement, articulation clarity and intelligibility of operational commands. However, after the intervention period, post-test results indicated more stable pronunciation performance and improved speech clarity during simulator-mediated communication exercises. The ASR-supported feedback system appeared especially effective in helping learners identify recurring pronunciation deviations and self-correct problematic speech patterns.

In addition to pronunciation improvement, the findings demonstrated a reduction in phraseological inconsistencies during operational communication tasks. Participants increasingly relied on standardized maritime communication structures aligned with SMCP requirements and demonstrated greater consistency in emergency response exchanges. From an operational perspective, this improvement is particularly important because standardized phraseology plays a critical role in minimizing misunderstanding within multilingual maritime environments.

The study also revealed enhanced communicative efficiency during simulator-based interaction. Learners responded more rapidly to operational instructions and demonstrated increased confidence when participating in navigational coordination tasks. Instructor observations suggested that immediate AI-generated feedback contributed positively to learner engagement and encouraged more active participation during communication exercises.

The following table summarizes selected pre-test and post-test performance indicators:

Performance Indicator	Pre-test	Post-test	Improvement
Pronunciation Accuracy	68%	86%	+18%
Phraseology Compliance	61%	84%	+23%
Communicative Efficiency	70%	88%	+18%
Response Accuracy	65%	87%	+22%

Another important finding involved the diagnostic capabilities of AI-supported assessment systems. Compared to traditional instructor-based evaluation alone, AI-assisted tools demonstrated greater sensitivity in identifying recurrent linguistic risk factors such as delayed response timing, repeated pronunciation deviations and inconsistent phraseological usage. These diagnostic functions enabled instructors to monitor learner performance more systematically and provide more individualized corrective guidance.

Nevertheless, the study also identified several limitations associated with AI-assisted assessment. Although automated systems effectively processed speech and performance data, they occasionally demonstrated difficulty interpreting context-dependent communication variation or non-standard yet operationally acceptable responses. In some cases, instructor intervention remained necessary to evaluate communicative appropriateness within complex simulation scenarios.

These findings support previous research emphasizing that AI technologies should function as supportive pedagogical instruments rather than fully autonomous evaluative systems (Luckin, 2018; Williamson & Pizmony-Levy, 2020). Within Maritime English instruction, the most effective approach appears to involve balanced integration of AI-supported diagnostic technologies alongside continuous human supervision and contextual pedagogical interpretation.

Overall, the results suggest that AI-assisted instructional environments may significantly strengthen operational communication training in maritime education when integrated within clearly structured pedagogical frameworks. As maritime training institutions continue to adopt digitalized learning environments, AI-supported language assessment may become an increasingly valuable component of communicative competence development in professional maritime contexts.

Conclusion

The findings of this study demonstrate that Artificial Intelligence technologies can make a meaningful contribution to the teaching and assessment of Maritime English within contemporary maritime training environments. The integration of AI-supported tools, particularly automated speech recognition, natural language processing, and adaptive feedback systems, was associated with noticeable improvement in pronunciation intelligibility, standardized phraseology compliance, and task-based communicative performance under simulator-mediated conditions. From a pedagogical perspective, these technologies appear capable of supporting more responsive and performance-oriented language instruction while simultaneously enhancing learner engagement and diagnostic precision.

The study also indicates that AI-assisted assessment systems may provide advantages beyond conventional evaluation approaches. Automated diagnostic analysis enabled more systematic identification of recurrent linguistic risk factors, including pronunciation deviations, delayed response patterns and phraseological inconsistencies that could potentially affect operational communication safety in multilingual maritime contexts. In this respect, AI technologies may contribute not only to language development but also to broader communicative risk mitigation within maritime operational training.

At the same time, the results suggest that the effectiveness of AI-supported assessment depends heavily on appropriate pedagogical integration and continuous human supervision. Although automated systems can process communicative data efficiently, they may not always fully capture contextual appropriateness, situational nuance, or intercultural dimensions of professional communication. Consequently, instructor involvement remains essential for ensuring assessment validity, ethical transparency, and balanced interpretation of learner performance. Several limitations of the present study should also be acknowledged. The research was conducted within a relatively limited participant group and focused primarily on simulator-based communication tasks. Future studies may benefit from larger-scale experimental designs, longitudinal observation and comparative analysis across different maritime training institutions. Additional research may also explore the integration of generative AI technologies, multimodal assessment systems and real-time communication analytics in Maritime English instruction.

Overall, the study supports the growing view that AI technologies, when implemented within a structured and pedagogically supervised framework, can significantly enhance both the instructional and evaluative dimensions of Maritime English education. As maritime communication environments continue to evolve alongside digital transformation, AI-assisted language training may become an increasingly important component of operationally oriented maritime education and training systems.

References

- Burstein, J., Tetreault, J., & Madnani, N. (2013). The e-rater® automated essay scoring system. In M. D. Shermis & J. Burstein (Eds.), *Handbook of automated essay evaluation* (pp. 55–67). Routledge.
- Chapelle, C. A. (2003). *English language learning and technology*. John Wiley & Sons.
- Douglas, D. (2014). *Understanding language testing*. Routledge.
- Godwin-Jones, R. (2021). Emerging technologies: Artificial intelligence and language learning. *Language Learning & Technology*, 25(3), 5–15.
- Holmes, W., Bialik, M., & Fadel, C. (2022). *Artificial intelligence in education: Promises and implications for teaching and learning*. Center for Curriculum Redesign.
- International Maritime Organization. (2015). *Standard marine communication phrases (SMCP)*. IMO Publishing.
- International Maritime Organization. (2017). *International convention on standards of training, certification and watchkeeping for seafarers (STCW Convention)*. IMO Publishing.
- Kluijven, P. van. (2007). *The international maritime language programme*. Alk & Heijnen.
- Li, K. (2020). Intelligent pronunciation training systems and second language learning effectiveness. *Computer Assisted Language Learning*, 33(5–6), 1–20.
- Luckin, R. (2018). *Machine learning and human intelligence: The future of education for the 21st century*. UCL Institute of Education Press.
- Mallam, S. C., Nazir, S., & Sharma, A. (2019). The human element in future Maritime Operations – Perceived impact of autonomous shipping. *Ergonomics*, 62(3), 334–345.
- Nicol, D. J. (2007). Principles of good assessment and feedback practice. *Studies in Higher Education*, 31(2), 199–218.
- Pritchard, B. (2003). Maritime English syllabus for the modern seafarer: Safety-related or comprehensive courses? *WMU Journal of Maritime Affairs*, 2(2), 149–166.
- Trenkner, P. (2010). Maritime English. *TransNav: International Journal on Marine Navigation and Safety of Sea Transportation*, 4(2), 163–168.
- Williamson, B., & Pizmony-Levy, O. (2020). Critical perspectives on edtech datafication, automation, and AI. *Learning, Media and Technology*, 45(1), 1–13.
- Xi, X. (2010). Automated scoring and feedback systems in language assessment. *Language Testing*, 27(3), 291–300.
- Williamson, B., Eynon, R., Potter, J., & Pizmony-Levy, O. (2020). Critical perspectives on edtech datafication, automation, and AI. *Learning, Media and Technology*, 45(1), 1–13.



15.09.2026

Azerbaycan Tercüme Ansiklopedisi: Yapay Zekâ Araçlarının Entegrasyonu

Azerbaijan Translation Encyclopedia: Integration of Artificial Intelligence Tools

Leyla ALİYEVA¹

Geliş Tarihi (Received): 01.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 02.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Öz: Bu makalede, Azerbaycan Tercüme Ansiklopedisi'nin ansiklopedik materyallerinin güncellenmesi ve korunması için gelecekte yapay zekânın kullanımı ele alınmaktadır. Bu ansiklopedinin çeviri çalışmaları alanındaki ilk eserlerden biri olduğu söylenebilir. Makalenin başında ansiklopedinin yapısı ele alınmaktadır. Azerbaycan Tercüme Ansiklopedisi (ATA), "çeviri hakkında her şey" ilkesine göre oluşturulmuştur, yani çeviri hakkında güncel bilgilerin sistematik olarak derlendiği benzersiz bir bilimsel referans yayınıdır. Ansiklopedi, çok çeşitli çeviri literatürünü yansıtmaktadır. Yapısal olarak Ansiklopedi, teorik ve pratik bölümlerden oluşmaktadır. Teorik bölüm, konu ve sorunlar, çevirinin felsefi temelleri, çeviri tarihi ve çevrebilim ile ilgili materyalleri içermektedir. Büyük bir hacmi kaplayan pratik bölüm, çeviri stratejileri ve taktikleri ile en önemlisi çevirmenlerin kişisel bilgilerini ve terminoloji sözlüğünü içermektedir. Bilindiği gibi, günümüz dünyasında yapay zekâ artık hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Söz konusu projenin temel amacı, okuyuculara çeviri bilimi alanında mümkün olduğunca güncel ve doğru bilgi ve bilgilere erişim sağlamaktır. Yapay zekâ kullanarak bir ansiklopedideki dijital bilgilerin en doğru versiyonunu güncellemek ve vurgulamak. Bu, teknik bir çalışma biçimidir. Aynı zamanda, ansiklopedinin yaratıcı biçimine de dikkat çekilmelidir. Ansiklopedilerde yer alan terimlerin eş anlamlılarını bulmak için yapay zekânın kullanılması da çok önemlidir. Bilgi yoğunluğunun yüksek olduğu bir alanda, yapay zekâ akademik uzmanların asistanı haline geliyor. Ansiklopedi, şüphesiz ki çevirmenlik mesleğini seçen öğrencilere ve çeviri teorisi ve pratiğiyle ilgilenen uzmanlara büyük bir yardım sağlamıştır ve sağlamaya devam edecektir.

Anahtar kelimeler: Ansiklopedi, Yapay zekâ, teorik, pratik

&

Abstract: This article discusses the future use of artificial intelligence for updating and preserving the encyclopedic content of the *Azerbaijan Translation Encyclopedia*. This encyclopedia can be considered one of the pioneering works in the field of translation studies. The article begins by outlining the structure of the encyclopedia. The *Azerbaijan Translation Encyclopedia* (ATA) was created based on the principle of "everything about translation"; it is a unique scholarly reference work that systematically compiles up-to-date information on the subject. The encyclopedia reflects a wide range of literature on translation. Structurally, it consists of theoretical and practical sections. The theoretical section covers topics and issues such as the philosophical foundations of translation, the history of translation, and translation studies. The practical section, which constitutes a significant portion of the work, includes translation strategies and tactics, as well as—most importantly—biographical information on translators and a terminology glossary. As is well known, artificial intelligence has become an integral part of our lives in the modern world. The primary objective of this project is to provide readers with access to the most current and accurate information in the field of translation studies. It aims to update and highlight the most accurate versions of digital information within the encyclopedia using artificial intelligence; this represents a technical aspect of the work. At the same time, the creative nature of the encyclopedia must also be acknowledged. The use of artificial intelligence to identify synonyms for terms included in the encyclopedia is also of great importance. In a field characterized by a high density of information, artificial intelligence is becoming an assistant to academic experts. The encyclopedia has undoubtedly provided—and will continue to provide—great assistance to students choosing the translation profession and to experts interested in translation theory and practice.

Keywords: Encyclopedia, artificial intelligence, theory, practice

Atıf/Cite as Aliyeva, L. (2026). *Azerbaijan Translation Encyclopedia: Integration of Artificial Intelligence Tools*. BAİBÜİLEF-İĞ 2026, BAİBÜ, Bolu.

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Doç. Dr., Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Yabancı Diller Yüksekokulu, Mültecim Tercümanlık Bölümü, e-posta: leyla.Aliyeva09@mail.ru, ORCID: 0000-0001-7490-4035

Giriş

Azerbaycan Tercüme Ansiklopedisi: Yapay Zekâ Araçlarının Entegrasyonu konusu, çağdaş dilbilim, çeviribilim ve dijital beşerî bilimlerin kesiştiği önemli bir alanı oluşturmaktadır. Yapay zekânın (YZ) bu tür bir ansiklopedi projesine entegre edilmesi, ansiklopedinin geliştirilme sürecini hızlandırmakla kalmaz, aynı zamanda ansiklopedinin dünya dillerine etkili bir şekilde çevrilmesini ve erişilebilir olmasını da sağlar.

Yapay zekâ araçlarının Azerbaycan Tercüme Ansiklopedisi'ne entegre edilmesi, ansiklopedinin bilimsel değerini artırmanın ve kullanıcılar için kullanım kolaylığını sağlamanın bir faktörü olabilir. Yapay zekâ, bilgilerin hazırlanmasını ve doğrulanmasını hızlandıran bir araç, terminolojik standardizasyon mekanizması ve anlamsal arama desteği olarak kullanılması uygun olacaktır.

Modern dünyada kültürlerarası diyalog sorunları yaşamsal önem kazanmıştır. Ulusal ve kültürel başarıların, bilimsel, sanatsal ve diğer değerlerin değiş tokuşu, kamusal yaşamın her alanında halklar arasında iş birliği çeviri olmaksızın imkansızdır. Çeviri, toplumun belirli sosyal, kültürel, bilimsel, estetik ve diğer ihtiyaçlarını karşılar. Son yıllarda ortaya çıkan çeviri sorunları üzerine yapılan çalışmalarda, oldukça çok sayıdaki ve çeşitli çeviri faaliyetlerinden, çeviri edebiyatı türlerinden en zorunun edebi metnin çevirisi olduğu belirtilmiştir.

Sanırım makalenin başında ansiklopedinin yapısından bahsetmek doğru olur.

Azerbaycan Tercüme Ansiklopedisinin yapısı hakkında

Azerbaycan SSRİ'nin bir parçası olan ülkemizde uzun bir süre diğer alanlarda olduğu gibi çeviri çalışmalarında da temel teorik konular Rus bilginlerinin görüşlerine dayanılarak, ağırlıklı olarak Rusça'dan yapılan çevirilerle şekillenmeye başladı.

Sovyet döneminde Azerbaycan'da çeviri çalışmalarında var olan ilkeler Rus-Sovyet çeviri okuluna dayansa da, önceki doğu gelenekleri bir miktar etkisini sürdürdü. Azerbaycan'da her zaman yetenekli çevirmenler olmuştur ve halen de vardır.

Artık Sovyet döneminde var olan sıkı çerçeveler, standartlar ve tematik planlar yoktu. O yüzden de bütün bunlar Azerbaycan'da dünya edebiyatının yeni bir düzeyde tercümesi üzerine geniş çaplı bir çalışma başlatmayı mümkün kıldı.

2018 yılında Bakü Slav Üniversitesi'nin (BSU) ilk rektörü, şimdi Azerbaycan Diller Üniversitesi (ADU) rektörü, Profesör Dr. K.M. Abdullayev'in girişimiyle ve onun liderliğinde Azerbaycan Tercüme Ansiklopedisi (ATA) yayınlandı. Azerbaycan Tercüme Ansiklopedisi, "çeviriyle ilgili her şey" ilkesine göre oluşturulmuştur. Ansiklopedi üzerine çalışmalar 2004 yılında "Çeviri Problemleri" araştırma laboratuvarında başladı. 13-14 yıl sürdü. Çalışmalar Devlet Arşivlerinde, kütüphanelerde, Azerbaycan Yazarlar Birliği'nde, bireysel çevirmenlerin kişisel arşivlerinde vb. araştırıldı.

Ansiklopedinin yapısı teorik ve pratik bölümlerden oluşmaktadır. Okurlara ilk kez sunulan "Azerbaycan Tercüme Ansiklopedisi" nin teorik kısmı, çeviri konusu ve sorunlarını, felsefi temellerini, Azerbaycan'da çeviri tarihinin önemli noktalarını, teorik ve pratik konularını içermektedir. İkinci pratik kısım, en büyük kısımdır ve buradaki personeli kapsar. Ansiklopedi hem Azerbaycancaya yani Azerbaycan türkçesine hem de Azerbaycancadan çevirileri içermektedir. "Ansiklopedi"de, Azerbaycanca'dan ve Azerbaycanca'ya yapılan çeviriler hakkında ve çevirinin gelişim tarihi hakkında kapsamlı bilgiler yer almaktadır. Bir meslek olarak çevirinin tarihi çok eskidir. Farklı dillere, kültürlere ve dünya görüşlerine sahip insanlar arasında etkileşim ve bilgi alışverişine ihtiyaç duyulduğu andan itibaren, çeviri bu ihtiyacı karşılamanın en iyi yoludur.

Bu anlamda çevirmenler akım taşıyan tellere benzetilebilir. Bir tercüman, iki farklı kültür, iki farklı dil arasındaki bağlantıdır. Bir tercümanın hizmetleri bile benzer kültürlerle sahip iki halk arasında bilgi alışverişinde kullanılmaktadır. Bunun açık bir örneği, Türkçe'den Azerbaycan diline ve tam tersi çevirilerdir.

Görüldüğü gibi, XX. yüzyılın ortalarından itibaren çeviri çalışmaları araştırmacıların ilgisini çeken bir tür sınır bilimi olmuştur. Bu, hem şiirsel (imge, içerik, üslup, edebi dil, türler), estetik (algı ve ifade), dilbilim (fonetik, anlambilim, sözdizimi, onomastik) ve yaratıcı sürecin psikolojisini yansıtan kategorileri içerir.

Çeviri çalışmalarının kökleri birçok bilim dalına dayanmaktadır. Bugün, "çeviri sorunları hem geleneksel olarak çeviriyi çalışmak (ve çalışmaya devam etmek) hem de karma ve karma olmayan bilimler için büyük önem taşımaktadır.

Ansiklopedi, çeviri stratejisi ve taktikleri gibi önemli bir soruna da dikkat eder. Burada, en önemli devlet programları, çeviri faaliyetleri ve devlet yapılarının çeviriden çeviriye ilişkin konumu ile ilgili ayrı belgelerde, kararnamelerde, kararlarda vb. yansıtılır. Bu "Ansiklopedi" yer alan bireysel çeviri problemlerinin çözümü, kısa ve uzun vadede çeviri endüstrisinin yapısı hakkındaki önerileri içerir. Egemen Azerbaycan'ın dünya sürecine entegrasyonundaki temel ve belirleyici faktörlerden biri çeviri olarak kabul ediliyor.

Azerbaycan Tercüme Ansiklopedisi,"çeviriyle ilgili her şey"

"Azerbaycan Tercüme Ansiklopedisi,"çeviriyle ilgili her şey" ilkesine göre oluşturulmuştur, modern çeviri bilgisini sistematize eden eşsiz bir bilimsel referans yayınıdır. "Ansiklopedi", çok çeşitli çevrilmiş literatürü yansıtır. Burada, kurgu, bilim ve gazetecilik literatürünün çevirileri hakkında bilgiler de dahil olmak üzere, Azerbaycan diline ve Azerbaycan dilinden farklı çeviri örnekleri verilmiştir.

Kurgusal edebiyat çevirilerinin çoğunun alınmış olması oldukça doğaldır, ancak diğer iki edebiyat türüne yeterince dikkat edilir. Bu tür çevrilmiş literatürün her birinin, Ansiklopediyi derleyenlerin dikkatini gerektiren kendine özgü özellikleri vardır. Bu farklılıkları hesaba katmak her zaman odak noktası olmuştur.

Hacim ve ağırlık bakımından en büyüğü olan "Ansiklopedi"nin en önemli kısmı çevirmen kişiliklerinden oluşuyor. Yukarıda belirtildiği gibi, kişiliklerle ilgili ansiklopedik makaleler çeşitli kaynaklardan toplanmıştır. Biriken tüm materyaller, ansiklopedik makalelerin temelini oluşturduğu kişiliklerdir. Kitap her personanın hayat ve yaratıcılığıyla ilgili kısa biyografik not içerir. Çeviri faaliyetinin ana aşamalarının yanı sıra bu çevirmen tarafından çevrilen eserlerin listesi de ele alınmaktadır. Ansiklopedi, çeviri çalışmalarının ana terim ve kavramlarını içeren terminolojik sözlükle kapanmaktadır.

Ansiklopedi, mütercimler ve bu alanla ilgilenenlerin yanı sıra yazarlar, filologlar, genç edebiyat eleştirmenleri için faydalı olacaktır. Ansiklopedinin teorik ve pratik bölümleri olan personel, bilimsel çalışmalar için hem gerçek hem de teorik olarak çok ciddi ve sağlam bir rol oynayacağına eminiz.

Çeviri Ansiklopedisi ve Çağdaş Teknolojilerin Önemi

Bu ansiklopedi eşsiz bir bilimsel referans yayınıdır. Şüphesiz, modern Azerbaycan tarihinin en önemli parçası olacak. Ansiklopedi, Azerbaycan çeviri okulunun gelişmesinde ve kültürler arası diyalogda önemli rol oynamaktadır.

Yapay zekâ'nın çeviri ansiklopedileri, sözlükler ve terminoloji veritabanlarının oluşturulma sürecine entegrasyonu, çalışmanın hızını, kapsamını ve doğruluğunu kökten değiştiriyor. Bu, manuel veri toplama sürecinden, dilbilimsel bilginin otomatik ve akıllı bir şekilde modellenmesine doğru bir geçiş anlamına geliyor.

Tercüme Ansiklopedisi: Alfabeden Algoritmaya çeviri teorisi, tarihi, yöntemleri ve modern teknolojileri (özellikle makine çevirisi ve algoritmalar) kapsayan geniş bir kavramdır. Bu konu, geleneksel dilbilimden bilgisayar bilimlerine kadar geniş bir alanı kapsamaktadır.

"Büyük dil modellerinin «Azerbaycan Tercüme Ansiklopedisi» yapısına entegre edilmesi, bu devasa eseri pasif bir bilimsel referans arşivinden dinamik bir zekâ ekosistemine dönüştürebilir"(3) Ayrıca, yapay zekâ araçlarının "Azerbaycan Tercüme Ansiklopedisi" yapısına entegre edilmesinin, kültürel mirasın statik olarak korunmasından, onun aktif ve entelektüel bir şekilde yeniden üretilmesine doğru bir geçişi simgelediğini de belirtmek önemlidir.

Sonuç

Son olarak şunu da bir kez daha belirtmek isterim ki, yapay zekâ'nın çeviri ansiklopedileri, sözlükler ve terminoloji veritabanlarının oluşturulma sürecine entegrasyonu, çalışmanın hızını, kapsamını ve doğruluğunu kökten değiştiriyor. Bu, manuel veri toplama sürecinden, dilbilimsel bilginin otomatik ve akıllı bir şekilde modellenmesine doğru bir geçiş anlamına geliyor. Ansiklopedi üzerindeki çalışmalar bundan sonra tam da bu yönde sürdürülecek.

“Ansiklopedi”nin ikinci baskısı 2022 -ci yılında yayınlandı. Şu anda “Ansiklopedi”nin üçüncü basıma hazırlanmaktadır ve sonunda makaleyi Ansiklopedi'nin Genel Yayın Yönetmeni Profesör Dr. Kamal Abdulla'nın “Minnettar okur elbette değerini verecektir” cümlesiyle bitirmek isterdim.

Kaynaklar

Azerbaycan Tercüme Ansiklopedisi. Bakü, 2018, 584s

Мамедов А. И. Азербайджанская переводческая энциклопедия: интеграция инструментов искусственного интеллекта в гуманитарное и образовательное пространство Баку, 2025. УДК 81'25:004.8

Fedorov A.V. Osnovi obşey teorii perevoda. M., Vışşaya şkola, 1983, c.244-245.



BAİBÜİLEF-İG
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Günleri
Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication Communication Days



15.09.2026

Alfabaden Algoritmaya: Epigraf İşlevinde Kur'an Alıntıları ve Kültürlerarası Anlam İletimi: İvan Alekseyeviç Bunin'in Şiirlerinde İntertekstüel Süreçler

From Alphabet to Algorithm: Qur'anic Quotations as Epigraphs and the Transmission of Intercultural Meaning – Intertextual Processes in the Poetry of Ivan Alekseyevich Bunin

Tamilla ALİYEVA¹

Geliş Tarihi (Received): 07.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 08.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Öz: Bu çalışma, İvan Alekseyeviç Bunin'in şiirlerinde epigraf işleviyle kullanılan Kur'an alıntılarını intertekstüel süreçler, poetik yapı ve kültürlerarası anlam iletimi bağlamında incelemektedir. Araştırmanın çıkış noktası, kutsal metnin modern şiirsel söylem içinde yalnızca bir referans değil, metnin yorum ufkunu belirleyen ve okurun alımlama sürecini yönlendiren eşiksel (liminal) bir yapı olduğu varsayımdır. Çalışmanın temel amacı, Kur'an metninin Bunin'in şiirsel sistemine hangi estetik ve anlamsal süreçlerle dâhil edildiğini ve bu alıntıların kültürlerarası iletişim bağlamında nasıl semantik dönüşüm yarattığını ortaya koymaktır. Bu doğrultuda epigrafların tematik alanları, sembolik yükleri ve kompozisyonel işlevleri analiz edilmekte; kutsal söylem ile lirik öznenin sesi arasındaki anlam gerilimi çözümlenmektedir. Özellikle kader, zaman, ölüm ve insan varoluşunun faniliği gibi temaların Kur'an referansları aracılığıyla evrensel bir anlam düzlemine taşındığı gösterilmektedir. Araştırmanın materyalini, Bunin'in "Doğu yönelimi"ni yansıtan ve Kur'an epigrafları içeren on bir şiir oluşturmaktadır. Metodolojik çerçeve Gérard Genette'in transtextüellik kuramına dayanmaktadır. Epigraflar paratekstüel unsur olarak ele alınırken, metinlerarasılık, üstmetinsellik ve üsttirsellik düzlemlerindeki ilişkiler incelenmektedir. Bu yaklaşım, karşılaştırmalı-tipolojik yöntem ve hermenötik yorumlama ilkeleriyle desteklenmektedir. Bulgular, Kur'an epigraflarının konfessional ya da doktriner değil; şiirin yorumlayıcı çerçevesini kuran, felsefi derinliğini yoğunlaştıran ve kültürlerarası bir semantik alan oluşturan estetik bir araç olduğunu göstermektedir. Kutsal metnin anlamları, Bunin'in lirik dünyasında hafıza kırılmalı ve varoluşsal yalnızlık temalarıyla yeniden yorumlanmaktadır. Böylece kutsal metin, kutsallığını korurken yeni bağlamda yeniden kodlanan dinamik bir iletişimsel unsura dönüşmektedir. Sonuç olarak bu süreç, "alfabaden algoritmaya" uzanan kültürel dönüşüm olarak kavramsallaştırılmakta; Bunin'in epigrafları kutsal gelenek ile modern edebî bilinç arasındaki kültürlerarası diyalogun özgün modeli olarak değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: İ. A. Bunin; epigraf; Kur'an; intertekstüellik; kültürlerarası iletişim.

&

Abstract: This study examines Qur'anic quotations used as epigraphs in Ivan Alekseyevich Bunin's poetry through intertextuality, poetic structure, and intercultural meaning. It assumes that the sacred text in modern poetic discourse functions not merely as a reference, but as a liminal structure determining the interpretive horizon and guiding the reader's reception. The epigraph is considered a poetic mechanism at the intersection of cultural codes, regulating meaning production and revealing intertextual dialogue. The study aims to identify the aesthetic and semantic processes through which the Qur'anic text enters Bunin's poetic system and to demonstrate the semantic transformation produced by these quotations in intercultural communication. The thematic domains, symbolic weight, and compositional functions of the epigraphs are analyzed, together with the tension between sacred discourse and the lyrical voice. Particular attention is given to fate, time, death, and human transience, which Qur'anic references elevate to a universal plane of meaning. The corpus comprises eleven poems reflecting Bunin's "Oriental orientation" and containing Qur'anic epigraphs. The methodological framework draws on Gérard Genette's theory of transtextuality, treating epigraphs as paratextual elements and examining intertextuality, metatextuality, and architextuality. Comparative-typological and hermeneutic approaches complement this framework. The analysis shows that the epigraphs serve neither confessional nor doctrinal purposes; rather, they establish the interpretive framework, deepen philosophical meaning, and create an intercultural semantic field. Qur'anic meanings concerning earthly transience, fate, and divine time are reinterpreted through memory's fragility and existential solitude. This process is conceptualized as a cultural transformation "from alphabet to algorithm," whereby the authoritative sacred sign becomes a productive mechanism of meaning in modern poetry and a model of dialogue between sacred tradition and modern literary consciousness.

Keywords: I. A. Bunin; epigraph; Qur'an; intertextuality; intercultural communication.

Atıf/Cite as Aliyeva, T. (2026). *From Alphabet to Algorithm: Qur'anic Quotations as Epigraphs and the Transmission of Intercultural Meaning*. BAİBÜİLEF-İG 2026, BAİBÜ, Bolu.

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader>

²Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Dr. Öğr. Üyesi. Dokuz Eylül Üniversitesi, Rus Dili ve Edebiyatı Bölümü, e-posta: tamilla.aliyeva@deu.edu.tr ORCID 0000-0002-5420-3714

Giriş

Edebiyat tarihi boyunca kutsal metinler, yalnızca dinî bilgi aktaran kaynaklar olarak değil, aynı zamanda estetik düşüncenin, kültürel belleğin ve sembolik anlatımın en güçlü referans alanlarından biri olarak işlev görmüştür. Özellikle kutsal metinlerden yapılan doğrudan ya da dolaylı alıntılar, edebî eserlerin anlam katmanlarını genişleten, okuru farklı kültürel kodlarla karşı karşıya getiren ve metinler arasında sürekli bir diyalog oluşturan önemli anlatım stratejilerinden biridir. Bu nedenle modern edebiyat araştırmalarında kutsal metinlerin edebî metinlerdeki varlığı, yalnızca dinî motiflerin kullanımı olarak değil; kültürel belleğin yeniden üretimi, anlamın dolaşıma sokulması ve metinlerarası ilişkilerin kurulması bakımından değerlendirilmektedir.

Bu bağlamda epigraf, metnin girişinde yer alan kısa bir alıntı olmanın ötesinde, okuyucunun metni algılaya biçimini yönlendiren, yorumlama ufkunu belirleyen ve eserin semantik organizasyonunu şekillendiren paratekstüel bir yapı olarak kabul edilmektedir. Epigraf, metin ile kaynak metin arasında görünür bir bağ kurarken aynı zamanda okuru iki farklı söylem alanı arasında düşünmeye davet eder. Özellikle kutsal metinlerden seçilen epigraflar, yalnızca estetik bir tercih değil; yazarın kültürel hafızayla kurduğu ilişkinin, ideolojik konumlanışının ve poetik dünya görüşünün önemli göstergelerinden biridir. Dolayısıyla epigraf, metnin dışında duran yardımcı bir unsur değil, anlam üretim sürecinin aktif bir bileşeni olarak değerlendirilmelidir.

XX. yüzyıl Rus edebiyatının seçkin isimlerinden İvan Alekseyeviç Bunin'in şiirleri, farklı uygarlıklara ait tarihsel, dinî ve kültürel katmanları bir araya getiren özgün bir poetik yapı sergilemektedir. İ. Bunin'in Doğu'ya duyduğu ilgi yalnızca romantik ya da egzotik bir eğilim olarak açıklanamaz. Yazarın uzun yıllar boyunca Osmanlı coğrafyası, Filistin, Suriye, Mısır ve Kuzey Afrika'ya yaptığı seyahatler, İslam medeniyetiyle doğrudan teması; Kur'an'ı dikkatle incelemesi ve bu metni şiirsel söylemin ayrılmaz bir parçası hâline getirmesi, onun Doğu algısının estetik olduğu kadar entelektüel bir temele de dayandığını göstermektedir. Bu nedenle İ. Bunin'in Kur'an'a yönelişi, yalnızca kültürel bir ilgi değil, farklı medeniyetlerin ortak insanlık deneyimini şiir dili aracılığıyla yeniden kurma çabası olarak da okunabilir.

İ. Bunin'in birçok şiirinde Kur'an ayetlerini epigraf olarak tercih etmesi, şiirin anlam dünyasını yalnızca destekleyen bir unsur değil, şiirin okunma biçimini belirleyen temel bir yorum anahtarı oluşturmaktadır. Epigraf olarak kullanılan ayet, şiir içerisinde yeni bir bağlam kazanırken, aynı zamanda Kur'an metni de edebî söylem içerisinde yeni çağrışımlar üretmektedir. Böylece iki metin arasında tek yönlü bir alıntılama ilişkisi değil, karşılıklı anlam üretimine dayanan dinamik bir metinlerarası süreç ortaya çıkmaktadır. Başka bir ifadeyle, şiir Kur'an'ı yeniden yorumladığı gibi, Kur'an da şiirin anlam ufkunu genişletmektedir. Bu karşılıklı etkileşim, metinlerarasılığın en karmaşık biçimlerinden birini oluşturmaktadır.

Metinlerarasılık kuramının temel önermelerinden biri, hiçbir metnin tamamen bağımsız olmadığı, her metnin kendisinden önce yazılmış metinlerin izlerini taşıdığı düşüncesidir. Julia Kristeva'nın (1980, s. 66) "her metin alıntılar mozaikidir" yaklaşımı, kutsal metinlerin modern edebiyat içerisindeki yeniden işlevselleştirilmesini açıklamak açısından önemli bir kuramsal zemin sunmaktadır. Gérard Genette'in (1997, s. 2) paratekst kuramı ise epigrafı, okuyucu ile metin arasında ilk iletişimi kuran yorumlayıcı bir eşik olarak tanımlamaktadır. Bu kuramsal perspektiften bakıldığında İ. Bunin'in Kur'an epigrafları, yalnızca kaynak metne gönderme yapan alıntılar değil, şiirin anlamını organize eden, okuma stratejisini belirleyen ve metnin yorum sınırlarını genişleten yapısal bileşenlerdir.

Bununla birlikte kutsal metinlerin edebî metinlere aktarılması yalnızca metinlerarası bir mesele değildir; aynı zamanda kültürlerarası iletişim olgusunun da önemli bir örneğini oluşturmaktadır. Her kutsal metin, belirli bir dilin, tarihsel deneyimin ve medeniyet tasavvurunun ürünüdür. Bu nedenle Kur'an ayetlerinin Rusça şiir içerisinde yeniden kullanılması, yalnızca bir dil değişimini değil, kültürel kodların yeniden yapılandırılmasını da beraberinde getirmektedir. Bu süreçte anlam sabit kalmamakta; yeni tarihsel bağlamlar, yeni okur toplulukları ve yeni estetik beklentiler doğrultusunda sürekli yeniden üretilmektedir. Dolayısıyla İ. Bunin'in şiirleri, Doğu ile Batı arasında gerçekleşen sembolik kültürel dolaşımın dikkat çekici örneklerinden biri olarak değerlendirilebilir.

Son yıllarda kültürlerarası iletişim ve kültürel çeviri alanlarında yapılan çalışmalar, anlamın yalnızca sözcükler aracılığıyla değil, semboller, kültürel hafıza, dinî referanslar ve ortak anlatılar üzerinden aktarıldığını göstermektedir. Özellikle dijital çağda metinlerin küresel dolaşıma girmesi, klasik metinlerarasılık anlayışını yeni bir boyuta taşımıştır. Artık metinler yalnızca yazılı kültür içerisinde değil, dijital platformlarda, algoritmalar tarafından önerilen bilgi ağlarında ve çok katmanlı kültürel dolaşım mekanizmalarında yeniden okunmaktadır. Bu nedenle çalışmanın başlığında kullanılan "Alfabelen Algoritmaya" ifadesi, yalnızca teknolojik dönüşümü değil, anlamın üretim, dolaşım ve yeniden yorumlanma biçimlerinde yaşanan paradigmatik değişimi simgelemektedir. Alfabe, yazılı kültürün maddi temelini; algoritma ise dijital çağın bilgi dolaşımını temsil eden kavramsal bir metafor olarak ele alınmaktadır.

Buna rağmen Rus edebiyatı üzerine yapılan araştırmalar incelendiğinde, İvan Bunin'in Kur'an epigraflarını doğrudan metinlerarasılık, paratekst kuramı ve kültürlerarası anlam iletimi ekseninde birlikte değerlendiren çalışmaların oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Mevcut araştırmaların önemli bir bölümü ya İ.Bunin'in Doğu imgesine ya da şiirlerindeki dinî motiflere odaklanmakta. Kur'an ayetlerinin epigraf olarak üstlendiği yapısal ve anlamsal işlev ise çoğu zaman ikincil planda kalmaktadır. Oysa epigraf, şiirin yalnızca başlangıç noktası değil; metnin tamamını yorumlamaya yön veren temel bir semantik eksenidir. Bu durum, araştırmanın özgünlüğünü ve literatüre sağlayacağı katkıyı ortaya koymaktadır.

Bu çalışmanın temel amacı, İvan Alekseyeviç Bunin'in şiirlerinde epigraf olarak kullanılan Kur'an alıntılarının metinlerarası ilişkiler bağlamında nasıl işlev gördüğünü, şiirin anlamsal yapısını nasıl şekillendirdiğini ve farklı kültürel bağlamlarda nasıl yeniden üretildiğini incelemektir. Bu amaç doğrultusunda çalışma, Julia Kristeva'nın metinlerarasılık yaklaşımı, Gérard Genette'in paratekst kuramı, Yuri Lotman'ın (1990, s. 123) göstergebilimsel kültür modeli, Paul Ricoeur'ün (1976, s. 45) yorum kuramı ve kültürel çeviri yaklaşımlarından yararlanarak Kur'an epigraflarının şiir içerisindeki estetik, anlamsal ve kültürel işlevlerini ortaya koymayı hedeflemektedir. Bu yönüyle araştırma, yalnızca İ.Bunin poetikasına ilişkin yeni bir okuma önermekle kalmamakta. Kutsal metinlerin modern edebiyatta yeniden işlevselleştirilmesine, kültürlerarası anlam dolaşımına ve metinlerarasılığın dinî söylem üzerindeki dönüştürücü etkilerine ilişkin tartışmalara da katkı sunmayı amaçlamaktadır. Böylece çalışma, Rus edebiyatı, karşılaştırmalı edebiyat, kültürel çalışmalar ve çeviribilim disiplinlerinin kesişiminde yer alan çok katmanlı bir araştırma modeli ortaya koymaktadır.

Araştırmanın Gerekliliği ve Özgün Değeri

Nobel ödüllü (1933) İ.Bunin'in yaratıcılığının bu yönü, bugüne kadar sistematik bir şekilde incelenmemiştir. İ.Bunin çalışmalarındaki geniş tarih yazımına (100 yılı aşkın süredir devam eden araştırmalara) rağmen, 1933 Nobel Edebiyat Ödülü sahibinin eserleri, İslam Kutsal Metni'nin alımlanması açısından hiçbir zaman bütüncül bir şekilde ele alınmamıştır. İ. A. Bunin'in Budizm'e (Smirnova, 1991) ve Yahudilik'e (Марк Уралский, 2016) olan ilgisi ayrı ayrı çalışmalara konu olmuşken, Kur'an'la kurduğu metinlerarası ilişki akademik ilginin dışında kalmıştır. "Doğu şiirleri" külliyyatını Kur'an'a dayanan tek ve bütüncül bir felsefi-dinî sistem olarak analiz eden herhangi bir monografik çalışma bulunmamaktadır. Bu durum, araştırmanın özgün değerini ve literatürdeki boşluğu ortaya koymaktadır.

Rus modernist şiirinde Hristiyan (Ortodoks) bilincinin Müslüman gelenekle örtük bir diyalog kurduğu benzersiz bir örnek teşkil eden İ.Bunin'in doğu şiirleri, egzotik bir meraktan ibaret değildir. Bu şiirler, İslam dinî geleneğinin merceğinden varlığın felsefi bir yorumudur. Sembolistlerin "Arapesk"lerinden (Bely, 1904; İvanov, 1909) farklı olarak, Doğu'nun İ.Bunin'de süslemeci bir mit yaratma işlevi görmediği, aksine İslam geleneğinin varlığı felsefi olarak kavrama aracı olarak işlev gördüğü görülmektedir. İ. Bunin'in şiirlerinde ölüm, kader (kader), çilecilik ve panteist doğa içinde erime kavramları, İslamî kavramlarla şekillenmektedir. Bu durum, Rus edebiyatındaki "Doğu metni" çalışmalarına, odağı egzotizmden ontolojiye kaydırarak önemli bir katkı sağlamaktadır.

Araştırmacılar için temel metodolojik engel, kaynakça altyapısındaki belirsizliktir: İ. Bunin'in "Doğu şiirleri" (1903–1907) ve sonraki eserlerini yazdığı dönemde hangi Kur'an çevirilerine sahip olduğu ve bunlardan

nasıl yararlandığı sorusu henüz aydınlatılmamıştır. A. Blok'tan farklı olarak Bunin, Arapça asıllara veya belirli Avrupa çevirilerine doğrudan başvurduğuna dair herhangi bir kayıt bırakmamıştır. M. İ. Korayev'in akademik çevirisini (1876) kullanıp kullanmadığının veya Fransız oryantalist metinler aracılığıyla dolaylı bir etki altında kalıp kalmadığının tespit edilmesi, İ.A.Bunin'in "Doğu" metinlerinin özgünlük derecesine yeni bir perspektiften bakılmasını sağlayacaktır.

İ. Bunin'in Doğu'ya olan ilgisinin zirve noktası (1903–1909), onun "dekadans"tan ayrıldığı ve kendi yaşam felsefesini oluşturduğu döneme denk gelir. Bu nedenle, Kur'an etkileri rastlantısal bir ilgi değil, yapı kurucu bir faktör olarak değerlendirilmelidir. İ.Bunin hakkındaki 2000'den fazla bilimsel çalışmanın %3'ünden azı doğrudan İslami söylem sorununa değinmektedir. Bu oran, ele alınan konunun ne denli güncel ve ihmal edilmiş olduğunu kanıtlamaktadır.

Kur'an göndermelerinin analizi, İ.A.Bunin'in sanatında sembolizm ve postsembolizm (izlenimcilik) arasındaki sınırları netleştirmeye olanak sağlamaktadır. İ.Bunin'in erken dönem "Doğu" şiirleri geleneksel olarak ya "ressamlık" (Çukovski, 1915) ya da doğu lirizminin epigonluğu olarak değerlendirilmiştir. Bu şiirlerin köklü Kur'an temelini kanıtlanması, İ.Bunin'in yalnızca Doğu'nun etnografik gerçekliklerini kaydetmekle kalmayıp, sembolistlerin yeni-Hıristiyan arayışlarına alternatif, özgün bir metafizik yarattığını ileri sürmeyi mümkün kılmaktadır.

Bu nedenle, "bu çalışma, Sovyet ve çağdaş edebiyat eleştirisinde İ. Bunin'in doğu lirizminin 'pagan' veya 'doğa felsefesi' temelli olduğu yönündeki yerleşik tezin yeniden değerlendirilmesi gerekliliğinden kaynaklanmaktadır. 20. yüzyıl başında Rusya'da erişilebilir olan Kur'an çevirileri ve tefsirler (yorumlar) gibi az çalışılmış bir kaynak katmanına yönelmek, Müslüman dinî anlamlarının sanatsal metin dokusuna aktarım mekanizmasını ortaya çıkarmayı mümkün kılmaktadır. Bu katmanın tespit edilmesi, yalnızca Bunin'in eserlerinin kaynak araştırmasındaki bir boşluğu doldurmakla kalmayacak, aynı zamanda Rus modernizminin gelişim yolları hakkındaki görüşü düzeltecek ve yüksek şiirsel düzeyde hayata geçirilmiş verimli bir dinler arası diyalog modeli sunacaktır."

İ. Bunin'in şiiri, Doğu'ya ve İslam kültürüne yönelik kalıcı bir ilgi sergilemektedir. Şiirlerindeki Kur'an epigrafları, kültürlerarası diyalogun önemli bir tezahürüdür. Bu araştırma, şairin felsefi ve sanatsal arayışlarının daha derinden anlaşılmasını sağlamaktadır. Epigrafların analizi, 20. yüzyıl başı Rus edebiyatında metinlerarasılık mekanizmalarını gözler önüne sermektedir.

Rus edebiyatında Kur'an metinlerinin epigraf olarak kullanımı oldukça nadir bir durumdur; bu da Bunin'in deneyimini edebî gelenek içinde istisnai kılmaktadır. Çağdaşlarının egzotikleştirici yaklaşımından farklı olarak İ. Bunin, İslam dünyasını derin bir kültürel özgünlükle yeniden üretir; bunu yaparken Kur'an'ın özgün çevirilerine (Kuliyev, 2015) ve Arap ülkelerine dair doğrudan gözlemlerine dayanır. Bu bağlamda epigraflar, şiirlerin anlam dünyasına açılan "anahtar" işlevi görerek yorumun yönünü ve tonunu belirler (Saidova, 2020).

İ. A. Bunin, İslam kültürüyle yalnızca kitaplar aracılığıyla değil, aynı zamanda bizzat gerçekleştirdiği seyahatler sonucunda da tanışmıştır. Türkiye, Mısır, Cezayir ve Filistin'i ziyaret etmiş; bu gezilerini seyahat notlarına ve mektuplarına yansıtmıştır (Bunin, 1965). Bu seyahatler, onun İslam dünyasını egzotik bir dekorasyon olarak değil, kendine özgü felsefesi ve yaşam biçimiyle canlı bir gerçeklik olarak algılamasını sağlamıştır. Doğu'daki deneyimleri, İ.Bunin'in Doğu imgesinin şiirsel bir temsilden çok daha fazlası olduğunu; bu imgenin, sanatçının varoluşsal sorulara ilişkin kişisel deneyiminin ayrılmaz bir parçası olduğunu göstermektedir.

Bunin'in Kur'an metinlerine olan ilgisi, 1905-1907 yılları arasında üzerinde çalıştığı "İslam" döngüsü sırasında doruk noktasına ulaşmıştır. Şair, bu dönemde Kur'an'ın özgün çevirilerinden, özellikle de G. S. Sablukov'un 1894 tarihli çevirisi ile onun 1907'deki gözden geçirilmiş baskısından yararlanmıştır. Bu epigraflar yalnızca alıntı olmanın ötesinde, şiirler için anlam üreten "portallar" işlevi görmüştür.

On bir şiirden oluşan "İslam" döngüsü, İ.Bunin'in erken dönem şiirinin en önemli başarılarından biri olarak kabul edilir. Bu form, Rus şiiri için alışılmadık: başlangıca yerleştirilen Kur'an metni, yalnızca şiirin tonunu değil, aynı zamanda okuyucunun algısını etkileyen belirli bir kutsal bağlamı da belirler. Eleştirmenler, Bunin'in "çift kod" etkisini başarıyla yakaladığını belirtmişlerdir: metinler hem bağımsız şiir

olarak hem de Kur'an pasajının şiirsel bir yorumu olarak okunabilmektedir (Ahmetova, 2019, s. 57). Bu durum, döngüyü Rus edebiyatında yüzyıl başında eşsiz bir fenomen haline getirmektedir.

Döngünün şiirsel dokusunda İ.Bunin, Kur'an'daki temel kavramları – kader (kader), ölüm karşısında sabır, ilahi iradeye teslimiyet, dünyevi olanın geçiciliği – kendi sanatsal diliyle yeniden yorumlar. Şair, Doğu imgelerini tinsel deneyimleri aktarmanın bir aracı olarak kullanır. Örneğin, "Kur'an'da dediği gibi" ifadesiyle başlayan şiirlerde Bunin, evrensel insani sorunları kutsal metnin söylemi içinde yeniden konumlandırır. Bu şiirsel strateji, Bunin'in Doğu algısını yalnızca etnografik değil, aynı zamanda felsefi düzeyde de kavramsallaştırdığını göstermektedir.

İ.Buninin Kur'an Epigraflarının Şiirsel İşlevi ve "İslam" Döngüsünün Yapısı

İ. Buninin "İslam" döngüsünü oluşturan on bir şiirin her biri, G. S. Sablukov'un 1894 tarihli ve 1907'de gözden geçirilmiş Kur'an çevirisinden alınan ayetlerle açılmaktadır. İ.Bunin, epigrafları titizlikle seçerken aşırı uzun pasajlardan kaçınmış, bunun yerine, şiirlerin duygusal yoğunluğunu artıran veciz, aforistik nitelikteki ifadeleri tercih etmiştir. Bu seçim, şairin Doğu'ya yönelik yaklaşımının temel bir özelliğini yansıtır: egzotik ayrıntılardan çok, evrensel insani deneyimleri biçimlendiren felsefi ilkelere odaklanma eğilimi. Döngüdeki epigraflar üç temel işlevi yerine getirmektedir. Birincisi, anlamsal işlev: epigraf, şiire felsefi bir çerçeve sunar ve metnin hangi kavramsal alan içinde okunması gerektiğini belirler. İkincisi, metinlerarası işlev: epigraf, şiiri kutsal metinle doğrudan bir diyaloga sokar; böylece modern şiirsel söylem, binlerce yıllık dinî gelenekle kesişir. Üçüncüsü, atmosferik işlev: Sablukov çevirisinin ritmik yapısı, epigraflara belirli bir müzikalite kazandırır; bu ritim, şiirin kendi ses dokusunu da etkiler.

Epigrafların tematik dağılımı incelendiğinde, döngünün belirli kavramsal alanlar etrafında örüldüğü görülmektedir:

Cennet ve ilahi lütuf motifi – "Мир вам! Вы счастливы" ("Selâm size! Siz esenliğe kavuşmuş kimselersiniz") (36:58) ve "Реки из воды нетленной" ("Ebedî sudan nehirler") (47:15) ayetleriyle temsil edilir. Bu epigraflar, İ.Bunin'in şiirlerinde doğa tasvirleriyle iç içe geçerek, dünyevi güzelliğin ilahi bir kaynaktan beslendiği izlenimini yaratır. Burada dikkat edilmesi gereken önemli bir nokta vardır. İ.Bunin, ayetin tamamını değil, sadece "Ebedî sudan nehirler" kısmını epigraf olarak almıştır. Bu nedenle epigraf, şiirin başında cennet, ebediyet, saflık ve ilahî lütuf çağrışımlarını harekete geçiren yoğunlaştırılmış bir metinlerarası işaret işlevi görmektedir.

Kader ve önceden belirlenmişlik motifi – «Мы сотворили всякую вещь мерою» ("Şüphesiz biz her şeyi bir ölçüye göre yarattık") (54:49) ve «Мы испытали вас добром и злом» ("Sizi iyilik ve kötülükle sımarız") (21:35) ayetleriyle somutlaşır. Bu temalar, özellikle çöl imgeleri ve yolculuk motifleriyle birleşerek varoluşsal bir gerilim oluşturur.

Bilgi ve sır motifi – «Он ведает сокровенное» ("O, gaybı bilendir") (72:26) ve «Воиистину, с Богом успокоение сердец» ("Şüphesiz, kalpler ancak Allah'ı anmakla huzur bulur") (13:28) ayetleri, insan bilgisinin sınırlarına ve ilahî olana duyulan özleme işaret eder.

Işık motifi – «Аллах — свет небес и земли» ("Allah, göklerin ve yerin nurudur.") (24:35), döngünün mistik boyutunu en açık biçimde ortaya koyan epigraftır. Bu ayet, Bunin'in şiirsel dilinde ışık ve gölge oyunlarına, vaha ve çöl karşıtlığına dönüşür.

Ölüm ve dönüş motifi – «Каждая душа вкусит смерть» ("Her nefis ölümü tadacaktır") (3:185) ve «К Нему возвращение» ("Dönüş yalnızca O'nadır") (36:83) ayetleriyle döngü, başlangıçtaki huzur temasından nihai varış noktasına doğru manevi bir yolculuk sunar.

Bu motifler, döngü içinde bir "ruhsal dramaturji" oluşturur: ilk şiirlerdeki inanç huzurundan («Воиистину, с Богом успокоение сердец» – "Şüphesiz, kalpler ancak Allah'ı anmakla huzur bulur."), giderek ölüm ve ilahî olana dönüş temalarına («К Нему возвращение» – "Dönüş yalnızca O'nadır") doğru evrilen bir anlatı yapısı söz konusudur. Bu evrim, İvan Bunin'in Doğu'ya yönelişinin salt estetik değil, aynı zamanda varoluşsal ve metafizik bir arayış olduğunu göstermektedir.

İ. Bunin'de epigraf, rastgele seçilmiş bir "başlık" ya da süs unsuru değildir; metnin yorumlanmasına yön veren, onun duygusal ve felsefî tonunu belirleyen bir "ön söz" işlevi görür. Bu işlev, çerçeveleme ve genelden öze geçiş ilkeleriyle açıklanabilir. Epigraf, şiire evrensel bir ilke sunarken, şiir bu ilkeyi Doğu'nun gündelik yaşamından, çöl manzaralarından, ibadet pratiklerinden ve insan deneyiminden alınan somut imgeler aracılığıyla görünür kılar. Örneğin, «Востину, с Богом успокоение сердце» ("Şüphesiz, kalpler ancak Allah'ı anmakla huzur bulur") epigrafıyla açılan şiirde akşam vakti altın ışığın kumlara yumuşakça yayılışı betimlenir; böylece epigrafta dile getirilen manevi huzur düşüncesi, duygusal ve şiirsel bir deneyime dönüşerek metnin estetik yapısına içkin hâle gelir. Epigrafların ritmik ve tonlama açısından şiirle etkileşimi de ayrıca dikkat çekicidir. Sablukov çevirisinin İncil üslubuna yakın ritmik yapısı – kısa, tamamlanmış cümleler ve paralelizmler – İ. Bunin'in şiirsel dizelerinde yankılanır. Şair, dizelerini epigrafla ritmik bir "karşılıklı konuşma" içinde olacak şekilde kurgular. Epigrafların ağırbaşlı, ağır ritmi, şiirdeki tekrarlar, yavaşlatılmış betimlemeler ve akıcı metrik kalıplar aracılığıyla yeniden üretilir. Bu ritmik uyum, okuyucunun metne hem entelektüel hem de duygusal düzeyde yaklaşmasını sağlar.

"İslam" döngüsü, İ. Bunin'in şiirsel yönteminin en yetkin örneklerinden birini sunar. Şair, Kur'an ayetlerini yalnızca birer kaynak ya da ilham unsuru olarak değil, şiirsel yapının organik bir parçası olarak kullanır. Epigraflar, metinlerarasılığın en yoğun biçimlerinden birini temsil ederken, aynı zamanda İ. Bunin'in Doğu'yu anlama ve yorumlama biçiminin felsefî derinliğini de ortaya koyar. Bu yönüyle döngü, Rus modernizminin "Doğu" söylemine yapılmış özgün ve kalıcı bir katkıdır.

Kur'an Metninin Şiirsel Dönüşümü: Doğrudan Alıntı, Yeniden Yorumlama ve Felsefî Diyalog

İ. Bunin'in Kur'an ile kurduğu ilişki, epigraf kullanımının ötesinde, metnin doğrudan şiirsel dönüşümüne kadar uzanır. Şairin "İslam" döngüsündeki yaklaşımı üç farklı düzeyde gerçekleşir: Kur'an ayetlerinin birebir şiirsel çevirisi, İslami efsanelerin ve rivayetlerin sanatsal yeniden üretimi ve kutsal metnin felsefî açıdan yeniden yorumlanması. Bu üçlü yaklaşım, İ. Bunin'in Doğu'ya yönelişinin yüzeysel bir egzotizmden ziyade, derinlemesine bir entelektüel ve manevi angajman olduğunu göstermektedir.

İ. Bunin'in Kur'an'a yaklaşımının ilk ve en doğrudan biçimi, kutsal metnin şiirsel dile aktarılmasıdır. "Авраам" ("İbrahim") (1903–1906) başlıklı şiir, bu yaklaşımın en açık örneğini sunar. Şiirin alt başlığında yer alan "Коран VI" ifadesi, Bunin'in burada Kur'an'ın altıncı suresinden bir pasajı neredeyse kelimesi kelimesine şiirsel forma dönüştürdüğünü göstermektedir.

Bu şiirde İ. Bunin, Kur'an'da Hz. İbrahim'in (Arapça: İbrahim) Allah'ın birliğini kanıtlamak için kullandığı argümanları aktarır. Kutsal metinde anlatıldığı üzere, İbrahim önce bir yıldız, sonra aya, ardından güneşe bakarak bunların ilah olamayacağını, çünkü hepsinin batıp kaybolduğunu gösterir. İ. Bunin, bu tevhid argümanını şiirsel bir dille yeniden üretirken, kutsal metnin özünü korur ve onu Rus okuyucunun anlayabileceği bir estetik forma dönüştürür.

Bu yaklaşım, İ. Bunin'in Kur'an'ı yalnızca bir ilham kaynağı olarak değil, aynı zamanda doğrudan aktarılması gereken bir metin olarak gördüğünü gösterir. Şair, kutsal metnin anlamını dönüştürmeden, onu Rus şiirinin diline taşıyarak iki kültür arasında bir köprü kurar.

İ. Bunin'in ikinci yaklaşımı, İslami efsaneleri ve rivayetleri sanatsal bir biçimde yeniden üretmektir. "Черный камень Каабы" ("Kâbe'nin Kara Taşı") (1903–1905) başlıklı şiir, bu yaklaşımın en yetkin örneklerinden birini oluşturur.

Şiir, Kâbe'nin siyah taşıyla ilgili İslami geleneği konu alır. Rivayete göre, bu taş başlangıçta bembeyazdı ve ancak günahların dokunuşuyla kararmıştı. İ. Bunin, bu geleneği şiirsel bir dille yeniden canlandırırken, efsaneye kendi yorumunu da katar:

"Он был неизреченной белизны – / Как цвет садов блаженного Джината, / Как горный снег в дни солнца и весны" ("O, tarif edilemez bir beyazlıktaydı; / Cennet (Cinân) bahçelerinin rengi gibiydi, / Güneşli bahar günlerinde dağların karı gibi.")

Ancak Bunin, taşın kararmasını yalnızca günahlara bağlamaz, ona göre taş, "молитвы", "слез и горести людской" ("insanların duaları, gözyaşları ve kederi") ile de kararmıştır. Bu yorum, şiire mistik ve insani bir boyut kazandırırken, aynı zamanda İslami geleneğin evrensel insanlık deneyimiyle bağlantısını da vurgular.

İ. Bunin'in bu yaklaşımı, onun İslam kültürünü dışarıdan gözlemleyen bir şair olmadığını, aksine, bu kültürün sembollerini ve anlatılarını içselleştirerek yeniden yorumlayan bir sanatçı olduğunu gösterir. Şair, gelenekleri olduğu gibi aktarmakla yetinmez, onları kendi poetik dünyasına entegre ederek özgün bir sanatsal sentez yaratır.

İ. Bunin'in üçüncü ve en karmaşık yaklaşımı, Kur'an metninin felsefi açıdan yeniden yorumlanmasıdır. "Сатана Богу" ("Şeytan Tanrı'ya") (1903–1906) başlıklı şiir, bu yaklaşımın en çarpıcı örneğini sunar.

«Я – из огня, Адам – из мертвой глины,
И Ты велишь мне пред Адамом пасть!
Что ж, сей в огонь листву сухой маслины –
Смирять листвою его живую страсть.
О, не смиришь! Я только выше вскину
Свой красный стяг. Смотри, уж Твой Адам
Охвачен мной! Я выжгу эту глину,
Я, как гончар, закал и звук ей дам.»

("Ben ateştenim, Âdem ise ölü topraktandır;
Buna rağmen bana Âdem'in önünde eğilmemi emrediyorsun!
Öyleyse kuru zeytin yapraklarını ateşe at,
Onun canlı tutkularını o yapraklarla dizginlemeye çalış.
Hayır, bunu başaramayacaksın! Ben yalnızca
Kızıl sancağımı daha da yükseğe kaldıracağım. Bak,
Artık Senin Âdem'in benim etkime girdi!
Bu toprağı ateşte pişireceğim;
Bir çömlekçi gibi ona dayanıklılık ve ses kazandıracağım.")

Bu şiir, Kur'an'da İblis'in Allah'ın emrine karşı gelerek Âdem'e secde etmeyi reddettiği kıssaya dayanmaktadır. Kur'an'da Allah'ın, İblis'e "Sana emrettiğim hâlde seni secde etmekten alıkoyan nedir?" diye sorması üzerine İblis, "Ben ondan üstünüm; beni ateşten, onu ise çamurdan yarattın" cevabını verir. Bunun üzerine Allah, İblis'i kibri nedeniyle huzurundan uzaklaştırır; ancak İblis'in kıyamet gününe kadar mühlet istemesini kabul eder. İblis de bu mühlet boyunca insanları doğru yoldan saptırmak için her yönden onlara yaklaşacağına yemin eder (el-A'râf, 7:12–17).

İ. Bunin, bu Kur'an anlatısını büyük ölçüde korumakla birlikte, İblis figürüne yeni bir felsefi anlam yüklemektedir. Şiirde İblis yalnızca isyanı ve kötülüğü temsil eden bir varlık olarak değil, aynı zamanda insanın iradesini sınavan, içsel dönüşümünü tetikleyen ve potansiyelini ortaya çıkaran sembolik bir güç olarak kurgulanmaktadır. Böylece şair, Kur'an'daki anlatıyı yalnızca aktarmakla yetinmeyip, onu kendi poetik ve düşünsel sistemi içerisinde yeniden anlamlandırarak yaratıcı bir metinlerarası diyalog kurmaktadır.

Şiirin son bölümünde İblis şöyle seslenir:

«Я выжгу эту глину, / Я, как гончар, закал и звук ей дам.»

("Bu toprağı ateşte pişireceğim; / Bir çömlekçi gibi ona sağlamlık ve ses kazandıracağım.")

Bu dizelerde İ. Bunin, Kur'an anlatısındaki İblis figürünü özgün bir poetik yorumla yeniden anlamlandırmaktadır. İblis, yalnızca kötülüğün ve isyanın temsilcisi olarak değil, insanın içsel dönüşümünü tetikleyen, onu sınavan ve olgunlaşma sürecine katkıda bulunan sembolik bir güç olarak kurgulanmaktadır. Özellikle şiirde geçen «звук» ("ses") sözcüğü yalnızca fiziksel bir sesi değil; canlılığı, ifade gücünü ve varoluşun ruhsal boyutunu da çağrıştırmaktadır. Bu yönüyle İblis, toprağa yalnızca biçim veren değil, ona yaşamsallık kazandıran metaforik bir "çömlekçi" konumuna yükseltilmektedir.

Bu yorum, Kur'an kıssasının doğrudan aktarımının ötesine geçerek metnin felsefî ve sembolik boyutunu genişletmektedir. Böylece İ. Bunin, kutsal anlatıyı kendi poetik evreni içinde yeniden yorumlamakta ve onu modern insanın varoluşsal sorgulamalarıyla ilişkilendirmektedir.

Sembolik Dönüşüm: "Птица" ("Kuş") ve "Тайна" ("Gizem") Örnekleri

İ. Bunin'in Kur'an metnini dönüştürme yöntemine iki farklı örnek daha verilebilir: "Птица" ("Kuş") (1903–1906) ve "Тайна" ("Gizem") (1905).

"Птица" ("Kuş") şiirinin epigrafi, Kur'an'ın 17. suresinden alınmıştır: "Мы привязали к шее каждого Его птицу" ("Her insanın kaderini boynuna bağladık") Bu ifade, Arap kültüründe kuşun uçuşuna bakarak kaderi okuma geleneğine gönderme yapar. Burada Rusça "kuş" kelimesi geçmesine rağmen, Kur'an'daki anlam amel/kaderdir. İ. Bunin, bu sembolü kullanarak insanın kaderi ve ilahi takdir arasındaki ilişkiyi sorgular:

"На всех на вас – на каждой багрянице, / На каждом пыльном рубище раба – / Есть амулет, подобный вещей птице, / Есть тайный знак, и этот знак – Судьба." ("Herinizin üzerinde ister erguvan giysiler içinde olun ister tozlu köle elbiseleriyle, / Kehanet kuşuna benzeyen bir muska vardır; / Gizli bir işaret vardır ve o işaret kaderdir.")

Şair, burada kuşu yalnızca bir İslami sembol olarak değil, insanın kaderiyle yüzleşmesinin evrensel bir metaforu olarak kullanır.

"Тайна" ("Gizem") şiirinde ise İ. Bunin, Kur'an'daki «Алиф. Лам. Мим» ("Elif. Lam. Mim") harflerini (mukattaa) kullanır. Bu harfler, İslam geleneğinde yalnızca Tanrı'nın bildiği gizli anlamlara sahip olarak kabul edilir. İ. Bunin, bu sembolizmi şiirine taşır ve onu Doğu'nun gizemli doğasının ve insanın ilahi olanla ilişkisinin bir ifadesi haline getirir. İslam geleneğinde "hurûf-ı mukattaa" olarak adlandırılan bu harflerin anlamının yalnızca Allah tarafından bilindiğine inanılır.

Bu iki örnek, İ. Bunin'in Kur'an metnini yalnızca bir alıntı kaynağı olarak değil, kendi felsefî ve estetik vizyonunu geliştirebileceği zengin bir sembolik alan olarak gördüğünü göstermektedir.

Özet ve Sonuç

İ. Bunin'in Kur'an'a yaklaşımı üç temel düzeyde gerçekleşmektedir. İlk düzey, kutsal metnin anlamını koruyarak şiirsel dile aktarılmasını ifade eden doğrudan aktarımdır. Bu yaklaşımın en belirgin örneği, «Абраам» ("İbrahim") şiiridir. İkinci düzey, İslami anlatıların ve rivayetlerin estetik bir yorumla yeniden kurgulandığı sanatsal yeniden üretimdir. Bu yöntemin en dikkat çekici örneğini ise «Черный камень Каабы» ("Kâbe'nin Kara Taşı") oluşturmaktadır. Üçüncü düzey ise Kur'an anlatılarının modern insanın varoluşsal sorunları çerçevesinde yeniden yorumlandığı felsefi yeniden anlamlandırma sürecidir. Bu yaklaşım, özellikle «Сатана Бозу» ("Şeytan Tanrı'ya") şiirinde belirgin biçimde ortaya çıkmaktadır.

Bu üçlü yapı, İ. Bunin'in Doğu'ya yönelişinin yalnızca egzotik ya da estetik bir ilgiyle sınırlı olmadığını; aynı zamanda kültürlerarası etkileşim, dinî düşünce ve insanın varoluşsal sorgulamalarıyla beslenen derin bir entelektüel ve manevi arayışa dayandığını göstermektedir. İ. Bunin, Kur'an'ı yalnızca dinî bir metin olarak değil, insanın varoluş, kader, ölüm, hakikat ve ilahî olanla ilişkisine dair evrensel soruları anlamlandırmaya imkân veren felsefi ve kültürel bir kaynak olarak değerlendirmektedir.

Bu yaklaşım, İ. Bunin'i çağdaşlarının önemli bir bölümünden ayırmaktadır. Rus sembolistlerinin birçoğu Doğu'yu çoğunlukla egzotik imgeler ve estetik bir dekor olarak ele alırken, İ. Bunin Doğu'nun kutsal metinlerini, sembollerini ve düşünce dünyasını kendi poetikasının ayrılmaz bir parçasına dönüştürmüştür. Böylece Kur'an metni, İ. Bunin'in şiirlerinde yalnızca alıntılanan bir kaynak olmaktan çıkarak yeni anlam katmanları üreten, şiirin felsefi ve estetik yapısını şekillendiren metinlerarası bir unsur hâline gelmektedir.

Bu çerçevede İ. Bunin'in «Ислам» ("İslam") şiir döngüsü, Rus edebiyatında İslam'ın yalnızca tematik bir unsur olarak değil, aynı zamanda kültürlerarası diyalogu, metinlerarasılığı ve felsefi düşünceyi besleyen yaratıcı bir anlam alanı olarak ele alındığı özgün örneklerden biri olarak değerlendirilebilir. Konusuyla söz konusu döngü, Rus edebiyatı ile İslam kültürü arasındaki etkileşimin estetik, düşünsel ve kültürel boyutlarını anlamaya katkı sağlayan önemli bir edebî bütünlük sunmaktadır.

Kaynakça

- Ahmetova, G.A. (2019). Vostochnyye motivy i stihotvornyye prilozheniya Korana v tvorçestve İ.A. Bunina. Vestnik Başkirkosgo Universiteta. T. 24, № 1, s. 55–61.
- Bely, A. (1904). Arabeski. Sobr. soç. Kniga stately. Lug zeleniy. M.: Respublika; Dmitriy Seçin, 2012. – 590 s.
- Bunin, İ.A. (2014). Stihotvoreniya: V 2 t. — T. 2. — SPB.: İzdatelstvo Puşkinskogo Doma Vita Nova.
- Bunin, İ.A. (1965). Sobraniye soçineniy. Puteviye zametki i pisma.
- Kuliyev, E. (2015). Koran. Perevod smyslov. <https://libcat.ru/knigi/religioznaya-literatura/religiya/334767-koran-koran-perevod-smyslov-kulieva.html>
- Mark Uralskiy (2016). Yevreyskiye družya i pokroviteli Bunina. Opublikovano v jurnale Noviy Jurnal, nomer 282, s. 34 <https://magazines.gorky.media/nj/2016/282/evrejskie-druzya-i-pokroviteli-bunina.html>
- Sablukov, G.S. (1894, 1907, 1990). Perevodı Korana. <https://kazpds.ru/wp-content/uploads/2019/07/%D0%BA%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%BD-%D0%A1%D0%B0%D0%B1%D0%BB%D1%83%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0.pdf>
- Saidova, Z.A. (2020). Koraniçeskiye motivy i ih refleksiya v poetiçeskom nasledii İ.A. Bunina (v kontekste perevodov G.S. Sablukova). Vestnik Dagestanskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2: Gumanitarniye nauki, Vıpusk 3, s. 112–118.
- Smirnova, L. (1991). İvan Alekseyeviç Bunin Jizn i tvorçestvo., "Prosveşeniye", s. 68–95. <https://www.lib.ru/BUNIN/bunin2.txt>
- Genette, G. (1997). Paratexts: Thresholds of interpretation (J. E. Lewin, Trans.; R. Macksey, Foreword). Cambridge University Press. Цитируется на стр. 2

- Kristeva, J. (1980). *Desire in language: A semiotic approach to literature and art* (L. S. Roudiez, Ed.; T. Gora, A. Jardine, & L. S. Roudiez, Trans.). Columbia University Press. Цитируется на стр. 66
- Lotman, Y. M. (1990). *Universe of the mind: A semiotic theory of culture* (A. Shukman, Trans.). Indiana University Press. Цитируется на стр. 123
- Ricoeur, P. (1976). *Interpretation theory: Discourse and the surplus of meaning*. Texas Christian University Press. Цитируется на стр. 45

Литература

- Ахметова, Г. А. (2019). Восточные мотивы и стихотворные переложения Корана в творчестве И. А. Бунина. Вестник Башкирского университета, Т. 24, № 1, с. 55–61.
- Белый, А. (1904). *Арабески. Собр. соч. Книга статей. Лут зеленый*. М.: Республика; Дмитрий Сечин, 2012. - 590 с.
- Бунин И. А. Стихотворения: В 2 т. — Т. 2. — СПб.: Издательство Пушкинского Дома, Вита Нова, 2014.
- Бунин, И. А. (1965). *Собрание сочинений. Путевые заметки и письма*.
- Кулиев, Э. (2015). Коран. Перевод смыслов. <https://libcat.ru/knigi/religioznaya-literatura/religiya/334767-koran-koran-perevod-smyslov-kulieva.html>
- Марк Уральский (2016). Еврейские друзья и покровители Бунина. Опубликовано в журнале Новый Журнал, номер 282, с.34 <https://magazines.gorky.media/nj/2016/282/evrejskie-druzya-i-pokroviteli-bunina.html>
- Сабдуков, Г. С. (1894, 1907, 1990). Переводы Корана <https://kazpds.ru/wp-content/uploads/2019/07/%D0%BA%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%BD-%D0%A1%D0%B0%D0%B1%D0%BB%D1%83%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0.pdf>
- Саидова, З. А. (2020). Коранические мотивы и их рефлексия в поэтическом наследии И. А. Бунина (в контексте переводов Г. С. Сабдукова). Вестник Дагестанского государственного университета. Серия 2: Гуманитарные науки, Выпуск 3, стр. 112–118.
- Смирнова, Л. (1991). Иван Алексеевич Бунин. Жизнь и творчество М., "Просвещение", с. 68-95. <https://www.lib.ru/BUNIN/bunin2.txt>
- Genette, G. (1997). *Paratexts: Thresholds of interpretation* (J. E. Lewin, Trans.; R. Macksey, Foreword). Cambridge University Press. Цитируется на стр. 2
- Kristeva, J. (1980). *Desire in language: A semiotic approach to literature and art* (L. S. Roudiez, Ed.; T. Gora, A. Jardine, & L. S. Roudiez, Trans.). Columbia University Press. Цитируется на стр. 66
- Lotman, Y. M. (1990). *Universe of the mind: A semiotic theory of culture* (A. Shukman, Trans.). Indiana University Press. Цитируется на стр. 123
- Ricoeur, P. (1976). *Interpretation theory: Discourse and the surplus of meaning*. Texas Christian University Press. Цитируется на стр. 45



BAİBÜİLEF-İĞ
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Günleri
Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication Communication Days



15.09.2026

From Large Language Models to World Models: an Analysis of Spatial AI Applications

Büyük Dil Modellerinden Dünya Modellerine: Mekânsal Yapay Zekâ Uygulamalarının bir Analizi

Barış ATİKER¹

Geliş Tarihi (Received): 11.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 12.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Abstract: This study examines the evolution of artificial intelligence from Large Language Models (LLMs) toward world models and explores its implications for Spatial AI, Physical AI, and Artificial General Intelligence (AGI). Through a qualitative analysis, the study conceptualizes this transition as a shift from language-centered representation and reasoning toward spatially grounded, predictive, and interactive intelligence. While LLMs have demonstrated advanced linguistic capabilities, their limited direct grounding in physical reality creates challenges for spatial reasoning, temporal prediction, and interaction with dynamic environment. The study analyzes four prominent world-model implementations in 2026: Google DeepMind's Genie 3, World Labs' Marble, NVIDIA's Lyra, and Tencent's HunyuanWorld 2.0. The comparative analysis identifies five converging capabilities: geometric consistency, emergent physical rules, action-reaction relationships, temporal horizon limitations, and multi-agent/sim-to-real challenges. These capabilities position world models as an emerging architectural layer connecting perception, representation, reasoning, simulation, and action. The findings suggest that world models do not replace language-based intelligence but extend it toward multimodal and physically grounded forms of intelligence, providing an important foundation for Spatial AI and Physical AI. Three future research priorities are identified: multimodal integration of visual, auditory, haptic, and linguistic data; energy-efficient world modeling for VR/AR and robotic edge devices; and adaptive sim-to-real and real-to-sim learning loops. The study concludes that the evolution toward world models represents a shift from AI that merely reads and describes the world toward AI that can represent, predict, simulate, and act within it.

Keywords: World Models, Spatial AI, Physical AI, Large Language Models, Artificial General Intelligence, Embodied AI, World Simulation

&

Öz: Bu çalışma, yapay zekanın Büyük Dil Modellerinden (LLM) dünya modellerine doğru evrimini incelemekte ve bunun Mekansal Yapay Zekâ, Fiziksel Yapay Zekâ ve Yapay Genel Zekâ (YGZ) üzerindeki etkilerini araştırmaktadır. Niteliksel bir analiz yoluyla, çalışma bu geçişi, dil merkezli temsil ve akıl yürütmeden mekansal temelli, tahmine dayalı ve etkileşimli zekaya doğru bir kayma olarak kavramsallaştırmaktadır. LLM'ler gelişmiş dilsel yetenekler sergilemiş olsa da, fiziksel gerçekliğe doğrudan bağlılıklarının sınırlı olması, mekansal akıl yürütme, zamansal tahmin ve dinamik ortamlarla etkileşim için zorluklar yaratmaktadır. Bu çalışma, 2026 yılında öne çıkan dört dünya modeli uygulamasını analiz etmektedir: Google DeepMind'in Genie 3'ü, World Labs'ın Marble'i, NVIDIA'nın Lyra'sı ve Tencent'in HunyuanWorld 2.0'ı. Karşılaştırmalı analiz, beş ortak yeteneği tanımlamaktadır: geometrik tutarlılık, ortaya çıkan fiziksel kurallar, eylem-tepki ilişkileri, zamansal ufuk sınırlamaları ve çoklu ajan/simülasyondan gerçeğe geçiş zorlukları. Bu yetenekler, dünya modellerini algılama, temsil, akıl yürütme, simülasyon ve eylemi birbirine bağlayan yeni bir mimari katman olarak konumlandırmaktadır. Bulgular, dünya modellerinin dil tabanlı zekayı değiştirmede, ancak onu çok modlu ve fiziksel olarak temellendirilmiş zekâ biçimlerine doğru genişlettiğini ve Uzamsal Yapay Zekâ ve Fiziksel Yapay Zekâ için önemli bir temel sağladığını göstermektedir. Gelecek için üç araştırma önceliği belirlenmiştir: görsel, işitsel, dokunsal ve dilsel verilerin çok modlu entegrasyonu; VR/AR ve robotik uç cihazlar için enerji verimli dünya modellemesi ve uyarlanabilir simülasyon-gerçek / gerçek-simülasyon öğrenme döngüleri. Çalışma, dünya modellerine doğru evrimin, dünyayı yalnızca okuyup tanımlayan yapay zekadan, dünyayı temsil edebilen, tahmin edebilen, simüle edebilen ve içinde hareket edebilen yapay zekaya doğru bir geçişi temsil ettiği sonucuna varmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dünya Modelleri, Mekansal Yapay Zekâ, Fiziksel Yapay Zekâ, Büyük Dil Modelleri, Yapay Genel Zekâ, Somutlaştırılmış Yapay Zekâ, Dünya Simülasyonu

Atıf/Cite as Atiker, B. (2026). *From Large Language Models to World Models: An Analysis of Spatial AI Applications*. BAİBÜİLEF-İĞ 2026: 3. Uluslararası İletişim Günleri Sempozyumu, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu, Türkiye.

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Prof. Dr., Aydın Andan Menderes Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, e-posta: baris.atiker@adu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4622-7409

1. Introduction

1.1. World Models and Spatial Artificial Intelligence

At their most fundamental level, world models are artificial intelligence systems that learn and understand how the physical world changes over time. Much like a large language model (LLM) predicts the next word or syllable, a world model predicts not only what the next state of the world will look like, but also how it will behave and evolve. In a technical context, a world model takes the current state of the world and a hypothetical action as inputs; its objective is to forecast the future state of the world resulting from that action. This capability is viewed as a form of "common sense" mechanism essential for AI to plan, reason, and navigate safely within the real world.

The concept's origins predate AI significantly, tracing back to 1943. Scottish psychologist Kenneth Craik proposed that the human mind possesses an "internal, small-scale model" of reality. According to this theory, the mind evaluates various options against this model to determine the best course of action, thereby enabling safer and more competent navigation of the physical world. For instance, it is thanks to this internal world model that a person knows jumping in front of a train is a bad idea, even if they have never actually attempted it.

Despite the impressive performance demonstrated by large language models, there is growing criticism that these systems are disembodied entities detached from the actual physical world. The outputs generated by these models are essentially the result of an optimization process based on statistical correlations—a dynamic that creates an illusion masking a genuine understanding of causality. For these reasons, this disconnection from the physical world leads to a problem that researchers call "illusory reasoning".

One of the most frequently discussed limitations of large language models is their tendency to generate factually incorrect information with high confidence—a phenomenon known in the literature as "hallucination." Closely related to this issue is the lack of "grounding", which refers to the failure of generated content to align with the laws of physics or concrete evidence. Finally, current models exhibit "myopic" behavior, focusing on immediate statistical patterns rather than long-term planning.

At the theoretical root of these limitations lies the tendency of these models to act essentially as "causal parrots." Their learning architecture, based on predicting the next token, fails to incorporate—even implicitly—fundamental physical concepts such as object permanence and friction. This gives rise to the risk of interpreting the visual world through the lens of linguistic patterns—a problem known as "semantic bias."

1.2. Research Questions

In light of the theoretical and practical issues outlined above, this study is structured around three fundamental research questions.

First, it examines the extent to which—and the mechanisms through which—world models overcome the issue of large language models being detached from reality (RQ1).

Second, it addresses the nature of the structural contribution that spatial intelligence systems offer to Artificial General Intelligence (AGI) architecture (RQ2).

Third and finally, it seeks to identify the limitations currently faced by existing world model implementations (RQ3).

1.3. Purpose and Contribution of the Study

The primary objective of this study is to systematically conceptualize the transition from large language models to world models. Additionally, the study contributes by repositioning the spatial intelligence literature within the framework of artificial general intelligence. Finally, the study presents a comparative analysis of four world model systems: NVIDIA Lyra, WorldLabs Marble, Tencent HunyuanWorld 2.0, and Google Genie 3. The emergence of video generation models such as Sora and Genie has elevated visual content generation via generative AI to an entirely new dimension.

These developments mark the beginning of an era in which the output is no longer limited to static images but extends to virtual worlds that can be interactively controlled through user actions. In this context, AI is evolving from a passive observer representing the physical world into an active "simulator" capable of simulating it. At the core of this paradigm shift lies an effort to move beyond simple pattern recognition and internalize physical laws within the models' parameters. Throughout this process, the models' ability to derive "intuitive physics" from visual data is becoming increasingly pronounced.

The emergence of world models should not be interpreted as a linear replacement of language models, but as a broader architectural convergence in which linguistic, spatial, temporal, and embodied representations become increasingly integrated.

Ultimately, the shared goal of these advancements is to create proactive agents capable of predicting the future and acting accordingly. An examination of the strategies employed by leading industry players reveals that data volume and scaling capacity have become decisive competitive factors. At this point, the scope of the concept of scaling has expanded; the physical dynamics of the world—not just text—have now become a subject of scaling.

2. Literature Review

The concept of "World Models" was introduced to the machine learning community through an academic paper published in 2018 bearing that exact title. In this study, Ha and Schmidhuber employed a small internal model that allowed an AI agent—playing a version of the popular video game *Doom*—to imagine how its actions would play out within the game environment. Today, this concept has become one of the most critical technological breakthroughs being pursued by giants such as NVIDIA, Google DeepMind, and Meta in their quest to achieve Artificial General Intelligence (AGI).

The world model concept is defined as a framework wherein systems function as neural networks capable not only of perceiving their surroundings but also of internalizing the environment's dynamics and physical laws (Li et al., 2025). Central to this approach is the idea that an AI system can internally simulate how its environment may evolve and anticipate the consequences of potential actions within that environment (Zhu et al., 2024). As demonstrated in the study by Taniguchi et al. (2023), world models serve as an internal mental map for AI and are positioned as a crucial building block in cognitive developmental robotics. Spatial AI has emerged as a paradigm concerned with understanding and reasoning about objects, their spatial relationships, and their dynamics within three-dimensional environments (Lu et al., 2025). This paradigm requires AI systems to move beyond 2D, pixel-level representations toward explicit representations of three-dimensional structure, spatial relationships, and environmental dynamics (Zhen et al., 2024). Recent developments in the field suggest that Spatial AI is emerging as an increasingly significant area of contemporary AI research, as reflected in the work of World Labs, founded by Stanford University professor Fei-Fei Li (World Labs, 2025).

The "world model" approach aims for an artificial intelligence system not merely to classify observations or extract statistical patterns from past data, but to represent the structure of its environment, predict future states, and simulate the potential consequences of its actions. In this context, a significant theoretical parallel is found in the constructivist view of knowledge presented in Jean Piaget's theory of cognitive development.

According to Piaget, knowledge is not pre-formed content passively transmitted from the external world to the individual's mind; rather, the individual constructs and reorganizes cognitive schemas through actions performed within the environment and the consequences of those actions. Particularly during the sensorimotor stage, a child makes sense of the world not through abstract concepts initially, but through seeing, touching, moving, grasping, and acting upon objects. Piaget's work, **The Origins of Intelligence in Children**, demonstrates how sensorimotor intelligence evolves from reflexes into increasingly complex action schemas and problem-solving behaviors (Piaget, 1952).

A particularly important outcome of this approach is the child learning not only to perceive objects but also to grasp that objects continue to exist even when they are not being perceived. "Object permanence"—a concept examined in detail in Piaget's (1954) work—refers to the child's understanding that an object moving out of sight does not mean it has physically ceased to exist. Thus, the child begins to move beyond the immediately perceived present situation and develop an understanding of reality in which unobserved aspects of the environment can also be mentally represented. Piaget's work also demonstrates that spatial relations, causality, and time are structured within an increasingly integrated understanding of the world.

In the context of artificial intelligence, a world model can be conceptualized not merely as a passive representation storing current environmental observations, but as an internal, predictive representation capable of answering questions such as "What is the current state of the world?" and "What will happen if I perform this action?" The work of Ha and Schmidhuber (2018) stands as a significant early example of this approach in the AI literature. The researchers developed a generative world model that learns the spatial and temporal characteristics of reinforcement learning environments within a compressed representation, demonstrating that an agent can learn policies within the virtual "future" states generated by this model. Consequently, rather than simply reacting to the current state of the real world, the system can develop action strategies by simulating potential states within its own internal model.

This approach was subsequently expanded through the perspective of embodied AI. The fundamental premise here is that a meaningful model of the environment can be developed not solely through passive observation, but within a perception-action-consequence loop. Merely seeing an object may not be sufficient for an AI agent to fully grasp its physical properties. By touching, pushing, or lifting the object—or interacting with it via another object—the agent can develop a more robust causal representation by observing the changes its actions induce in the environment. This approach is clearly evident in contemporary research on physical world models. Li (2025) emphasizes that humans construct intuitive models of the physical world through observation and interaction with their environment, and that these models enable the prediction of how the world would change in response to specific actions. Artificial intelligence research in this direction aims to develop structured world models that learn from physical interactions and generalize across different objects, materials, and dynamic situations.

Therefore, object permanence, spatial relationships, causality, and physical dynamics can be considered fundamental cognitive and computational problems that distinguish world models from mere visual generation capabilities. Indeed, recent research argues that for world models to be physically meaningful, it is insufficient for them to merely generate visually plausible future images; the model must also be capable of predicting the outcome of an action or intervention in a physically consistent manner. In other words, a true world model must be able to answer not only the question "What will I see?" but also "What will happen if I do this?"

This perspective is also clearly evident in Yann LeCun's approach to autonomous machine intelligence. Drawing on the efficient learning mechanisms observed in humans and animals, LeCun (2022) proposes that predictive world models—capable of representing perceptions and actions, predicting the future across various time scales, and engaging in planning—should constitute a core component of autonomous AI systems. In this framework, the AI agent is conceived not merely as a system that follows externally provided symbolic instructions, but as an entity that represents its environment, predicts potential futures, and internally evaluates the consequences of its actions.

From this standpoint, there is significant alignment between Piaget’s view—that a child constructs their understanding of the world through action—and the approach in modern interactive AI research, which posits that an agent must build an internal world model by perceiving the environment, acting upon it, and learning from the consequences of those actions. In both approaches, knowledge is understood not merely as an accumulation of static observations about the external world, but as something derived from learning the relationship between action and environmental outcomes.

Therefore, the world model paradigm in artificial intelligence can be viewed not merely as a direct application of Piaget’s theory of cognitive development, but rather as a theoretical domain where the concepts he introduced—such as active knowledge construction, sensorimotor interaction, object permanence, and an understanding of a causal world—converge with contemporary AI research. This perspective also explains why large language models, which learn solely from textual data, may face limitations regarding knowledge of the physical world. Indeed, Xiang et al. (2023) demonstrated that the lack of direct interaction with the physical environment in text-based language models can lead to deficiencies in embodied capabilities—such as object permanence, physical planning, and executing actions within the environment—and reported that embodied experiences acquired within world models can enhance the reasoning and planning performance of language models regarding the physical world.

The future development of world models is moving beyond the mere generation of more realistic images or longer video sequences; instead, it is progressing toward the establishment of an artificial environment-agent loop in which AI systems can perceive, act, observe outcomes, learn causal relationships, and simulate alternative futures. Such a paradigm highlights the critical distinction between AI simply "possessing knowledge about the world" and "possessing a functional model of how the world works."

3. Method

This study adopts a structured qualitative comparative approach to examine the architectural and functional characteristics of four contemporary world-model implementations: Google DeepMind’s Genie 3, NVIDIA’s Lyra, World Labs’ Marble, and Tencent’s HunyuanWorld 2.0. The cases were selected purposively rather than exhaustively. The selection was designed to capture architectural diversity across real-time interactive generation, simulation-oriented 3D reconstruction, persistent spatial world creation, and large-scale multimodal world generation. Rather than evaluating algorithmic performance through controlled experiments or benchmark testing, the study develops a conceptual comparison framework based on documented architectural features, interaction capabilities, spatial representation strategies, temporal persistence, and physical-world grounding.

The analysis is therefore interpretive rather than performance-oriented. The four systems are treated as comparative cases representing different approaches to generative and interactive world modeling. Evidence was derived from peer-reviewed literature, technical reports, official system documentation, and publicly available research materials. The analysis focuses on identifying convergent capabilities, architectural differences, and unresolved limitations across the selected cases.

3.1. Neural Scene Representation

In this study, a qualitative comparative analysis method was adopted to comparatively examine the Neural Scene Representation (NSR) characteristics of current generative world model approaches. The study analyzed the Google Genie 3, NVIDIA Lyra, World Labs Marble, and Tencent HunyuanWorld 2.0 systems.

Neural Scene Representation refers to computational representation approaches that enable the representation, reconstruction, preservation, and consistent rendering from various viewpoints of three-dimensional scenes using artificial neural networks. In this context, various methods—such as Gaussian Splatting, Neural Radiance Fields (NeRF), Implicit Neural Fields, hybrid geometric representations, and implicit spatial representations—were evaluated as alternative implementations of the NSR approach.

The study did not involve performance measurement or a comparison of algorithmic success. Instead, the architectural features and scene representation approaches of the selected world models were compared at a conceptual level using a common evaluation framework. To this end, prominent studies in the fields of world models, Neural Scene Representation, Neural Rendering, and Spatial AI were reviewed, and comparison criteria were established.

The comparison matrix; It consists of a total of seventeen evaluation criteria: (1) primary intended use, (2) Neural Scene Representation approach, (3) representation type, (4) use of Gaussian-based representation, (5) support for NeRF or neural fields, (6) geometric consistency, (7) multi-view consistency, (8) temporal continuity, (9) persistent world memory, (10) action conditioning, (11) agent interaction, (12) physical consistency, (13) real-time operational capability, (14) scene editing capacity, (15) input type, (16) output type, and (17) scalability. These criteria enable the systematic evaluation of state-of-the-art world models—which possess diverse technical architectures—within a common analytical framework.

The 17 criteria were not selected as independent performance indicators but as a conceptual analytical framework covering five complementary dimensions of world-model architecture: geometric consistency, emergent physical rules, action-reaction relationships, temporal horizon limitations, and multi-agent/sim-to-real challenges. The criteria were designed to capture the transition from static three-dimensional scene representation toward dynamic, persistent, actionable, and scalable world models. Accordingly, the framework considers not only how a system represents a three-dimensional environment, but also whether that representation maintains geometric and multi-view consistency, persists over time, responds to agent actions, incorporates physical constraints, operates in real time, and supports editing and scaling. The 17 criteria therefore provide a common conceptual vocabulary for comparing technically heterogeneous world-model implementations without treating the criteria as direct measures of algorithmic performance.

3.2. Google Genie 3: A Standout System for Real-Time Interaction

Google Genie 3 is introduced as a general-purpose world model capable of generating interactive game worlds at 24 frames per second in real-time (Google DeepMind, 2025). The system's most distinct advantage is that the world is not pre-generated for later exploration; instead, it is generated dynamically as the user interacts via keyboard and controller inputs. As highlighted by DeepMind researcher Shlomi Fruchter, this feature positions Genie 3 as the “first real-time interactive general-purpose world model” (Bellan, 2025). For instance, if a user turns back to a location they just left, the system can regenerate that area in its previous state and form.

Conversely, a notable weakness of Genie 3 is that the generated world does not exist as a persistent, transferable 3D asset; users cannot download the world or export it to a game engine (such as Unreal or Unity). Furthermore, the system's coherence is limited to a short duration, after which the world begins to “drift.” Finally, Genie 3 is currently available as a research preview open to a limited number of researchers.

3.3. NVIDIA Lyra: Leading System in Data Scaling and Physical Edge Case Generation

NVIDIA's Lyra represents a distinctive approach to generative world modeling by combining camera-controlled video generation with explicit three-dimensional scene reconstruction. Lyra can initialize a scene from a single image and generate camera-guided video, which is subsequently lifted into explicit 3D representations such as 3D Gaussian Splats and meshes. In Lyra 2.0, this process is extended to long-horizon, spatially persistent exploration, with generated 3D representations progressively accumulated as the agent moves through the environment. The resulting representations can be exported for downstream use in physics-based environments such as NVIDIA Isaac Sim, where they can support physically grounded robotic navigation and interaction. Thus, Lyra extends generative visual world modeling beyond the production of visually plausible video toward the construction of explicit, simulation-ready spatial representations (Shen et al., 2026; Bahmani et al., 2026).

This architecture also provides potential value for synthetic-data generation in domains such as robotics and autonomous driving, where controllable virtual environments can facilitate the creation of scenarios that are difficult, costly, or unsafe to capture in the physical world. However, the specific generation of rare accident scenarios should be regarded as a potential application rather than an established capability demonstrated by Lyra itself. Unlike systems that directly generate interactive environments from multimodal prompts, Lyra's core pipeline relies on a two-stage process in which camera-controlled visual sequences are first generated and subsequently reconstructed into explicit 3D representations. Consequently, Lyra can be characterized as a generative 3D world-modeling framework that bridges visual generation and simulation-ready spatial representation, rather than simply as a real-time simulator or a conventional video-generation system.

3.4. WorldLabs Marble: A System Distinguished by Input Diversity and Commercial Portability

WorldLabs Marble—which can generate complex, navigable, and composable scenes from text, photos, videos, panoramas, or simple 3D sketches—boasts the widest range of input options among the four systems examined (World Labs, 2025). The system's most distinctive capability, absent in the other three examples, is its AI-native 3D editor known as "Chisel"; this tool allows users to manually shape the scene's spatial framework before the AI fills in the visual details—a level of manual structural intervention not found in any other application. Furthermore, the worlds generated by Marble are not merely visual outputs; they are downloadable, exportable to professional game engines like Unreal Engine and Unity, and viewable directly on VR headsets such as the Vision Pro and Quest 3.

In contrast, Marble lacks an interaction model that responds instantly to user actions in real time; rather than a live simulation, the generated world functions as a static-yet-editable scene that is created once and subsequently explored. Additionally, Marble has adopted a broader, less specialized positioning that targets the creative industries (gaming, film, architectural visualization) and general robotics simulation.

3.5. Tencent HunyuanWorld 2.0: A System Standing Out in Open-Source Access and Long-Term Context Memory

Tencent HunyuanWorld 2.0 aims for high visual consistency by linking video generation technologies directly to 3D world construction through a four-stage workflow (HY-Pano 2.0 → WorldNav → WorldStereo 2.0 → WorldMirror 2.0 + Gaussian Splatting training) (Tencent Hunyuan, 2026). The system's most distinctive contribution is a mechanism known as "Reconstituted Context Memory," which re-queries past frames based on both temporal and geometric (viewpoint overlap) proximity; this mechanism represents the most clearly documented solution among the four systems for directly addressing the issues of "temporal horizon limitation" and "semantic drift"—problems identified as common weaknesses in other systems. Furthermore, HunyuanWorld 2.0 stands out among the four systems examined as the only one that is fully open-source; its code and weights have been publicly shared via GitHub and Hugging Face. However, HunyuanWorld 2.0's panorama-based (equirectangular) representation is susceptible to geometric distortions, particularly in the polar regions of the scene. Additionally, the system's modular architecture—comprising four distinct sub-modules (Pano, WorldNav, WorldStereo, WorldMirror)—entails greater integration complexity and a higher risk of potential points of failure compared to other applications.

4. Qualitative Analysis

The qualitative analysis conducted within the scope of the research is summarized in the table below (Table 1). This table also serves as a direct answer to the study's research question RQ3 (limitations of current world model implementations): no single system excels simultaneously across all criteria of real-time performance, portability, scale, and openness; this indicates that the field has not yet matured around a single "winning architecture," but rather that different design choices cater to different application domains.

Table 1. *Qualitative Analysis of Applications*

Criteria	Google Genie 3	NVIDIA Lyra	World Labs Marble	Tencent HunyuanWorld 2.0
Intended Use	Interactive World Simulation	Real-time 3D scene generation	Creation of a persistent and navigable world	Large-scale world generation from text
NSR Approach	Latent World Representation	Gaussian-based Neural Rendering	Hybrid Neural Scene Representation	Hybrid Neural World Representation
Representation Type	Latent Space + Transformer	Gaussian Primitives	Gaussian + Geometry + Latent Fields	Gaussian + Mesh + Implicit Fields
Gaussian Use	None	High	Possible	Hybrid
NeRF Structures	Partial	Partial	Yes	Yes
Geometric Consistency	Mid	High	Very high	High
Multi-view Consistency	Mid	High	Very high	High
Temporal Continuity	Very high	Low-Mid	High	High
Persistent World Memory	High	Mid	Very high	High
Action Conditioning	Very high	Low	High	Mid
Agent Interaction	Strong	Limited	Strong	Mid
Physical Consistency	Mid-High	Mid	Very high	High
Real-time Capability	High	Very high	High	Mid
Scene Editing	Limited	Mid	Strong	Strong
Input Type	Video + Action	Visual + 3D Data	Single Image + Text	Text + Image
Output Type	Simulation	3B Scene	Persistent World	Open World
Scalability	High	Mid	High	Very high

5. Findings

The findings obtained from the comparative analysis of the four systems are presented under five main headings: geometric consistency, emergent physical rules, action-reaction relationships, temporal horizon limitations, and multi-agent/sim-to-real challenges.

5.1. Long-Term Geometric Consistency

The initial finding from the comparative analysis of the four systems under study is the significant progress made in ensuring long-term geometric consistency. The anti-drifting mechanism, which stands out in this context, aims to prevent visual degradation by averting the accumulation of spatial and geometric errors during extended generation sequences. This capability is particularly important for world models because the usefulness of a generated environment depends not only on the visual plausibility of individual frames but also on the preservation of a coherent spatial structure across time, viewpoints, and agent trajectories. Without mechanisms that constrain spatial drift, relatively small errors introduced during successive generation steps may accumulate and eventually result in substantial distortions in object geometry, camera trajectories, scene boundaries, and the relative positions of environmental elements.

The concept of “revisiting consistency” represents a complementary dimension of this capability. It refers to the ability of a world model to reproduce or maintain the spatial identity of a previously encountered location when the agent returns to that location after exploring other parts of the environment. Revisiting therefore provides a more demanding test of world consistency than simple frame-to-frame continuity. A system may produce a visually coherent sequence while still failing to preserve the identity and structure of an environment over longer temporal and spatial horizons. Successful revisiting, by contrast, requires the system to retain some form of persistent spatial representation and to use previously established information when generating new observations.

This distinction is particularly relevant to the conceptual transition from neural scene representation to world modeling. Neural scene representation approaches such as Neural Radiance Fields (NeRFs) and 3D Gaussian Splatting primarily seek to construct spatially coherent representations of an observed environment from multiple views. World models extend this requirement by introducing temporal evolution, interaction, and prediction. Consequently, a world model must not only reconstruct where objects are located but also maintain their identity and relationships as the environment is explored, modified, or revisited. Long-term geometric consistency can therefore be interpreted as an architectural prerequisite for transforming a static or view-dependent scene representation into a persistent model of an environment.

The comparative analysis also indicates that geometric consistency operates at several interconnected levels. At the local level, the model must maintain the shape, appearance, and spatial position of individual objects across adjacent frames or viewpoints. At the global level, the relationships among objects, architectural structures, and regions of the environment must remain stable as the camera moves through the scene. At the temporal level, changes introduced by movement or environmental dynamics must remain coherent rather than producing arbitrary modifications to previously established structures. Finally, at the memory level, previously observed regions must remain sufficiently stable to allow the system to recognize and reconstruct them when they are encountered again. These levels demonstrate that long-term consistency is not reducible to image quality; rather, it concerns the preservation of an underlying spatial organization.

This finding is especially significant for spatial intelligence, since spatial reasoning depends on stable relationships between entities within an environment. Navigation, for example, requires an agent to maintain a consistent understanding of locations, distances, orientations, and pathways. Similarly, interaction with an object requires the system to preserve the object's spatial identity and relationship to surrounding elements. If the geometry of the environment changes unpredictably as the agent moves through it, the resulting representation becomes unreliable for planning and action. Thus, improvements in anti-drifting and revisiting consistency contribute directly to the development of world models capable of supporting situated reasoning rather than merely generating visually plausible sequences.

Long-term geometric consistency also has implications for persistent world memory. In conventional image and video generation, previous frames may function primarily as contextual information for generating

subsequent content. In a world model, however, previously encountered states need to contribute to an evolving representation of the environment. The distinction is important because memory in this context is not simply the retention of visual information; it involves maintaining the spatial relationships necessary to reconstruct a coherent environmental state. A model that can revisit a previously generated location without substantial geometric alteration demonstrates a stronger form of environmental memory than a system that merely generates locally consistent frames.

The four systems examined in this study nevertheless demonstrate different degrees and mechanisms of consistency. Some approaches place greater emphasis on maintaining a persistent three-dimensional representation, whereas others achieve consistency through mechanisms embedded within sequential video generation or spatial memory. This variation illustrates that long-term consistency is not associated with a single representation technology. Gaussian-based representations, neural fields, video-generation architectures, and hybrid approaches can all contribute to the problem, but they address different aspects of spatial persistence. Accordingly, the presence of a Neural Scene Representation component should not automatically be interpreted as evidence of complete world consistency. The critical question is whether the representation can remain stable when the system is exposed to extended temporal sequences, novel viewpoints, and repeated interaction with previously modeled regions.

An additional distinction should be made between geometric consistency and physical consistency. A model may preserve the geometry and visual appearance of an object while failing to represent its physical properties or causal behavior correctly. For example, an object may remain spatially stable when revisited but respond unrealistically when pushed, moved, deformed, or subjected to environmental forces. Therefore, geometric consistency constitutes an important foundation for world modeling, but it does not by itself guarantee physically accurate simulation. This distinction becomes particularly important when world models are used as inputs to robotics, autonomous systems, or physics-based simulation environments, where spatial plausibility must ultimately be complemented by physically meaningful dynamics.

Overall, the comparative findings suggest that the emergence of anti-drifting mechanisms and revisiting consistency represents a significant step in the evolution of generative spatial systems. The central development is a shift from short-term visual coherence toward long-term environmental persistence. This shift is essential for world models because an actionable representation of the world must remain sufficiently stable while the agent changes its viewpoint, moves through the environment, observes new regions, and returns to previously encountered locations. In this sense, long-term geometric consistency can be regarded as one of the foundational characteristics distinguishing an emerging world model from a conventional image or video generator. It establishes the spatial continuity upon which subsequent capabilities—including persistent memory, temporal prediction, action conditioning, physical reasoning, and embodied interaction—can be constructed.

5.2. Emergent Physics Rules

Another significant finding observed in the analyzed systems is the models' ability to learn physical regularities such as gravity, momentum, and collision dynamics directly from data, without these relationships being explicitly programmed as symbolic rules. This capability represents an important transition from visual representation toward predictive environmental modeling, because the model is required not only to reproduce the appearance of an object but also to generate subsequent states that are consistent with its observed physical behavior. In this context, the concept of gravity manifests itself through the consistency of characters' or objects' jumping and falling trajectories. Similarly, the principle of inertia can be observed in the way moving entities gain, maintain, or change their velocity, while collision dynamics become evident when objects interact with one another or with environmental boundaries.

The emergence of such physical regularities is particularly important because conventional visual generation can produce locally plausible images without necessarily maintaining physically coherent relationships

between consecutive states. A world model, by contrast, is expected to predict how the environment will evolve as a consequence of its current state and potential actions. Consequently, the ability to reproduce trajectories, object interactions, and environmental responses provides an indication that the model has acquired an internal representation of at least some of the regularities governing the observed environment. The relevant distinction is therefore not whether the model has been explicitly provided with Newtonian equations or a conventional physics engine, but whether its learned representation can generate behavior that is consistent with observable physical dynamics.

From this perspective, emergent physics can be interpreted as an intermediate capability between geometric scene representation and physically grounded world simulation. Long-term geometric consistency establishes where objects and environmental structures are located, whereas emergent physical modeling concerns how those objects behave when the state of the environment changes. A stable three-dimensional representation alone cannot explain why an object falls when unsupported, continues moving after acceleration, or changes its trajectory following a collision. These behaviors require the model to capture relationships between spatial state, temporal evolution, and interaction. Thus, emergent physics extends the role of Neural Scene Representation from describing the structure of a world toward predicting its dynamics.

The comparative analysis further suggests that physical regularities are often learned implicitly through temporal observation. When a model is exposed to sequences containing repeated patterns of movement and interaction, it can potentially infer statistical relationships between successive environmental states. For example, repeated observations of unsupported objects moving downward provide information about gravitational acceleration, while repeated trajectories following changes in velocity provide information about momentum and inertia. Likewise, recurring interactions between objects provide information about collision boundaries, contact, and responses to external forces. In this sense, the temporal dimension of world modeling provides the observational basis from which physical regularities can emerge.

However, the presence of emergent physical behavior should not be interpreted as evidence that a model has acquired a complete or explicit understanding of physical laws. A generated trajectory may appear physically plausible while still violating fundamental principles under conditions that differ substantially from those represented in the training data. This distinction is particularly important for long-horizon prediction. Small inaccuracies in velocity, acceleration, object mass, contact dynamics, or environmental constraints can accumulate over time, resulting in increasingly unrealistic states. Therefore, apparent physical consistency at short temporal horizons does not necessarily imply robust physical reasoning across extended sequences or novel situations.

This limitation also reveals an important distinction between physical plausibility and physical accuracy. Physical plausibility refers to whether a generated event appears reasonable to a human observer, whereas physical accuracy requires the underlying dynamics to correspond reliably to the behavior of the real physical system. A world model may therefore produce a visually convincing simulation of an object falling or bouncing without accurately reproducing its precise trajectory, material properties, friction, mass, or collision response. For applications such as robotics and autonomous systems, this distinction is critical because small physical errors can lead to incorrect action planning or unsafe behavior.

The emergence of physical rules is also closely related to action conditioning. A world model becomes more useful when it can predict not only how an environment changes autonomously but also how it changes in response to an agent's intervention. For example, predicting the trajectory of an object after it has been pushed, determining whether two objects will collide following a movement, or estimating the consequences of changing an agent's position requires the model to establish a relationship between action and environmental response. Consequently, the strongest form of emergent physics is not simply passive observation of physical behavior but the capacity to generate different plausible future states according to alternative actions.

This characteristic is particularly relevant to the development of embodied AI. An embodied agent operating in the physical world cannot rely solely on object recognition or spatial localization. It must anticipate whether

an object can be moved, whether a surface can support its weight, how an obstacle will affect its trajectory, and what consequences a particular action may produce. Emergent physical modeling therefore provides a potential bridge between spatial perception and embodied decision-making. By predicting environmental responses before executing an action, the world model can function as an internal simulation mechanism through which alternative actions can be evaluated.

At the same time, the comparative findings indicate that physical consistency remains one of the major unresolved challenges in current world-model implementations. Visual realism and geometric consistency have advanced more rapidly than the reliable representation of complex physical dynamics. Simple phenomena such as gravity, rigid-body motion, and basic collisions may be reproduced relatively convincingly, whereas more complex interactions involving deformable materials, fluids, friction, articulated objects, multiple interacting agents, or changing environmental conditions remain considerably more difficult to model. This suggests that the emergence of basic physical regularities should be regarded as an important developmental milestone rather than evidence of general physical intelligence.

Overall, the findings indicate that emergent physics represents a critical step in the evolution from scene representation toward world simulation. The ability of world models to infer and reproduce physical regularities from observational data demonstrates that their internal representations can extend beyond static visual appearance toward temporal and causal relationships. Nevertheless, the current evidence supports a cautious interpretation: these systems demonstrate emergent physical consistency, rather than a complete and generalizable understanding of physical laws. The future development of world models will therefore depend on their ability to combine geometric persistence, temporal prediction, multimodal perception, and action-conditioned simulation with increasingly accurate representations of physical dynamics.

5.3. Action-Reaction Balance and Causality

Another notable aspect of the findings is the ability of the analyzed systems to translate user or agent inputs, such as keystrokes, mouse movements, camera trajectories, or other control signals, into corresponding changes in the generated environment. This capability represents an important transition from passive scene generation toward interactive world modeling, in which the state of the environment is not determined exclusively by a predefined sequence but can change in response to an external intervention. In its simplest form, the underlying mechanism can be described through the relationship: “if the action is X, the resulting state is Y.” The significance of this relationship, however, extends beyond simple input-output mapping because an effective world model must maintain consistency between an agent's action and the subsequent evolution of the environment. Action conditioning therefore introduces a causal dimension into the world-modeling process. Whereas conventional generative systems primarily seek to produce plausible visual content based on previously observed or specified conditions, action-conditioned world models must generate a plausible future state conditional on an intervention. For example, changing the direction of an agent, moving a camera, approaching an object, or interacting with an environmental element should result in corresponding changes in the generated scene. The model must consequently establish a relationship between the current environmental state, the selected action, and the predicted future state. This can be conceptually represented as a continuous loop:

Current State → Action → Predicted Consequence → New State → New Action

This closed-loop structure is particularly important for distinguishing an interactive world model from a conventional video generator. In video generation, temporal coherence primarily concerns whether successive frames appear visually connected. In an interactive world model, temporal coherence must additionally be action-consistent: the future state should depend meaningfully on what the agent has done. Consequently, interaction introduces an additional constraint on generation, requiring the model to maintain a sufficiently stable representation of the environment while simultaneously updating that representation according to the agent's interventions.

The findings suggest that this capability is closely connected to the concept of action-conditioned prediction. Rather than predicting a single predetermined continuation of the environment, the world model should ideally be capable of representing multiple possible future states corresponding to different actions. If an agent moves forward, the model should predict one environmental trajectory; if the agent turns left or right, alternative trajectories should emerge. Similarly, if an object is pushed, the resulting movement should differ from the state that would have occurred had no interaction taken place. This ability transforms the world model from a passive predictor of what is likely to happen into a mechanism for evaluating what could happen under different interventions.

Such action-conditioned prediction also provides a conceptual link between world models and counterfactual reasoning. A sufficiently capable world model can be understood as maintaining an internal simulation space in which alternative actions can be explored before they are executed in the physical environment. The question therefore changes from “What will happen next?” to “What would happen if the agent performed action X instead of action Y?” This distinction is fundamental for embodied intelligence because effective agents must select actions according to their anticipated consequences rather than simply respond to events after they occur.

The relationship between action and environmental response is particularly significant when combined with the findings presented in Sections 5.1 and 5.2. Long-term geometric consistency provides the persistent spatial structure required for maintaining an environmental state; emergent physical regularities provide expectations concerning how that state evolves; and action conditioning connects these capabilities to agent intervention. Together, these three characteristics establish the foundations of an increasingly integrated world-model architecture:

Geometric Persistence → Physical Dynamics → Action-Conditioned Prediction → Interaction

Within this architecture, spatial representation answers the question of where things are, emergent physical modeling contributes an understanding of how things behave, and action conditioning addresses how the environment changes in response to intervention. The combination is therefore more significant than any individual capability in isolation.

An additional finding concerns the importance of real-time feedback. For an interactive system to support embodied decision-making, the delay between an agent's action and the generation of its environmental consequence must be sufficiently low to preserve the perception–action loop. Excessive latency can interrupt this loop and reduce the practical value of the world model for interactive applications. This is particularly relevant for robotics, autonomous vehicles, virtual and augmented reality, and other applications in which decisions must be continuously updated as the environment changes. Consequently, real-time operation should not be interpreted solely as a rendering-performance characteristic; it is also a requirement for maintaining an effective interaction cycle between agent and environment.

Nevertheless, the comparative analysis indicates that interaction should not automatically be equated with causality. A system may respond immediately to user input while relying on learned correlations rather than a robust representation of causal relationships. For example, generating a visually plausible movement after a command does not necessarily demonstrate that the model understands why that movement occurred or whether the same physical relationship would remain valid under a different configuration. This distinction is particularly important when evaluating world models because apparent interactivity can be achieved through learned visual associations, whereas causal competence requires more reliable generalization of action–consequence relationships to novel circumstances.

The same limitation applies to long-horizon interactions. A model may successfully predict the immediate consequence of an action while becoming increasingly inconsistent as multiple actions are performed sequentially. Errors in one predicted state can become the input to subsequent predictions, causing deviations to accumulate over time. Therefore, robust action-conditioned world modeling requires not only accurate immediate responses but also the ability to preserve state consistency across extended interaction sequences.

This connects action-reaction modeling directly to the anti-drifting and revisiting mechanisms discussed in Section 5.1.

From the perspective of embodied AI, the emergence of action-conditioned generation represents a substantial conceptual shift. Static scene representations primarily provide an environment that can be observed, while interactive world models provide an environment that can be acted upon and simulated. This distinction is particularly important for autonomous agents because their objective is not simply to understand the current state of the world but to determine which action is most likely to produce a desired future state. A world model can therefore function as an internal predictive mechanism between perception and decision-making, allowing an agent to evaluate potential actions before committing to them in the real environment.

Ultimately, the comparative findings indicate that action-reaction modeling constitutes a critical step in the transition from generative scene synthesis to actionable world modeling. The defining characteristic is not merely that a system reacts to user inputs, but that it maintains a coherent relationship between environmental state, intervention, and subsequent state evolution. When combined with persistent spatial representation and emergent physical dynamics, action-conditioned prediction establishes the foundations of a closed perception-model-simulation-action loop. In this sense, action-based generation transforms the world model from a static display of possible environments into a dynamic computational mechanism capable of representing, predicting, and responding to alternative courses of action.

5.4. Temporal Horizon

The findings also indicate that, despite the progress made in spatial consistency, emergent physical behavior, and action-conditioned interaction, current world models continue to face significant limitations in maintaining coherent representations over extended temporal horizons. The ability to generate a visually and physically plausible environment for a short period does not necessarily imply that the same environment can be maintained consistently during prolonged interaction. As the duration of generation increases, accumulated prediction errors, inconsistencies in object identity, alterations in scene geometry, and deviations in environmental dynamics can progressively reduce the reliability of the generated world. Temporal horizon therefore emerges as a critical dimension for distinguishing short-term generative coherence from persistent world modeling.

A particularly important limitation is the tendency of current systems to experience quality degradation during extended interaction. While the exact duration varies across architectures and experimental settings, the comparative evidence suggests that maintaining a stable environment over several minutes remains considerably more difficult than generating short sequences. This degradation can manifest itself in multiple forms, including changes in object appearance, alterations in spatial relationships, inconsistencies in architectural structures, and unexpected modifications to previously established regions. Such degradation indicates that maintaining temporal continuity requires more than simply conditioning each new frame or sequence on recent visual information; it requires a persistent representation capable of preserving the state of the environment over substantially longer horizons.

Closely related to this problem is semantic drift. Semantic drift occurs when objects, locations, agents, or environmental attributes gradually change their identity or meaning as generation progresses. An object that initially has a particular shape, color, position, or functional role may gradually acquire inconsistent characteristics, even when the overall scene remains visually plausible. Similarly, an environment may preserve its general appearance while specific objects or spatial relationships change in ways that contradict previously established information. This distinction is important because a world model must preserve not only visual continuity but also semantic continuity. The same object should remain the same object, and the same location should retain its identity when encountered at a later point in the sequence.

The problem becomes particularly challenging when temporal continuity interacts with spatial exploration. As an agent moves through an environment, previously observed regions may disappear from the immediate context and later re-enter the model's active representation. This creates a requirement for persistent world memory. The model must retain sufficient information about previously visited locations to reconstruct them consistently when they are revisited. Consequently, temporal horizon is closely connected to the revisiting consistency discussed in Section 5.1. A model that performs well over short sequences but cannot reliably recall previously encountered regions has limited capacity to represent a persistent world.

The accumulation of errors can also be understood as a compounding prediction problem. In autoregressive or sequential generative processes, the predicted state at one time step can become the conditioning state for subsequent predictions. Any deviation introduced at an earlier stage may therefore propagate into later stages. Even when individual prediction errors are relatively small, repeated application of the generation process can gradually move the simulated environment away from its original state. This phenomenon is particularly problematic for world models because their purpose extends beyond generating plausible individual observations; they are expected to maintain a coherent latent representation of an environment throughout an extended sequence of observations and interventions.

Temporal horizon is also directly related to the reliability of action-conditioned simulation. In short interactions, a model may successfully predict the immediate consequence of an action. However, as multiple actions are performed sequentially, the accumulated uncertainty associated with each predicted state can increase. An action that is correctly modeled at time (t_1) may produce a slightly inaccurate state at (t_2), which subsequently becomes the basis for predicting the result of another action at (t_3). Over longer horizons, these deviations can result in increasingly unrealistic trajectories or environmental configurations. Thus, the ability to maintain causal and physical consistency over extended sequences remains substantially more demanding than producing plausible short-term reactions.

Another major limitation identified by the comparative analysis is computational cost. High-quality world modeling requires the simultaneous maintenance of spatial representation, temporal coherence, visual fidelity, and, in some cases, physical simulation. These requirements can impose substantial demands on GPU memory, computational throughput, and energy consumption. The challenge is therefore not simply to generate increasingly detailed environments, but to do so at a sufficiently low latency to support continuous interaction. A model that can generate highly realistic worlds but requires extensive computation for each update may have limited practical value for real-time robotics, autonomous systems, mobile devices, AR/VR platforms, and other resource-constrained environments.

This creates an important trade-off between fidelity, temporal horizon, and computational efficiency. Increasing scene resolution, maintaining more detailed representations, extending the prediction horizon, or modeling more complex physical interactions can increase computational requirements. Conversely, reducing the computational burden may require lower spatial resolution, compressed representations, reduced simulation complexity, or selective computation. The challenge for future world models is therefore to determine which elements of the environment require high-fidelity representation at a particular moment and which can be represented more approximately without compromising the agent's current task.

Task-dependent computation provides one potential response to this limitation. In many embodied applications, an agent does not require an equally detailed representation of every region of the environment at every moment. A robotic system navigating toward a specific object, for example, may require high-fidelity modeling of the object's immediate surroundings while maintaining a more abstract representation of distant or currently irrelevant regions. Similarly, an AR or VR system may prioritize the portions of the environment within the user's current field of attention. Such approaches suggest that future world models may increasingly adopt adaptive or priority-based representations, allocating computational resources according to spatial relevance, task requirements, and predicted interaction.

The temporal-horizon problem also exposes a fundamental distinction between visual persistence and world persistence. A scene may remain visually similar across successive frames while its underlying state representation becomes increasingly inconsistent.

True world persistence requires the model to maintain stable relationships among objects, locations, agents, and environmental dynamics despite prolonged temporal evolution. In this sense, temporal consistency should not be evaluated solely according to frame-level visual similarity. It should also include the preservation of object identity, spatial relationships, physical state, and causal dependencies throughout the interaction.

Taken together, these findings suggest that the temporal horizon remains one of the most significant barriers to the development of robust world models. Current systems demonstrate increasingly convincing short-term generation and interaction, but maintaining a coherent, semantically stable, physically plausible, and computationally efficient world over extended periods remains unresolved. The challenge is therefore not simply to extend the length of generated sequences, but to prevent the accumulation of spatial, semantic, physical, and predictive errors as the temporal horizon expands.

Accordingly, extending the temporal horizon should be understood as a multidimensional research problem involving persistent memory, error correction, long-term spatial consistency, causal stability, and computational efficiency. Progress in these areas would enable world models to move from short-lived interactive experiences toward persistent environments in which agents can explore, act, return to previously visited locations, and continue interacting without the progressive degradation of the underlying world representation. Such a capability would represent a significant step toward the perception-model-simulation-action architecture identified as a central trajectory in the evolution of spatially intelligent and embodied AI systems.

5.5. Multi-Agent and Sim-to-Real Challenges

Finally, the comparative analysis identifies multi-agent interaction and sim-to-real transfer as two closely interconnected challenges that currently limit the practical deployment of world models. Although contemporary systems have demonstrated increasingly convincing representations of individual objects and single-agent interactions, modeling environments populated by multiple independently moving and interacting entities remains substantially more difficult. In real-world environments, agents rarely operate in isolation. Pedestrians, vehicles, robots, animals, and other agents continuously modify their trajectories in response to one another, to environmental conditions, and to their own objectives. Consequently, a world model intended for embodied intelligence must represent not only the physical state of the environment but also the dynamic and potentially unpredictable behavior of multiple agents within that environment.

The complexity of multi-agent environments arises from the fact that the future state of one entity may depend on the actions of several other entities. A pedestrian may change direction in response to an approaching vehicle, while the vehicle simultaneously adjusts its trajectory according to the pedestrian's movement. Similarly, in a robotic environment, one robot's action may alter the available space, visibility, or trajectory of another robot. These interactions create a highly interconnected prediction problem in which the environment cannot be modeled simply as a collection of independently evolving objects. Instead, the world model must represent relationships, interactions, and dependencies among multiple agents over time.

This challenge becomes particularly significant when agents possess different goals, behavioral patterns, and levels of predictability. In autonomous driving, for example, surrounding vehicles may follow traffic rules but still exhibit heterogeneous driving styles. Pedestrians may behave according to social conventions while simultaneously making spontaneous decisions that are difficult to predict. In multi-robot systems, different agents may cooperate, compete, or respond strategically to one another. Therefore, a robust world model must account not only for physical dynamics but also for behavioral uncertainty and interaction-dependent decision-making. This introduces a layer of complexity that cannot be addressed through geometric representation or basic physical simulation alone.

The problem is further amplified over long temporal horizons. As discussed in Section 5.4, small prediction errors can accumulate over time. In a multi-agent environment, however, an error involving one agent can propagate through the behavior of other agents, producing cascading deviations from the expected environment state. A slightly incorrect prediction of a vehicle's trajectory, for instance, may cause an incorrect prediction of a pedestrian's response, which may subsequently alter the predicted behavior of another vehicle. Thus, multi-agent world modeling involves not only long-term prediction but also the management of interdependent uncertainty.

A second major challenge concerns the sim-to-real gap. Simulation environments provide an attractive framework for training and evaluating embodied AI because they allow agents to interact with environments without the risks, costs, and logistical constraints associated with real-world experimentation. However, the simulated environment is necessarily an approximation of reality. Differences in visual appearance, lighting, material properties, sensor characteristics, object dynamics, environmental geometry, and agent behavior can cause policies that perform successfully in simulation to fail when deployed in physical environments. Consequently, the successful generation of a simulated world does not automatically guarantee that the knowledge acquired within that world will transfer reliably to the real world.

This problem is particularly relevant to world models because the objective is not merely to generate visually convincing environments but to use those environments for prediction, planning, and action. If the underlying simulation does not accurately reflect the physical and behavioral characteristics of the real environment, the agent may learn strategies that are effective only under simulated conditions. For example, a robot may learn to manipulate an object according to simulated friction or weight characteristics that differ from those of the physical object. Similarly, an autonomous vehicle trained predominantly on synthetic traffic scenarios may encounter unexpected visual or behavioral configurations when operating in real traffic.

The comparative findings therefore suggest that sim-to-real transfer should not be conceptualized as a single final stage in which a model trained in simulation is simply deployed in the physical world. Instead, it should increasingly be understood as a continuous calibration problem. Real-world observations can be used to identify discrepancies between predicted and observed outcomes, after which the world model or simulation environment can be updated accordingly. This creates a potentially iterative relationship:

Real World → Data Collection → World Model Update → Simulation → Training → Real World

Such a closed-loop architecture can reduce the dependence on a fixed simulation environment and allow the model to progressively incorporate information obtained through real-world interaction. In this framework, simulation becomes not an alternative to reality but a continuously updated computational approximation of it.

A related limitation concerns geographic and spatial accuracy. Although contemporary world models can generate highly detailed and visually convincing environments, visual plausibility does not necessarily imply correspondence with the geographic structure of real-world locations. Generated buildings, roads, landmarks, terrain, and urban configurations may appear realistic while being spatially inaccurate or geographically inconsistent with their real-world counterparts. This distinction becomes particularly important when world models are considered for applications involving navigation, urban simulation, digital twins, autonomous vehicles, or location-based XR experiences.

Geographic accuracy introduces a further distinction between generic spatial intelligence and location-specific world modeling. A system may possess a strong capacity to understand generic relationships such as the relative position of objects, road structures, or architectural elements without accurately reconstructing a particular geographic location. For many generative applications, this distinction may be acceptable because the objective is to create plausible environments rather than reproduce existing places. However, applications involving digital twins, autonomous navigation, infrastructure planning, cultural heritage, or geographically grounded simulation require substantially higher levels of spatial fidelity.

This issue is particularly relevant to the relationship between world models and digital twins. A digital twin requires correspondence between a computational representation and a specific physical entity, environment, or system. A generative world that is merely plausible cannot automatically function as a digital twin because geographic inaccuracies may undermine its utility for measurement, simulation, planning, and decision-making. Therefore, the progression from generative world models toward geographically grounded digital twins requires mechanisms for anchoring generated representations to reliable spatial data, sensor observations, maps, and other sources of real-world information. The three challenges identified in this section—multi-agent interaction, sim-to-real transfer, and geographic accuracy—are also mutually reinforcing. Multi-agent behavior is difficult to simulate accurately when behavioral assumptions differ from those observed in reality. Sim-to-real transfer becomes more difficult when the simulated environment lacks geographically accurate spatial structure. Likewise, geographically accurate environments may still fail to support reliable real-world deployment if the physical and behavioral dynamics of their inhabitants are poorly modeled. Consequently, successful world modeling requires the integration of spatial fidelity, physical dynamics, behavioral modeling, and real-world grounding rather than optimization of any single dimension in isolation.

Overall, the findings indicate that current world models are moving beyond the generation of isolated and visually convincing environments but have not yet fully achieved the robustness required for complex real-world deployment. The central challenge is no longer simply whether a model can generate a plausible world, but whether it can maintain that world as a spatially accurate, physically consistent, behaviorally coherent, and continuously calibratable environment populated by multiple interacting agents. Addressing these limitations will be essential for transferring world-model technology from controlled demonstrations toward autonomous robotics, intelligent transportation, digital twins, and other applications in which computational representations must correspond reliably to the physical world.

In this respect, the multi-agent and sim-to-real challenges reinforce the broader conclusion of this study: the development of world models should ultimately be evaluated not only by their ability to generate realistic environments, but by their ability to establish a reliable computational correspondence between perception, spatial representation, physical simulation, agent interaction, and real-world behavior. The closer this correspondence becomes, the more world models can evolve from generative visual systems into foundational components of physically grounded artificial intelligence.

6. Conclusion and Recommendations

The findings of this study indicate that the evolution of artificial intelligence should be understood not simply in terms of increasing model size, data, or computational capacity, but as a transition toward systems capable of constructing and operating on internal representations of the world. From this perspective, world models represent a significant architectural development because they introduce a computational layer through which perception can be connected to prediction, reasoning, simulation, and action. Rather than merely identifying patterns in observed data, such systems increasingly enable AI to model possible future states and evaluate the consequences of alternative actions.

Regarding RQ1, the analysis suggests that world models address the detachment of large language models from physical reality to a meaningful but still incomplete extent. Their principal contribution is the introduction of spatial, temporal, and action-conditioned representations that enable AI systems to reason about environments beyond purely symbolic or linguistic descriptions. However, this connection to reality remains constrained by limitations in physical accuracy, temporal persistence, multimodal grounding, and real-world correspondence.

Regarding RQ2, the findings indicate that spatial intelligence can provide an important intermediate representational layer for the development of more general AI architectures. Its significance lies not merely in improving spatial perception, but in connecting sensory information with structured environmental representations, prediction, simulation, and embodied action. In this sense, spatial intelligence can contribute

to a transition from perception-centered AI toward increasingly closed-loop cognitive architectures in which an agent can perceive, model, simulate, and act within its environment.

Regarding RQ3, the analysis demonstrates that current world models remain limited by the difficulty of maintaining reliable representations over extended temporal horizons, accurately modeling complex physical and multi-agent interactions, controlling computational demands, and transferring simulated knowledge to geographically and physically grounded real-world environments. These limitations indicate that visual realism alone is insufficient for establishing robust world models.

Future progress therefore depends on moving beyond isolated improvements in generation quality toward integrated, multimodal, computationally efficient, and continuously calibrated world representations. In particular, the convergence of visual, auditory, haptic, and proprioceptive information; adaptive computational strategies; and closed-loop sim-to-real learning represents a promising direction for addressing the remaining gap between generated and physical worlds.

Ultimately, this study suggests that the emerging paradigm of spatially intelligent AI is better characterized by a “perception-to-model-to-simulation-to-action” cycle than by a conventional perception-to-action pipeline. World models consequently represent not an endpoint in AI development, but a potential architectural bridge between systems that can read the world and systems capable of anticipating, reasoning about, and acting within it.

References

- Bahmani, S., Shen, T., Ren, J., Huang, J., Jiang, Y., Turki, H., Tagliasacchi, A., & Lindell, D. B. (2026). Lyra 2.0: Explorable generative 3D worlds. arXiv. <https://arxiv.org/abs/2604.13036>
- Bellan, R. (2025, August 5). DeepMind thinks its new Genie 3 world model presents a stepping stone toward AGI. TechCrunch.
- Craik, K. J. W. (1943). The nature of explanation. Cambridge University Press.
- Google DeepMind. (2025, 5 Ağustos). Genie 3: A new frontier for world models. <https://deepmind.google/blog/genie-3-a-new-frontier-for-world-models/>
- Ha, D., & Schmidhuber, J. (2018). Recurrent world models facilitate policy evolution. *Advances in Neural Information Processing Systems*, 31, 2451–2463.
- LeCun, Y. (2022). A path towards autonomous machine intelligence. OpenReview.
- Li, X., He, X., Zhang, L., & Liu, Y. (2025). A Comprehensive Survey on World Models for Embodied AI. arXiv:2510.16732.
- Li, Y. (2025). Learning structured world models from and for physical interactions.
- Lu, G., Jia, B., Li, P., Chen, Y., Wang, Z., Tang, Y., & Huang, S. (2025). GWM: Towards scalable Gaussian world models for robotic manipulation. In *Proceedings of the IEEE/CVF International Conference on Computer Vision (ICCV)*.
- Piaget, J. (1952). The origins of intelligence in children (M. Cook, Trans.). International Universities Press.
- Piaget, J. (1954). The construction of reality in the child (M. Cook, Trans.). Basic Books.
- Proceedings of the AAI Conference on Artificial Intelligence, 39(27), 28717–28718. <https://doi.org/10.1609/aaai.v39i27.35112>

Shen, T., Bahmani, S., He, K., Srinivasan, S. G., Cao, T., Ren, J., Li, R., Wang, Z., Sharp, N., Gojic, Z., Fidler, S., Huang, J., Ling, H., Gao, J., & Ren, X. (2026). Lyra 2.0: Explorable generative 3D worlds. arXiv. <https://arxiv.org/abs/2604.13036>

Taniguchi, T., Murata, S., Suzuki, M., Ognibene, D., Lanillos, P., Ugur, E., Jamone, L., Nakamura, T., Ciria, A., Lara, B., & Pezzulo, G. (2023). World models and predictive coding for cognitive and developmental robotics: Frontiers and challenges. *Advanced Robotics*, 37(13), 780–806. <https://doi.org/10.1080/01691864.2023.2225232>

Tencent Hunyuan. (2026). HY-World 2.0: A multi-modal world model for reconstructing, generating, and simulating 3D worlds [Teknik rapor]. arXiv:2604.14268. https://3d-models.hunyuan.tencent.com/world/world2_0/HY_World_2_0.pdf

World Labs. (2025, 12 Kasım). Marble: A multimodal world model. <https://www.worldlabs.ai/blog/marble-world-model>

Xiang, J., Tao, T., Gu, Y., Shu, T., Wang, Z., Yang, Z., & Hu, Z. (2023). Language models meet world models: Embodied experiences enhance language models. arXiv preprint arXiv:2305.10626.

Zhang, Y., Tian, J., & Xiong, Q. (2025). A review of embodied intelligence systems: a three-layer framework integrating multimodal perception, world modeling, and structured strategies. *Frontiers in Robotics and AI*, 12, 1668910. <https://doi.org/10.3389/frobt.2025.1668910>.

Zhen, H., Qiu, X., Chen, P., Yang, J., Yan, X., Du, Y., Hong, Y., & Gan, C. (2024). 3D-VLA: A 3D vision-language-action generative world model. *Proceedings of the 41st International Conference on Machine Learning*, 235, 61229–61245.

Zhu, Z., Wang, X., Zhao, W., Min, C., Deng, N., Dou, M., Wang, Y., Shi, B., Wang, K., Zhang, C., You, Y., Zhang, Z., Zhao, D., Xiao, L., Zhao, J., Lu, J., & Huang, G. (2024). Is Sora a world simulator? A comprehensive survey on general world models and beyond. arXiv. <https://arxiv.org/abs/2405.03520>



BAİBÜİLEF-İG

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Günleri
Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication Communication Days

15.09.2026



Algoritmik İstihbarat: Yapay Zekâ Temelli OSINT Analizinde Doğruluk, Güvenlik ve Manipülasyon Sorunu

Algorithmic Intelligence: The Issue of Accuracy,
Security and Manipulation in AI-Based OSINT Analysis

Mustafa Doğukan BAŞALAN¹

Geliş Tarihi (Received): 03.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 31.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Öz: Günümüz dijital ekosisteminde açık kaynak istihbaratı (OSINT), ulusal güvenlikten özel sektör analiz birimlerine kadar geniş bir alanda stratejik karar alma süreçlerinin merkezinde yer alırken; yapay zekâ, makine öğrenimi ve büyük veri teknolojilerinin entegrasyonu, klasik yöntemleri aşarak veri analiz süreçlerini otomatikleştiren yeni bir "algoritmik istihbarat" paradigması doğurmuştur. Bu yaklaşım, bilgi akış hızını benzeri görülmemiş bir seviyeye çıkarıp insan analistlerin fark edemeyeceği karmaşık örüntüleri görünür kılsa da, doğruluk, güvenlik ve manipülasyon ekseninde ciddi metodolojik ve etik sorunlar üretmektedir. Algoritmik karar sistemlerindeki model yanlılıkları, doğrulama yanlışları, bağlamsal analiz eksiklikleri ve otomatik sınıflandırma hataları istihbaratın güvenilirliğini doğrudan zayıflatmaktadır. Üstelik *deepfake* (derin sahte) teknolojileri, sentetik medya, otomatik bot ağları ve manipülatif veri enjeksiyonları gibi yeni nesil dijital tehditler, yapay zekâ destekli süreçleri hem hedef alan hem de onlardan beslenen hibrit bir manipülasyon ekosistemi yaratmaktadır. Bu tablo; algoritmik şeffaflık, veri güvenliği ve kaynak doğrulama protokollerinin acilen yeniden tanımlanmasını gerektirdiğinden, bu çalışma algoritmik istihbaratta güvenilirliği sağlamak amacıyla çok katmanlı bir metodolojik yaklaşım önermektedir. İnsan analist ile yapay zekâ sistemleri arasındaki etkileşimin yeniden yapılandırılması, doğrulama zincirlerinin güçlendirilmesi ve manipülasyon tespit mekanizmalarının geliştirilmesi temel ilkeler olarak öne çıkmaktadır. Sonuç itibarıyla, yapay zekâ temelli OSINT süreçlerinin sağladığı operasyonel verimlilik; demokratik işleyiş, kamu güvenliğini ve bilgi ekosisteminin bütünlüğünü tehdit edebilecek risklerle iç içe olduğu için, algoritmik istihbaratın geleceğine yönelik teknik, etik ve yönetim odaklı, bütüncül bir denetim çerçevesinin geliştirilmesi artık mutlak bir zorunluluktur.

Anahtar kelimeler: Algoritmik istihbarat, OSINT, yapay zekâ, makine öğrenimi, dijital manipülasyon

&

Abstract: In today's digital ecosystem, open-source intelligence (OSINT) operates as a central component of strategic decision-making across national security agencies, media, academia, and private sector analysis units. However, the integration of artificial intelligence, machine learning, and big data infrastructures has transcended traditional methods, automating data collection and analysis to forge a new paradigm known as "algorithmic intelligence." While this approach accelerates information flow and reveals complex patterns invisible to human analysts, it concurrently generates unprecedented methodological and ethical challenges regarding accuracy, security, and manipulation. Verification errors, algorithmic biases, contextual deficiencies, and automated classification flaws inherently undermine the reliability of the intelligence produced. Furthermore, next-generation digital threats—such as deepfakes, synthetic media, automated bot networks, and manipulative data injection—create a hybrid manipulation ecosystem that both targets and heavily exploits AI-supported OSINT processes. This shifting landscape urgently requires the redefinition of fundamental concepts like data security, algorithmic transparency, and source verification protocols. To ensure reliability, this study proposes a multi-layered methodological approach emphasizing the restructuring of human-AI interaction, the strengthening of verification chains, and the expansion of manipulation detection mechanisms. Ultimately, while AI-based OSINT significantly enhances operational efficiency, it simultaneously harbors profound risks that can directly threaten democratic processes, public safety, and the broader information ecosystem's integrity. Consequently, the study highlights the absolute necessity of developing a comprehensive, holistic framework focused on technical, ethical, and governance standards to safeguard the future of algorithmic intelligence..

Keywords: Algorithmic intelligence, OSINT, artificial intelligence, machine learning, digital manipulation

Atıf/Cite as Başalan M. D. (2026). Algoritmik İstihbarat: Yapay Zekâ Temelli Osint Analizinde Doğruluk, Güvenlik ve Manipülasyon Sorunu. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Günleri.

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Öğrenci, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi İletişim Bilimleri ABD Tezli Yüksek Lisans, Hatay, Türkiye, e-posta: dokayazilim@gmail.com, ORCID: 0009-0008-8873-1102

Giriş

Küreselde dijitalleşmenin hız kazanmasıyla bilgi üretimi, dolaşımı ve tüketimi yalnızca iletişim süreçlerini değil; güvenlik, istihbarat ve stratejik karar alma mekanizmalarını da köklü biçimde dönüştürmüştür (Tuğlu Dur ve Ata, 2025, s. 115). Özellikle internet tabanlı ağ yapılarının genişlemesi, sosyal medya platformlarının kitlesel veri üretim merkezlerine dönüşmesi ve büyük veri ekosisteminin sürekli büyümesi, açık kaynak istihbaratını (OSINT) modern istihbarat faaliyetlerinin en önemli bileşenlerinden biri hâline getirmiştir (Baknali ve Ardiç Çobaner, 2026, s. 61). Geleneksel istihbarat anlayışı uzun yıllar boyunca kapalı kaynaklardan elde edilen gizli bilgilere dayanırken, günümüzde açık kaynaklardan elde edilen dijital veriler; siyasal analizlerden askeri operasyonlara, kriz yönetiminden ekonomik öngörülere kadar çok boyutlu stratejik süreçlerde belirleyici bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda OSINT, yalnızca veri toplama pratiği olmaktan çıkmış; dijital toplumun davranış örüntülerini analiz eden, toplumsal eğilimleri ölçen ve potansiyel tehditleri öngörmeye çalışan geniş ölçekli bir analitik güvenlik paradigmasına dönüşmüştür (Yadav vd., 2023).

Ancak dijital veri hacmindeki olağanüstü artış, insan merkezli klasik analiz yöntemlerinin yetersiz kalmasına neden olmuş; bu durum yapay zekâ destekli otomatik analiz sistemlerinin istihbarat süreçlerine entegrasyonunu hızlandırmıştır (Taban ve Aydılek, 2023, ss. 41-42). Makine öğrenimi algoritmaları, doğal dil işleme sistemleri, görüntü tanıma teknolojileri ve büyük veri analitiği gibi yapay zekâ tabanlı araçlar, günümüzde milyarlarca veri parçasını eş zamanlı biçimde işleyebilmekte, insan analistlerin fark edemeyeceği örüntüleri ortaya çıkarabilmekte ve çok kısa sürelerde stratejik çıkarımlar üretebilmektedir (Pérez-López vd., 2024). Böylece istihbarat faaliyetleri, insan merkezli doğrusal analiz modelinden uzaklaşarak algoritmalar tarafından yönlendirilen hibrit bir yapıya evrilmektedir. “Algoritmik istihbarat” olarak tanımlanabilecek bu yeni yapı, yalnızca teknolojik bir dönüşüm değil; aynı zamanda bilgiye erişim, doğrulama, sınıflandırma ve karar verme süreçlerinin yeniden yapılandırılması anlamına gelmektedir (Jain vd., 2021).

Algoritmik istihbaratın yükselişi, istihbarat üretim süreçlerinde hız, ölçeklenebilirlik ve operasyonel verimlilik açısından önemli avantajlar sağlamaktadır. Yapay zekâ destekli OSINT sistemleri, gerçek zamanlı veri akışlarını takip ederek kriz bölgelerindeki gelişmeleri anlık olarak analiz edebilmekte, sosyal medya platformlarında organize dezenformasyon kampanyalarını tespit edebilmekte ve ulusal güvenlik açısından risk oluşturabilecek dijital hareketlilikleri öngörebilmektedir (Kolade vd., 2025, s. 136). Bunun yanında, finansal manipülasyonlardan siber saldırılara, toplumsal olaylardan seçim süreçlerine kadar pek çok alanda algoritmik analiz sistemleri stratejik karar alma mekanizmalarının ayrılmaz bir parçası hâline gelmiştir. Günümüzde devlet kurumları, askeri organizasyonlar, medya kuruluşları, teknoloji şirketleri ve özel güvenlik firmaları, açık kaynak verilerini işlemek için giderek daha fazla yapay zekâ tabanlı analiz araçlarına yönelmektedir. Böylece veri, yalnızca enformasyon kaynağı değil; aynı zamanda yeni jeopolitik güç ilişkilerinin merkezinde yer alan stratejik bir sermaye unsuruna dönüşmektedir (Luo vd., 2025, ss. 8-9).

Bununla birlikte yapay zekâ destekli OSINT süreçleri, yalnızca fırsatlar üretmemekte; aynı zamanda ciddi metodolojik, teknik ve etik sorunları da beraberinde getirmektedir. Algoritmik karar verme sistemlerinin temelinde yer alan veri setleri çoğu zaman eksik, manipüle edilmiş, bağlamdan kopuk veya yanlış bilgiler içerebilmektedir. Bu durum, yapay zekâ sistemlerinin yanlış sonuçlar üretmesine, önyargılı analizler geliştirmesine ve güvenilir olmayan istihbarat çıktıları oluşturmaya neden olabilmektedir. Özellikle model yanlışlığı, yanlış pozitif üretimi, bağlamsal yorumlama eksikliği ve otomatik sınıflandırma hataları, algoritmik istihbaratın güvenilirliğini tartışılabilir hâle getirmektedir. İnsan analistlerin sezgisel değerlendirme kapasitesinin yerini büyük ölçüde otomatik sistemlerin almaya başlaması ise doğrulama mekanizmalarının zayıflamasına ve “algoritmik otorite” olarak adlandırılan yeni bir epistemolojik güven krizinin ortaya çıkmasına yol açmaktadır (Browne vd., 2024, ss. 2912-2914).

Diğer taraftan dijital manipülasyon tekniklerinin gelişmesi, algoritmik istihbarat sistemlerini doğrudan hedef alan hibrit tehditlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Özellikle deepfake teknolojileri, sentetik medya üretimi, bot ağları ve veri zehirlenme saldırıları, açık kaynak analiz süreçlerini manipüle edebilen yeni

nesil dijital silahlar hâline gelmiştir. Yapay zekâ tarafından üretilen sahte görüntü, ses ve video içerikleri, gerçeklik algısını dönüştürerek hem kamuoyunun yönlendirilmesine hem de istihbarat analiz süreçlerinin yanıltılmasına imkân tanımaktadır (Mlinac, 2025, s. 80). Bunun yanında organize bot ağları, sosyal medya platformlarında yapay gündemler oluşturarak bilgi akışını manipüle etmekte; böylece yapay zekâ destekli OSINT sistemlerinin analiz ettiği veri havuzları bilinçli biçimde kirletilebilmektedir. Bu durum, istihbarat üretim süreçlerinde yalnızca yanlış bilgi riskini değil; aynı zamanda sistematik dezenformasyonun kurumsallaşmasını da beraberinde getirmektedir.

Algoritmik istihbaratın yarattığı bu yeni güvenlik ortamı, veri güvenliği, algoritmik şeffaflık ve denetlenebilirlik gibi kavramların yeniden düşünülmesini zorunlu kılmaktadır (Zhang ve Zhang, 2023, s. 11). Yapay zekâ sistemlerinin hangi verileri nasıl işlediği, hangi kriterlere göre karar verdiği ve hangi sonuçları hangi mantıksal süreçler üzerinden ürettiği çoğu zaman belirsizdir. “Kara kutu algoritmalar” olarak tanımlanan bu yapı, özellikle güvenlik ve istihbarat alanında ciddi hesap verebilirlik sorunları doğurmaktadır (Obermeyer ve Emanuel, 2016). Demokratik toplumlarda şeffaflık, etik sorumluluk ve hukuki denetim ilkeleri önem taşırken; algoritmik sistemlerin giderek daha fazla otonom karar mekanizmalarına dönüşmesi, insan denetiminin zayıflamasına neden olmaktadır. Böylece algoritmik istihbarat yalnızca teknik bir mesele değil; aynı zamanda siyasal iktidar, dijital egemenlik ve demokratik yönetim bağlamında değerlendirilmesi gereken önemli bir problem alanı oluşturmaktadır (İzci ve Sarıtürk, 2019, ss. 503-505).

Çalışma, yapay zekâ temelli OSINT analizinin yapısını, işleyiş mekanizmalarını ve güvenlik boyutlarını inceleyerek algoritmik istihbarat süreçlerinde ortaya çıkan doğruluk, güvenlik ve manipülasyon sorunlarını analiz etmeyi amaçlamaktadır. Çalışmada öncelikle OSINT’in dijital dönüşüm içerisindeki konumu ele alınacak, ardından yapay zekâ destekli analiz sistemlerinin çalışma mantığı incelenecektir. Bununla birlikte çalışma, insan analist ile yapay zekâ sistemleri arasındaki ilişkinin yeniden yapılandırılması gerektiğini savunmakta; çok katmanlı doğrulama zincirleri, sürekli model denetimi, açıklanabilir yapay zekâ sistemleri ve manipülasyon tespit mekanizmaları gibi çözüm önerileri geliştirmektedir. Dolayısıyla çalışma, algoritmik istihbaratın yalnızca teknolojik bir yenilik olmadığını; aynı zamanda bilgi ekosisteminin güvenilirliği, demokratik süreçlerin korunması ve dijital güvenlik mimarisinin geleceği açısından kritik bir dönüşüm alanı oluşturduğunu ileri sürmektedir.

2. Açık Kaynak İstihbaratı (OSINT) ve Algoritmik Dönüşüm

Açık Kaynak İstihbaratı (OSINT), kamuya açık kaynaklardan sistematik biçimde veri toplayarak analiz etme ve bu verilerden eyleme dönüştürülebilir istihbarat üretme sürecini ifade eder (Baknali ve Ardıç Çobaner, 2026, s. 62). Kökleri İkinci Dünya Savaşı dönemine dayanan bu disiplin, o yıllarda yabancı radyo yayınlarının izlenmesi ve basın haberlerinin takip edilmesi gibi nispeten basit yöntemlere dayanıyordu. Soğuk Savaş sürecinde devlet istihbarat örgütleri, açık kaynak verilerini gizli istihbaratın tamamlayıcı bir unsuru olarak değerlendirmeye başladı; ancak asıl dönüşüm, internetin yaygınlaşması ve dijital iletişimin küresel ölçekte patlama yaşamasıyla birlikte gerçekleşti. Bugün OSINT; sosyal medya platformları, haber arşivleri, akademik veri tabanları, kamu kayıtları, uydu görüntüleri, coğrafi konum verileri, karanlık ağ (dark web) içerikleri ve devlet kurumlarının yayımladığı açık belgeler gibi son derece geniş bir kaynak yelpazesini kapsamaktadır. Bu genişlik, disiplini hem güçlü kılmakta hem de metodolojik açıdan son derece karmaşık bir yapıya büründürmektedir (Hulnick, 2010).

OSINT’in epistemolojik temeli, verinin istihbarata dönüştürülme sürecinde yatar. Ham veri tek başına bir anlam taşımaz; bu verinin bağlamlandırılması, doğrulanması, çapraz referanslanması ve yorumlanması gerekmektedir. Bu nedenle disiplin, yalnızca teknik bir toplama faaliyeti değil, aynı zamanda derinlikli bir analitik süreç olarak ele alınmalıdır. İstihbarat döngüsü çerçevesinde değerlendirildiğinde OSINT; planlama ve yönlendirme, toplama, işleme, analiz ve yayma aşamalarını içerir. Her aşamada metodolojik titizlik zorunludur; aksi hâlde dezenformasyon, yanlış ilişkilendirme ve yanıltıcı örüntü tanıma gibi hatalar kaçınılmaz hâle gelir. Özellikle sosyal mühendislik saldırıları ve devlet destekli dezenformasyon oluşumuna karşı kampanyalar çağında, kaynağın güvenilirliğini değerlendirme kapasitesi, analisti sıradan bir veri toplayıcısından gerçek bir istihbarat uzmanına dönüştüren temel yetkinlik olarak öne çıkmaktadır (Van Puyvelde ve Tabárez Rienzi, 2025, ss. 531-535).

Algoritmik dönüşüm bağlamında OSINT, son on yılda köklü bir paradigma değişimine sahne olmuştur. Makine öğrenmesi, doğal dil işleme ve büyük veri analitiğinin bu alana entegrasyonu, insan analistlerin kapasitesinin çok ötesinde hız ve hacimde veri işlenmesini mümkün kılmıştır. Örneğin duygu analizi algoritmaları, milyonlarca sosyal medya gönderisini gerçek zamanlı olarak tarayarak kamuoyu eğilimlerini ve bilgi savaşı kampanyalarını tespit edebilmektedir. Görüntü tanıma sistemleri, coğrafi etiket bilgisi içermeyen fotoğraflardan dahi konum tahmini yapabilmekte; bina cepheleri, araç plakaları, bitki örtüsü ve gölge açıları gibi görsel ipuçlarını işleyerek yüksek doğrulukta lokalizasyon gerçekleştirebilmektedir. Bu teknikler, özellikle savaş suçu soruşturmaları ve insan hakları belgeleme çalışmalarında Bellingcat gibi sivil OSINT kuruluşları tarafından kullanılmıştır (Mandad, 2026).

Büyük dil modellerinin (LLM) OSINT süreçlerine entegrasyonu ise en güncel ve tartışmalı gelişmeleri beraberinde getirmektedir. Bu modeller, yapılandırılmamış metinlerden bilgi çıkarımı, farklı dillerdeki kaynakların otomatik çevirisi ve özetlenmesi ile şüpheli aktörler arasındaki ilişki ağlarının haritalanması gibi görevlerde analiste ciddi bir hız avantajı sağlamaktadır (Sun vd., 2025). Bununla birlikte algoritmik sistemler yanlılık (bias) sorunlarından azade değildir; eğitim verilerindeki dengesizlikler, modellerin belirli coğrafyalara, dillere veya aktörlere ilişkin çıkarımlarını sistematik biçimde çarpıtabilmektedir. Ayrıca otomatik sistemlerin ürettiği sonuçların yorumlanabilirliği, yani "kara kutu" problemi, operasyonel kararların dayanacağı istihbarat değerlendirmelerinde ciddi bir etik ve hukuki sorun oluşturmaktadır (Krafft vd., 2024, ss. 5-7).

Graf teorisi ve sosyal ağ analizi de algoritmik OSINT'in temel araçları arasında yer almaktadır. Ayrı kaynaklardan elde edilen kimlik bilgileri, iletişim örüntüleri ve finansal işlemler bir araya getirildiğinde ortaya çıkan ağ haritaları, gizli organizasyonel yapıları, koordineli dezenformasyon ağlarını ve suç örgütlenmelerini görünür kılabilir. Bu bağlamda öne çıkan tekniklerden biri, farklı platformlar ve veri tabanlarındaki parçalı kimlikleri tek bir gerçek dünya aktörüne bağlayan varlık çözümleme (entity resolution) yöntemidir. Otomatize ağ tarama araçları ve veri sızdırma sonucu kamuya açılan veri setleriyle beslenen bu analizler, özellikle siber tehdit istihbaratı alanında kritik sonuçlar üretmektedir; ancak masum bireylerin haksız biçimde şüpheli ağlarla ilişkilendirilmesi riski, metodolojik şeffaflığı zorunlu kılmaktadır (Perez ve Germon, 2016).

Uydu görüntüsü analizindeki algoritmik gelişmeler, OSINT'in fiziksel dünyayı izleme kapasitesini dramatik ölçüde artırmıştır. Ticari uydu şirketlerinin yüksek çözünürlüklü görüntüleri artık gerçek zamanlıya yakın biçimde sunmasıyla birlikte, değişim tespiti yapan algoritmalar da askeri üs hareketlerini, sanayi tesislerinin kapasitesini ve insani kriz bölgelerindeki durumu izleyebilmektedir (Uralov ve Ruzmetov, 2025). Sentetik açıklıklı radar (SAR) teknolojisi ise hava koşullarından bağımsız olarak gece-gündüz çalışabilmekte, toprak altı yapıları ve gemilerin deniz izlerini dahi tespit edebilmektedir. Bu verilerle beslenen derin öğrenme modelleri, görüntü yorumlamasını büyük ölçüde otomatikleştirmiş; insanların saatlerce inceleyeceği görüntü kümelerini dakikalar içinde analiz edebilir hâle gelmiştir. Ancak bu gücün demokratikleşmesi, devlet dışı aktörlerin ve kötü niyetli grupların da aynı araçlara erişebildiği anlamına gelmekte ve asimetrik bir güvenlik ortamı yaratmaktadır (Li vd., 2023).

Tüm bu gelişmeler, OSINT'i salt bir istihbarat toplama yöntemi olmaktan çıkarak bir kamu güvenliği, gazetecilik, akademik araştırma ve sivil toplum denetimi aracına dönüştürmüştür. Gazeteciler kayıp kişileri bulmakta, insan hakları örgütleri birçok belgeye ulaşmakta ve siber güvenlik araştırmacıları tehditte bulunan kişileri takip etmektedir. Ne var ki bu demokratikleşme beraberinde derin etik gerilimler getirmektedir: Kamuya açık verinin toplanması yasal olabilir, ancak bireylerin mahremiyetine sızma, verilerin bağlamından kopararak kötüye kullanımı ve algoritmik sonuçların manipülasyonu gibi riskler, OSINT pratiğini sürekli tartışmalı bir etik alanın içinde konumlandırmaktadır. Veri koruma mevzuatları, platform kullanım koşulları ve istihbarat hukuku arasındaki gerilimler, uluslararası düzeyde henüz çözülmemiş düzenleyici boşluklar bırakmaktadır (Dumchykov, 2025).

Sonuç itibarıyla algoritmik dönüşüm, OSINT'i hem daha güçlü hem de daha riskli kılmıştır. Algoritmaların getirdiği hız ve ölçek avantajı, insan analistinin eleştirel yargısının ve bağlamsal anlayışının yerini alamamaktadır; aksine bu yargı, algoritmik çıktıların doğrulanması ve yorumlanması için daha da kritik bir konuma yükselmiştir. Geleceğin OSINT pratiği, teknik uzmanlık ile analitik derinliği, etik sorumluluk ile

operasyonel etkinliği ve otomasyon ile insan denetimini dengede tutabilen hibrit bir yaklaşımı zorunlu kılmaktadır. Bu denge kurulmadığında, en gelişmiş algoritmik sistemler bile manipülasyona açık, yanlılık barındıran ve adil yargılama standartlarını zedeleyen araçlara dönüşme riskini taşımaktadır.

3. Yapay Zekâ Temelli OSINT Analizinin Yapısı ve İşleyişi

Yapay zekâ temelli OSINT analizinin yapısal çerçevesi, birbirine bağlı ve birbirini besleyen katmanlı bir mimari üzerine inşa edilmiştir. Bu mimarinin en alt katmanında veri toplama altyapısı yer almaktadır; burada web kazıma (web scraping) araçları, uygulama programlama arayüzleri (API), otomatik sensör ağları ve açık veri tabanı bağlantıları eş zamanlı olarak çalışarak ham veriyi sisteme beslemektedir. Bu aşama yalnızca teknik bir veri aktarım süreci değil, aynı zamanda toplanan verinin kalitesini, bütünlüğünü ve temsil gücünü belirleyen kritik bir seçim aşamasıdır. Hangi kaynakların dahil edileceği, hangi zaman aralığının kapsanacağı ve hangi coğrafi ya da tematik odağın benimseneceğine ilişkin kararlar, analizin tüm sonraki aşamalarını derinden etkilemektedir. Bu nedenle veri toplama katmanı, mühendislik tercihlerinin ötesinde epistemolojik ve stratejik tercihler gerektiren bir tasarım meselesi olarak ele alınmalıdır. Özellikle çok dilli ve çok platformlu kaynak bütünleştirme, sistemin kör noktalarını minimize etmek açısından temel bir tasarım ilkesi olarak kabul görmektedir (Dale vd., 2023).

Veri ön işleme katmanı, ham verinin analitik süreçlere hazır hâle getirildiği aşamayı oluşturmaktadır ve yapay zekâ sistemlerinin etkinliği büyük ölçüde bu katmandaki işlemlerin kalitesine bağlıdır. Gürültü temizleme, yinelenen içeriklerin ayıklanması, eksik veri yönetimi, dil normalizasyonu ve veri formatlarının standartlaştırılması bu katmanda gerçekleştirilen temel işlemlerdir. Doğal dil işleme tekniklerinin devreye girdiği bu aşamada metinler; tokenizasyon, lemmatizasyon ve sözdizimsel ayrıştırma gibi işlemlerden geçirilmektedir. Görüntü verileri için ise piksel normalizasyonu, boyut standardizasyonu ve meta veri çıkarımı uygulanmaktadır. Bu sürecin kritik bir boyutu da yapılandırılmamış verinin yarı yapılandırılmış ya da tamamen yapılandırılmış bir forma dönüştürülmesidir; zira makine öğrenmesi modellerinin büyük çoğunluğu tutarlı bir girdi yapısı talep etmektedir. Ön işleme aşamasındaki her müdahalenin orijinal veriyi dönüştürdüğü ve dolayısıyla yoruma zemin hazırladığı gerçeği, bu aşamayı teknik olduğu kadar analitik açıdan da yüklü bir adım kılmaktadır (Bilal vd., 2022, ss. 107765-107767).

Yapay zekânın OSINT süreçlerine getirdiği en köklü dönüşüm, sınıflandırma ve örüntü tanıma katmanında kendini göstermektedir. Denetimli öğrenme algoritmaları, etiketlenmiş eğitim verileri üzerinden örüntüler öğrenerek yeni veriler üzerinde sınıflandırma kararları vermektedir. Bu çerçevede bir sosyal medya gönderisinin dezenformasyon içerip içermediği, bir görüntünün belirli bir coğrafi konuma ait olup olmadığı ya da bir finansal işlem kaydının kara para aklamayla ilişkili bir örüntü sergileyip sergilemediği otomatik olarak değerlendirilebilmektedir. Denetimsiz öğrenme yöntemleri ise önceden tanımlanmış kategorilerin bulunmadığı durumlarda kümeleme, anomali tespiti ve boyut indirgeme gibi tekniklerle veri içindeki gizli yapıları ortaya çıkarmaktadır. Bu iki yaklaşımı harmanlayan yarı denetimli öğrenme modelleri ise etiketli verinin kıt olduğu gerçek dünya OSINT senaryolarında giderek daha fazla tercih edilmektedir. Pekştirmeli öğrenme ise özellikle dinamik ortamlarda sürekli güncellenen tehdit aktörü davranışlarını takip etmek amacıyla keşifçi ajan sistemleri biçiminde uygulanmaktadır (Pastor-Galindo vd., 2020).

Doğal dil işleme bileşenleri, metin tabanlı OSINT analizinin omurgasını oluşturmaktadır ve bu alandaki algoritmik gelişmeler son yıllarda neredeyse sıçramalı bir ivme kazanmıştır. Transformer mimarisine dayalı büyük dil modelleri, bağlam duyarlı anlam çıkarımı, çok dilli metin analizi ve uzun belgeler arası anlamsal bağlantı kurma konularında geleneksel yöntemlerin çok üzerinde bir performans sergilemektedir (Skopik vd., 2024, ss. 3-4). Adlandırılmış varlık tanıma (named entity recognition) sistemleri; kişi adlarını, organizasyon isimlerini, coğrafi konumları ve tarih ifadelerini otomatik olarak tespit ederek bunları yapılandırılmış bir varlık veri tabanına aktarmaktadır. İlişki çıkarımı modelleri ise bu varlıklar arasındaki semantik bağlantıları, nedensellik ilişkilerini ve hiyerarşik yapıları haritalamaktadır. Duygu analizi ve kışkırtıcı söylem tespiti algoritmaları, olası radikalizasyon eğilimlerini ve koordineli kampanyaları erken aşamada işaretleyebilmektedir. Tüm bu bileşenler birlikte çalışarak ham metin yığınlarını, insan analistinin değerlendirebileceği anlamlı istihbarat grafiklerine dönüştürmektedir (Jin vd., 2023).

Bilgisayarlı görü ve coğrafi mekânsal analiz yapan sistemler, OSINT'in fiziksel dünyayı okuma kapasitesini

metin sınırlamalarının ötesine taşıyan unsurlar olarak gösterilebilir. Nesne tespiti ve segmentasyon yazılımları, uydu ve insansız hava aracı görüntülerinden araç, bina, silah sistemi ve insan hareketliliğini gerçek zamanlıya yakın hızla tespit edebilmektedir. Yüz tanıma sistemleri, kamuya açık fotoğraf arşivleri ve sosyal medya içerikleri üzerinden kimlik doğrulama işlemleri gerçekleştirmekte; ancak bu işlemin etik ve hukuki boyutları ülkeler arasında tartışılmaya devam etmektedir. Coğrafi mekânsal yapay zekâ sistemleri ise farklı kaynaklardan derlenen konum verilerini bir araya getirerek hareket örüntülerini, lojistik ağları ve coğrafi odak noktalarını analitik haritalar üzerinde görselleştirmektedir. Bu sistemlerin özellikle çatışma bölgelerinde sivillere yönelik saldırıların belgelenmesi ve insani krizlerin izlenmesi bağlamlarında güçlü bir hesap verebilirlik aracına dönüştüğü görülmektedir (J., Cui vd., 2026).

Ağ analizi ve graf tabanlı yapay zekâ bileşenleri, OSINT'in ilişkisel boyutunu derinleştiren temel unsurlardır. Sosyal ağ analizi algoritmaları, düğümler (aktörler) ve kenarlar (ilişkiler) arasındaki yapısal örüntüleri inceleyerek anahtar araçları, koordineli bot ağlarını ve gizli hiyerarşik yapıları tespit etmektedir (Perez ve Germon, 2016; Khan vd., 2024). Graf sinir ağları (Graph Neural Networks), geleneksel makine öğrenmesi yöntemlerinin yetersiz kaldığı bağlantısal veri yapılarında yüksek doğrulukla sınıflandırma ve bağlantı tahmini gerçekleştirebilmektedir. Varlık çözümleme sistemleri ise farklı platformlardaki ve farklı takma adlar altındaki hesapları tek bir gerçek dünya kimliğine bağlayarak kimlik gizleme girişimlerini aşmayı hedeflemektedir. Bu analizler; organize suç ağlarının, yabancı etki operasyonlarının ve terörist finansman kanallarının haritalanmasında operasyonel değer taşımakta; ancak masum ilişkilerin de şüpheli ağa dahil edilmesi riskine karşı titiz bir doğrulama protokolü gerektirmektedir (Zhang vd., 2024).

Yapay zekâ temelli OSINT sistemlerinin işleyişinde son derece kritik bir yer tutan güven skoru ve belirsizlik niceme mekanizmaları, analistin algoritmik sonuçlara ne ölçüde güvenilebileceğini belirlemektedir. Bayeşçi derin öğrenme yaklaşımları, bir tahminin yalnızca nokta tahminini değil, bu tahminin güven aralığını ve çeşitli veri koşulları altındaki olasılıksal dağılımını da üretebilmektedir. Tahmin aralıklarının raporlanması, karşıt açıklamaların sistematik olarak test edilmesi ve kayıp ya da çelişkili verinin analiz üzerindeki etkisinin dürüstçe beyan edilmesi, istihbarat değerlendirme standartları açısından vazgeçilmez unsurlardır (Jospin vd., 2020). Zira kesin hükümler içeren ancak temel belirsizlikleri gizleyen bir istihbarat ürünü, karar alıcıları yanıltabilmekte ve operasyonel hataları tetikleyebilmektedir. Bu nedenle en gelişmiş yapay zekâ sistemleri bile sonuçlarını olasılıksal bir dil içinde sunmak durumundadır (Ghioni vd., 2023, ss. 1828-1829).

İnsan-makine etkileşimi ve analitik iş akışı entegrasyonu, yapay zekâ temelli OSINT'in kurumsal uygulamalarında belirleyici bir tasarım meselesi olarak öne çıkmaktadır. Tam otonom sistemlerin operasyonel kararları tek başına alması hem teknik hem de etik açıdan ciddi riskler barındırmaktadır. Bu nedenle endüstri standardı yaklaşım, yapay zekânın hipotez üretme, örüntü işaretleme ve öncelik sıralaması gibi görevleri üstlendiği; insan analistinin ise nihai değerlendirme, bağlamsal yorumlama ve karar onayı aşamalarında kontrolü elinde tuttuğu hibrit bir model üzerine kuruludur. Açıklanabilir yapay zekâ (Explainable AI – XAI) araştırmaları bu çerçevede kritik bir öneme sahiptir; zira analistin bir sonuca nasıl ulaşıldığını anlayabilmesi hem sistemi denetleyebilmesi hem de potansiyel hataları erken fark edebilmesi açısından zorunludur (Samek vd., 2017). OSINT analiz platformlarında görselleştirilmiş dikkat haritaları, özellik önem sıralamaları ve karşı olgusal açıklamalar giderek yaygınlaşmakta; bu araçlar insan-makine iş birliğinin kalitesini doğrudan etkilemektedir (Toniolo vd., 2022). Gerçek zamanlı analiz ve akış verisi işleme kapasitesi, yapay zekâ temelli OSINT sistemlerini geleneksel analizden en belirgin biçimde ayıran özelliklerden biridir. Apache Kafka, Apache Flink ve benzeri akış işleme altyapıları üzerine inşa edilen sistemler, sosyal medya gibi platformlardaki içerikleri milisaniye gecikmeyle işleyebilmekte; ani bilgi dalgalanmalarını, koordineli yayılım örüntülerini ve kriz işaretlerini anlık olarak tespit edebilmektedir (Khan vd., 2025). Bu kapasite, özellikle seçim süreçlerinde koordineli dezenformasyon tespiti, terör saldırısı sonrası bilgi ortamının izlenmesi ve doğal afetler sırasında yardım taleplerinin coğrafi olarak koordinasyonu gibi zaman kritik uygulamalarda belirleyici bir operasyonel avantaj sağlamaktadır. Ancak gerçek zamanlılık, doğrulama süreçleri üzerinde kaçınılmaz bir baskı yaratmaktadır; bu gerilimin yönetimi, sistem tasarımının en hassas dengelerinden birini oluşturmaktadır (Awan vd., 2025, ss. 5-7).

Neticede, yapay zekâ temelli OSINT analizinin yalnızca bir teknoloji yığından ibaret olmadığı

anlaşılabilmektedir. Bu yapı, epistemolojik varsayımları, metodolojik standartları, etik sınırları ve kurumsal karar alma kültürünü bir araya getiren sosyoteknik bir sistem niteliği taşımaktadır. Algoritmaların ürettiği çıktılar ne kadar gelişmiş olursa olsun, bu çıktılarının güvenilirliği nihayetinde sistemin tasarım ilkelerine, eğitim verilerinin kalitesine, doğrulama protokollerinin titizliğine ve insan analistinin eleştirel muhakeme kapasitesine bağlıdır. Yapay zekânın OSINT pratiğine getirdiği dönüşüm, analistin önemini azaltmamış; aksine analistin rolünü bilgi keşfedicisinden bilgi doğrulayıcısı ve yorumlayıcısına doğru yeniden tanımlamıştır. Bu yeniden tanım hem mesleki eğitim standartlarını hem de kurumsal kapasite geliştirme stratejilerini köklü biçimde etkilemektedir.

4. Algoritmik İstihbaratın Sağladığı Avantajlar

Algoritmik istihbaratın sağladığı en temel ve belki de en dönüştürücü avantaj, veri işleme hızı ve ölçeğinde ortaya çıkan kırılma noktasıdır. Geleneksel istihbarat analistleri, belirli bir zaman diliminde yalnızca sınırlı sayıda kaynağı tarayabilmekte ve bu kaynaklar arasındaki ilişkileri zihinsel modeller aracılığıyla kurmaktadır. Oysa algoritmik sistemler, saniyeler içinde milyonlarca sosyal medya gönderisini, yüz binlerce haber makalesini, binlerce forum başlığını ve sayısız kamu kaydını eş zamanlı olarak işleyebilmektedir. Bu ölçek farkı yalnızca niceliksel bir üstünlük değil, niteliksel bir epistemolojik dönüşüm anlamına gelmektedir; zira insan zihninin asla fark edemeyeceği, istatistiksel olarak anlamlı bağlantılar ve zayıf sinyaller algoritmik sistemlerin radarına girebilmektedir. İnsanın biyolojik bilişsel sınırlarını aşan bu kapasite, istihbarat üretim sürecini temelden yeniden şekillendirmekte ve daha önce mümkün olmayan soruların sorulmasına zemin hazırlamaktadır (Zeng vd., 2010).

Süreklilik ve belirli bir yorgunluğun olmaması, algoritmik istihbaratın insan temelli analize kıyasla yapısal bir üstünlük sergilediği bir diğer kritik alandır. İnsan analistleri dikkat, konsantrasyon ve fiziksel dayanıklılık gibi biyolojik sınırlarla çevriliyken, algoritmik sistemler yedi gün yirmi dört saat kesintisiz çalışabilmekte; gece yarısı gerçekleşen bir kriz gelişmesini, hafta sonu yayımlanan bir belgeyi ya da saatler içinde değişen bir sosyal medya içeriğini aynı etkinlikte takip edebilmektedir. Tehdit izleme, erken uyarı ve hedef takip gibi zamana duyarlı uygulamalarda bu süreklilik özelliği operasyonel açıdan belirleyicilik taşımaktadır. İnsanların çalışma sistemde vardiyalı çalışma düzeni ve dikkat dağınıklıklarından kaynaklanan boşluklar, algoritmik izleme ile ortadan kalkmakta; bilgi ortamındaki ani değişimler gerçek zamanlı olarak tespit edilip ilgili karar alıcılara iletilebilmektedir. Bu süreklilik aynı zamanda zaman analizlerinin kalitesini de doğrudan iyileştirmektedir; çünkü kesintisiz toplanan veri, dönemsel örneklemeyle dayalı veritabanlarına kıyasla çok daha tutarlı ve eksiksiz bir kayıt sunmaktadır (Imran vd., 2015).

Algoritmik sistemlerin tutarlılık ve tekrarlanabilirliği sayesinde, istihbarat analizinin bilimsel güvenilirlik standartlarına yaklaştırılması açısından son derece değerli bir katkı sunmaktadır. Bir insan analisti aynı veri setini farklı görüşlerde yorumlayabilmekte; duygusal durum, bilişsel yük ve bağlam çerçevelemesi gibi faktörler değerlendirme tutarlılığını bozabilmektedir. Buna karşın algoritmik bir sistem, aynı girdiler verildiğinde her seferinde aynı çıktıyı üretmekte; bu tekrarlanabilirlik özelliği hem iç geçerliliği güçlendirmekte hem de sonuçların bağımsız olarak doğrulanmasına olanak tanımaktadır. Özellikle mahkeme süreçlerindeki soruşturmalarda, uluslararası tahkim davalarında ve kamuoyu önünde hesap verebilirlik gerektiren analizlerde bu tutarlılık özelliği kritik bir meşruiyet unsuru işlevi görmektedir. Metodolojinin şeffaf biçimde belgelenebildiği ve sonuçların bağımsız araştırmacılar tarafından yeniden üretilebildiği durumlarda, algoritmik istihbarat ürünleri geleneksel analitik raporlara kıyasla çok daha sağlam bir epistemik zemine oturmaktadır (Kahneman vd., 2021). Çok boyutlu veri entegrasyonu, algoritmik istihbaratın analitik derinliği artırma bakımından sağladığı en özgün katkılardan birini temsil etmektedir. Metin, görüntü, ses, video, coğrafi koordinat, finansal kayıt ve iletişim meta verisi gibi yapısal açıdan birbirinden tamamen farklı veri tiplerini tek bir analitik çerçevede bir araya getirmek, insan analisti için son derece zahmetli ve hataya açık bir süreçtir. Çok modlu derin öğrenme mimarileri ise bu heterojen veri türlerini ortak bir temsil uzayında birleştirerek farklı kaynakların birbirini doğruladığı ya da çürüttüğü kesişim noktalarını otomatik olarak tespit edebilmektedir. Bu çok katmanlı entegrasyon kapasitesi, OSINT'i parçalı ve tek boyutlu bir izleme faaliyetinden bütünleşik bir istihbarat üretim sürecine dönüştürmektedir (Baltrušaitis vd., 2019).

Yoğun veri akışında analistlerin vaktini doğru yönetmek, algoritmik istihbaratın en büyük artılarından biridir. İstihbarat birimleri her gün sınırsız veriyle karşılaşır ve neyin acil bir insan incelemesi gerektirdiğini, neyin sistem tarafından çözülebileceğini hızlıca seçmekte güçlük çeker. Makine öğrenimi tam da bu noktada devreye girerek verileri önem, aciliyet ve güvenilirlik derecesine göre anında filtreler. Risk puanlama ve tehdit kategorilendirmesi gibi mekanizmalar sayesinde analistler, önemsiz detaylarla vakit kaybetmeyip doğrudan kritik tehditlere yoğunlaşabilir; bu da operasyonel verimliliği doğrudan yükseltir (Provost ve Fawcett, 2013).

Algoritmik istihbarat, sadece geçmişte ne olduğunu göstermekle kalmaz; geçmiş verilerden yola çıkarak geleceğe dair senaryolar ve olasılıklar üretir. Derin öğrenme modelleri, devasa veri setleri sayesinde belirli krizlerden önce ortaya çıkan ortak örüntüleri hafızasına alır ve benzer işaretler belirdiğinde erkenden uyarı verir. Örneğin; nefret söyleminin ne zaman fiili bir şiddete dönüşebileceğini kestirmek, finansal kriz sinyallerini önceden okumak ya da bir siber saldırıyı henüz planlama aşamasındayken fark etmek bu sayede mümkün olur. Burada unutulmaması gereken nokta, bu sistemlerin kesin bir kehanet değil, olasılıklara dayalı bir yol haritası sunduğudur; araçları verimli kullanmanın anahtarı da bu gerçekçi bakış açısında yatar (O'Brien, 2010).

Dil bariyerlerinin ortadan kalkması ve çok dilli analiz kabiliyeti, küresel bilgi ekosisteminde çalışan istihbarat aktörleri açısından stratejik bir dönüşümü temsil eder. Geleneksel analiz pratikleri çoğunlukla analistin bildiği dillerle sınırlıyken; harici çeviri süreçleri hem zaman kaybına hem de anlam kaymalarına yol açmaktaydı. Günümüz büyük dil modelleri ise yüzlerce dilde yüksek doğrulukla anlam çıkarma, duygu analizi ve varlık tanıma yapabilmektedir. Rusça Telegram kanalları, Arapça forumlar, Çince sosyal medya platformları ve Farsça haber kaynakları artık eşzamanlı olarak taranıp ortak bir analitik çerçevede işlenebilmektedir. Bu durum yalnızca coğrafi kapsamı genişletmekle kalmaz; aktörleri ve olayları Batı merkezli kaynakların filtresinden kurtararak doğrudan kendi yerel ve dilsel bağlamında analiz etme imkânı sunar (Conneau vd., 2020).

Maliyet etkinliği ve erişimin tabana yayılması, algoritmik istihbaratın operasyonel boyutun ötesine geçerek politik iktisadi düzlemde de dönüştürücü bir rol oynadığını gösterir. Tarih boyunca nitelikli istihbarat kapasitesi, yalnızca yüksek bütçeli devlet aygıtlarının ve kurumsal yapıların tekelinde olan bir ayrıcalıktı. Açık kaynaklı yapay zekâ araçları ile bulut bilişim altyapısının yaygınlaşması; bu kabiliyeti sivil toplum örgütleri, araştırmacı gazeteciler, akademisyenler ve bağımsız analistler için de ulaşılabilir kılmıştır. Bellingcat ve OCCRP gibi ağların geleneksel istihbarat servisleriyle yarışabilecek analizler üretebilmesi, bu demokratikleşmenin en somut kanıtıdır. Dahası, kurumsal ve kamusal aktörlerin bağımsız odaklarca algoritmik araçlarla denetlenebilmesi, geleneksel güç asimetrisini dengeleyerek hesap verebilirlik süreçlerine stratejik bir katkı sağlamaktadır (Higgins, 2021).

Veri kaynaklarının çapraz doğrulanması ve güvenilirlik değerlendirmesi, algoritmik istihbaratın analitik sağlamlığı artırmada sunduğu temel metodolojik avantajlardan biridir. Bir iddiayı tek bir kaynağa dayandırmak istihbarat disiplininde kritik bir zaaf sayılsa da, onlarca farklı kaynağı manuel olarak çapraz referanslamak ciddi bir zaman maliyeti doğurur. Algoritmik sistemler ise belirli bir olayı, iddiayı veya aktörü; çok dilli, çok formatlı ve farklı platformlara dağılmış kaynaklar üzerinden eşzamanlı tarayarak otomatik bir doğrulama matrisi çıkarabilir. Tutarsızlıkların anında filtrelenmesi, birbiriyle örtüşen bulguların güven skorunu artırması ve çelişkilerin raporlanması bu mekanizmanın temelidir. Bu yetkinlik, özellikle dezenformasyonun hızla yayıldığı kriz anlarında analistin doğrulama yükünü hafifletirken, karar alıcılara sunulan istihbarat çıktılarının güvenilirlik zeminini güçlendirir (Brandtzaeg vd., 2016).

Sonuçta, algoritmik istihbaratın salt teknik bir verimlilik artışı sağlamakla kalmayıp istihbarat üretiminin temel ontolojisini dönüştürdüğü görülür. Neyin, ne kadar sürede bilinebileceği; bilgiye kimin erişebileceği ve bu bilginin nasıl doğrulanacağı soruları artık yeni bir zeminde yanıt bulmaktadır. Ne var ki söz konusu avantajlar mutlak ya da kusursuz değildir; her teknolojik kazanım kendi risklerini, kör noktalarını ve sorumluluk alanlarını da beraberinde getirir. Dolayısıyla algoritmik sistemlerin sunduğu kapasite artışının anlamlı bir değer yaratabilmesi; sağlam bir metodolojik disiplin, güçlü bir etik çerçeve ve kesintisiz insan denetimi ile sınırlandırılmasına bağlıdır. Sistemin sürdürülebilirliği ise teknik kusursuzluktan ziyade bu denetleyici mekanizmaların niteliğiyle belirlenir.

5. Doğruluk ve Güvenilirlik Problemleri

Yapay zekâ tabanlı OSINT (Açık Kaynak İstihbaratı) sistemlerindeki doğruluk ve güvenilirlik sorunları, geçici bir teknik aksaklık değil; tasarım varsayımlarından doğan yapısal bir kırılma olarak değerlendirilmelidir. Bu kırılmanın temelinde ise eğitim verisinin niteliği ve temsil yanlılığı yatar. Makine öğrenimi modelleri, beslendikleri veri setlerindeki dengesizlik ve önyargıları kaçınılmaz olarak içselleştirir. Örneğin, ağırlıklı olarak İngilizce metinlerle eğitilen bir dil modeli; Arapça, Svahili ya da Endonezce gibi dillerdeki kültürel nüansları ve alt metinleri çok daha yüzeysel işler. Benzer şekilde, belirli bir döneme, coğrafyaya veya topluluğa odaklanan veriler, modelin farklı bağlamlara uyarlanma kabiliyetini zayıflatır. Bu durum yalnızca dillerle sınırlı kalmayıp; belirli siyasi görüşlerin, sosyoekonomik katmanların ya da marjinal grupların veride eksik yer alması halinde sistematik analiz hatalarına yol açar. Üstelik yanlılık salt ham veriden değil, etiketleme aşamasındaki insan faktörünün kendi kültürel ve bilişsel önyargılarını sisteme aktarmasından da kaynaklanır (Raji ve Buolamwini, 2019).

Yanlış pozitif ve yanlış negatif oranları, algoritmik OSINT sistemlerinin operasyonel güvenilirliğini belirleyen en temel performans parametreleridir; bu iki hata türü arasındaki zorunlu ödünleşme (trade-off) ise sistem mimarisinin en kritik karar alanını oluşturur. Yanlış pozitif, sistemin var olmayan bir tehdidi veya örüntüyü tespit etmesi; yanlış negatif ise fiilen var olan kritik bir sinyali gözden kaçırmasıdır. Güvenlik ve istihbarat pratiğinde bu iki hatanın maliyeti taban tabana zıttır. Yüksek yanlış pozitif oranı analistleri yoğun bir bilgi kirliliğine boğarak kaynakları asılsız hedeflere yönlendirir ve sisteme duyulan güveni aşındırır. Yüksek yanlış negatif oranı ise somut tehditlerin ıskalanmasına ve sistemin temel misyonunu yitirmesine yol açar. Eşik değer ayarlamalarıyla bu denge kısmen yönetilebilse de bir taraftaki iyileşme diğer tarafta kaçınılmaz bir maliyet yaratır; dolayısıyla söz konusu denge salt teknik bir optimizasyon değil, risk toleransını ve kurumsal öncelikleri yansıtan etik bir tercihtir (Provost ve Fawcett, 2001).

Bağlam körlüğü, doğal dil işleme sistemlerinin en temel metodolojik kırılma noktalarından biridir. Bir metnin gerçek anlamı; yalnızca sözcüklerin istatistiksel dağılımından değil, yazarın niyetinden, üretildiği sosyopolitik atmosferden, hedef kitlenin kültürel kodlarından ve metnin eklemlendiği söylemsel çerçeveden beslenir. Algoritmik sistemlerin bu çok katmanlı yapıyı çözme kapasitesi ise oldukça sınırlıdır. İroni, hiciv, mecaz ve yerel deyimler, yüzeysel anlamsal modeller tarafından sıklıkla yanlış sınıflandırılır. Söz gelimi sivil bir aktivizm metnindeki savaş metaforu, algoritmalarca fiili bir şiddet tehdidi olarak etiketlenilebilir; topluluk içi jargon, kodlu ifadeler veya yeni türeyen kavramlar ise eğitim verisinde yoksa bütünüyle ıskalanır. Bu körlük kültürler ve diller arası analizlerde daha da derinleşerek; bir kültürde sıradan kabul edilen bir söylemin tehdit sayılmasına ya da tam aksine gerçek bir tehdidin bağlamsal kamufaj sayesinde gözden kaçmasına zemin hazırlar (Sap vd., 2019).

Manipülasyon ve veri zehirlenme saldırılarına karşı kırılma, algoritmik OSINT sistemlerinin güvenilirliğini doğrudan hedef alan ve giderek karmaşılaşan bir tehdit alanıdır. Bir modelin karar mekanizmaları çözüldüğünde; sistemi yanıltmaya dönük kurgusal veriler, manipüle edilmiş içerikler ve stratejik dezenformasyon dalgaları üretilebilir. Veri zehirlenme (data poisoning) saldırıları, eğitim veri setine zararlı örneklerin sızdırılması yoluyla modelin belirli alanlarda kasıtlı olarak hatalı çıkarımlar yapmasına yol açar. Kaçınma (evasion) saldırıları ise kötü niyetli içeriklerin, mevcut tespit filtrelerine takılmayacak şekilde gizlenmesini hedefler. Eşgüdümlü dezenformasyon aktörleri; bot ağları üzerinden yapay sosyal onay halkaları kurarak algoritmik güvenilirlik puanlarını manipüle edebilmektedir. Rakip istihbarat unsurlarının bu tür karşı hamleleri dikkate alındığında; algoritmik güvenliliğin sabit bir teknik nitelik değil, sürekli tahkim edilmesi gereken dinamik bir savunma kapasitesi olduğu açıktır (Biggio ve Roli, 2018).

Üretici yapay zekâ teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte sahte içeriklerin ayırt edilmesi zorlaşmış; bu durum doğruluk ve güvenilirlik sorunlarına yeni ve kritik bir boyut kazandırmıştır. Büyük dil modellerinin ürettiği sentetik metinler, görüntü sentez sistemlerinin oluşturduğu deepfake görsel ve videolar ile ses klonlama çıktıları, algoritmik tespit araçlarını giderek daha fazla zorlamaktadır. Üretim ve tespit mekanizmaları arasındaki rekabet, üretici sistemlerin lehine işleyen asimetric bir silah yarışına dönüşmüştür; zira geliştirilen her yeni tespit filtresi, çok geçmeden onu aşabilen daha yetkin bir üretim modeliyle karşılaşmaktadır. Özellikle kriz, çatışma ve seçim dönemlerinde yapay kanıtların gerçek medya akışına

sızdırılması, açık kaynak istihbaratının (OSINT) bilgi güvenliği varsayımlarını temelden sarsarak yapısal bir güven krizine zemin hazırlamaktadır. Dijital imza zincirleri, içerik kaynağı izleme (provenance tracking) ve köken doğrulama yöntemleri bu tehdide karşı umut verse de henüz evrensel ve tam ölçeklenebilir bir standart düzeyine ulaşamamıştır (Tolosana vd., 2020).

Zamansal bozunma (temporal degradation) ve dağılım kayması (distribution shift), belirli bir dönemde eğitilen modellerin zaman içinde dönüşen gerçekliğe uyum sağlama gücünü ifade eder. Dil; yeni kavramların doğması, mevcut sözcüklerin anlamsal kaymaya uğraması ve toplumsal dönüşümlerle değişen söylem biçimleri nedeniyle kesintisiz bir evrim içindedir. Benzer şekilde tehdit aktörlerinin benimsediği taktikler, teknik altyapılar ve iletişim stratejileri de hızla dönüşür. Sabit bir veri tabanında eğitilip periyodik olarak güncellenmeyen modeller bu dinamizmi yakalayamaz; modelin temsili ile sahadaki gerçeklik arasındaki makas açıldıkça analitik güvenilirlik erozyona uğrar. Eğitim verisinin yalnızca geçmiş bir zaman dilimine ait "anlık görüntü" sunmasından doğan bu kısıt, hızlı değişen dijital ekosistemlerde operasyonel geçerliliği zayıflatır. Sürekli öğrenme mimarileri bu açığı kapatmayı hedeflese de sistemin yeni bilgileri işlerken eskiyi yitirmesi anlamına gelen "yıkıcı unutma" (catastrophic forgetting) olgusu, yeni metodolojik zorlukları beraberinde getirmektedir (Gama vd., 2014).

Belirsizlik yönetimi ve aşırı güven sendromu, algoritmik istihbarat sistemlerinin karar alıcılar üzerindeki psikolojik yansımaları bakımından kritik bir güvenilirlik sorunudur. İnsan analistler belirsizlik ve güven düzeylerini çoğunlukla niteliksel ifadelerle aktarır; "muhtemelen", "güçlü emareler bulunmaktadır" ya da "kısıtlı veriler ışığında" gibi nüanslar, bilginin epistemik derinliği hakkında doğrudan fikir verir. Algoritmik sistemler ise çıktılarını genellikle somut güven puanları ya da ikili (binary) sınıflandırma kararları olarak sunar. Bu sayısal netlik yanılsaması, karar vericilerde gerçeğin çok ötesinde bir kesinlik algısı oluşturabilir. Örneğin %85 güven skoruyla sunulan bir sonucun arka planındaki istatistiksel varsayımlar, belirsizlik faktörleri ve potansiyel hata payları, teknik formasyona sahip olmayan kullanıcılarca nadiren sorgulanır. Bu aşırı güven sendromu, algoritmik çıktıların insan muhakemesinin yerini aldığı noktada en tehlikeli boyutuna ulaşarak sistematik hataların operasyonel süreçlere doğrudan sızma riskini belirgin şekilde artırır (Tetlock ve Gardner, 2015).

Kaynakların köken doğruluğu (provenance) ve meta veri güvenirliliği, veri toplama aşamasının bizzat kendisinin yapısal bir kırılma noktası olduğunu gösterir. Açık kaynak verisi kamusal alanda erişilebilir olsa da; bilginin beyan edilen kaynaktan gelip gelmediği, dijital tahrifata uğrayıp uğramadığı ve özgün bağlamından koparılıp koparılmadığı sürekli bir doğrulama disiplini gerektirir. Görsellere iliştilen coğrafi konum (EXIF) bilgileri manipüle edilebilir; hesap açılış tarihleri ve takipçi örüntüleri sahte bir otorite algısı yaratmak için kurgulanabilir; web içerikleri ise geriye dönük biçimde değiştirilebilir. Dijital arşivleme servisleri bu riski bir ölçüde sınırlandırsa da veri bütünlüğünü evrensel düzeyde garanti eden merkezi bir altyapı bulunmamaktadır. Algoritmik sistemlerin veri madenciliği sırasında bu meta veri manipülasyonlarını otomatik ayırtma kapasitesi sınırlı olduğundan, en alt katmana sızan şaibeli veri tüm analiz zinciri boyunca katlanarak kurumsal çıktıyı zehirlenme riski taşır (Silverman, 2014).

Güvenirlilik sorunlarının belki de en az tartışılan fakat en yapısal boyutunu, algoritmik sistemlerin kurumsal entegrasyonu sırasında ortaya çıkan hesap verebilirlik boşlukları oluşturur. İnsan analist hatalı bir değerlendirme yaptığında; yanlışlığın kaynağına inmek, benimsenen metodolojiyi denetlemek ve düzeltici adımları devreye almak mümkündür. Buna karşın, karmaşık bir makine öğrenimi modelinin ürettiği hatanın kökenini saptamak son derece zordur; sinir ağı katmanları boyunca dağılan hata payları, tek bir tasarım tercihi veya belirli bir veri kaynağına indirgenemez. Bu hesap verebilirlik muğlaklığı, kurumların algoritmik çıktılara sorgusuz güvenme eğilimini pekiştirirken kurumsal öğrenme döngülerini de sekteye uğratır. Açıklanabilir yapay zekâ (XAI) yaklaşımları bu açığı kapatmaya odaklansa da, gerçek dünya operasyonlarında tam şeffaflığın tesis edilmesi teknik ve yönetsel açıdan henüz aşılamamış bir eşıktır (Diakopoulos, 2016).

Sonuçta; doğruluk ve güvenilirlik meselesinin algoritmik OSINT sistemleri açısından varoluşsal bir nitelik taşıdığı açıktır. Bu sorunun aşılması yalnızca teknik iyileştirmelerle mümkün olmayıp; epistemik alçakgönüllülük, metodolojik şeffaflık ve kurumsal hesap verebilirlik kültürünün eşgüdömlü inşasını gerektirir. Algoritmaların sunduğu operasyonel kapasite ile beraberinde getirdiği hata payı arasındaki

karşıtlık, istihbarat pratiğinde daimî bir gerilim alanı olarak kalacaktır. Bu gerilim zemininde nitelikli ve güvenilir analizler üretebilmenin yegâne yolu; sistemin yapısal sınırlarını baştan kabullenmek ve bu sınırların bilincinde olan insan denetimini süreçten asla koparmamaktır.

6. Manipülasyon ve Hibrit Dijital Tehditler

Manipülasyon ve hibrit dijital tehditler, çağdaş güvenlik mimarisinin en karmaşık ve dinamik dinamiklerinden birini oluşturur. Bu tehdit alanı; klasik siber saldırı sınırlarını aşarak psikolojik harekâtı, bilgi savaşını, kritik altyapı sabotajlarını ve sosyal mühendislik yöntemlerini eşgüdümlü tek bir operasyonel strateji altında birleştirir. Hibrit tehdidin temel mantığı, tek bir müdahale aracının üretemeyeceği tahribatı birden fazla alanı aynı anda hedef alarak ortaya çıkarmaktır. Sıcak çatışma eşiğinin altında kalarak hedef ülkenin iç istikrarını, kurumsal meşruiyetini ve karar alma mekanizmalarını aşındıran bu operasyonlar, uluslararası hukukun sınırlarını çizmekte zorlandığı gri bölgelerde icra edilir. En yetkin kapasitelerin devlet destekli aktörlerin elinde olduğu bilinmekle birlikte, devlet dışı yapıların ve organize suç şebekelerinin de bu yöntemleri giderek artan bir ustalıkla kullandığı görülmektedir. Hibrit tehdidin bu çok katmanlı ve kaygan doğası, ona karşı savunma mekanizmaları inşa etmeyi ve algoritmik tespit sistemleri geliştirmeyi de son derece güç kılmaktadır (Hoffman, 2007).

Dezenformasyon operasyonlarının algoritmik boyutu, bilgi manipülasyonunu endüstriyel ölçeğe taşıyan teknik altyapının çözülmesini zorunlu kılar. Bot ağları, eşgüdümlü yapay davranış örüntüleri ve trol çiftlikleri; hedeflenen anlatıların dijital platformlarda yapay biçimde dolaşıma sokulup öne çıkarılmasını sağlayan temel mekanizmalardır. Ne var ki günümüz manipülasyon pratikleri, geçmişin ilkel bot faaliyetlerinden çok daha karmaşık bir yapıya evrilmiştir. Büyük dil modelleri; her biri özgün biyografiye, ilgi alanlarına, yazı üslubuna ve etkileşim geçmişine sahip binlerce kurgusal sosyal medya profili üretebilmektedir. Bu sentetik kimlikler zamanla meşruiyet ve güvenilirlik inşa ederek gerçek kullanıcılarla bağ kurmakta ve belirlenen stratejik anda eşzamanlı olarak harekete geçirilmektedir. "Uyuyan hücre" mantığıyla çalışan bu hazırlık evresi, hesapların operasyon anında değil uzun vadeli bir pasif adaptasyon sürecinde platforma entegre olması nedeniyle algoritmik tespit mekanizmalarını boşa çıkarmaktadır. Dahası, bu profillerin davranışsal ayak izleri, organik kullanıcı pratiklerinden ayırt edilemeyecek bir teknik ustalıkla gizlenmektedir (Woolley ve Howard, 2018).

Bilişsel savaş kavramı, manipülasyonun salt yanlış bilgi yaymaktan ibaret olmadığını; asıl hedefin insan zihninin bilgi işleme süreçlerini yapısal olarak felce uğratmak olduğunu gösterir. Bu tür operasyonlar tek bir tezi doğru kabul ettirmeye çalışmaktan ziyade, hedef kitleyi neyin doğru neyin yanlış olduğunu ayırt edemeyeceği bir epistemik kriz ortamına sürüklemeyi amaçlar. "Gerçekliğin çoğullaştırılması" olarak adlandırılan bu strateji, birbiriyle taban tabana zıt anlatıları aynı anda dolaşıma sokarak kamuoyunda tutarlı bir gerçeklik algısının oluşmasını engeller ve kurumsal güveni temelden sarsar. Sosyal medya platformlarının dikkat ekonomisine dayalı algoritma yapıları ise sansasyonel ve çelişkili içerikleri hızla öne çıkararak bu stratejinin yayılım gücünü katlar. Dolayısıyla algoritmik OSINT sistemlerinin bu bilişsel harekâtları deşifre edebilmesi; yalnızca metin/içerik analizine odaklanmak yerine, ağ koordinasyon örüntülerini ve bilginin yayılım dinamiklerini yapısal düzeyde çözümlemesini zorunlu kılmaktadır (Singer ve Brooking, 2018).

Deepfake teknolojisinin olgunlaşması, hibrit dijital tehditler düzleminde görsel ve işitsel gerçekliğin manipülasyonunu stratejik bir eşiğe taşımıştır. İleri düzey yüz ve ses sentezleme pratikleri, teknik uzmanlık gereksiniminin azalması ve işlem maliyetlerinin düşmesiyle geniş kitlelerce erişilebilir hale gelmiştir. Siyasi liderlere atfedilen kurgusal beyanlar, askeri harekât alanlarından elde edilen görüntülere iliştirilen sahte bağlamlar veya kurgulanmış ses kayıtları; doğrulama kapasitesi zayıf ortamlarda ağır siyasi ve operasyonel kırılmalara yol açabilmektedir. Algoritmik tespit sistemlerinin bu sahtelikleri ayrıştırabilmesi; sıkıştırma süreçlerinde dahi kaybolmayan yüz geometrisi sapmaları, göz kırpma sıklığı anomalileri, dudak-ses senkronizasyon kusurları ve fiziksel ışık yansıması tutarsızlıkları gibi mikro ipuçlarının analizine dayanır. Bununla birlikte üretim kapasitesinin tespit teknolojilerinden daha hızlı ilerlemesi, kriz anlarında sentetik içeriklerin deşifre edilmeden yayılmasına zemin hazırlar. Dijital materyallere kriptografik köken kaydı kazandıran içerik özgünlüğü girişimleri bu tehdide karşı güçlü bir kurumsal kalkan sunsa da, bu standartların küresel düzeyde yaygınlaşması zaman alacaktır (Chesney ve Citron, 2019).

Sosyal mühendislik ve hedefli manipülasyon dinamikleri, algoritmik açık kaynak istihbaratının (OSINT) paradoksal biçimde hem bir istismar aracına hem de koruyucu bir güvenlik kalkanına dönüştüğünü gösterir. Tehdit aktörleri, kamuya açık dijital izleri işleyerek hedef kişilerin mesleki ağını, ilgi alanlarını, ideolojik eğilimlerini ve karar mekanizmalarını algoritmik olarak modeller; böylece hangi kanaldan, hangi içerikle ve ne zaman en yüksek etkiyi yaratabileceklerini tespit eder. Cambridge Analytica vakasıyla görünürlük kazanan bu mikro hedefleme yöntemleri, günümüzde yapay zekâ entegrasyonu sayesinde çok daha rafine ve ikna edici bir seviyeye ulaşmıştır. Üretilen sentetik ve bağlama duyarlı ortalama (phishing) girişimleri standart kurumsal güvenlik filtrelerini kolaylıkla aşabildiğinden, OSINT tabanlı savunma stratejilerinin salt dış tehditleri izlemekle sınırlı kalmayıp kurumun kendi kamusal veri ayak izini ve bilgi açığa çıkma riskini de sürekli denetlemesi zorunlu hale gelmiştir (Isaak ve Hanna, 2018).

Fiziksel ve dijital altyapı sabotajlarının bilgi harekâtlarıyla eşgüdümlü yürütülmesi, hibrit tehditlerin en yıkıcı ve stratejik boyutunu oluşturur. Kritik altyapılara dönük bir siber saldırı teknik açıdan bağımsız bir olay gibi görünse de eşzamanlı bir dezenformasyon dalgasıyla birleştiğinde gerçek faili perdeleyen, resmi kriz iletişimini felce uğratan ve toplumsal infiali körükleyen çok katmanlı bir operasyona evrilir. Enerji nakil hatları, su arıtma tesisleri ya da bankacılık altyapısındaki teknik aksaklıklar sırasında dolaşıma sokulan koordineli manipülasyonlar; hasarın boyutunu yapay biçimde büyütür ve kurumsal meşruiyeti aşındırır ve saldırının failini belirsizleştirir. Bu tür senkronize operasyonların açık kaynak istihbaratı (OSINT) üzerinden çözümlenebilmesi; siber tehdit istihbaratı ile kamusal bilgi akışının bütünleşik bir analiz platformunda ele alınmasını ve istihbarat disiplinleri arasındaki geleneksel çalışma ayrılıklarının (silo yapıları) aşılaraq kurumsal mimarinin hibrit tehditlere uyarlanması zorunlu kılar (Kello, 2017).

İnternette kimlik gizleme ve sahte kaynak üretme yöntemleri, art niyetli aktörlerin gerçek yüzlerini saklamak için kullandığı en etkili silahlardan biridir. Kaynağı belirsiz paylaşımlar, gerçek bir gazete gibi görünen sahte haber portalları, akademik ağırlık hissi vermek için kurulan kukla düşünce kuruluşları ve meşru dernekleri taklit eden paravan oluşumlar bu cephaneliğin parçalarıdır. "Astroturfing" yani yapay bir halk desteği varmış gibi gösterme taktiğiyle, belirli bir fikir toplumun kendi talebiymiş gibi sunulur. Bu sahte doğallık sadece insanları kandırmakla kalmaz; çok paylaşılan her şeyi güvenilir sanan yapay zekâ algoritmalarını da kolayca tuzağa düşürür. Bu aldatmacayı bozmak için popülerliğe aldanmayıp; sitelerin alan adı geçmişini taramak, arka plandaki para trafiğini izlemek ve bilginin yayılma hızını doğal insan davranışlarıyla kıyaslayan çok katmanlı güvenlik filtreleri uygulamak gerekmektedir (Keller vd., 2020).

Algoritmik sistemlere yönelik agresif saldırılar, bizzat açık kaynak istihbaratı (OSINT) savunma altyapısının bir hedef haline geldiği boyutu ifade eder. Bir istihbarat mekanizmasının karar kriterleri tersine mühendislikle çözümlendiğinde, sistemi yanıltmaya dönük kurgusal girdiler üretilebilir. "Düşmanca örnekler" (adversarial examples) olarak kavramsallaştırılan bu manipüle edilmiş veriler; insan algısı için tamamen olağan görünürken, makine öğrenimi modellerini sistematik sınıflandırma hatalarına sürükler. Yüz tanıma algoritmalarını boşa çıkaran özel makyaj örüntüleri, metin filtrelerini aşmak için uygulanan mikro karakter değişiklikleri ya da nesne tespit sistemlerini körleştiren görsel gürültüler bu tekniklerin somut yansımalarıdır. Savunma odaklı OSINT altyapılarının bu tür hasmane girdilere karşı dayanıklılık (robustness) kapasitesi, akademik yazında yoğun biçimde ele alınmakla birlikte operasyonel sahada henüz tam anlamıyla güvenceye alınamamış kritik bir eşıktır (Goodfellow vd., 2015).

Dijital varlık mimarisi ve yasa dışı fonlama ağları, açık kaynak istihbaratının (OSINT) salt kamusal söylem ve medya takibiyle sınırlı kalmayıp iktisadi boyuta evrilmesini zorunlu hale getirmiştir. Bilgi operasyonlarının, siber saldırı altyapılarının ve hibrit vekillerin lojistik finansmanı; merkeziyetsiz finans (DeFi) protokolleri, karıştırma (mixer) havuzları ve blokzincir transferleri üzerinden ileri düzey bir anonimlik zırhına bürünmektedir. Bu bağlamda zincir üstü (on-chain) veri analitiği; şüpheli cüzdan düğümlerini, transfer ağlarının topolojisini ve fon akışlarının zamansal seyrini çözümleyerek kaynağın menşei ve nihai yararlanıcılarını haritalandırmada kritik bir işlev üstlenir. Diğer taraftan sosyal medya manipülasyonlarıyla tetiklenen spekülasyon piyasası operasyonları, finansal istihbarat ile açık kaynak izleme kapasitesinin müşterek bir analitik platformda bütünleşmesini şart koşar. Farklı uzmanlık disiplinlerini ve veri mimarilerini kaynaştırmayı gerektiren bu entegrasyon, hibrit tehditlerin finansal anatomisini çözmek adına vazgeçilmez bir kurumsal gereksinimdir (Foley vd., 2019).

Seçim süreçlerine yönelik etki operasyonları, dijital manipülasyon ve hibrit tehditler dünyasının en çok araştırılan ve sahada en net görülen cephesidir. Sandıktan çıkan sonucu etkilemek isteyen bu girişimler; toplumu önce demografik ve psikolojik özelliklerine göre gruplara ayırır, ardından her gruba özel kurgulanmış mesajlar fırlatır, belirli seçmenleri oy vermekten vazgeçirmeye çalışır ve kamuoyu gündemini bilinçli olarak saptırır. Seçim süreçlerinin zamana yayılması, perde arkasındaki dezenformasyon ekiplerine aylar öncesinden hazırlanıp uygun anı bekleme fırsatı verir. Yapay zekâ destekli açık kaynak istihbaratı bu operasyonları yakalamada günden güne güçlense de, organize sahte kampanyalar ile gerçek vatandaşların siyasi tepkileri birbirine karıştığı için işler zorlaşmaktadır. Bu alanda en sağlam sonuçlar; sosyal medya platformlarının şeffaflık verileri, dijital reklam arşivleri ve bağımsız araştırmalarla desteklenen açık kaynak analizleri sayesinde elde edilmektedir (Bovet ve Makse, 2019).

Dolayısıyla manipülasyon ve hibrit dijital tehditler, açık kaynak istihbaratı (OSINT) pratiği açısından hem en çetrefilli hem de en stratejik analitik problem sahasını oluşturmaktadır. Bu tehditler, tespit edilmeyi zorlaştıran belirsizliği yapısal bir nitelik olarak kurgulamakta; geleneksel güvenlik kategorilerini muğlaklaştırarak savunma mekanizmalarını kesintisiz bir evrim baskısı altında tutmaktadır. Algoritmik sistemler bu tehditlerin kitlesel ölçeğiyle mücadelede vazgeçilmez araçlar sunsa da sofistike aktörlerin algoritmaların açıklarını keşfetme ve bu sınırları stratejik avantaja dönüştürme kabiliyeti de eşzamanlı olarak gelişmektedir. Bu asimetrik dinamik içinde gerçekten dirençli bir OSINT savunma mimarisi inşa etmek; salt teknik mükemmeliyetin ötesine geçerek kurumsal esnekliği, analitik derinliği ve disiplinler arası eşgüdümü zorunlu kılmaktadır.

7. Güvenlik, Şeffaflık ve Denetlenebilirlik Sorunu

Güvenlik, şeffaflık ve denetlenebilirlik boyutu; yapay zekâ tabanlı açık kaynak istihbaratı (OSINT) sistemlerinin salt teknik etkinliğinin ötesinde, demokratik hesap verebilirlik ilkeleriyle ne ölçüde bağdaştığını sorgulayan yapısal bir yönetim meselesidir. Bu üç kavram tekil olarak dahi derin kuramsal gerilimler barındırırken; asıl analitik güçlük, mezkûr gereksinimlerin çoğu zaman birbirleriyle çatışan dinamikler sergilemesinden kaynaklanır. Güvenlik, sistem bütünlüğünün korunması ve operasyonel etkinliğin sürekliliği adına belirli parametrelerin gizli tutulmasını şart koşarken; şeffaflık, modelin beslendiği veri kaynaklarının, işleyiş mantığının ve karar algoritmalarının denetime açılmasını talep eder. Denetlenebilirlik ise bu iki zıt gereksinim arasında kurumsal bir denge inşa etmeyi ve kurulan mekanizmaların işlerliğini test etmeyi içerir. Bahse konu üçlü gerilim, yalnızca teknik mimari tercihlerini değil; devlet erkinin sınırlarına, temel hak ve özgürlüklere ve kurumsal meşruiyet normlarına dair siyaset felsefesinin en temel tartışma alanlarını da doğrudan ilgilendirmektedir (Floridi vd., 2018).

Şeffaflık arayışının önündeki en önemli engel, modern makine öğrenimi mimarilerinin doğasından kaynaklanan açıklanamazlık sorunudur. Geleneksel kural tabanlı sistemlerde bir çıktı, kimlerin hangi kuralları uyguladığını gösteren adım adım izlenebilir bir nedensellik zincirine dayanmaktaydı. Derin sinir ağları ise milyonlarca parametrenin doğrusal olmayan karmaşık etkileşimleri sonucunda kararlar üretmekte; bu devasa parametre uzayının mevcut yöntemlerle anlamlı biçimde yorumlanması mümkün olamamaktadır. "Kara kutu" (black box) problemi olarak kavramsallaştırılan bu olgu, algoritmik açık kaynak istihbaratı (OSINT) bağlamında salt teknik bir kısıtlılık olmanın ötesine geçerek hukuki ve etik düzlemde derin bir meşruiyet krizine işaret eder. Bir bireyin risk kategorisine alınmasını, bir kurumun takip listesine eklenmesini veya bir bilginin dezenformasyon olarak etiketlenmesini sağlayan mantıksal zemin açıklanamadığında; söz konusu kararın itiraz edilebilirliği, yargısal denetimi ve demokratik meşruiyeti tartışılmalı hale gelir. Açıklanabilir yapay zekâ (XAI) araştırmaları bu teknik düğümü çözmeyi hedeflese de operasyonel sahadaki karmaşık sistemlerde yüksek model performansı ile tam açıklanabilirlik arasındaki uzlaşma henüz sağlanabilmiş değildir (Pasquale, 2015).

Denetlenebilirlik mekanizmalarının inşası, kuramsal düzlemde geniş bir mutabakatla karşılaşırsa da pratik uygulamada derin yapısal uyumsuzluklar barındıran bir alandır. Denetim süreçleri öncelikle yetkinin kime devredileceği sorusuyla şekillenir; iç denetim birimleri, bağımsız yargı organları, parlamento komisyonları, sivil toplum örgütleri ve akademik çevreler bu rolde birbirini tamamlayan ya da yetki alanları çatışan kurumsal aktörlerdir. Her denetim modelinin kendine has operasyonel kısıtları bulunur. İç denetim mekanizmalarının tarafsızlığı hiyerarşik bağımlılıklarla zedelenebilirken; yargısal denetim teknik

formasyon eksikliğiyle, parlamento denetimleri ise gizlilik dereceli bariyerler sebebiyle yüzeysel kalabilmektedir. Sivil toplum ve akademinin denetim kapasitesi ise doğrudan sistemin iç işleyişine erişim engelleriyle sınırlandırılmaktadır. Bu kısıtları aşmak adına, farklı aktörlere kademeli erişim ve denetim yetkileri tanıyan çok katmanlı denetim mimarileri önerilmektedir. Ne var ki böyle bir yapının işlerlik kazanması; salt yasal düzenlemelerin ötesine geçerek köklü bir kurumsal kültür dönüşümünü ve şeffaflık zeminini zorunlu kılmaktadır (Bovens, 2007).

Kamusal veri madenciliğinin meşruiyet sınırları ve pozitif hukuktaki normatif boşluklar, algoritmik istihbarat pratiklerinin kurumsal yönetişimini doğrudan felce uğratan bir belirsizlik alanıdır. Herkese açık dijital materyallerin toplanabilirliği ilkesel olarak hukuka uygun görülse de platform hizmet protokollerinin çiğnenmesi, sınır aşan veri koruma rejimlerinin uyumsuzluğu ve egemenlik sahaları arasındaki kural çatışmaları operasyonel meşruiyeti tartışmalı hale getirmektedir. Nitekim Avrupa Birliği'nin Genel Veri Koruma Tüzüğü (GDPR) gibi çerçevelerde yer alan "kişisel veri bütünlüğü" ve "kamusal yarar/meşru menfaat" dengesi, yapay zekâ tabanlı toplu veri işleme süreçlerinde içtihat krizlerine yol açmaktadır. Bu regülasyon açığını fırsata çeviren icracı yapılar, hukuki sınırları daraltıcı değil genişletici biçimde yorumlamakta; meşruiyet çizgileri ise önleyici yasal mekanizmalar yerine ancak kitlesel ifşaatlar ve mahkeme kararlarıyla belirlenmektedir. Bu durum, istihbarat ekosistemini proaktif bir etik-hukuk standardı yerine kriz odaklı reaktif tedbirlere mahkûm etmektedir (Kuner vd., 2020).

Yapay zekânın karar verirken ayrımcılık yapmadığını denetlemek, adaleti kodların dünyasında sağlamanın en zorlu sınavıdır. Bir sistemin belirli etnik kökenleri, dini grupları veya siyasi görüşleri otomatik olarak "daha tehlikeli" görüp görmediğini anlamak sadece matematiksel bir problem değildir. Yazılımcılar bu yanlılığı yakalamak için çeşitli simülasyonlar ve istatistiksel adalet testleri geliştirse de sistemin hangi farklılığı "doğal bir risk", hangisini "kabul edilemez bir önyargı" sayacağı teknik bir denklem değil, tamamen insani bir vicdan ve ahlak meselesidir. Üstelik istihbarat alanında işler daha da karmaşıktır; çünkü elinizde "kimin kesinlikle gerçek bir suçlu/tehdit olduğunu" gösteren kusursuz bir liste yoktur. Gerçek tehdidin ne olduğu bilinmezken, yapay zekânın haklı mı yoksa önyargılı mı karar verdiğini ölçmek tam bir kör dövüşüne döner. Bu kısır döngü yüzünden sistemleri denetlemek ne kadar şartsa, bunu kusursuzca başarmak da bir o kadar zordur (Barocas ve Selbst, 2016).

İstihbarat sistemlerinin ve toplanan verilerin güvenliğini sağlamak, sadece dışarıdan gelen siber saldırıları püskürtmekle bitmez; aynı zamanda içerideki işleyişin nasıl denetleneceğiyle de doğrudan ilgilidir. İster devlet ister özel şirketler tarafından kurulsun, devasa OSINT arşivleri ve analiz araçları her saldırganın iştahını kabartan birer bilgi hazinesidir. Bu sistemlerin hacklenmesi veya içeriden sızdırılması; izlenen hedeflerin açık edilmesi, istihbarat yöntemlerinin deşifre olması ve toplanan tüm özel verilerin karşı tarafın eline geçmesi gibi büyük felaketlere yol açabilir. Snowden skandalında görüldüğü gibi, en güçlü güvenlik altyapıları bile bir iç sızıntı veya teknik açıkla anında savunmasız kalabilmektedir. Asıl çıkmaz ise buradaki açıkların nasıl denetleneceğidir: Bir kurumun zaaflarını dürüstçe raporlayabilmesi için şeffaf bir hesap verme mekanizması şarttır; ancak o mekanizmanın kendisi de "güvenlik sırrı" denilerek kilitli kapılar ardında tutulduğundan, sistem kendi kendini denetleyemeyen bir kısır döngüye hapsolür (Landau, 2013).

Açık kaynak istihbaratı satan özel şirketlerin denetlenmesi, devlet kurumlarını denetlemekten çok daha çetrefilli ve kontrolsüz bir alandır. Devletin istihbarat kurumlarını bağlayan kanunlar ve meclis denetimleri, aynı işi para karşılığı yapan ticari firmalara çoğunlukla işlemez. Sosyal medya taraması yapan, konum verisi satan veya siber tehdit raporları hazırlayan şirketler, bütün yöntemlerini "ticari sır" kalkanının arkasına gizleyerek hesap vermekten kolayca sıyrılabilir. İşin asıl tehlikeli boyutu ise devlet kurumlarının bu şirketlerden hizmet satın almasıdır; böylece devletin kanunen doğrudan yapamayacağı veya çok katı kurallara bağlı olan takip faaliyetleri, özel şirketler eliyle yani "taşeron gözetim" yoluyla yürütülmüş olur. Tedarik zinciri güvenliği ve denetimi dediğimiz bu sorun; yapay zekâyı sadece kimin kullandığıyla değil, o yazılımı kimin kodladığı ve içine hangi verileri yüklediğiyle de ilgilenir. Bu yüzden uluslararası hukuk kurallarının ve insan hakları standartlarının özel istihbarat şirketlerine de zorunlu kılınması, bugün dünyanın en çok tartıştığı konuların başında gelmektedir (Zuboff, 2019).

İstihbaratın uluslararası boyutu ve devletlerin egemenlik hakları, yapay zekâlı açık kaynak sistemlerini tek bir ülkenin kanunlarıyla denetlemeyi imkânsız hale getiriyor. İnternette yürütülen bir OSINT operasyonu

sınır tanımadığı için, bir ülkenin kendi yasalarına uygun gördüğü bir takip faaliyeti aslında başka bir ülkenin vatandaşlarını veya kritik kurumlarını hedef alabiliyor. Bu durum kaçınılmaz olarak yetki kavgalarına, diplomatik gerilimlere ve "Sanal dünyada egemenlik kime aittir?" sorusuna yol açıyor. Tallinn Kılavuzu gibi uluslararası çalışmalar siber dünyaya bir çerçeve çizmeye çalışsa da hem bağlayıcı bir ceza mekanizması yok hem de açık kaynak istihbaratını tam olarak kapsamıyor. Üstelik ülkeler arasındaki gizli istihbarat paylaşım anlaşmaları meclis veya kamuoyu denetiminden tamamen uzak işliyor. Sonuçta bir devlet kendi içinde ne kadar sıkı kurallar koyarsa koysun, müttefikleriyle veri alışverişi yaparken bu kurallar devre dışı kalıyor ve ortada devasa bir denetimsizlik alanı doğuyor (Schmitt, 2017).

Sivil toplumun yapay zekâlı istihbarat sistemlerini denetleyebilme gücü, bu teknolojilerin demokratik kurallara ne kadar bağlı kalacağını belirleyen en temel unsurdur. Bağımsız araştırmacılar, gazeteciler ve hak savunucuları; devletlerin veya şirketlerin kurduğu OSINT sistemlerini dışarıdan gözlemleyerek kamu adına hesap sormada hayati bir rol oynar. Ancak bu denetimi hakkıyla yapabilmek için ciddi bir teknik uzmanlık, bütçe ve en önemlisi doğru bilgiye erişim hakkı şarttır. Bilgi edinme yasaları kâğıt üzerinde şeffaflık vadetse de, iş istihbarat yazılımlarına gelince araya hemen "devlet sırrı" ve "ulusal güvenlik" kalkını girmekte ve kapılar kapanmaktadır. İşin teknik boyutunu doğrulamak ise ayrı bir çıkmazdır; bir yapay zekânın iddia edildiği gibi adil çalışıp çalışmadığını anlamak için o sistemin kodlarını ve eğitildiği verileri görmek gerekir, bu izni de neredeyse hiçbir kurum dışarıya vermez. Bu denetim uçurumunu kapatmak için; kurumların düzenli şeffaflık raporları yayınlaması, yapay zekânın olası zararlarını önceden raporlaması ve bağımsız uzmanlara teknik inceleme yetkisi verilmesi en kritik çözüm yolları olarak tartışılmaktadır (Cobbe, 2021).

Bütün yasal kuralların ve teknik yazılımların ötesinde asıl farkı yaratacak olan şey, kurumların hesap verme sorumluluğunu gerçekten içselleştirmesidir. Şeffaflık ve denetim; sadece dışarıdan zorla dayatılan angaryalar olarak görülürse, kurumlar sadece kâğıt üzerinde kurallara uyuyormuş gibi yapar ama işin özünde hiçbir şey değişmez. Bu anlayışın gerçekten yerleşmesi için; yapılan hataların dürüstçe raporlanması, başarısızlıklardan ders çıkarılması ve yapay zekânın verdiği kararların kurum içinde bağımsız gözlerle tartışmaya açılabilmesi gerekir. Güvenlik, gizlilik ve şeffaflık arasındaki çekişmenin tamamen bitmeyecek bir denge arayışı olduğu baştan kabul edilmelidir. Bu gerilim ancak sürekli diyalog, esnek bir yönetim anlayışı ve ortak akılla yönetilebilir. Bu tartışmanın ne kadar sağlıklı yürütüldüğü, yapay zekâlı istihbaratın ülkeye sağladığı güvenlik faydası ile demokratik değerler arasındaki terazinin nasıl kurulacağını doğrudan belirleyecektir.

8. Güvenilir Algoritmik İstihbarat İçin Çok Katmanlı Yaklaşım

Yapay zekâyâ dayalı istihbaratın güvenilir olabilmesi için çok katmanlı bir model kurulması gerektiği fikri, sadece yazılımları güncellemenin veya kâğıt üstünde yeni kanunlar çıkarmanın tek başına yetmeyeceğini açıkça ortaya koymaktadır. Buradaki asıl mesele şudur: Güvenilirlik, algoritmanın tek başına sahip olduğu teknik bir özellik değildir; yapay zekânın insanla, kurumlarla, hukukla ve toplumun değerleriyle kurduğu bağın bir sonucudur. Bu temel kabul, inşa edilecek sistemin mantığını da baştan aşağı değiştirebilmektedir. Kurulacak güvenlik ve doğrulama basamakları birbirinden kopuk duvarlar gibi değil, birinin açığını diğerinin kapattığı ve birbirini güçlendirdiği ortak bir ağ gibi çalışmalıdır. Bu zincirin tek bir halkası bile kopsa tüm istihbarat sisteminin güvenilirliği çöker; bu yüzden çok katmanlı yaklaşım, askeri stratejideki "kademeli savunma" anlayışının bilgi ve doğrulama dünyasına uygulanmış halidir (Marrin, 2011).

Teknik güvenilirlik katmanı, çok basamaklı güvenlik modelinin temelini oluşturur ve diğer tüm aşamaların sağlam durmasını sağlayan zemini hazırlar. Bu aşamadaki en kritik görev, sisteme giren verilerin kalitesini sürekli garanti altına almaktır. Yapay zekâlı istihbarat sistemleri ne kadar gelişmiş olursa olsun, eğitildikleri veriler kirli, eksik ya da taraflıysa üretecekleri sonuçlar da baştan sakat olacaktır. Bu yüzden veri temizliği bir kerelik bir işlem olarak görülmemeli, sürekli dönen canlı bir kalite kontrol çarkı gibi işletilmelidir. Sisteme beslenen veri kaynaklarının orijinalliği, tarafsızlığı ve güncelliği düzenli aralıklarla kontrol edilmeli; yeni bir kaynak eklenirken de çok sıkı bir ön elemeden geçirilmelidir. İşin diğer yarısı ise modellerin sahada test edilmesidir. Çapraz doğrulama teknikleri, bağımsız test havuzları ve sahadaki gerçek hayat verileriyle yapılan denemeler, yapay zekânın teorik sınırların dışına çıktığında da doğru çalışıp çalışmadığını gösterir. Özellikle zamanla değişen bilgi ortamını yakalamak için kurulan "dağılım kayması" izleme sistemleri, modelin eski alışkanlıklarına hapsolmeden yeni durumlara ayak uydurup uydurmadığını anlık olarak

takip etmelidir (Sambasivan vd., 2021).

Yapay zekâ modellerinin anlaşılabilir olması ve kararlarını açıklayabilmesi, teknik güvenilirlik ile hesap verme sorumluluğu arasındaki bağı kuran en hayati köprüdür. Karmaşık modellerin tek tek kararlarını analistlere açıklamak için geliştirilen LIME, SHAP ve görsel dikkat haritaları gibi araçlar önemli bir yardımcıdır. Fakat bu analiz araçlarının da kusursuz olmadığı, bazen yapay zekânın gerçekte ne düşündüğünü tam yansıtmadığı unutulmamalıdır. Bu yüzden açıklama araçları mutlak bir gerçeklik belgesi gibi değil, daima şüpheyle yaklaşılması gereken birer ipucu gibi ele alınmalıdır. Diğer taraftan, en baştan itibaren anlaşılır ve açık şekilde kodlanan "şeffaf modeller", bazı görevlerde kapalı kutu derin öğrenme sistemlerinin yerine geçebilir. Karar ağaçları veya basit kural tabanlı sistemler belki en yüksek skoru vermez; ancak hata yapmanın çok ağır sonuçlar doğuracağı kritik istihbarat görevlerinde şeffaf oldukları için tercih edilmelidir. Kısacası sistemin ne kadar anlaşılır olacağı ile ne kadar yüksek performans göstereceği arasındaki denge, sadece mühendislerin belirleyeceği teknik bir detay değil; işin riskine ve sorumluluğuna göre verilecek stratejik bir karardır (Lundberg ve Lee, 2017).

Metodolojik güvenilirlik katmanı, teknik yazılımların analiz masasında nasıl kullanıldığını ve elde edilen sonuçların ne kadar sağlam bir mantığa dayandığını inceler. Geleneksel istihbaratın temel taşı olan yapılandırılmış analiz yöntemleri, yapay zekânın önümüze yığıldığı ham verileri gerçekten güvenilir ve işe yarar birer istihbarata dönüştürür. Örneğin Yarışan Hipotezler Analizi yöntemi, analistin aklına ilk yatan tek bir senaryoya saplanıp kalmasını önler; masadaki tüm alternatif ihtimalleri tek tek çürüterek en sağlam sonuca ulaşmasını sağlar. Bu yöntem algoritmaların kararlarına uygulandığında, yapay zekânın verdiği sonucun diğer ihtimaller karşısında ne kadar tutarlı olduğu net şekilde görülür. Şeytanın avukatlığı, kırmızı takım tatbikatları ve bilinçli karşıt senaryo üretme gibi pratikler ise analizi peşinen doğru kabul etmek yerine en baştan zorlayıp açıklarını bulmaya yarar. Bu metodolojik süzgeçler yapay zekâ sistemleriyle birleştirildiğinde, otomasyonun getirdiği aşırı özgüvenin insanları kendi önyargılarına hapsedmesini engelleyen güçlü bir emniyet sübabı oluşturur (Heuer, 1999).

İstihbaratta belirsizlikleri doğru hesaplamak ve bunu karar alıcılara net bir olasılık diliyle aktarmak, analiz masasından çıkan bilginin değerini doğrudan belirler. Sherman Kent'in geliştirdiği ve bugün NATO dahil pek çok teşkilatın kullandığı standart derecelendirme dili, analistin eldeki bilgiye ne kadar güvendiğini net kelimelerle ifade etmesini sağlar. Bu yaklaşımı yapay zekâ sistemlerine uyarlamak, yazılımların ürettiği karmaşık matematiksel güven skorlarını karar vericilerin kolayca anlayabileceği somut ihtimal ifadelerine çevirir. Kurumların belirsizliği bir zayıflık gibi görmekten vazgeçip, aksine dürüst ve sağlam bir analizin doğal bir parçası olarak kabul etmesi şarttır. Tarih, "kesin bilgi" iddiasıyla sunulan ve liderlerde sahte bir özgüven yaratan istihbarat raporlarının yol açtığı felaketlerle doludur. 2003 Irak kitle imha silahları fiyaskosu bunun en acı örneğidir; bu tecrübe, eldeki bilginin ne kadarının kesin ne kadarının şüpheli olduğunu açıkça söylemenin bir zafiyet değil, en temel güvenlik kalkanı olduğu ortaya çıkmıştır (Jervis, 2010).

İnsan denetimi aşaması, yapay zekânın hız ve işlem kabiliyeti ile insanın sağduyu ve muhakemesini buluşturan en kritik dengedir. Günümüzdeki teknoloji ve etik kurallar düşünüldüğünde, makinelerin tek başlarına hayati istihbarat kararları alması asla kabul edilebilir bir durum değildir. "Anlamlı insan kontrolü" dediğimiz ilke, analistin sistemi sadece uzaktan izleyen ve önüne gelen her butona basan bir noter olmamasını; aksine gerektiğinde kararı durdurup değiştirebilmesini şart koşar. Fakat sahada işler her zaman kâğıt üzerindeki gibi yürümez. Zamanın çok dar olduğu kriz anlarında analistin yapay zekânın kararını gerçekten inceleyip incelemediğini, yoksa ekrana bakıp doğrudan "onayla" deyip geçmediğini anlamak neredeyse imkânsızdır. "Otomasyona aşırı güven" denen bu psikolojik zaaf, insan denetiminin kâğıt üstünde var olup gerçekte tamamen devre dışı kalmasına yol açar. Bu tuzağa düşmemek için kurumların çalışma biçimini değiştirmesi gerekir: Sadece bir tıklamayla onaylanan sistemler yerine kararın tartışmaya açıldığı iş akışları kurmak, aynı analizi birbirinden habersiz iki farklı uzmana onaylatmak ve yapay zekânın geçmiş kararlarını düzenli toplantılarla sorgulamak, insanın gerçekten devrede kalmasını sağlayan en sağlam yollardır (Skitka vd., 1999).

Kurumsal güvenilirlik katmanı, teknik yazılımların ve analiz yöntemlerinin kurumun kendi kültürü ve yönetim yapısıyla desteklendiği aşamadır. Dünyanın en gelişmiş yapay zekâsını ve en kusursuz analiz

tekniklerini kullansanız bile, içeride sağlam bir yönetim disiplini ve hesap verme ahlakı yoksa ortaya güvenilir bir istihbarat çıkması imkânsızdır. Bu güveni sağlamanın ilk şartı, bağımsız denetim mekanizmaları kurmaktır. Günlük operasyonların ve amir baskısının dışında kalan, doğrudan tepe yönetime bağlı iç denetim birimleri, kurumun kendi ilkelerinden sapmasını önleyen en güçlü güvencedir. Bu yapının gerçekten çalışabilmesi için; yapılan hataları dürüstçe raporlayan personelin cezalandırılmadığı, aksine korunduğu sağlıklı bir kurum kültürü şarttır. Son olarak, yapılan hataların hasıraltı edilmeyip ders çıkarılacak birer rehber olarak kaydedildiği "kurumsal hafıza" sistemleri, organizasyonun geçmiş tecrübelerden öğrenerek sürekli kendini yenilemesini sağlar (Power, 1997).

Etik çerçeve katmanı, yapay zekâlı istihbaratın ahlaki ve hukuki pusulasını belirleyerek kuralları sahada uygulanabilir hale getirir. Ölçülülük, zorunluluk, ayrımcılık yapmama ve kimseye haksız zarar vermeme gibi temel ilkeler; sadece duvarda asılı kalan süslü sözler olarak bırakılmamalı, doğrudan yazılımların çalışma kurallarına kodlanmalıdır. "Tasarımda gizlilik" anlayışı, yazılım bittikten sonra formalite icabı eklenen bir yama gibi değil; daha ilk günden sistemin temel mimarisi olarak benimsenmelidir. Yapay zekânın adil çalışıp çalışmadığını ölçmek de sadece rakamlarla veya başarı skorlarıyla bitmez; sistemin toplumdaki farklı grupları nasıl etkilediğini de hesaba katmak gerekir. Bu noktada devreye girecek etik kurullar, teknik mühendislerin fark edemeyeceği ahlaki riskleri ve tehlikeleri erkenden yakalayabilir. Ancak bu kurulların gerçekten işe yaraması isteniyorsa, sadece fikir beyan eden etkisiz birer danışman olarak kalmamaları; gerektiğinde riskli kararları durdurabilecek veya tamamen iptal edebilecek gerçek bir veto yetkisine sahip olmaları şarttır (Jobin vd., 2019).

Hukuki ve yasal denetim katmanı, yapay zekâlı istihbarat sistemlerinin kanunların çizdiği sınırların dışına taşmasını engelleyen ve kuralları bağlayıcı cezalarla koruyan dış denetim mekanizmasıdır. Ortada zorunlu yasal kurallar olmadığında, kurumların aldığı etik veya teknik önlemler tamamen "iyi niyete" kalır; bu iyi niyet ise sıcak kriz anlarında veya rekabet kızıştığında hemen bir kenara itilebilir. Bu yüzden doğrudan yapay zekâ sistemlerine özel net kanunlar çıkarmak şarttır. Avrupa Birliği'nin Yapay Zekâ Yasası, uygulamaları risk derecesine göre ayırarak tehlikeli sistemlere şeffaflık, sıkı kayıt tutma ve insan kontrolü şartı getiren en kapsamlı düzenlemedir. Ancak milli güvenlik ve istihbarat alanlarının bu yasanın önemli ölçüde dışında tutulması, kurulan yasal kalkanın en zayıf noktasını oluşturmaktadır. Bu parçalı yapıyı tek çatı altında toplayabilecek uluslararası ortak kurallar koyma çabaları ise devletlerin kendi egemenlik alanlarını koruma refleksi ve aralarındaki küresel çekişmeler yüzünden son derece yavaş ilerlemektedir (Veale ve Zuiderveen Borgesius, 2021).

Dış denetim ve bağımsız doğrulama katmanı, kurumların "Bizim sistemimiz kusursuz çalışıyor" iddiasını bağımsız uzmanların testine açtığı, güvenilirliğin dış dünyadaki karşılığıdır. Dışarıdan yapılacak teknik denetimler, yapay zekânın vaat edilen özellikleri gerçekten taşıyıp taşımadığını ve adil çalışıp çalışmadığını belgeleyen tarafsız bir onay mekanizmasıdır. Ancak bu denetimin lafta kalmaması için denetçilere sistemin kapılarının tam olarak açılması, uzmanların yüksek teknik bilgiye sahip olması ve raporlarını hiçbir baskı altında kalmadan yetkililerle paylaşabilmeleri şarttır. Üniversitelerle yapılacak ortaklıklar ve araştırmacı programları, kurumun kendi içindeyken asla fark edemeyeceği metodolojik kör noktaları dışarıdan bir gözle yakalamak için eşsiz bir fırsattır. Sivil toplum örgütleri ve araştırmacı gazeteciler ise resmî kurumların gözünden kaçan ya da üstü örtülen sorunları ortaya çıkararak kamu adına denetim sağlar. Bu dış denetim çarkının tıkır tıkır işlemesi için kurumların eleştirilere karşı savunmaya geçip içe kapanmak yerine, şeffaf olmayı ve hesap vermeyi bir zafiyet değil, kurumsal bir güç olarak görmesi gerekir (Raji vd., 2020).

Toplumsal meşruiyet ve halkın katılımı katmanı, bu çok basamaklı sistemin en geniş tabanlı ve geleceği belirleyen en kritik ayağıdır. Yapay zekâ destekli açık kaynak istihbaratı, günün sonunda hizmet ettiği toplumun değerleriyle ve ortak aklıyla uyumlu olmak zorundadır. Bu yüzden hangi teknolojilerin geliştirileceği, kırmızı çizgilerin nereden çekileceği ve sistemin nasıl yönetileceği gibi hayati kararlar sadece yazılımcıların veya devlet görevlilerinin kapalı kapılar ardında belirleyeceği bir ayrıcalık olamaz. Toplumun bu konuda bilinçli fikir yürütebilmesi için, algoritmaların neler yapabileceği ve neleri riske attığı konusunda şeffafla bilgilendirilmesi gerekir. Dijital okuryazarlık eğitimleri, yapay zekânın hayatımıza etkilerini cesurca anlatan medya haberleri ve vatandaşların bu tartışmalara sesini katabileceği kanallar bu bilinçlenmenin omurgasını oluşturur. Toplumun güveni ve rızası bir kere alınıp cebe konacak bir onay değildir; sürekli

iletişim, dürüstlük ve ortak akılla her gün yeniden kazanılması gereken canlı bir ilişkidir (Jasanoff, 2003).

Sonuçta, güvenilir algoritmik istihbarat için çok katmanlı yaklaşımın herhangi bir sorunun nihai çözümü değil, karmaşık ve dinamik bir sorun alanında kalıcı bir yönetim kapasitesi inşa etmenin çerçevesi olduğu anlaşılmaktadır. Katmanların her biri kendi içinde eksiklikler barındırmakta ve değişen koşullar altında yeniden ayarlanmayı gerektirmektedir. Güvenilirlik bu anlamda bir bitiş noktası değil, sürekli bir niyet ve çaba olarak kavranmalıdır. Algoritmik istihbaratın insanlığa sunduğu olağanüstü kapasite artışının gerçekten toplumsal fayda üretmesi, bu kapasitenin çok katmanlı güvenceler içinde sorumlu biçimde konuşlandırılmasına bağlıdır. Bu sorumluluk bilinciyle tasarlanan sistemler hem daha güvenilir hem de daha meşru bir istihbarat pratiğinin temelini oluşturacaktır.

9. Sonuç

Açık Kaynak İstihbaratının algoritmik dönüşümü, yalnızca bir teknoloji değişimini değil, istihbarat üretiminin epistemolojik temellerini, kurumsal yapılarını ve demokratik hesap verebilirlik ilişkilerini yeniden şekillendiren köklü bir paradigma dönüşümünü temsil etmektedir. Bu çalışma boyunca ele alınan başlıklar bir arada değerlendirildiğinde, algoritmik istihbaratın sunduğu olağanüstü kapasite artışı ile beraberinde getirdiği yapısal riskler arasındaki gerilimin, bu alandaki en belirleyici ve en kalıcı analitik sorun olduğu ortaya çıkmaktadır. Hız, ölçek, süreklilik ve çok boyutlu entegrasyon gibi avantajlar, manipülasyon tehditleri ve denetlenebilirlik sorunlarıyla eş zamanlı biçimde var olmakta; bu ikilik algoritmik istihbaratı hem vazgeçilmez hem de tehlikeli kılan çelişkili bir güç olarak konumlandırmaktadır.

Yapay zekâ temelli OSINT analizinin yapısal işleyişi incelendiğinde, bu sistemlerin teknik bir araç yığından çok sosyoteknik bir sistem niteliği taşıdığı görülmektedir. Veri toplama altyapısından model yorumlanabilirliğine, gerçek zamanlı akış işlemlerinden insan-makine etkileşim tasarımına uzanan her katman, mühendislik tercihlerinin yanı sıra epistemolojik değer tercihlerini de içermektedir. Hangi verilerin toplanacağı ve hangi eşik değerlerinde bir uyarı üretileceğine ilişkin kararlar, görünürde teknik seçimler olarak sunulmakla birlikte normatif sonuçlar da doğurmaktadır. Bu gerçekliğin farkında olmayan bir sistem tasarımı, teknik olarak ne kadar mükemmel olursa olsun, güvenilir istihbarat üretme iddiasını temelden zayıflatmaktadır.

Algoritmik istihbaratın sağladığı avantajlar değerlendirildiğinde, bu avantajların gerçek ve dönüştürücü nitelik taşıdığı açıktır; ancak hiçbirinin koşulsuz ya da garantili olmadığı da aynı ölçüde açıktır. Ölçek ve hız avantajı, doğrulama süreçleri üzerinde baskı yaratmakta; süreklilik özelliği, yorulmaz izlemenin gözetim toplumunu besleyebileceği riskini beraberinde getirmekte ve öngörücü analitik kapasitesi, olasılıksal çıktıların belirlilik iddiasıymış gibi yorumlanması tehlikesini barındırmaktadır. Bu avantajların gerçek operasyonel değere dönüşmesi, yalnızca teknik yetkinliğe değil, bu yetkinliğin hangi metodolojik disiplin, etik çerçeve ve kurumsal kültür içinde kullanıldığına bağlıdır. Avantajın sürdürülebilirliği bu bağlamda bir teknik değil, bir yönetim meselesidir.

Manipülasyon ve hibrit dijital tehditler boyutu, açık kaynak istihbaratının (OSINT) salt bir analiz aygıtı olmanın ötesinde, doğrudan hasmane operasyonların hedefi haline geldiğini gösterir. Sofistike aktörler algoritmik modellerin analitik zaaflarını deşifre ederek bu açıkları stratejik bir avantaja dönüştürmektedir; deepfake üretimleri, veri zehirlenme (data poisoning) girişimleri, eşgüdümlü dezenformasyon dalgaları ve hasmane örnekler (adversarial examples), istihbarat savunma altyapılarını aralıksız bir adaptasyon baskısına maruz bırakmaktadır. Bu asimetric ortamda analitik güvenilirliğin muhafazası, durağan bir teknik kusursuzluk iddiasından ziyade hasmane taktiklerin evrimine hızla intibak edebilen dinamik bir örgütsel kapasiteyle mümkündür. Rakip aktörleri her senaryoda mutlak biçimde geride bırakmaya çalışmak yerine, onların saldırı vektörlerine karşı yapısal esnekliğe ve yüksek dayanıklılığa (resilience) sahip savunma mimarileri inşa etmek, sürdürülebilir bir kurumsal güvenlik doktrininin temelini oluşturur.

Güvenlik, gizlilik ve denetim arasındaki bitmeyen çekişme; yapay zekâli istihbaratın toplumla ve demokrasiyle kurduğu bağın tam kalbinde yer alır. Bu üç şartın hiçbirinden vazgeçemeyiz ama üçünü aynı anda kusursuzca bir araya getirmek de imkânsızdır; işte aşılması gereken asıl yönetim çıkmazı burasıdır. Bu kördüğüm tek seferlik bir formülle çözülemez; ancak sürekli ve dürüst bir ortak akılla dengede tutulabilir. Devlet sırrı ile hesap verme sorumluluğu arasındaki çizginin nereden çekileceğine yazılımcılar

veya algoritmalar karar veremez; bu, toplumun güvenliği ve özgürlüğü nasıl tartışılacağına bağlı temel bir siyasi ve insani tercihtir. Bu yüzden yapay zekâ sistemlerini kapalı kapılar ardına saklamak ya da tüm yetkiyi sadece teknik uzmanlara bırakmak, halk adına yapılan sivil denetimi tamamen anlamsız hale getirir.

Güvenilir algoritmik istihbarat için çok katmanlı yaklaşım, bu çalışmanın önerdiği en kapsamlı yapısal çözüm çerçevesini sunmaktadır. Teknik güvenilirlik, metodolojik disiplin, insan gözetimi, kurumsal etik, hukuki düzenleme, dış denetim ve toplumsal meşruiyet katmanlarının her birinin diğerini tamamladığı ve diğerinin zayıflıklarını telafi ettiği bu çerçeve, güvenilirliği tek bir mekanizmaya ya da tek bir aktöre yüklemek yerine dağıtılmış bir sorumluluk ve karşılıklı denetim mimarisi üzerine inşa etmektedir. Bu mimari mükemmel değildir ve değişen koşullar altında sürekli yeniden ayarlanmayı gerektirmektedir; ancak tek katmanlı ya da tek boyutlu yaklaşımların açıkça yetersiz kaldığı bu karmaşık alanda en sağlam güvenilirlik zeminini sunmaktadır.

Sonuç olarak, algoritmik istihbaratın OSINT pratiğine entegrasyonu geri döndürülemez bir tarihsel süreç olarak kavranmalıdır. Teknolojiyi reddetmek ya da sınırlamak değil, teknolojiyi sorumlu biçimde kullanma kapasitesini inşa etmek günümüzün pratik ve etik zorunluluğunu oluşturmaktadır. Bu kapasitenin inşası ise algoritmaların kendisini geliştirmekten çok daha zor ve çok daha uzun vadeli bir çabayı gerektirmektedir; zira teknik sistemler tasarlanabilir ve optimize edilebilir, ancak güven ilişkileri, kurumsal kültürler ve demokratik hesap verebilirlik pratikleri ancak zaman içinde ve sürekli çabayla olgunlaşabilmektedir. Algoritmik istihbaratın gerçek anlamda toplumsal fayda üretmesi, bu olgunlaşma sürecinin teknik gelişmeyle eş adım tutabilmesine bağlıdır. Aksi takdirde en güçlü algoritmalar bile güvensizlik üreten, eşitsizlikleri derinleştiren ve demokratik değerleri aşındıran araçlara dönüşme riskini taşımaktadır. Bu riskin bilincinde olmak ve ona karşı aktif biçimde mücadele etmek, algoritmik çağda OSINT pratiğiyle ilgilenen her akademisyenin, uygulayıcının ve politika yapıcının temel sorumluluğunu oluşturmaktadır.

Teşekkür

Bu araştırma konusunun belirlenmesinde değerli fikrini paylaşarak araştırmanın yapılmasını sağlayan Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi İletişim Fakültesi öğretim üyesi Dr. Ömer Faruk Özcan'a teşekkür ederim.

Kaynakça

- Awan, M., Anwar, M. W., Butt, W. H., & Azam, F. (2025). A blended modeling framework for real-time design and verification of safety-critical embedded systems. *PLOS One*, 20, e0337604- e0337604. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0337604>
- Baknali, B., & Ardıç Çobaner, A. (2026). Katılımcı Savaş, Medyatikleşmiş İstihbarat ve Gazeteciliğin Militarizasyonu: Anonim OSINT Hesapları Kurumsal Haber Söylemini Nasıl Şekillendiriyor? *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 44, 58-88. <https://doi.org/10.16878/gsuilet.1897795>
- Baltrušaitis, T., Ahuja, C., & Morency, L.-P. (2019). Multimodal machine learning: A survey and taxonomy. *IEEE Transactions on Pattern Analysis and Machine Intelligence*, 41(2), 423–443. <https://doi.org/10.1109/TPAMI.2018.2798607>
- Barocas, S., & Selbst, A. D. (2016). Big data's disparate impact. *California Law Review*, 104(3), 671–732. <https://doi.org/10.15779/Z38BG31>
- Biggio, B., & Roli, F. (2018). Wild patterns: Ten years after the rise of adversarial machine learning. *Pattern Recognition*, 84, 317–331. <https://doi.org/10.1016/j.patcog.2018.07.023>
- Bilal, M., Ali, G., Iqbal, M. W., Anwar, M., Malik, M. S. A., & Kadir, R. A. (2022). Auto-Prep: Efficient and Automated Data Preprocessing Pipeline. *IEEE Access*, 10, 107764-107784. <https://doi.org/10.1109/access.2022.3198662>
- Bovens, M. (2007). Analysing and assessing accountability: A conceptual framework. *European Law Journal*, 13(4), 447–468. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0386.2007.00378.x>

- Bovet, A., & Makse, H. A. (2019). Influence of fake news in Twitter during the 2016 US presidential election. *Nature Communications*, 10, Article 7. <https://doi.org/10.1038/s41467-018-07761-2>
- Brandtzaeg, P. B., L uders, M., Spangenberg, J., Rath-Wiggins, L., & F lstad, A. (2016). Emerging journalistic verification practices concerning social media. *Journalism Practice*, 10(3), 323–342. <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1020331>
- Browne, T., Abedin, M., & Chowdhury, M. (2024). A systematic review on research utilising artificial intelligence for open source intelligence (OSINT) applications. *International Journal of Information Security*, 23, 2911 – 2938. <https://doi.org/10.1007/s10207-024-00868-2>
- Chesney, R., & Citron, D. K. (2019). Deep fakes: A looming challenge for privacy, democracy, and national security. *California Law Review*, 107(6), 1753–1820.
- Cobbe, J. (2021). Algorithmic censorship by social platforms: Power and resistance. *Philosophy & Technology*, 34, 739–766. <https://doi.org/10.1007/s13347-020-00429-0>
- Conneau, A., Khandelwal, K., Goyal, N., Chaudhary, V., Wenzek, G., Guzmán, F., Grave,  ., Ott, M., Zettlemoyer, L., & Stoyanov, V. (2020). Unsupervised cross-lingual representation learning at scale. *Proceedings of the 58th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics*, 8440–8451. <https://doi.org/10.18653/v1/2020.acl-main.747>
- Dale, D., McClanahan, K., & Li, Q. (2023). AI-based Cyber Event OSINT via Twitter Data. 2023 *International Conference on Computing, Networking and Communications (ICNC)*, 436-442. <https://doi.org/10.1109/icnc57223.2023.10074187>
- Diakopoulos, N. (2016). Accountability in algorithmic decision making. *Communications of the ACM*, 59(2), 56–62. <https://doi.org/10.1145/2844110>
- Dumchykov, M. (2025). Open source intelligence (OSINT) in countering information wars: analytical tools and legal boundaries. *Analytical and Comparative Jurisprudence*. <https://doi.org/10.24144/2788-6018.2025.06.2.43>
- Floridi, L., Cows, J., Beltrametti, M., Chatila, R., Chazerand, P., Dignum, V., Luetge, C., Madelin, R., Pagallo, U., Rossi, F., Schafer, B., Valcke, P., & Vayena, E. (2018). AI4People—An ethical framework for a good AI society. *Minds and Machines*, 28(4), 689–707. <https://doi.org/10.1007/s11023-018-9482-5>
- Foley, S., Karlsen, J. R., & Putni , T. J. (2019). Sex, drugs, and Bitcoin: How much illegal activity is financed through cryptocurrencies? *Review of Financial Studies*, 32(5), 1798–1853. <https://doi.org/10.1093/rfs/hhz015>
- Gama, J.,  liobait , I., Bifet, A., Pechenizkiy, M., & Bouchachia, A. (2014). A survey on concept drift adaptation. *ACM Computing Surveys*, 46(4), Article 44. <https://doi.org/10.1145/2523813>
- Ghioni, R., Taddeo, M., & Floridi, L. (2023). Open source intelligence and AI: a systematic review of the GELSI literature. *Ai & Society*, <https://doi.org/10.1007/s00146-023-01628-x>
- Goodfellow, I. J., Shlens, J., & Szegedy, C. (2015). Explaining and harnessing adversarial examples. 3rd *International Conference on Learning Representations (ICLR 2015)*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.1412.6572>
- Heuer, R. J., Jr. (1999). *Psychology of intelligence analysis*. Center for the Study of Intelligence, Central Intelligence Agency.
- Higgins, E. (2021). *We are Bellingcat: An intelligence agency for the people*. Bloomsbury Publishing. <https://doi.org/10.1093/ia/iiac146>
- Hoffman, F. G. (2007). *Conflict in the 21st century: The rise of hybrid wars*. Potomac Institute for Policy Studies.
- Hulnick, A. S. (2010). The Downside of Open Source Intelligence. *International Journal of Intelligence and*

CounterIntelligence, vol. 15, no. 4, pp. 565-579.

Imran, M., Castillo, C., Diaz, F., & Vieweg, S. (2015). Processing social media messages in mass emergency: A survey. *ACM Computing Surveys*, 47(4), Article 67. <https://doi.org/10.1145/2771588>

Isaak, J., & Hanna, M. J. (2018). User data privacy: Facebook, Cambridge Analytica, and privacy protection. *Computer*, 51(8), 56–59. <https://doi.org/10.1109/MC.2018.3191268>

İzci, F., & Saritürk, M. (2019). Demokratik Toplumlarda Halkın Yönetime Katılımı: Yönetime Katılım ve Yönetişim İlişkisi. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 2(3), 498-517. <https://doi.org/10.33712/mana.661125>

J., Cui, X., Wang, P., Li, X., Zuo, W., & Zhang, X. (2026). A Multimodal Large Language Model Approach for Cross-modal Alignment of Remote Sensing Imagery and Open Source Intelligence. 2026 China Aerospace Information Technology Conference (CAIT), 1-3. <https://doi.org/10.1109/cait70489.2026.11553888>

Jain, H., Padmanabhan, B., Pavlou, P., & Raghu, T. S. (2021). Editorial for the Special Section on Humans, Algorithms, and Augmented Intelligence: The Future of Work, Organizations, and Society. *Inf. Syst. Res.*, 32, 675-687. <https://doi.org/10.1287/isre.2021.1046>

Jasanoff, S. (2003). Technologies of humility: Citizen participation in governing science. *Minerva*, 41(3), 223–244. <https://doi.org/10.1023/A:1025557512320>

Jervis, R. (2010). *Why intelligence fails: Lessons from the Iranian Revolution and the Iraq War*. Cornell University Press.

Jin, B., Liu, G., Han, C., Jiang, M., Ji, H., & Han, J. (2023). Large Language Models on Graphs: A Comprehensive Survey. *IEEE Transactions on Knowledge and Data Engineering*, 36, 8622-8642. <https://doi.org/10.1109/tkde.2024.3469578>

Jobin, A., Ienca, M., & Vayena, E. (2019). The global landscape of AI ethics guidelines. *Nature Machine Intelligence*, 1, 389–399. <https://doi.org/10.1038/s42256-019-0088-2>

Jospin, L. V., Buntine, W. L., Boussaid, F., Laga, H., & B. (2020). Hands-On Bayesian Neural Networks—A Tutorial for Deep Learning Users. *IEEE Computational Intelligence Magazine*, 17, 29-48. <https://doi.org/10.1109/mci.2022.3155327>

Kahneman, D., Sibony, O., & Sunstein, C. R. (2021). *Noise: A flaw in human judgment*. Little, Brown Spark.

Keller, F. B., Schoch, D., Stier, S., & Yang, J. (2020). Political astroturfing on Twitter: How to coordinate a disinformation campaign. *Political Communication*, 37(2), 256–280. <https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1661888>

Kello, L. (2017). *The virtual weapon and international order*. Yale University Press. ISBN 9780300226294 (eBook)

Khan, S., Dilshad, N., Ahmad, N., Noor, S., & Alqahtani, S. A. (2025). Integrating AI in security information and event management for real time cyber defense. *Scientific Reports*, 15. <https://doi.org/10.1038/s41598-025-19689-x>

Khan, Z., Khan, Z., Lee, B.-G., Kim, H. K., & Jeon, M. (2024). Graph neural networks based framework to analyze social media platforms for malicious user detection. *Appl. Soft Comput.*, 155, 111416. <https://doi.org/10.1016/j.asoc.2024.111416>

Kolade, T. M., Obioha-Val, O., Balogun, A. Y., Gbadebo, M. O., & Olaniyi, O. (2025). AI-Driven Open Source Intelligence in Cyber Defense: A Double-edged Sword for National Security. *Asian Journal of Research in Computer Science*. <https://doi.org/10.9734/ajrcos/2025/v18i1554>

Krafft, T. D., Hauer, M. P., & Zweig, K. (2024). Black-Box Testing and Auditing of Bias in ADM Systems. *Minds and Machines*, 34. <https://doi.org/10.1007/s11023-024-09666-0>

- Kuner, C., Bygrave, L. A., & Docksey, C. (Eds.). (2020). *The EU General Data Protection Regulation (GDPR): A commentary*. Oxford University Press.
- Landau, S. (2013). Making sense from Snowden: What's significant in the NSA surveillance revelations. *IEEE Security & Privacy*, 11(4), 54–63. <https://doi.org/10.1109/MSP.2013.90>
- Li, N., Cheng, D., Lu, P., Shu, G., & Guo, Z. (2023). Smart Jamming Against SAR Based on Nonlinear Frequency-Modulated Signal. *IEEE Transactions on Aerospace and Electronic Systems*, 59, 3588–3605. <https://doi.org/10.1109/taes.2022.3228513>
- Lundberg, S. M., & Lee, S.-I. (2017). A unified approach to interpreting model predictions. *Advances in Neural Information Processing Systems*, 30. <https://doi.org/10.48550/arXiv.1705.07874>
- Luo, J., Zheng, C., Yin, J., & Teo, H. (2025). Design and assessment of AI-based learning tools in higher education: a systematic review. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 22. <https://doi.org/10.1186/s41239-025-00540-2>
- Mandad, L. (2026). The Role of Artificial Intelligence in Evidence Gathering for International Criminal Trials: Opportunities, Challenges, and Legal Frameworks. *International Journal For Multidisciplinary Research*. <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2026.v08i03.78423>
- Marrin, S. (2011). *Improving intelligence analysis: Bridging the gap between scholarship and practice*. Routledge.
- Mlinac, N. (2025). Hybrid Intelligence as a Carrier of Disinformation and Hybrid Threats in Cyberspace. *National Security and the Future*, 26 (1), 65-98. <https://doi.org/10.37458/nstf.26.1.2>
- Obermeyer, Z., & Emanuel, E. J. (2016). Predicting the future - big data, machine learning, and clinical medicine. *New England Journal of Medicine*, 375(13), 1216–1219. <https://doi.org/10.1056/NEJMp1606181>
- O'Brien, S. P. (2010). Crisis early warning and decision support: Contemporary approaches and thoughts on future research. *International Studies Review*, 12(1), 87–104. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2486.2009.00914.x>
- Pasquale, F. (2015). *The black box society: The secret algorithms that control money and information*. Harvard University Press.
- Pastor-Galindo, J., Nespoli, P., Gómez Mármol, F., & Martínez Pérez, G. (2020). The Not Yet Exploited Goldmine of OSINT: Opportunities, Open Challenges and Future Trends. *IEEE Access*, 8, 10282–10304. <https://doi.org/10.1109/access.2020.2965257>
- Perez, C., & Germon, R. (2016). Graph Creation and Analysis for Linking Actors: Application to Social Data. <https://doi.org/10.1016/b978-0-12-802916-9.00007-5>
- Pérez-López, R., Laleh, G. N., Mahmood, F., & Kather, J. (2024). A guide to artificial intelligence for cancer researchers. *Nature Reviews Cancer*, 24, 427– 441. <https://doi.org/10.1038/s41568-024-00694-7>
- Power, M. (1997). *The audit society: Rituals of verification*. Oxford University Press.
- Provost, F., & Fawcett, T. (2001). Robust classification for imprecise environments. *Machine Learning*, 42(3), 203–231. <https://doi.org/10.1023/A:1007601015854>
- Provost, F., & Fawcett, T. (2013). *Data science for business*. O'Reilly Media.
- Raji, I. D., & Buolamwini, J. (2019). Actionable auditing: Investigating the impact of publicly naming biased performance results of commercial AI products. *Proceedings of the 2019 AAAI/ACM Conference on AI, Ethics, and Society*, 429–435. <https://doi.org/10.1145/3306618.3314244>
- Raji, I. D., Smart, A., White, R. N., Mitchell, M., Gebru, T., Hutchinson, B., Smith-Loud, J., Theron, D., & Barnes, P. (2020). Closing the AI accountability gap: Defining an end-to-end framework for internal algorithmic auditing. *Proceedings of the 2020 Conference on Fairness, Accountability, and Transparency*, 33–44. <https://doi.org/10.1145/3351095.3372873>

- Sambasivan, N., Kapania, S., Highfill, H., Akrong, D., Paritosh, P., & Aroyo, L. M. (2021). "Everyone wants to do the model work, not the data work": Data cascades in high-stakes AI. *Proceedings of the 2021 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, Article 39. <https://doi.org/10.1145/3411764.3445518>
- Samek, W., Wiegand, T., & Müller, K.-R. (2017). Explainable artificial intelligence: Understanding, visualizing and interpreting deep learning models. *arXiv preprint*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.1708.08296>
- Sap, M., Card, D., Gabriel, S., Choi, Y., & Smith, N. A. (2019). The risk of racial bias in hate speech detection. *Proceedings of the 57th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics*, 1668–1678. <https://doi.org/10.18653/v1/P19-1163>
- Schmitt, M. N. (Ed.). (2017). *Tallinn manual 2.0 on the international law applicable to cyber operations*. Cambridge University Press.
- Silverman, C. (Ed.). (2014). *Verification handbook: A definitive guide to verifying digital content for emergency coverage*. European Journalism Centre.
- Singer, P. W., & Brooking, E. T. (2018). *LikeWar: The weaponization of social media*. Houghton Mifflin Harcourt.
- Skitka, L. J., Mosier, K. L., & Burdick, M. (1999). Does automation bias decision-making? *International Journal of Human-Computer Studies*, 51(5), 991–1006. <https://doi.org/10.1006/ijhc.1999.0252>
- Skopik, F., Akhras, B., Woisetschläger, E., Andresel, M., Wurzenberger, M., & Landauer, M. (2024). On the Application of Natural Language Processing for Advanced OSINT Analysis in Cyber Defence. *Proceedings of the 19th International Conference on Availability, Reliability and Security*. <https://doi.org/10.1145/3664476.3670899>
- Sun, Q., Luo, J., Tang, Y., Zhang, K., & Xu, J. (2025). Open-Source Intelligence Decision-Making and Analysis Method Based on Large Language Models (LLMs). *2025 37th Chinese Control and Decision Conference (CCDC)*, 846–851. <https://doi.org/10.1109/ccdc65474.2025.11090179>
- Taban, M. H., & Aydilek, E. (2023). Dijital Çağda İstihbarat Analizi. *İstihbarat Çalışmaları ve Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 39–67. <https://izlik.org/JA44TW23GF>
- Tetlock, P. E., & Gardner, D. (2015). *Superforecasting: The art and science of prediction*. Crown Publishers.
- Tolosana, R., Vera-Rodriguez, R., Fierrez, J., Morales, A., & Ortega-Garcia, J. (2020). Deepfakes and beyond: A survey of face manipulation and fake detection. *Information Fusion*, 64, 131–148. <https://doi.org/10.1016/j.inffus.2020.06.014>
- Toniolo, A., Cerutti, F., Norman, T., Oren, N., Allen, J., Srivastava, M., & Sullivan, P. (2022). Human-machine collaboration in intelligence analysis: An expert evaluation. *Intell. Syst. Appl.*, 17, 200151. <https://doi.org/10.1016/j.iswa.2022.200151>
- Tuğlu Dur, D., & Ata, A. Y. (2025). Küreselleşmeden Dijitalleşmeye Egemenlik Sorunsalı. *Muhafazakar Düşünce Dergisi*, 21(68- Yeni Dünya Yeni Düzen: Küresel Sistemin Geleceğinde Türkiye), 108–124. <https://izlik.org/JA37HN99BW>
- Uralov, J., & Ruzmetov, A. A. (2025). Osint Analysis Through Geolocation and Imagery: Practical Approaches. *2025 IEEE 26th International Conference of Young Professionals in Electron Devices and Materials (EDM)*, 2150–2153. <https://doi.org/10.1109/edm65517.2025.11096692>
- Van Puyvelde, D., & Tabárez Rienzi, F. (2025). The rise of open-source intelligence. *European Journal of International Security*. <https://doi.org/10.1017/eis.2024.61>
- Veale, M., & Zuiderveen Borgesius, F. (2021). Demystifying the draft EU Artificial Intelligence Act. *Computer Law Review International*, 22(4), 97–112. <https://doi.org/10.9785/crl-2021-220402>
- Woolley, S. C., & Howard, P. N. (Eds.). (2018). *Computational propaganda: Political parties, politicians,*

and political manipulation on social media. Oxford University Press.

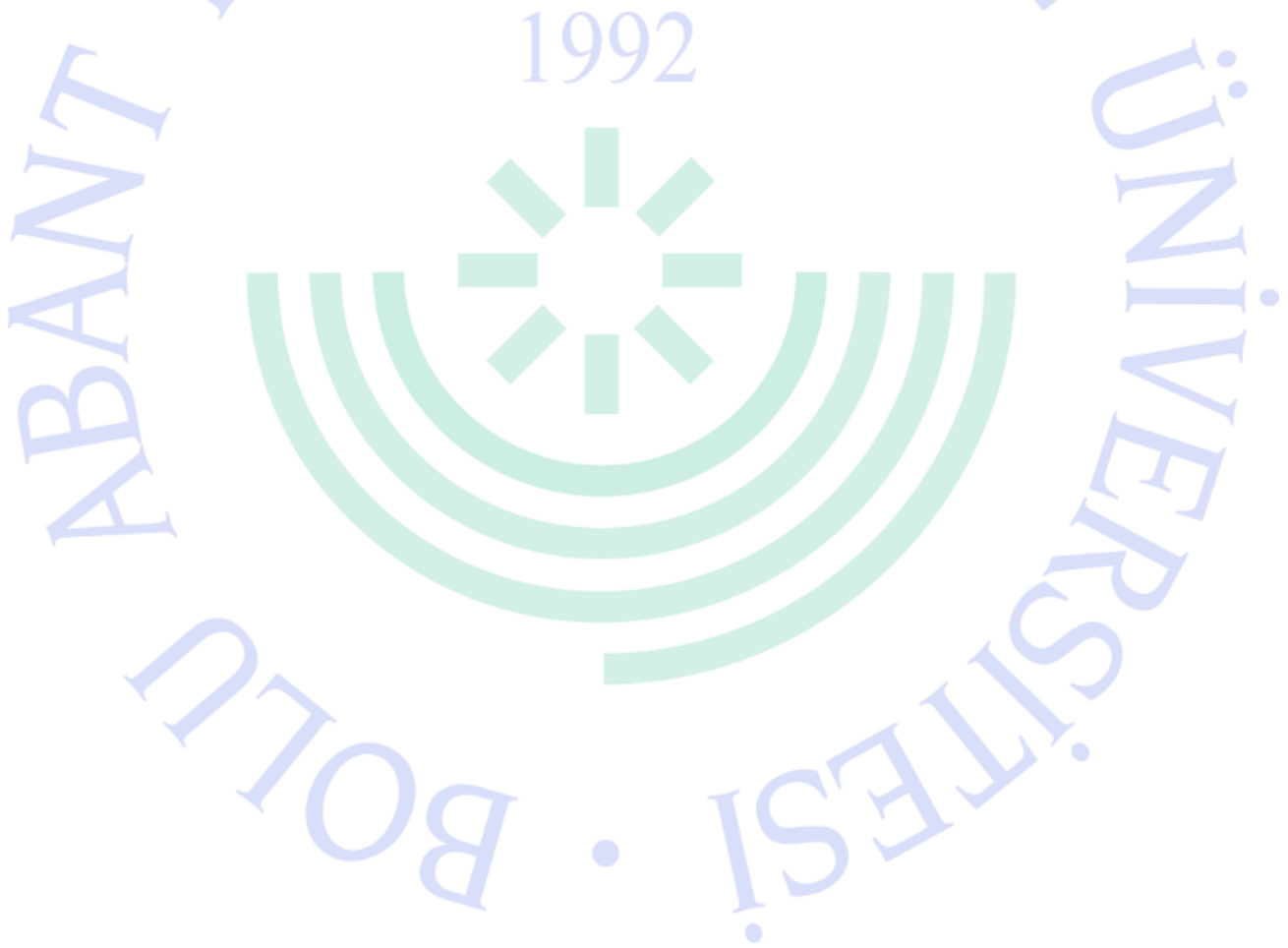
Yadav, A., Kumar, A. & Singh, V. (2023). Open-source intelligence: a comprehensive review of the current state, applications and future perspectives in cyber security. *Artif Intell Rev* 56, 12407–12438. <https://doi.org/10.1007/s10462-023-10454-y>

Zeng, D., Chen, H., Lusch, R., & Li, S.-H. (2010). Social media analytics and intelligence. *IEEE Intelligent Systems*, 25(6), 13–16. <https://doi.org/10.1109/MIS.2010.151>

Zhang, J., & Zhang, Z.-M. (2023). Ethics and governance of trustworthy medical artificial intelligence. *BMC Medical Informatics and Decision Making*, 23. <https://doi.org/10.1186/s12911-023-02103-9>

Zhang, J., Lu, J., & Tang, X. (2024). Two-stage GNN-based fraud detection with camouflage identification and enhanced semantics aggregation. *Neurocomputing*, 570, 127108. <https://doi.org/10.1016/j.neucom.2023.127108>

Zuboff, S. (2019). The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power. PublicAffairs.





BAİBÜİLEF-İG
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Günleri
Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication Communication Days



15.09.2026

Medya Gerçekliği ve Gelecek Gerçekliklerin Bilişsel İnşası, Sosyal Uygulamanın Medyal Niteliği Hakkında

Media Reality and the Cognitive Construction of Future Realities, About the Mediality Character of Social Practice

Thomas A. BAUER¹

Geliş Tarihi (Received): 07.07.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 08.02.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Özet: Tüm kültürlerde iletişim, yalnızca sistemler olarak medyaya değil, medyallik modeli çerçevesinde kavranmakta; medyanın temel işlevinin sosyal veya toplumsal pratiği yapılandırmak olduğu düşünülmektedir. Başka bir ifadeyle, medyayı nerede ve nasıl algılasak algılayalım, onları iletişimsel performans fikriyle ilişkilendiririz. Medya, yalnızca iletişimin gerçekleşmesini sağlayan araçlar değil, aynı zamanda iletişimin biçimlerini, sınırlarını ve kavramsal modellerini oluşturan yapılardır. İletişim çoğunlukla sosyal ve toplumsal anlayışın kültürel bir oluşumu olarak değerlendirilirken, medya; yazıdan dijital ve algoritmik olarak çalışan sistemlere kadar uzanan geniş bir yapı içerisinde öncelikle teknik ve teknolojik özellikleri açısından kavranmaktadır. Bu kavramsal imgeler, gündelik pratiklerde somut karşılıklar bulmakta ve medya tanımları büyük ölçüde pratik aklın mantığını izlemektedir: iletişimsel amaçları gerçekleştirebilecek işlevsel ve yapısal bir sisteme sahip olmak. Bu doğrultuda medya, belirli pratik amaçlar doğrultusunda geliştirilmiş ve kullanılmıştır. Yazı ve ondan türeyen çeşitli biçimler, bireysel veya özel koşullardan bağımsız olarak deneyim, bilgi ve gerçeklik hakkında iletişim kurulmasını sağlarken; aynı zamanda bireysel ve özel koşulların önceden korunmuş, kaydedilmiş ve aktarılmış bilgiler karşısında değerlendirilmesine ve konumlandırılmasına hizmet etmektedir. Bu nedenle yazı ve genel olarak medya, yalnızca bilgi aktarım araçları değil, dünya ve gerçeklik hakkındaki bilgi ve deneyimleri toplumsallaştıran, sosyalleştiren ve kültürel dolaşıma sokan temel iletişimsel yapılardır. Günümüzde bu işlevler, dijitalleşme ve algoritmik sistemlerin gelişimiyle birlikte yeni biçimler kazanarak devam etmektedir.

Anahtar Kelimeler: İletişim, medya, kültürel oluşum, toplumsal pratik, teknik yapılar

&

Abstract: In all cultures, communication is conceived according to the pattern of its mediality, rather than merely through the understanding of media as systems whose primary function is to structure social or societal practice. Put differently, wherever and however media are perceived, they are associated with the idea of communicative performance and with the ways in which communication is organized, experienced, and reproduced. Media, therefore, do not simply facilitate communication; they also constitute conceptual models of and for communication, shaping the forms through which meanings, experiences, and knowledge become communicable. While communication is generally understood as a cultural formation of social and societal understanding, media—from writing to digitally and algorithmically operating systems—are initially conceived in terms of their technical and technological structures. These conceptual images correspond closely to everyday practices, as definitions of media largely follow the logic of practical reason: having a functional and structural system capable of performing specific communicative purposes. Media have consequently been developed and employed to address practical needs. Writing, and the various formats derived from it, makes communication about experience, knowledge, and reality less dependent on individual or specific circumstances, while also enabling individual and particular experiences to be assessed and situated in relation to previously preserved, recorded, and transmitted knowledge. In this sense, writing—and media more generally—do more than transmit information; they communalize and socialize knowledge and experiences of the world and reality, allowing them to circulate across individuals, contexts, and generations. Today, these functions continue to evolve through digitalization and increasingly algorithmic forms of media.

Keywords: Communication, media, cultural formation, societal practice, technical structures

Atıf/Cite as Bauer, T. A. (2026). *Media Reality and the Cognitive Construction of Future Realities*. BAİBÜİLEF-İG 2026, BAİBÜ, Bolu.

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Prof. Dr. Vienna University, Department of Communication, e-mail: thomas.bauer@inivie.ac.at ORCID: 00 0000-0003-0318-539X

1. Long Overdue Theoretical Paradigm Shift

The general media situation now – deconstruction of systems, erosion of professionalism, confusion of authority, individualization of editorial appropriation of alleged reality - makes the fundamental fragility of the theoretical orientation towards media as structural connections clear. Theories are challenged to delve deeper, to understand and explain the changes of the surface. Precisely because of these efforts to establish order, differences become recognizable and distinctions become both useful and burdensome in the face of increasing complexity. This indicates that communication, as the performance pattern of media, is relevant not only wherever differences are perceived, but also wherever distinctions are rendered meaningful in the construction of reality. It might make sense to think the ground-model of media as anthropologically comprehensible - would call it – “generative mediality” of mankind’s sociability (Bauer 1980, 2014, Ricoeur 1976, Kamper /Wulf, Kamper 1982, Kamper 1984, Kamper 1986, Flusser 1998)

In this sense, every surface medial pattern of communication constitutes social practice, both in the interest of reducing complexity (Luhmann 1995) and in the interest of enriching complexity (Schmidt 2007). From a superficial perspective, one might trace the development of media from writing to algorithmically structured systems and ask whether writing represents a model of complexity enrichment, while algorithmic systems - precisely because of structural, cultural, social, and technological overload - represent a model of reduction of complexity (Luhmann 1995).

Whereas writing and other forms of the mediatization of knowledge and experience seek, enable, and preserve increasingly complex references, AI tools tend to reproduce these references within mathematically coded patterns of repetition, resemblance, and plagiarism. They multiply them monotonously because, by virtue of their technological coding, they can at best provide more of the same. This constitutes the pleasant surprise of using ChatGPT: it offers solutions that trigger a sense of *déjà vu*, not only because of their speed, but because of their logic. They do not contradict; rather, they confirm what is already generally known, bring forgotten insights back to memory, and validate what was previously only anticipated (Stehr 2026). And the more they are used, the more they adapt to the mentality, interests, and preferences of the user. Decisions are delegated to the media apparatus. Complexity is reduced in terms of saving time, relieving the user from intervening - or perhaps undesirable - criteria, and, above all, from responsibility for what ought to be considered or reflected upon.

All these philosophical and anthropological implications of the logical metaphorization of communication and media make it necessary to probe more deeply into the concepts of communication and media commonly employed in communication and media studies and, precisely because of their praxeological significance, to anchor them more fundamentally and more thoroughly than merely at the levels of technical logic, managerial logic, or systems logic. Related to the management of complexity algorithmic processes promote effects such as agency is delegated, competence is outsourced, responsibility is weakened (Luhmann 2007)

2. Generative Mediality as the Culturally Inherent Momentum of Media Change

To explain this, it needs a cultural-anthropological approach of the mode of appropriation of reality. The terms perception, observation and exchange are the paradigmatic concepts involved (Mitterer 2001, Schmidt 2007). Every act of perception is observed and assessed according to its socio-contextual frame, its utility, its aesthetic qualities, and its ethical implications (Edmair 1963). These dimensions form the cultural filter (gate) through which perceptions are classified (kept) as relevant or irrelevant. How something is observed is conditioned by interests, cultural norms, and anticipated consequences. Utility, aesthetics, and ethics are mutually referential and functionally interconnected within culture (Bauer 2014). Following that description, communication might be understood as a concept of observation: observing myself while observing others how they might observe what I choose to observe. The object of communication-interested observation is not the (observation, meaning,

interest) of the other but me-myself changing the character of my observation (leaving or keeping, defending or changing). What I think to know then is, how (!) I know what I think to know (Schmidt 2007)

So, why do we think media has to do with communication? What is the logical momentum to insinuate the mediality of communication and the communicability of media? As social scientists we logically and epistemologically do not observe an object called communication, but we analyze and we reflect on what and on how we observe or think communication (Bauer 2014). The term does not depict an object but objectivizes what we observe or how we metaphorize the observation that we, as humans, share in metaphors of description what we observe “in order to” socialize our interpretations, thus creating or constructing reality. In that way communication is the fundamental resource of socially and societally trans-mediated construction of relevance.

Why do media as a tool, system or technical device in and for practice? The cultural-anthropological perception has an answer: because “the media” structurally reflect and technically order and organize what has anyway been anthropo- and socio-culturally established: the media-character, better: the mediality of communication, society, and reality as a generative momentum of social construction of eality. “The media” understood in frames of media anthropology - as the organizational and technical embodiment of the human-typical resource for social interaction (Baitello 2010, Baitello 2012). Talking here about an anthropologically founded condition of social construction of world and reality (Berger-Luckmann 1966, Baudrillard 1994, Bauer 2014) means to remind communicologists and media scientists of the anthropological paradigm that connects the metaphor of media to that of communication and the metaphor of communication to that of media. The metaphors describe each other reciprocally (Bauer 2014). That could be the theoretically superficial and technological legitimation to interpret communication as a function of media and media as a source of communication – normatively, empirically and pragmatically.

As we as humans need to maintain this for our daily orientation and to reduce the complexity, human intelligence developed systems – media-similar structures like artificially built character systems by which expectations, functions, techniques (creating, simulating, imitating, showing, naming, sharing, saving) could be set as permanent. Language is in that sense one of the first grammatically organized, upon syntax, semantics, and pragmatics quasi coordinated and more-or-less-binding systems that enable us to socialize individual perspectives, experiences and observations of reality by nomination, definition and determination. While the social character of spoken language still is situational, open for arbitrary and generally free use and individually spontaneous meaning, writing is permanent description of reality. The invention of writing transformed familial forms of social organization. Law, power, and proof became detached from the person and increasingly embedded in symbolic systems. Authority shifted from personal relationships to systemic structures, thereby enabling the emergence of institutional power and social elites. Vilém Flusser (1998), who dared to define communication as an artificial technique of human by which humans worry about making themselves forgetting the finiteness of life, has also interpreted the cultural role of medial technique: With the invention of writing and later technical images, law, authority, and the power of evidence became independent of personal presence and were delegated to symbolic systems. Power became systemic rather than personal, thereby fostering the emergence of elites.

We realize and we feel challenged to explain the increasing speed, as well what means the media change to the society – from analog to digital, from digital to algorithmic, from a common to an individual use of media, while we are already expecting its automatized generation and its artificial creation of technological intelligence. Because any knowledge is available to anyone, the traditional roles of distribution of knowledge get questioned. And connected to that the entire structure of society and the associated distribution of functions, positions, interpretative power and responsibility must be restructured. This is what communication science challenges, especially in its epistemology: how do we think communication and why do we think it as we do?

We assume that the cultural, structural, and technical qualities of communication are reflected in media and in the use of media. As scholars, we must be aware that even this combination or equation of the qualities and characteristics of communication and media is not based on objective facts, but on interpretation: we interpret media in terms of their communicative performance, and we interpret communication in terms of its capacity for connection and mediation.

We think media and communication are logically connected to each other. Yes, they are - but not by themselves, they are in this relation, because we think it like that. And as we think it like that, we practice our communication in relation to media as we practice the use of media in relation to communication. We are thinking this relation in the paradigm of action: way say: we do communication, we do the media always, "in order to" - means with the interest of an effect. To create an effect, we think, demands action.

What if we would think of communication as another model? What about observation and awareness instead of action? Would we think communication in a paradigm of observation – understanding our social relation in the way as we observe each other – we would not prefer a paradigm "action" for effect, but we would give priority to understanding – what means: finding ourselves in the interest of any other, finding the other as a part of myself perception. Then, you see, we would not give priority to technological solutions, but maybe to socio-psycho-logical ones, or at least: more care for sociability and communicative culture. Maybe we confuse function with status, we confuse effect and impact with success, and responsibility with power.

How ever, the complex situation makes clear: as social scientists we have to realize, that the common theoretical concepts are too close, too much dominated by the interests of functional order, of civil, of social elites, not enough in empathy with what all of us, all men stresses: the sense of live and what it means that we are as we are and do as we do. This question is not just an abstract philosophical one but stresses the quality and the meaning of social communication within and beyond its medialization or mediatization. The pressure of comparison and performance directs our attention to feasibility and functionality of what we are teaching and researching. It should not happen to the costs of spirit and sense. I am sure, we all know, that the challenges and chances of media change, especially its next steps to an environment of artificially intelligently developed and offered solutions in all spheres of sociality, of organization, and of strategies in politics, economy, social and civil management, health care, environment, education and science, and transnational connections – all those phenomena challenge ultimately the human intelligence of distinction, the human competence of self in relation to otherness, the human destination of what it means to be and of what it makes worth to be. This approach takes a closer look at the existential and fundamental value of communication and media practice.

3. The Qualitative Logic of the Concept of Media

All knowledge justifies its relevance through its epistemological paradigm. Paradigms may be changed as they are motifs of interest in observation. They are not dogmatized. They must be changed when it is recognized that they shorten, flatten or obscure the definition of what should be determined. In the general understanding of social and societal practice, media are conceived as the systems and spheres within and through which human social practice takes place: organization, management, and communication. To preserve social practice beyond the immediacy of events, occurrences, and observations, making it available independently of time and situation, digital systems are required, such as writing, musical notation, and other sign systems. These systems not only preserve events but also make it possible to resume or even anticipate possible occurrences, practices, and experiences (Latzer 2022). Through their own principles of order - syntax, grammar, technology, and rules of designation in dance, music, photography, or film – digital systems represent the analog image of reality constituted through experience, observation, interpretation, and meaning. Digital systems outlast the moment of factuality, that is, the reality of events, and by virtue of this characteristic they constitute authentically medial images of interpretive reality. In this sense, they are not events themselves, but histories encoded in systems of signs, narratives of world and reality.

Yet these systems may be employed to revive and simulate world and reality linguistically, technologically, and artificially – to render them thinkable and memorable, to maintain their relevance for new situations, and to actualize them under changed conditions. The value of digitality thus resides in its temporally and situationally independent mediality. From writing to algorithms, a long arc stretches across millennia through diverse patterns and formats of mediatization and medialization of social practice (Krotz 2008).

In that description we think media and communication as qualities of observation instead of models of acting or transacting: both are descriptions of how (!) we observe, not just what we observe. What we are experiencing today is not only a structural transformation of media, but a transformation of the cultural paradigms of communication itself. We are confronted with a break in the description, appropriation and construction of reality - comparable to the invention of writing. The art of writing has at that time changed the intelligence of construction and the constructs of reality in all fields of social models of determination of relevance. Reality, fixed in its description, has become a factor of power of and for educated elites. Not necessary to mention that the option to get educated was a question of possessions and wealth.

4. Media Change

Nevertheless, it appears that only since the second half of the twentieth century have digitalization and algorithmizing introduced a new level of mediatization (Latzer 2022). We live in a media society, a social formation that, in our own interest and through our own observations, increasingly manifests itself as individualized through structures of media-based communication and communication-generating media use (Bauer 2017). This development unsettles established expectations of order and confidence in institutions, because we assume that, despite all distinctions and particularities, socially defined individuals are mutually dependent and socially responsible for one another.

Getting aware of the radical media change – structurally and culturally, we might have to rethink our theoretical models and, maybe, to think them in the interest of their qualities, and not just in the interest of their functions. Quality of communication is not the function of media, but the to-be-meant-character of media, mediality is not the function of communication, but the intrinsic character of communication.

Some societies are guided by traditions of the family model, emphasizing responsibility for one another in terms of shared interests; others are structured around social milieus, stressing mutual responsibility within common interests. Under conditions of media-mediated and increasingly contingent forms of belonging, however, traditional paradigms of social integration are largely suspended (Taylor 2002). Yet the anthropological and existential insight remains that the individual discovers himself or herself only through the perception of being related to another. Every act of self-understanding presupposes reference to a possible other. This applies not only to personal identity but equally to the identities of cultures, religions, and other interpretive claims concerning world and reality. Differences are natural; distinctions are cultural. Only based on distinctions do recognizable patterns of community emerge (Schmidt 2007). The epistemic logic of distinction - following the reality as something that is as we observe what we think to be observable – is not what is the object of observation, but what is the interest of the observation of what is observed. The distinction happens on second level – and that is the reason why it is culturally qualitative. Any scientific definition, done as an observation on a second level upon a reality of observation, can be understood as a qualification of a first-level observation. So, all the definitions and concepts of communication, media, society, etc., differ epistemologically because of the quality of observation (Bauer 2014, Bauer 2024). The difference does not gain relevance as a structural feature of the presumed object, but it designs reality in the context of a cultural-qualitative distinction by critical observation of a first (maybe naive) observation. Let's take this as a crucial point of the logical quality of any scientific or epistemic description of media related to communication and society and of communication as a character of mediated social and societal practice (Bauer 2014, Schmidt 2007, Glasersfeld 1987)

This complex condition of observing and describing human existence is expressed through figurative concepts. Such concepts are necessarily open and vague because they point semantically far beyond themselves, while at the same time they remain too narrow to incorporate the full range of experiences, assumptions, and possibilities through which reality, knowledge, and belief are appropriated. Communication is one such figurative concept. It is a comprehensive metaphor (Bauer 2014) – an analog mode of describing observation, experience, and anticipation – within which corresponding norms, values, criteria, and exclusions are embedded.

Communication – and likewise such metaphorical concepts (Hepp 2011) as society, media, education, the public sphere, economy, and politics constitutes an observation-logical metaphor through which interpretive realities are constructed and shared, exchanged, accepted, rejected, and understood to achieve possible forms of socially binding interpretations of reality. Relationships experienced analogically through gestures and lived practices are encoded into language, symbolic systems, and sign structures to preserve them independently of events and observations. In this way, human beings are capable to render possible experiences and observations available retrospectively and prospectively through language and speech. Reality becomes observable and experienceable before and after events – it becomes constructed.

Analogically, realities are rendered through resemblance – in language, music, and dance -whereas digitally they are stabilized through classifications, categories, and codes embodied in sign systems and writing. Thus, we create a common world based on our mutual acknowledgment that world and reality are analogically conceivable and therefore possible and real. At the same time, we establish a shared world of experience-independent designations, through which we distinguish and make distinguishable those understandings of world that we intend to maintain as valid and communicatively relevant.

Media landscapes are undergoing structural, social, and cultural transformations shaped by economic, political, and ideological interests. Technology itself has become a field of power, competition, profit, dominance, distinction, and elite formation. These criteria are prioritized by social, economic, and political elites to such an extent that one must ask what remains of the human being, with all his or her expectations, hopes, and aspirations toward dignity, authenticity, responsibility, and individual competence.

In this situation of growing uncertainty regarding the distribution of challenges and opportunities, access and responsibility, knowledge and awareness, science is called upon to provide orientation. Its task is to offer a compass which, amidst the forces of technology, power, and capital, proposes a humanly conscious and ecologically sustainable framework of meaning, grounded in theoretical reflection and nourished by the resources of critical and creative consciousness

5. Changing Models of Sociability

If we look at this historically, we can see media transformations intervene in the social order of society. The invention of writing, for instance, was not just a tool - it was a structural and cultural intervention from an intuitive description of reality to an organized appropriation. And it was bound to elites. Those who controlled writing, controlled relevance - and thus the construction of social reality. And today, *mutatis mutandis*, we observe something similar: the construction of relevance and reality is again concentrated - this time in technological and economic systems, moreover in the hands of polit-economical elites.

So, if we then handover the rights, the liberty, and the authority of thinking to the systems of algorithmic orders – since we feel it relieves us from many organizational decisions and steps to organize, whatever we want to create – then we conduct the interests and perspectives of thinking – co-constructing the reality of those who are able to invest their understanding of reality into processes of their models of intelligence.

Concluding: our fate is as we think / As we think the world was constructible as we use media and technology, then our fate is the mediality and technology of realizing the world by uncustomed models of distinction

between truth and lie, between reality and actuality, between fact and fake, between trust and distrust, etc. all communicative figures of the social construction of reality, so to say: the mediality of reality changes the reality of mediality – and its values as truth, trust, responsibility.

To describe the idea that should be stressed: connecting to the critical mention of the technology of writing. From a theory-historical perspective, we can identify four structural transformations (Goody 1986, Ong 1982)

1. externalization of knowledge: Generating and archiving knowledge becomes a function of representation.
2. abstraction of thinking: thinking is becoming abstract, maybe decontextualized or just contextualized in mathematical frames, what negates the determining value of context of perception and knowledge (Brus 1982),
3. institutionalization of power: writing as a capacity of educational elite becomes societal power.
4. decoupling communication: as the construction of reality - from concrete situations to abstract models of (similar) situations.

As these transformations have already taken place with writing, they might be a model of understanding what might happen now in digital- and AI environments, even intensified:

- knowledge is not only stored, but algorithmically processed,
- reality appears in simulations and models,
- power shifts to platforms and infrastructures,
- communication detaches from human presence to timeless archives.

Of course, societies always are understood in relation to their cultural communication character and their inherently thought values of trust, responsibility, reliability, obligation. The models of sociability are differently described. Somehow between community and society (Tönnies 1957) there are other criteria relevant, such as the intrinsic or extrinsic character of communicative bonding. So, it makes sense to distinguish between family, milieu, and next-to-next societies (Taylor 2002). Even if – and especially while - the (technological) organization mediates social and societal communication (as the social practice in all social eco-systems) increasingly in mode of sourcing out and abstracting organizational complexity, the socio-psychical and socio-human complexity remains or even comes to the fore. That might be the special challenge of digitization and algorithmizing: now we are forced to take care of truth confronted with fake of trust confronted with dizziness, of resilience confronted with fatigue of critical interest in reality.

References

- Baitello Junior, Norval (2010): *A serpente, a maçã e o holograma: Esboços para uma teoria da mídia*. São Paulo: Paulus, 2010.
- Baitello Junior, Norval (2012): *O pensamento sentado: Sobre glúteos, cadeiras e imagens*. São Leopoldo: Editora Unisinos
- Baudrillard, Jean. *Simulacra and Simulation*. Translated by Sheila Faria Glaser. (1994): Ann Arbor: University of Michigan - Press
- Bauer, Thomas A. (2014): *Kommunikation wissenschaftlich denken. Perspektiven einer kontextuellen Theorie gesellschaftlicher Verständigung*. Wien: Böhlau
- Bauer, Thomas A. (2017): *Werden und Wandel der Mediengesellschaft*. IN: Peter Growin / Nana Walzer (eds.): *Die Evolution der Menschlichkeit. Wege zur Gesellschaft von morgen*. Wien: Braumüller, p. 117-136
- Bauer, Thomas A. (2025): *Media Society: Challenges and Chances of Sociability*. IN: Kien, P.V., Duc, D.A., Hang, N.T.T. & Nga, N.K. (Eds.), *Digital Convergence in Media. Vietnam and Transnational Perspectives. Vietnam Politics and Economics*, Vol. 8, Chapter 21 Baden-Baden: Nomos.

- Berger, Peter L./ Luckman, Thomas (1966): The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge. Garden City, NY: Doubleday
- Brus, Otto (1982): Kontext. Über den Zusammenhang von Sprache und Wirklichkeit. Wien: Böhlau.
- Freire, Paulo (1970): Pedagogy of the Oppressed. New York: Continuum
- Gadamer, Hans-Georg (2010): Truth and Method. 2nd revised edition. Translation revised by Joel Weinsheimer and Donald G. Marshall. London/New York: Continuum.
- Giddens, Anthony (1990): The Consequences of Modernity. Stanford: University Press
- Glaserfeld, Ernst von (1987): Wissen, Sprache und Wirklichkeit. Braunschweig-Wiesbaden: Vieweg.
- Goody, Jack (1986): The Logic of Writing and the Organization of Society. Cambridge University Press
- Hepp, Andreas (2011): Medienkultur. Die Kultur mediatisierter Welten. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften
- Kamper, Dietmar, and Christoph Wulf (eds.) (1982): Die Wiederkehr des Körpers. Frankfurt am Main: Suhrkamp
- Kamper, Dietmar, and Christoph Wulf (eds.) 1984) Das Schwinden der Sinne. Frankfurt am Main: Suhrkamp
- Kamper, Dietmar. Zur Soziologie der Imagination (1986): München/Wien: Carl Hanser Verlag
- Krotz, Friedrich (2001): Die Mediatisierung kommunikativen Handelns. Der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag
- Latzer, Michael (2022): The Digital Trinity - Controllable Human Evolution. Implicit Everyday Religion. Characteristics of the Socio-Technical Transformation of Digitalization. IN: KZfSS Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Volume 74, p. 331–354
- Luhmann, Niklas (1995): Social Systems. Standford, C.A: Standford University Press
- Morin, Edgar (2001): Les sept savoir nécessaires à l'éducation du futur. Paris: UNESCO.
- Mitterer, Josef (2001): Die Flucht aus der Beliebigkeit. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch
- Ong, Walter J. (1982): Orality and Literacy: The Technologizing of the Word. London: Methuen
- Ricœur, Paul (1976): Interpretation Theory: Discourse and the Surplus of Meaning. Texas: Christian University Press.
- Schmidt, Siegfried J. (2007): Observation Management: On the Definitiveness of Provisionality. *supposé*
- Schmidt, Siegfried J. (2007): Histories & Discourses: Rewriting Constructivism. Translated by W.K. Köck und R.K. Köck. Exeter: Imprint Academic
- Stehr, Nico (2026): Die von uns geschaffene Welt: Klima Demokratie und Wissen. Berlin: Springer
- Taylor, Charles (2002): die Formen des Religiösen in der Gegenwart. Frankfurt am Main: Suhrkamp
- Tönnies, Ferdinand (1957): Community and Society. Translated and edited by Charles P. Loomis. East Lansing: Michigan State University Press



Sosyal Medyada Yaşlı Bireylerin Evlilik Arayışı: Facebook Gruplarında Temsil, Yalnızlık ve Aidiyet

Older Adults Search for Marriage on Social Media: Representation, Loneliness and Belonging in Facebook Groups

Fatma BULGAN¹ Selman Selim AKYÜZ²

Geliş Tarihi (Received): 06.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 06.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Öz: Bu çalışma, Facebook platformunda faaliyet gösteren 40-50-60 Tanışma ve Evlilik Grubu'nda paylaşılan evlenme temalı gönderileri ele alarak, ileri yaş döneminde evlilik ve hayat arkadaşlığı arayışının Facebook uygulamasının ortamında nasıl temsil edildiğini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma, 22-24 Ocak 2026 tarihleri arasında paylaşılan toplam 46 gönderinin nitel içerik analizi ve netnografi yöntemiyle ele alınmıştır. Bulgular, paylaşımların büyük ölçüde hayat arkadaşlığı ve evlilik arayışı etrafında yoğunlaştığını göstermektedir. Erkek kullanıcıların gönderilerinde ekonomik güvence ve gelecek planlaması vurgusu daha belirgin iken, kadın kullanıcıların daha kısa ve temkinli ifadeler kullandığı tespit edilmiştir. Yalnızlık ve duygusal ihtiyaç temaları doğrudan kırılabilirlik söylemi yerine ciddiye ve uzun vadeli birliktelik vurguları üzerinden dolaylı biçimde ifade edilmektedir. Çalışma, sosyal medyanın ileri yaş döneminde yalnızca iletişimsel bir araç değil; kimlik sunumu, özneleşme ve ilişki kurma pratiğinin gerçekleştiği bir temsil alanı olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda araştırma, dijital medyada ileri yaş temsiline ve geç yaşam döneminde romantik ilişki arayışının söylemsel boyutuna katkı sunmaktadır.

Anahtar kelimeler: Dijital yaşlanma, sosyal medya, temsil, evlilik arayışı, netnografi, ileri yaş bireyler

&

Abstract: This study aims to examine how the search for marriage and companionship in later life is represented in digital environments through marriage-themed posts shared in the Facebook group "40-50-60 Tanışma ve Evlilik Grubu." The research is based on a qualitative content analysis and netnographic examination of 46 posts shared between 22-24 January 2026. The findings indicate that the majority of posts are centered on the search for companionship and long-term commitment. While male users more frequently emphasize economic security and future planning, female users tend to use shorter and more cautious expressions. Themes of loneliness and emotional need are articulated indirectly through references to seriousness and long-term partnership rather than explicit vulnerability. The study demonstrates that social media functions not only as a communication tool for older adults but also as a representational space where identity presentation, subject formation, and relationship-seeking practices are performed. In this regard, the research contributes to the literature on digital representations of later life and the discursive construction of romantic relationship-seeking in older adulthood.

Keywords: Digital aging, social media, representation, marriage-seeking, netnography, older adults

Atıf/Cite as Bulgan, F., & Akyüz, S. S. (2026). *Older Adults' Search for Marriage on Social Media: Representation, Loneliness and Belonging in Facebook Groups*. BAİBÜİLEF-İĞ 2026, BAİBÜ, Bolu.

İntihal-Plagiarizm/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, e-posta: fatmabulgan2001@gmail.com, ORCID: 0009-0009-8530-4014

² Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, e-posta: selmanakyuz@selcuk.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0932-7897

Giriş

Medya çalışmalarında temsil, toplumsal gerçekliğin edilgen bir yansıması olarak değil; kültürel ve ideolojik bağlamlar içerisinde üretilen ve yeniden kurulan bir anlamlandırma süreci olarak ele alınmaktadır. Dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte bu temsil süreçleri yalnızca geleneksel medya metinleri üzerinden değil; kullanıcıların etkin içerik üreticisi olduğu sosyal medya platformları aracılığıyla da şekillenmektedir. Güncel çalışmalar, dijital ortamların bireylerin gündelik yaşamları, kimlik sunumları ve sosyal ilişkileri açısından önemli bir alan haline geldiğini vurgulamaktadır (Hepp, 2020).

Sosyal medya platformları, bireylerin kendilerini tanıttıkları, toplumsal rollerini tartıştıkları ve kolektif anlam üretimine katıldıkları etkileşimli alanlar sunmaktadır. Özellikle ileri yaş bireyler açısından sosyal medya, yalnızca bir iletişim aracı değil; sosyal bağ kurma, görünür olma ve duygusal ihtiyaçları ifade etme alanı olarak işlev görmektedir (Cotten vd., 2013). Kalıncara ve Sarı (2023), yaşlı bireylerin sosyal medya kullanımı ile yaşlanma algısı arasındaki ilişkiyi incelemekte ve sosyal medya kullanımının yaşlı bireylerin sosyal ve duygusal yaşamları açısından önem taşıdığını ortaya koymaktadır.

Yaşlılık, medya temsillerinde uzun süre bağımlılık, eylemsizlik ve toplumsal üretimden dışlanma gibi kalıplarla ilişkilendirilmiştir. Ancak dijital ortamlar, yaşlı bireylerin bu temsilleri dönüştürebilecekleri alternatif alanları da sunmaktadır. Güncel araştırmalar, yaşlı bireylerin çevrimiçi platformları sosyal bağlarını sürdürme ve sosyal bağlantılarını destekleme amacıyla etkin biçimde kullandıklarını göstermektedir. (Nimrod, 2020; Cotten vd., 2013). Bu durum, yaşlılığın yalnızca biyolojik bir evre değil; kültürel olarak yeniden kurgulanan ve dijital ortamlarda yeniden konumlandırılan bir kategori olduğunu ortaya koymaktadır.

Özellikle evlilik ve hayat arkadaşlığı arayışı gibi konular, dijital ortamlarda görünürlük kazanan temsil alanlarından biridir. Sosyal medya platformları, yaşlı bireylerin kendilerini tanıttıkları, beklentilerini ifade ettikleri ve duygusal yakınlık arayışlarını kamusal biçimde dile getirdikleri karma mekânlar sunmaktadır. Bu bağlamda dijital ortamda üretilen evlilik söylemleri, yalnızca bireysel bir arayış değil; aynı zamanda yaşlılık, yalnızlık ve toplumsal kurallara ilişkin kültürel anlamların yeniden üretildiği temsil pratikleri olarak değerlendirilebilir (Rosales & Fernández-Ardèvol, 2020; Hepp, 2020).

Bu çalışma, Facebook platformunda yaşlı bireylerin yer aldığı gruplarda paylaşılan evlenme temalı gönderileri inceleyerek, evlilik ve romantik ilişki arayışının dijital ortamda nasıl temsil edildiğini analiz etmeyi amaçlamaktadır. Araştırma, dijital kamusal alanda üretilen söylemlerin yaşlılık ve ilişki algısını nasıl şekillendirdiğini ortaya koymayı hedeflemekte; böylece temsil tartışmalarına dijital yaşlanma bağlamında katkı sunmayı amaçlamaktadır.

1. Sosyal Medya ve Kullanım Motivasyonları

Sosyal medya bugün gündelik yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Bireyleri bu platformlara yönelten tek bir neden yoktur; iletişim kurmak, bilgiye ulaşmak, vakit geçirmek, eğlenmek ve kendini ifade etmek en sık dile getirilen kullanım nedenleri arasında sayılabilir (Whiting & Williams, 2013). Kullanıcılar bir yandan var olan ilişkilerini sürdürür, bir yandan yeni bağlar kurar, ilgilendikleri içeriklere ulaşır ve kendi paylaşımlarıyla görünür olurlar. Bu haliyle sosyal medya, edilgen biçimde izlenen bir meca olmaktan çok, kullanıcının kendi içeriğini üretip gündelik hayatını şekillendirdiği etkileşimli bir alandır.

Kullanıcının bu üretici konumu, sosyal medyayı sıradan bir iletişim aracı olmaktan çıkarır; çünkü birey bu ortamda yalnızca kendini sunmakla kalmaz, aynı zamanda kimliğini de inşa eder. Kimlik ve temsil tartışması da tam bu noktada anlam kazanır.

Dijital medya ortamlarının yaygınlaşmasıyla birlikte temsil süreçleri yalnızca geleneksel medya içerikleri üzerinden değil, kullanıcıların etkin bir şekilde içerik ürettiği platformlar aracılığıyla da şekillenmektedir. Medyanın medyatikleşme süreci, gündelik yaşam pratiklerinin dijital platformlarla iç içe geçmesine yol açmış; bireylerin kimlik sunumları ve sosyal ilişkileri bu ortamlarda yeniden yapılandırılmaya başlanmıştır (Hepp, 2020). Bu durum, sosyal medya platformlarını yalnızca iletişim aracı olmaktan çıkararak kamusal temsil alanlarına dönüştürmüştür.

İleri yaş bireyler açısından sosyal medya kullanımı, dijital eşitsizlik ve dışlanma riskleriyle birlikte ele alınmaktadır. Ancak güncel araştırmalar, yaşlı bireylerin dijital platformları yalnızca pasif tüketiciler olarak kullanmadıklarını; sosyal bağ kurma, daha görünür hale gelmek ve aidiyet geliştirme amacıyla aktif biçimde katılım sağladıklarını göstermektedir (Nimrod, 2020). Özellikle pandemi sonrası dönemde dijital ve sosyal dışlanmanın iç içe geçtiği; çevrimiçi katılımın yaşlı bireyler için sosyal bağlılık açısından kritik hale geldiği vurgulanmaktadır (Seifert vd., 2021).

Sosyal medya kullanım motivasyonları incelendiğinde, yalnızlıkla baş etme, sosyal destek arama ve yeni ilişkiler kurma isteğinin öne çıktığı görülmektedir. Dijital platformların sağladığı görünürlük, ileri yaş bireylerin kimliklerini yeniden tartıştıkları ve yaşlanma deneyimini etkin biçimde ifade etmelerine olanak tanımaktadır (Makita vd., 2021). Bununla birlikte dijital platformlarda yaşa dayalı kalıpların ve ayrımcı söylemlerin varlığı da tartışılmaktadır (Rosales & Fernández-Ardèvol, 2020). Bu çelişkili yapı, sosyal medyanın hem güçlendirici hem de sınırlayıcı yönlerini birlikte barındırdığını göstermektedir.

Bu bağlamda dijital ortamda üretilen evlilik ve ilişki söylemleri, yalnızca bireysel arayışların ifadesi değil; aynı zamanda yaşlılık, yalnızlık ve toplumsal normların müzakere edildiği temsil pratikleri olarak ele alınmalıdır. Facebook gibi platformlar, ileri yaş bireylerin hayat arkadaşlığı ve duygusal yakınlık arayışlarını kamusal bir zeminde görünür kıldıkları karma alanlar sunmaktadır.

2. Yaşlıların Sosyal Medyada Kendilerini Gerçekleştirme Pratikleri

Dijitalleşmenin gündelik yaşam pratiklerini dönüştürmesiyle birlikte bireylerin kimlik sunumları ve toplumsal konumlanışları da çevrimiçi ortamlarda yeniden şekillenmeye başlamıştır. Medyatikleşmenin derinleşmesiyle birlikte dijital medya, bireylerin gündelik yaşamları ve sosyal ilişkileri üzerinde daha belirleyici bir rol üstlenmeye başlamıştır (Hepp, 2020). Bu dönüşüm, özellikle daha önce geleneksel medya temsillerinde sınırlı ve stereotipik biçimde yer bulan ileri yaş bireyler açısından dikkat çekici bir değişim alanı sunmaktadır.

Yaşlılık uzun yıllar boyunca medya metinlerinde edilgenlik, bağımlılık ve toplumsal üretkenlik kaybı gibi kalıplarla ilişkilendirilmiştir. Ancak dijital platformlar, ileri yaş bireylerin bu kalıpları dönüştürebilecekleri alternatif bir kamusal alan yaratmaktadır. Nimrod (2020), yaşlı bireylerin internet kullanımını stresle başa çıkma ve sosyal bağlantılarını sürdürme süreçlerinde kullandıklarını ortaya koymaktadır. Araştırmaya göre sosyal medya kullanımı, ileri yaş bireylerde sosyal bağlılık hissini artırmakta ve kimlik arayışını desteklemektedir.

Pandemi sonrası dönemde yapılan çalışmalar da benzer bulgulara işaret etmektedir. Seifert vd. (2021), dijital ve sosyal dışlanmanın iç içe geçtiğini; çevrimiçi katılımın ileri yaş bireyler için sosyal bütünleşme açısından kritik bir rol üstlendiğini belirtmektedir. Bu bağlamda sosyal medya, yalnızlıkla baş etme ve sosyal destek arama süreçlerinde önemli bir araç olarak öne çıkmaktadır. Çevrimiçi topluluklara katılım, bireylerin görünürlük kazanmasını ve sosyal ağlarını genişletmesini mümkün kılmaktadır.

Cotten vd. (2013), yaşlı bireylerin internet kullanımının ruh sağlığı ve sosyal iyi oluş üzerinde etkili olduğunu

göstermektedir. Çalışmada, etkin dijital katılımın yalnızlık duygusunu azaltabildiği ve sosyal bağlılık hissini güçlendirdiği vurgulanmaktadır. Bu durum, sosyal medya kullanımının ileri yaş döneminde yalnızca iletişim değil; psikososyal bir işlev taşıdığını ortaya koymaktadır.

Bununla birlikte dijital platformlar tamamen özgürleştirici alanlar değildir. Rosales ve Fernández-Ardèvol (2020), dijital ortamlarda yaşa dayalı kalıp yargıların ve ayrımcı temsillerin devam ettiğini belirtmektedir. Yaş ayrımcılığı, ileri yaş bireylerin çevrimiçi görünürlüğünü sınırlandırabilmekte veya belirli normlar çerçevesinde şekillendirebilmektedir. Bu nedenle sosyal medya, özneleşme ile normatif baskının aynı anda işlediği gerilimli bir alan olarak değerlendirilmelidir. İleri yaş bireylerin sosyal medya kullanım motivasyonları incelendiğinde, sosyal bağlılık kurma, yalnızlıkla baş etme, duygusal yakınlık geliştirme ve kimlik sunumu gibi faktörlerin öne çıktığı görülmektedir (Nimrod, 2020). Özellikle ilişki ve evlilik temalı çevrimiçi paylaşımlar, bireylerin kendilerini yeniden konumlandırma ve geç yaşam dönemine ilişkin beklentilerini ifade etme biçimleri olarak değerlendirilebilir. Sosyal medya ortamında yapılan paylaşımlar, yalnızca bireysel arzuların dile getirilmesi değil; aynı zamanda yaşlılık ve romantik ilişkilere dair kültürel anlamların yeniden üretilmesi anlamına gelmektedir.

Hepp in (2020) medyatikleşme yaklaşımı çerçevesinde değerlendirildiğinde, dijital platformlarda kurulan ilişki söylemleri gündelik yaşamın dijitalle iç içe geçmesinin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. İleri yaş bireyler, sosyal medya aracılığıyla kendilerini görünür kılmakta, ilişki beklentilerini kamusal biçimde ifade etmekte ve kimliklerini yeniden müzakere etmektedir. Bu süreç, "kendini gerçekleştirme" pratiğinin dijital boyutunu ortaya koymaktadır.

Dolayısıyla sosyal medya, ileri yaş bireyler açısından yalnızca iletişimsel bir alan değil; kimlik sunumu, sosyal bağ kurma ve duygusal ihtiyaçların ifade edilmesi gibi pratiklerin gerçekleştiği bir temsil mekânıdır. Bu bağlamda çevrimiçi evlilik ve hayat arkadaşlığı arayışı, yaşlılık döneminin pasif bir geri çekilme süreci olmadığını; aksine aktif bir özneleşme ve anlam üretim süreci olduğunu göstermektedir.

3. Metodoloji

Bu çalışmanın amacı, Facebook platformunda herkese açık olarak faaliyet gösteren 40-50-60 Tanışma ve Evlilik Grubu'nda paylaşılan evlenme temalı gönderiler üzerinden, ileri yaş döneminde evlilik ve hayat arkadaşlığı arayışının dijital ortamda nasıl temsil edildiğini incelemektir. Araştırma, dijital kamusal alanda üretilen ilişki söylemlerinin yaşlılık, yalnızlık ve duygusal ihtiyaçlara ilişkin toplumsal anlamları nasıl kurduğunu analiz etmeyi hedeflemektedir.

Bu doğrultuda çalışma, 22-24 Ocak 2026 tarihleri arasında paylaşılan toplam 46 evlenme temalı gönderiyi kapsamaktadır. Analize yalnızca özgün gönderiler dahil edilmiş; yorumlar, emoji tepkileri ve konu dışı paylaşımlar değerlendirme dışında bırakılmıştır. Tematik kategoriler oluşturulurken ileri yaş ve dijital katılım literatüründe öne çıkan kavramsal çerçeveden yararlanılmış (Nimrod, 2020; Seifert vd., 2021); ardından veri seti tekrar eden söylem örüntüleri doğrultusunda sınıflandırılmıştır.

Çalışma ayrıca erkek ve kadın kullanıcıların paylaşımlarını tematik yoğunluk ve söylem biçimleri açısından karşılaştırarak, dijital ortamda evlilik arayışının toplumsal cinsiyet bağlamında nasıl farklılaştığını ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Araştırma sürecinde dijital ortamlarda yürütülen nitel araştırmalar için önerilen güncel etik çerçeveye uygun olarak (Kozinets, 2020) grup herkese açık olmasına rağmen kullanıcı kimlikleri anonimleştirilmiş ve kişisel bilgiler çalışmada yer almamıştır.

4. Yöntem ve Örneklem

Çalışma, nitel araştırma yaklaşımı çerçevesinde içerik analizi ve netnografik analiz yöntemleri kullanılarak karma şekilde tasarlanmıştır. Nitel araştırmalar, bireylerin anlam üretim süreçlerini ve toplumsal pratiklerini bağlamsal bütünlük içerisinde incelemeyi amaçlayan araştırma tasarımlarıdır (Tracy, 2020). Bu doğrultuda araştırma, dijital ortamlarda gerçekleşen toplumsal etkileşimleri analiz etmeye imkân tanıyan netnografi ve içerik analizi yöntemleri temel alınarak yürütülmüştür.

Netnografi, çevrimiçi topluluklarda gerçekleşen etkileşimleri doğal dijital ortamlarında inceleyen bir nitel araştırma yöntemidir ve sosyal medya platformlarında kurulan anlam üretim süreçlerinin analizinde yaygın olarak kullanılmaktadır (Kozinets, 2020).

İçerik analizi ise metinsel ya da görsel verilerin belirli kategoriler çerçevesinde sistematik ve tekrarlanabilir biçimde çözümlenmesine dayanan bir yöntemdir (Krippendorff, 2018). Bu yöntem sayesinde verilerde tekrar eden örüntüler saptanmakta ve paylaşımlarda öne çıkan temalar tutarlı biçimde sınıflandırılabilir.

Araştırmanın verileri, Türkiye’de faaliyet gösteren ve herkese açık olarak erişilebilen “40-50-60 Tanışma ve Evlilik Grubu” adlı Facebook grubundan elde edilmiştir. Çalışmada amaçlı örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Amaçlı örnekleme, araştırma sorularına en uygun ve bilgi açısından zengin örneklerin bilinçli biçimde seçilmesini ifade etmektedir (Etikan & Bala, 2017). İncelenen grubun seçilme nedeni; evlilik ve hayat arkadaşlığı temalı paylaşımların yoğunluğu, düzenli gönderi akışına sahip olması ve araştırmanın amacıyla doğrudan örtüşmesidir.

Veri seti, 22-24 Ocak 2026 tarihleri arasında grupta paylaşılan evlenme temalı gönderilerden oluşmaktadır. Bu üç günlük zaman diliminde toplam 46 gönderi analiz edilmiştir. Tematik kategoriler oluşturulurken literatürde ileri yaş, yalnızlık, dijital katılım ve çevrimiçi ilişki arayışı üzerine yapılan çalışmalarda öne çıkan kavramlardan yararlanılmıştır (Nimrod, 2020; Seifert vd., 2021). Bu doğrultuda ön kodlar belirlenmiş, ardından veri seti tekrar eden ifade örüntüleri açısından incelenerek temalar netleştirilmiştir. Hayat arkadaşlığı / evlilik arayışı, yalnızlık ve duygusal ihtiyaç, ahlak ve ciddiyet vurgusu, toplumsal cinsiyet rolleri ile güvenlik ve bakım ihtiyacı kategorileri bu süreç sonucunda oluşturulmuştur. Her gönderi, birden fazla anlam içerse dahi baskın söylemi esas alınarak yalnızca bir tematik kategori altında değerlendirilmiştir. Kodlama süreci araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiştir.

5. Araştırma Soruları

40-50-60 Tanışma ve Evlilik Grubu’nda paylaşılan evlenme temalı gönderiler hangi temalar etrafında yoğunlaşmaktadır?

Gönderilerde yalnızlık, duygusal yakınlık ve ciddiyet vurguları hangi söylemsel biçimler aracılığıyla ifade edilmektedir?

Erkek ve kadın kullanıcıların paylaşımları arasında tematik dağılım ve içerik özellikleri açısından anlamlı farklılıklar bulunmakta mıdır?

6. Bulgular

22-24 Ocak 2026 tarihleri arasında grupta paylaşılan toplam 46 evlenme temalı gönderi analiz edilmiştir. Gönderilerin 40'ı erkek, 6 sı kadın kullanıcılar tarafından paylaşılmıştır.

Tablo 1. Paylaşımların tematik dağılımı

Tema	Sayı	Oran (%)
Hayat arkadaşlığı / Evlilik anlayışı	36	%78,3
Yalnızlık ve duygusal ihtiyaç	5	%10,9
Ahlak ve ciddiyet vurgusu	4	%8,7
Güvenlik ve bakım ihtiyacı	1	%2,2
Toplumsal cinsiyet rolleri	0	%0
Toplam	46	%100

Tablo 1'e bakıldığında, paylaşımların büyük çoğunluğunun hayat arkadaşlığı ve evlilik arayışı teması etrafında yoğunlaştığı (%78,3) görülmektedir. Bunu sırasıyla yalnızlık ve duygusal ihtiyaç (%10,9) ile ahlak ve ciddiyet vurgusu (%8,7) temaları izlemektedir. Güvenlik ve bakım ihtiyacı yalnızca sınırlı sayıda paylaşımda (%2,2) yer alırken, toplumsal cinsiyet rollerine ilişkin doğrudan bir vurguya (%0) rastlanmamıştır. Bu dağılım, grupta paylaşım yapan bireylerin öncelikli olarak kalıcı bir birliktelik arayışında olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 2. Erkek kullanıcıların paylaşımlarının tematik dağılımı

Tema	Sayı	Oran (%)
Hayat arkadaşlığı / Evlilik anlayışı	31	%77,5
Yalnızlık ve duygusal ihtiyaç	4	%10
Ahlak ve ciddiyet vurgusu	4	%10
Güvenlik ve bakım ihtiyacı	1	%2,5
Toplumsal cinsiyet rolleri	0	%0

Tema	Sayı	Oran (%)
Toplam	40	%100

Tablo 2'ye göre erkek kullanıcıların paylaşımlarında da en baskın tema hayat arkadaşlığı ve evlilik arayışıdır (%77,5). Bunu eşit oranlarla yalnızlık ve duygusal ihtiyaç (%10) ile ahlak ve ciddiyet vurgusu (%10) temaları takip etmektedir. Güvenlik ve bakım ihtiyacı en düşük paya sahip tema olarak öne çıkarken (%2,5), toplumsal cinsiyet rollerine dair belirgin bir içeriğe (%0) rastlanmamıştır. Bu tablo, erkek kullanıcıların ağırlıklı olarak ciddi ve uzun vadeli bir birliktelik arayışını dile getirdiğini göstermektedir.

Tablo 3. Kadın kullanıcıların paylaşımlarının tematik dağılımı

Tema	Sayı	Oran (%)
Hayat arkadaşlığı / Evlilik anlayışı	5	%83,3
Yalnızlık ve duygusal ihtiyaç	1	%16,7
Ahlak ve ciddiyet vurgusu	0	%0
Güvenlik ve bakım ihtiyacı	0	%0
Toplumsal cinsiyet rolleri	0	%0
Toplam	6	%100

Tablo 3 incelendiğinde, kadın kullanıcıların paylaşımlarının neredeyse tamamının hayat arkadaşlığı ve evlilik arayışı teması altında toplandığı (%83,3) görülmektedir. Geri kalan paylaşımlar ise yalnızlık ve duygusal ihtiyaç temasında (%16,7) yer almaktadır. Ahlak ve ciddiyet vurgusu, güvenlik ve bakım ihtiyacı ve toplumsal cinsiyet rolleri temalarına ilişkin herhangi bir paylaşım (%0) rastlanmamıştır. Ancak kadın kullanıcı sayısının sınırlı olması (6 gönderi), bu oranların dikkatle yorumlanması gerektiğini göstermektedir.

6. Erkek Kullanıcıların Paylaşımlarının Netnografik Analizi

Erkek kullanıcıların paylaşımları incelendiğinde, evlilik arayışının açık ve doğrudan bir dil aracılığıyla ifade edildiği görülmektedir. Paylaşımlarda yaş, medeni durum ve ekonomik konum gibi kişisel bilgilerin net biçimde belirtilmesi dikkat çekmektedir. Bu durum, dijital ortamda kurulan ilişki arayışının ilan niteliği taşıyan, tanımlı ve açık bir şekilde kendini sunma pratiğiyle gerçekleştirildiğini işaret etmektedir.

Örneğin 66 yaşındaki bir erkek kullanıcının paylaşımında, kendisinden daha genç bir kadınla evlenme isteğini açıkça dile getirdiği ve bu talebi sahip olduğu mülkiyetin ve maddi varlıkların gelecekte eşine kalmasını arzulamasıyla gerekçelendirdiği görülmektedir. Bu ifade biçimi, evlilik arayışının yalnızca romantik bir birliktelik beklentisiyle değil; aynı zamanda ekonomik güvence ve miras düzenlemesi bağlamında

anlamlandırıldığını göstermektedir. Bu söylemde evlilik, duygusal yakınlıktan ziyade geleceğe yönelik düzen kurma ve mülkiyet aktarımı perspektifiyle konumlandırılmaktadır.

Benzer biçimde 58 yaşındaki bir başka erkek kullanıcının “ileriye dönük” bir tanışma talebinde bulunması, ilişki arayışının geçici değil kalıcı ve ciddi bir birliktelik hedeflediğini ortaya koymaktadır. Paylaşımlarda yer alan dini referanslar ve saygı ifadeleri, evlilik arayışının kültürel ve ahlaki bir çerçeve içinde meşrulaştırıldığını göstermektedir.

Söylemsel açıdan değerlendirildiğinde erkek kullanıcıların kendilerini tanıtmada biçimlerinde ekonomik güvence, sorumluluk ve gelecek planlamasının öne çıktığı görülmektedir. Mülkiyet bilgisinin paylaşılması ve yaş farkına dayalı partner tercihi, erkekliğe atfedilen sağlayıcılık ve koruyuculuk rolünün dijital söylem içinde görünür hale geldiğini düşündürmektedir. Bununla birlikte yalnızlık duygusu doğrudan kırılganlık ifadesiyle değil; daha çok “ciddiyet”, “ileriye dönük birliktelik” ve “düzen kurma” vurguları üzerinden dolaylı biçimde ifade edilmektedir.

Bu bulgular, erkek kullanıcıların dijital ortamda evlilik arayışını çoğunlukla ciddiyet, güvence ve gelecek planlaması çerçevesinde yapılandırdıklarını ortaya koymaktadır.

7. Kadın Kullanıcıların Paylaşımlarının Netnografik Analizi

Kadın kullanıcıların paylaşımları incelendiğinde, erkek kullanıcılara kıyasla daha kısa ve daha sınırlı içeriklere sahip olduğu görülmektedir. İncelenen üç günde kadın kullanıcı sayısının düşük olması, tematik çeşitliliğin de sınırlı kalmasına neden olmuştur. Paylaşımlar ağırlıklı olarak hayat arkadaşlığı arayışı çerçevesinde yoğunlaşmaktadır.

Kadın kullanıcıların ifadelerinde genellikle “tanışmak”, “ciddi bir birliktelik”, “uygun bir beyefendi ile görüşmek” gibi daha genel ve temkinli söylem kalıpları dikkat çekmektedir. Erkek paylaşımlarında görülen mülkiyet, ekonomik güvence ya da yaş farkı gibi unsurlar kadın kullanıcıların gönderilerinde belirgin biçimde yer almamaktadır. Bunun yerine daha çok karşılıklı uyum, saygı ve ciddi bir niyet vurgusu öne çıkmaktadır.

Söylemsel açıdan değerlendirildiğinde kadın kullanıcıların kendilerini sunma biçimlerinde daha ölçülü ve kısa bir ifade tercih ettikleri görülmektedir. Paylaşımlarda kişisel özelliklere dair ayrıntılı bilgi verme eğilimi sınırlı kalmakta; ilişki talebi daha genel ve açık uçlu biçimde dile getirilmektedir. Bu durum, dijital ortamda kadın kullanıcıların kendilerini daha kontrollü ve temkinli bir söylem çerçevesinde konumlandıklarını düşündürmektedir.

Bununla birlikte, veri setindeki kadın kullanıcı sayısının sınırlı olması nedeniyle bu bulguların genellenebilir olmadığı ve temkinli değerlendirilmesi gerektiği belirtilmelidir.

Tartışma ve Sonuç

Bu çalışma, ileri yaş döneminin edilgen bir geri çekilme dönemi olmadığını; aksine bu dönemde bireylerin dijital kamusal alanda etkin biçimde ilişki kurma ve kendini sunma edimini yürüttüğünü ortaya koymaktadır. İncelenen paylaşımlarda evlilik ve hayat arkadaşlığı arayışı yalnızca romantik bir beklenti olarak değil; yaşlılık, yalnızlık ve toplumsal normların yeniden tanımlandığı bir temsil pratiği olarak belirmektedir. Bu yönüyle sosyal medya, ileri yaş bireyler için bir iletişim aracının ötesine geçerek kimlik ve aidiyetin kurulduğu bir alana dönüşmektedir.

Araştırmanın bu sonucu, yaşlı bireylerin çevrimiçi ortamları edilgen değil, sosyal bağlarını sürdürmek ve güçlendirmek için etkin olarak kullandığını gösteren çalışmalarla örtüşmektedir. Nimrod (2020) internet kullanımının stresle başa çıkma sürecindeki rolüne, Cotten vd. (2013) ise dijital katılımın yalnızlık duygusunu hafifletici etkisine dikkat çekmiştir. Seifert vd. (2021) dijital dışlanma ile sosyal dışlanmanın birbirini beslediğini vurgulayarak, çevrimiçi katılımın ileri yaş bireylerin sosyal bütünleşmesi açısından taşıdığı öneme işaret etmiştir. Mevcut çalışma bu bulguları, ilişki ve evlilik arayışı gibi görece az incelenmiş bir alana taşıyarak genişletmektedir: yaşlı bireyler dijital platformları yalnızca var olan bağları sürdürmek için değil, yeni ve kalıcı birliktelikler kurmak için de kullanmaktadır.

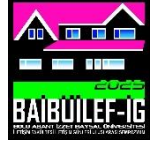
Bununla birlikte araştırma, literatürden ayrıran bir noktaya da işaret etmektedir. Yaşlılık ve dijitalleşme çalışmaları çoğunlukla yalnızlığı doğrudan bir deneyim olarak ele alırken, bu çalışmada yalnızlık ve duygusal ihtiyaç büyük ölçüde dolaylı biçimde dile getirilmiştir. Kullanıcılar duygusal ihtiyaçlarını kırılganlık diliyle değil; "ciddiyet", "ileriye dönük birliktelik" ve "düzen kurma" gibi ifadelerle aktarmaktadır. Bu durum, ileri yaş bireylerin duygusal ihtiyaçlarını kültürel kabullere uygun, daha temkinli bir dil üzerinden ifade ettiğini düşündürmekte ve yalnızlık odaklı literatüre bağlamsal bir katkı sunmaktadır.

Cinsiyet temelli farklılıklar da tartışmayı derinleştirmektedir. Erkek kullanıcıların ekonomik güvence, mülkiyet ve gelecek planlaması vurgusu, kadın kullanıcıların ise daha kısa ve temkinli söylemi, dijital ortamın geleneksel toplumsal cinsiyet rollerinden bağımsız olmadığını göstermektedir. Bu bulgu, dijital platformların yaşa dayalı kalıp yargıları ve ayrımcı temsilleri yeniden üretebildiğini ileri süren Rosales ve Fernández-Ardèvol (2020) ile uyumludur; ancak mevcut çalışma bu yeniden üretimin yalnızca yaş üzerinden değil, toplumsal cinsiyet üzerinden de işlediğini ortaya koyarak tartışmayı bir adım ileri taşımaktadır.

Sonuç olarak bu araştırma, dijital medyada ileri yaş temsiline ve geç yaşam döneminde romantik ilişki arayışının söylemsel boyutuna ilişkin literatüre katkı sunmaktadır. Öte yandan bazı sınırlılıklar da bulunmaktadır: veri setindeki kadın kullanıcı sayısının azlığı cinsiyet karşılaştırmasının genellenebilirliğini kısıtlamakta, üç günlük kısa zaman dilimi ise bulguların kapsamını sınırlamaktadır. Gelecek araştırmaların daha uzun zaman dilimlerini ve farklı dijital platformları kapsaması, ileri yaş döneminde çevrimiçi ilişki arayışının daha bütüncül olarak anlaşılmasına katkı sağlayacaktır.

Kaynakça

- Cotten, S. R., Anderson, W. A., & McCullough, B. M. (2013). Impact of internet use on loneliness and contact with others among older adults: Cross-sectional analysis. *Journal of Medical Internet Research*, 15(2): e39.
- Etikan, I., & Bala, K. (2017). Sampling and sampling methods. *Biometrics & Biostatistics International Journal*, 5(6): 215–217.
- Hepp, A. (2020). *Deep mediatization*. London: Routledge.
- Kalinkara, V., & Sarı, İ. (2023). Yaşlı bireylerin sosyal medya kullanımı ve yaşlanma algısı. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 27(1): 87–102.
- Kozinets, R. V. (2020). *Netnography: The essential guide to qualitative social media research* (3rd ed.). London: Sage.
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). Thousand Oaks: Sage.
- Makita, M., Mas-Bleda, A., Stuart, E., & Thelwall, M. (2021). Ageing, old age and older adults: A social media analysis of dominant topics and discourses. *Ageing & Society*, 41(2): 247–272.
- Nimrod, G. (2020). Changes in internet use when coping with stress: Older adults during the COVID-19 pandemic. *The American Journal of Geriatric Psychiatry*, 28(10): 1020–1024.
- Rosales, A., & Fernández-Ardèvol, M. (2020). Ageism in the era of digital platforms. *Convergence*, 26(5–6): 1074–1087.
- Seifert, A., Cotten, S. R., & Xie, B. (2021). A double burden of exclusion? Digital and social exclusion of older adults in times of COVID-19. *The Journals of Gerontology: Series B*, 76(3): e99–e103.
- Tracy, S. J. (2020). *Qualitative research methods: Collecting evidence, crafting analysis, communicating impact* (2nd ed.). Hoboken: Wiley-Blackwell.
- Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why people use social media: A uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(4): 362–369.



Küresel Dijital Kültürde Ortak Görsel Dil

Common Visual Language in Global Digital Culture

Gülce DÖLKELEŞ¹

Geliş Tarihi (Received): 01.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 02.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Öz: Bu çalışma, dijital çağda görsel iletişimin ortak ikon ve semboller aracılığıyla nasıl evrensel bir dil yarattığını incelemektedir. Özellikle sosyal medya platformlarında kullanılan beğen, paylaş ve arama ikonları üzerinden, küresel dijital iletişimin nasıl evrensel bir gösterge sistemine dönüştüğü analiz edilmektedir. Bu dönüşüm yalnızca görsel iletişim pratiklerindeki bir sadeleşme ya da hızlanma olarak değil, aynı zamanda kültürel kodların yeniden şekillendiği bir anlam üretim şekli olarak ele alınmaktadır. Dijital ortamda tekrar eden ikonografik yapılar, farklı dil ve kültürlerden kullanıcılar arasında ortak bir görsel uzlaş zeminini oluşturmaktadır. Bu durum, yazılı ve sözlü dile duyulan ihtiyacı azaltırken, semboller aracılığıyla hızlı ve sezgisel bir iletişim modeli üretmektedir. Ancak bu yalınlık, yüzeysel bir indirgeme değil; aksine yoğunlaştırılmış ve kodlanmış bir anlam aktarımıdır. Göstergebilimsel çözümleme yöntemine dayanan çalışma, Saussure'ün gösteren-gösterilen ikiliği ile Barthes'ın mit kavramını kuramsal çerçeve olarak bir araya getirerek, dijital ikonların yalnızca işlevsel arayüz elemanları olmadığını ortaya koymaktadır. Bu bağlamda kalp, ok ya da büyüteç gibi semboller, ilk düzeyde belirli bir eylemi temsil ederken; ikinci düzeyde onaylanma, paylaşım kültürü, görünürlük arzusu ve bilgiye erişim ideolojisi gibi daha geniş kültürel anlamları üretmektedir. Böylece dijital ikonlar, kullanıcı etkileşimini yönlendiren araçların ötesinde, küresel ölçekte paylaşılan duygusal ve bilişsel kodların taşıyıcılarına dönüşmektedir. Bu bağlamda kalp, ok ya da büyüteç gibi semboller yalnızca kullanıcı etkileşimini yönlendiren araçlar değil; dünya çapında milyonlarca kullanıcı tarafından paylaşılan ortak ikonlar haline gelmiştir. Çalışma, bu ikonların evrenselleşme sürecini ve kültürel mit üretimindeki rolünü tartışarak, dijital çağın yeni görsel dilini kavramsal bir zeminde değerlendirmeyi amaçlamaktadır.

Anahtar kelimeler: Görsel iletişim, Dijital İkon, Kültürel Homojenleşme, Göstergebilim, Küreselleşme.

&

Abstract: This study examines how visual communication in the digital age creates a universal language through common icons and symbols. Especially through the likes, shares and search icons used on social media platforms, it is analyzed how global digital communication becomes a universal indicator system. This transformation is considered not only as a simplification or acceleration in visual communication practices, but also as a mode of production of meaning in which cultural codes are reshaped. Repeated iconographic structures in the digital environment create a common visual consensus ground between users of different languages and cultures. While this reduces the need for written and spoken language, it produces a fast and intuitive communication model through symbols. But this simplicity is not a superficial reduction; rather, it is an intensified and codified transfer of meaning. The study, which is based on the method of semiotics analysis, reveals that by combining the myth concept of Barthes with Saussure's illustrating - illustrated binary, digital icons are not only functional interface elements. In this context, symbols such as the heart, arrow or magnifying glass represent a particular action at the primary stage; while at the secondary stage they produce broader cultural meanings such as confirmation, sharing culture, desire for visibility, and access ideology. Digital icons thus transform beyond the tools that drive user interaction into carriers of emotional and cognitive codes that are shared on a global scale. In this context, symbols such as the heart, arrow, or magnifying glass are not just tools that drive user interaction; they have become common icons that are shared by millions worldwide. The study aims to evaluate the new visual language of the digital age on a conceptual basis by discussing the process of universalization and its role in cultural myth production.

Keywords: Visual Communication, Digital Icon, Cultural Homogenization, Semiotics, Globalization.

Atıf/Cite as Dölkeleş, G. (2026). *Common Visual Language in Global Digital Culture*. BAİBÜİLEF-İG 2026, BAİBÜ, Bolu.

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Mudanya Üniversitesi, Sanat ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, e-posta: gulce.dolkeles@mudanya.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2747-7648

Giriş

İletişim biçimlerinin tarihsel süreçte geçirdiği dönüşüm, insanlık kültürünün anlam üretme pratiklerini derinden etkilemiş; piktografik temsillerden alfabetik yazıya ve oradan günümüzün dijital ikonografisine yönelen çok katmanlı bir evrim ortaya çıkarmıştır. Erken dönem mağara resimlerinde gözlemlenen görsel temsiller, doğrudan deneyimlerin sembolik aktarımına imkân tanırken (Meggs & Purvis, 2016, ss. 12-17), alfabenin ortaya çıkışı daha soyut, kodlanmış ve yapısal bir iletişim sistemine geçişi simgelemiştir (Ong, 1982, ss. 78-85). Ancak 20. yüzyılın sonundan itibaren dijital teknolojilerin yaygınlaşması, görselliği yeniden iletişim hiyerarşisinin merkezine taşımış; sosyal medya arayüzleri, mobil uygulamalar ve etkileşimli ekran teknolojileri, kullanıcıların metinsel iletişimden ziyade hızlı, evrensel ve kültürler arası dolaşabilen görsel göstergeler aracılığıyla etkileşime girdiği yeni bir iletişim rejimi oluşturmuştur (Manovich, 2013, ss. 41-55).

Bu çalışmanın temel odağını, söz konusu dijital iletişim rejiminin yapıtaşları hâline gelen ikonların kültürel ve göstergebilimsel işlevleri oluşturmaktadır. Ferdinand de Saussure'un gösteren-gösterilen ikiliği, modern ikonların anlam üretimindeki yapısal ilişkileri açıklamada hâlâ işlevsel bir kuramsal temel sunmaktadır (Saussure, 1966, ss. 65-70). Saussure'e göre göstergelerin anlamı doğrudan nesnel bir gerçekliğe değil, toplumsal olarak kurulmuş uzlaşımlara dayanır; dijital ikonlar da tam bu noktada kültürel bağlamdan beslenen yeni uzlaşma biçimleri yaratmaktadır. Roland Barthes'ın (1991, ss. 109-123) mit kavramı ise dijital ikonların yalnızca işlevsel simgeler değil, aynı zamanda ideolojik ve kültürel anlam katmanları taşıyan ikincil göstergeler olduğunu ortaya koymak açısından önemlidir. Örneğin, beğen ikonundaki kalp işareti, salt bir onay ifadesi olmaktan çıkıp, dijital toplumsallık içinde duygusal yönlendirmeyi ve normatif beğeni kültürünü yeniden üreten bir mit hâline gelmektedir.

Dijital ikonların kültürel evrenselleşmesi, McLuhan'ın (1964, ss. 3-10) küresel köy metaforunun çağdaş karşılıklarından biridir. Türkiye'de, Japonya'da ya da Brezilya'da bir kullanıcı aynı kalp ikonuna tıklayarak benzer bir duygusal tepkiyi ifade edebilmekte; böylece görsel okuryazarlık, kültürel farkların ötesine geçen küresel bir norm hâline gelmektedir. Ancak bu evrenselleşme eğilimi, kültürel homojenleşme riskini de beraberinde getirir. Norman'ın (2013, ss. 118-125) kültürler arası sembolik farklılıklara ilişkin tespitleri, dijital platformların tekil ikonografik sistemlerinin yerel sembolik çeşitliliği görünmez kılabilceğini göstermektedir. Örneğin bazı Asya kültürlerinde "onay" göstergesi olarak kullanılan daire sembolü veya Arap kültürlerinde el jestlerine yüklenen farklı anlamlar, dijital arayüzlerin standartlaşmış semiyotiği içinde giderek silinmektedir.

Günümüz dijital ikonografisinin teknolojik boyutu da anlam üretim sürecinin ayrılmaz bir parçasıdır. Lev Manovich'in dijital estetik ve veri temelli görsel kültür üzerine çalışmaları, ikonların yalnızca görsel birer temsil değil, aynı zamanda kod, algoritma, arayüz mimarisi ve platform tasarım felsefelerinin kesişiminde oluşan yapay estetik nesneler olduğunu göstermektedir (Manovich, 2001, ss. 92-110). Bu yaklaşım, dijital ikonların hem tasarım ilkeleri hem de algoritmik süreçler tarafından biçimlendirildiğine işaret eder. Refik Anadol'un "Machine Hallucinations" projesi, verinin sembole, sembolün estetik bir dile ve estetiğin yeniden veriye dönüşümünü içeren döngüsel bir dijital kültür üretimi modelini görünür kılmaktadır.

Bu çalışma, dijital ikonların hem evrenselleştirici hem de indirgemeci yapısını çok boyutlu bir çerçevede ele alarak, dijital görsel iletişimdeki sembolik düzenin nasıl yapılandığını, hangi kültürel anlamları taşıdığını ve hangi anlamları görünmez kıldığını araştırmayı amaçlamaktadır. Göstergebilimsel çözümleme, platform ikonlarının hem yüzeysel hem de derin anlam katmanlarını ortaya çıkarmada analitik bir tutarlılık sunarken; kültürel karşılaştırmalar ve arayüz incelemeleri, dijital ikonların küresel kültürdeki yerini daha geniş bir toplumsal bağlama oturtmaktadır. Bu sayede çalışma, dijital çağın ortak görsel diline ilişkin kuramsal tartışmalara katkı sağlamayı ve kültürel çeşitliliğin korunması açısından tasarımcılara, araştırmacılara ve politika üreticilerine eleştirel bir perspektif sunmayı hedeflemektedir.

Kavramsal Çerçeve

Bu bölüm, araştırmanın teorik temelini oluşturan kavramları, ilgili literatürün sunduğu çerçeveler ışığında sistematik biçimde ele almaktadır. Dijital ikonların kültürel, semiyotik ve teknolojik boyutlarını açıklamak amacıyla; göstergebilim, mit, dijital estetik, platform standartlaşması, görsel evrenselleşme ve kültürel homojenleşme kavramları çalışmanın kavramsal iskeletini oluşturmaktadır.

Gösterge ve Göstergebilim

Çalışmanın temel kavramı olan gösterge, Ferdinand de Saussure'ün yapısalci dilbilim geleneğinde “gösteren” (işitsel ya da görsel biçim) ve “gösterilen” (zihinsel kavram) ilişkisinin birleşimi olarak tanımlanır (Saussure, 1966, ss. 65-70). Bu çerçevede ikonlar, yalnızca bir nesnenin temsili değil; kültürel bağlama göre farklı anlam katmanları taşıyan yapısal göstergelerdir.

Dijital ikonların anlam taşıma biçimi, Saussure'ün iki uçlu gösterge modeline dayanarak analiz edildiğinde, ikonların:

- Biçimsel düzlemde (gösteren): minimalist, sade, dijital kodla uyumlu görsel formlar olduğu;
- Anlamsal düzlemde (gösterilen): kültürel normlar, toplumsal alışkanlıklar ve kullanıcı beklentileriyle şekillendiği görülmektedir.

Bu yönüyle dijital ikonlar, dilsel göstergeler gibi kültürel bir uzlaşa üzerine kurulu görsel kodlardır.

Mit ve Dijital Mit Üretimi

Roland Barthes'ın mit kavramı, dijital ikonların yalnızca işlevsel simgeler değil, aynı zamanda toplumsal ve ideolojik anlam katmanları taşıyan kültürel yapılar olduğunu açıklamada kritik öneme sahiptir. Barthes (1991, ss. 109-123), mitin ikinci düzey bir göstergebilimsel sistem olduğunu belirtir. Buna göre:

Birinci düzeyde ikon işlevsel anlam taşır (örn. kalp = beğeni).

İkinci düzeyde ikon ideolojik anlam üretir (örn. kalp = duygusal onay kültürü, popülerlik normu, sosyal değer atfı).

Dijital ikonografide özellikle “kalp”, “başparmak”, “yıldız” gibi göstergeler, kullanıcı davranışlarını yönlendiren normatif birer mitik yapı hâline gelmektedir.

Dijital Estetik ve Kod Temelli Görsellik

Dijital ikonlar yalnızca kültürel göstergeler değil, aynı zamanda teknolojik estetik nesnelerdir. Lev Manovich'in dijital estetik ve kod temelli medya anlayışı, dijital ikonların arayüz mimarileri ve algoritmik tasarım ilkeleriyle şekillendiğini ifade eder (Manovich, 2001, ss. 92-110). Dijital estetik kavramı çerçevesinde ikonlar:

- Algoritmik üretim süreçlerinin (ör. grid sistemleri, vektörel çizim, piksel optimizasyonu),
- Platform tasarım politikalarının (ör. Apple Human Interface Guidelines, Google Material Design),
- Veri akışının görselleştirme ihtiyaçlarının sonucunda oluşan standartlaştırılmış grafik nesneler olarak değerlendirilir.

Bu bağlamda ikonların kültürel anlamı, onların teknik üretim biçimlerinden bağımsız düşünülemez.

Platform Standartlaşması

Dijital ikonografiyi belirleyen en önemli unsurlardan biri platform standartlaşmasıdır. Küresel teknoloji şirketleri (Meta, Google, Apple, Microsoft vs.) kullanıcı arayüzlerinde kullanılan ikonları: işlevsellik, kullanılabilirlik, görsel tutarlılık ve tasarım sistemleri üzerinden standartlaştırmaktadır. Bu standardizasyon, arayüz iktidarı kavramı ile ilişkilendirilebilir: Arayüz tasarımları, kullanıcı davranışlarını yönlendiren görünmez kurallar seti yaratır. İkonların biçimi, anlamı ve işlevi, kullanıcıdan çok platform politikaları tarafından belirlenir. Bu durum, kültürel anlam üretiminin büyük ölçüde teknoloji şirketlerinin tasarım kararlarına bağımlı hâle geldiği eleştirisini doğurur.

Görsel Evrenselleşme

Görsel evrenselleşme, dijital ikonların dünya genelinde ortak bir anlam zemini oluşturma eğilimini tanımlar. McLuhan'ın küresel köy kavramsallaştırması (McLuhan, 1964, ss. 3-10), iletişim teknolojilerinin kültürler arası bariyerleri azalttığını ifade eder. Dijital ikonlar bu bağlamda: kullanıcılar arasında hızlı anlam aktarımını kolaylaştırır, yazıdan bağımsız sezgisel bir iletişim sağlar, küresel kullanıcı toplulukları arasında ortak bir görsel okuryazarlık üretir. Bu süreç, dijital çağın yeni ortak alfabesinin ikonlar aracılığıyla kurulduğu şeklinde yorumlanabilir.

Kültürel Homojenleşme

Diğer taraftan dijital ikonların küresel ölçekte standartlaşması, kültürel homojenleşme riskini beraberinde getirir. Norman'ın sembolik çeşitliliğin dijital dönüşümde kaybolabileceğine ilişkin tespitleri (Norman, 2013, ss. 118-125), ikonografide tek tip bir estetik ve simgesel düzenin yerel kültürleri görünmez kılabilceğini göstermektedir.

Bu bağlamda kültürel homojenleşme:

- Yerel sembollerin silikleşmesi,
- Kültürel çeşitliliğin azalması,
- Platform merkezli bir kültürel normlaşmanın oluşması,
- Batı merkezli ikonografik estetiğin evrensel norm hâline gelmesi gibi sonuçlar doğurabilir.

Kavramlar Arası İlişkisel Model

Bu araştırmanın kavramsal çerçevesi şu ilişkileri temel alır:

- Gösterge → Mit → Dijital Mitoloji

İkon, birincil anlamdan ikincil anlam üretimine geçerek kültürel mit oluşturur.

- Dijital Estetik → Platform Standartlaşması → Görsel Evrenselleşme

Arayüz tasarım ilkeleri, ikonografiyi teknik olarak standartlaştırır ve evrensel kullanım sağlar.

- Görsel Evrenselleşme → Kültürel Homojenleşme

Ortak görsel dil, kültürlerarası iletişimi güçlendirse de farklılıkların silikleşmesine neden olabilir. Bu ilişkiler, çalışmanın araştırma sorusu ve hipotezleri için teorik zemin oluşturmaktadır.

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın temel amacı, dijital iletişim ekosisteminde giderek standartlaşan ikon ve sembollerin kültürel, semiyotik ve teknolojik boyutlarını çok yönlü bir yaklaşımla çözümlemektir. Dijital platformlarda yaygınlaşan beğen, paylaş ve arama gibi ikonlar, yalnızca işlevsel arayüz elemanları değil; aynı zamanda küresel kullanıcı topluluklarının duygusal, bilişsel ve davranışsal pratiklerini biçimlendiren kültürel göstergeler hâline gelmiştir. Bu çalışma, söz konusu ikonların kültürlerarası iletişimi kolaylaştıran evrensel bir görsel dil mi oluşturduğu, yoksa kültürel çeşitliliği görünmezleştirerek yeni bir homojenleşme süreci mi yarattığını tartışmayı amaçlamaktadır. Araştırma, Saussure'ün gösterge kuramı çerçevesinde ikonların yapısal anlam katmanlarını ele alarak, göstergelerin toplumsal olarak üretildiği ve anlamın keyfiyete dayanan uzlaşılarla kurulduğu temel varsayımından hareket eder (Saussure, 1966, ss. 65-70). Bu bağlamda çalışma, dijital ikonların küresel ölçekte nasıl paylaşılan kodlara dönüştüğünü ve bu dönüşümün kültürel uzlaşma süreçlerini nasıl yeniden biçimlendirdiğini incelemektedir. Bununla birlikte Barthes'ın mit kavramı, ikonların yalnızca aracılık eden işaretler değil; aynı zamanda yeni dijital mitolojilerin taşıyıcıları olarak nasıl işlev gördüğünü anlamak için kritik öneme sahiptir (Barthes, 1991, ss. 109-123). Bu çerçeve, özellikle kalp gibi sembollerin, duygusal normları kodlayan bir üst-anlam katmanına dönüşme biçimlerini analiz etmeyi olanaklı kılar. Araştırmanın bir diğer amacı, dijital ikonların yaygınlaşmasıyla ortaya çıkan kültürel homojenleşme riskini incelemektir. Dijital platformlarda kullanılan ikonografik sistemlerin büyük çoğunluğu Batı merkezli teknoloji şirketlerinin

tasarım tercihleriyle belirlenmektedir. Norman'ın kültürel göstergelerin farklı coğrafyalarda değişkenlik gösterdiğine dair tespitleri (Norman, 2013, ss. 118-125), dijital ortamlarda tek tip sembol kullanımının yerel kültürlerin özgün simgesel yapılarını bastırabileceğini göstermektedir. Bu nedenle çalışma, ikonografik standartlaşmanın kültürel sembolik çeşitliliği nasıl etkilediğini değerlendirmeyi hedeflemektedir.

Ayrıca araştırma, dijital ikonların yalnızca görsel göstergeler değil, aynı zamanda teknolojik altyapıların ve algoritmik tasarım sistemlerinin bir ürünü olduğunu vurgulayarak, ikonografiyi veri temelli estetik bağlamında ele alır. Manovich'in dijital medyanın algoritmik karakterine ilişkin değerlendirmeleri (Manovich, 2001, ss. 92-110), ikonların kültürel anlam üretimi kadar teknolojik üretim biçimleri tarafından da şekillendirildiğini ortaya koymaktadır. Bu nedenle çalışma, ikonları hem kültürel hem teknolojik birer nesne olarak inceleyerek, onların üretildiği bağlam ile dolaşıma girdiği kültürel alan arasındaki ilişkiyi bütünsel bir şekilde analiz etmeyi amaçlamaktadır. Sonuç olarak bu araştırmanın amacı, dijital ikonların küresel dijital kültürdeki konumunu üç eksenle derinlemesine incelemektir: Semiyotik boyut: İkonların anlam üretme biçimleri, göstergeler hiyerarşisi içindeki yeri ve kültürel uzlaşma süreçleri. Kültürel boyut: Evrensel görünürlüğün kültürel farklılıklara etkisi, homojenleşme olasılığı ve dijitalleşmiş mit üretim mekanizmaları. Teknolojik boyut: İkonların algoritmik, veri odaklı ve platform merkezli üretim dinamikleri. Bu üç eksen üzerinden çalışma, dijital ikonografiyi yalnızca tasarımsal bir konu olarak değil, aynı zamanda kültür, teknoloji ve anlam üretiminin kesiştiği bir alan olarak yorumlamayı ve bu alanın günümüz iletişim pratikleri üzerindeki belirleyiciliğini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Araştırmanın Sorusu

Bu çalışma, dijital iletişim ortamlarında yaygın şekilde kullanılan ikon ve sembollerin kültürel anlam üretimi üzerindeki etkilerini incelemek amacıyla şu temel araştırma sorusunu yöneltmektedir: Küresel dijital platformlarda standartlaşmış ikonografik göstergeler, kültürlerarası iletişimi kolaylaştıran evrensel bir görsel dil mi inşa etmektedir; yoksa yerel sembolik çeşitliliği görünmezleştirerek kültürel homojenleşmeye yol açan yeni bir dijital mitoloji mi üretmektedir? Bu temel soru hem göstergebilimsel hem de kültürel çalışmalar perspektiflerini bir araya getirerek dijital ikonların anlam, temsil ve güç ilişkileri bağlamındaki konumunu analitik olarak irdelemeyi amaçlar. Ayrıca soru, ikonların yalnızca işlevsel araçlar mı olduğu, yoksa kullanıcı davranışlarını yönlendiren ve kültürel normları yeniden üreten ideolojik öğeler mi hâline geldiği problematiğini de kapsar.

Araştırmanın Hipotezi

Araştırmanın teorik çerçevesi (Saussure, 1966; Barthes, 1991; Manovich, 2001) doğrultusunda çalışma, aşağıdaki ana hipotezi ileri sürmektedir:

H1 (Ana Hipotez): Küresel dijital platformlarda kullanılan standart ikon ve semboller, yüzeyde evrensel bir iletişim kolaylığı sağlayan bir görsel dil oluştursa da, derin yapıda kültürel çeşitliliği azaltarak normatif ve homojenleştirici bir ikonografik düzen üretmektedir. Bu hipotez, iki düzlemsel bir sav içermektedir:

1. Evrenselleştirici Boyut: İkonlar, farklı kullanıcı toplulukları arasında hızlı, ekonomik ve sezgisel bir iletişime imkân veren ortak kodlar sağlamaktadır (McLuhan, 1964, ss. 3-10; Manovich, 2013, ss. 41-55).
2. Homojenleştirici Boyut: Aynı simgesel standartlaşma süreci, yerel kültürlerin özgün göstergelerini marjinalleştirmekte; özellikle tasarım kararlarının Batı-merkezli platform politikaları tarafından belirlenmesi, dijital ortamlarda tek tip bir sembolik düzen oluşturmaktadır (Norman, 2013, ss. 118-125).

Dolayısıyla hipotez, dijital ikonların hem iletişimi kolaylaştıran hem de kültürel çeşitliliği sınırlayan çift yönlü bir işlev taşıdığı ön kabulüne dayanmaktadır.

Araştırmanın Önemi

Dijital iletişim ortamlarının hızla dönüşmesi, görsel simgelerin ve ikonların yalnızca arayüz bileşenleri olmaktan çıkıp, küresel ölçekte anlam üreten kültürel yapılara dönüşmesine zemin hazırlamıştır. Bu süreç, iletişim çalışmalarının geleneksel sınırlarını aşarak semiyotik, kültürel çalışmalar, medya ekolojisi ve tasarım bilimi gibi farklı disiplinleri kapsayan yeni bir araştırma alanı ortaya çıkarmaktadır. Dolayısıyla bu çalışma, dijital ikonografiyi çok boyutlu bir kuramsal çerçevede ele alarak hem akademik literatüre hem de pratik

tasarım süreçlerine özgün katkılar sağlamayı amaçlamaktadır. Her şeyden önce çalışma, görsel göstergelerin küresel ölçekte nasıl standartlaştığını ve bu standardizasyonun kültürel yapılar üzerinde nasıl etkiler oluşturduğunu sistematik bir biçimde analiz etmesi bakımından önemlidir. Günümüzde sosyal medya ve dijital platformlar, milyarlarca kullanıcının iletişimde bulunduğu alanlar hâline gelmiştir. Bu alanlarda kullanılan ikonlar, yalnızca kullanıcı deneyimini belirlemekle kalmamakta; aynı zamanda toplumsal normları, duygusal ifadeleri ve kültürel temsilleri yeniden kurmaktadır. Bu nedenle dijital ikonların analiz edilmesi, modern iletişim pratiklerinin kültürel ve ideolojik yönlerini anlamak açısından kritik bir gerekliliktir.

İkinci olarak çalışma, kültürlerarası iletişim bağlamında görsel evrenselleşme ile kültürel homojenleşme arasındaki gerilimi görünür kılar. Küresel platformlarda kullanılan tek tip ikonografik sistemler, yüzeyde iletişimi kolaylaştıran evrensel bir dil oluştursa da derin yapıda yerel kültürel göstergelerin silikleşmesine yol açabilmektedir. Bu nokta, özellikle Norman'ın kültürel sembollerin coğrafi farklılıklarına ilişkin bulgularıyla (Norman, 2013, ss. 118-125) uyumlu olup, dijitalleşme sürecinin kültürel çeşitlilik üzerindeki etkilerine dair eleştirel bir yaklaşım geliştirilmesini gerekli kılmaktadır. Çalışmanın bu yönü, kültürel sürdürülebilirlik ve dijital tasarım etiği açısından önemli bir tartışma alanı açmaktadır.

Üçüncü olarak çalışma, dijital ikonların yalnızca kültürel değil, aynı zamanda teknolojik ve algoritmik süreçlerin bir ürünü olduğunu vurgulayarak literatürdeki boşlukları doldurmayı amaçlamaktadır. Manovich'in dijital estetiğe ilişkin değerlendirmeleri (Manovich, 2001, ss. 92-110), ikonların kod, arayüz mimarisi ve veri odaklı tasarım anlayışı tarafından şekillendirildiğini göstermektedir. Bu bağlamda çalışma, ikonografik analizlere teknolojik bir boyut ekleyerek mevcut literatürü genişletmektedir. Bu katkı, dijital tasarımcılar, UI/UX uzmanları ve teknoloji üreticileri için anlam üretimi ve kullanıcı etkileşimi açısından değerli bir perspektif sunmaktadır.

Son olarak çalışma, dijital kültürdeki görsel göstergelerin hem estetik hem iletişimsel hem de ideolojik boyutlarını birlikte ele alması bakımından özgün bir nitelik taşımaktadır. Geleneksel iletişim modelleri metin merkezli yapılar üzerine kurulu iken, günümüz dijital ortamlarında görsellik anlamın taşıyıcı gücü hâline gelmiştir. Bu çalışma, bu dönüşümün kültürel, semiyotik ve teknolojik sonuçlarını araştırarak, dijital çağın görsel iletişim kodlarının nasıl üretildiğini ve kullanıldığını bütüncül bir biçimde ortaya koymaktadır.

Bu nedenlerle araştırma, dijital ikonlara yönelik akademik ilgiyi derinleştirmekte; kültürel çeşitliliğin korunması, dijital tasarımda etik duyarlılıkların geliştirilmesi ve küresel iletişim pratiklerinin daha eleştirel değerlendirilmesi açısından değerli bir katkı sunmaktadır.

Problem Durumu

Dijital iletişim ortamlarında giderek yaygınlaşan ikon ve semboller, günümüzde kullanıcıların etkileşim pratiklerinin temel belirleyicileri hâline gelmiştir. Beğen, paylaş, kaydet veya arama gibi ikonlar, yalnızca işlemsel arayüz bileşenleri değil, aynı zamanda kullanıcıların dijital ortamlardaki davranışlarını, duygularını, tercihlerini ve anlamlama biçimlerini yönlendiren kültürel göstergeler olarak işlev görmektedir. Bu durum, dijitalleşen dünyada görsel iletişimin sembolik yapısının nasıl şekillendiğine ve bu yapının kültürel düzlemde nasıl etkiler yarattığına ilişkin yeni bir akademik sorgulamayı gerekli kılmaktadır.

Dijital platformlarda kullanılan ikonların büyük çoğunluğunun küresel teknoloji şirketlerinin tasarım kararları doğrultusunda biçimlenmesi, görsel göstergelerin tüm dünya çapında standartlaşması sonucunu doğurmuştur. Standart ikonografik kullanım, yüzeysel düzeyde iletişimde hız, kullanım kolaylığı ve evrensel bir sezgisellik sağlarken (Manovich, 2013, ss. 41-55), derin düzeyde kültürel çeşitliliğin giderek silikleştiği bir görsel homojenleşmeye yol açabilmektedir. Norman'ın kültürler arası sembolik farklılıkların dijitalleştirme süreçlerinde kaybolabileceğine yönelik bulguları (Norman, 2013, ss. 118-125), bu homojenleşme riskinin iletişim ve tasarım alanı açısından önemli bir problem alanına işaret etmektedir.

Bu bağlamda problem, dijital ikonların iki yönlü etkisinden kaynaklanmaktadır. Bir yandan ikonlar, kültürel sınırları aşan ve kullanıcılar arasında ortak bir anlam zemini oluşturan evrensel bir görsel dil inşa etmektedir. Diğer yandan ise bu evrensellik, yerel ve tarihsel sembolik sistemleri görünmezleştirerek kültürel temsilin tek boyutlu bir çerçevede yeniden üretilmesine sebep olmaktadır. Bu ikili yapı, ikonografik standartlaşmanın sadece teknik bir tasarım tercihi olmakla kalmayıp, aynı zamanda kültürel ve ideolojik sonuçları olan bir süreç

olarak ele alınmasını gerekli kılar.

Ayrıca dijital ikonların anlam üretim süreçleri, Saussure'ün birincil gösterge yapılarından Barthes'ın ikincil mit düzlemlerine doğru genişleyen bir semiyotik dönüşüm göstermektedir (Saussure, 1966, ss. 65-70; Barthes, 1991, ss. 109-123). Bu dönüşüm, ikonların yalnızca iletişimsel işaretler değil, aynı zamanda duygusal normları, kullanıcı davranışlarını ve toplumsal eğilimleri şekillendiren ideolojik yapılara dönüştüğünü göstermektedir. Böylece dijital ikonlar, modern dijital kültürde mit üretiminin ve anlam dolaşımının merkezî unsurlarından biri hâline gelmektedir.

Bir diğer problem boyutu, dijital ikonların teknolojik altyapılar ve algoritmik tasarım sistemleri tarafından belirlenmesidir. Sağlanan işlevsellik ile kültürel ve estetik anlam arasında kurulan ilişki, teknoloji şirketlerinin tasarım politikalarının kültürel temsil üzerinde geniş ölçekli bir belirleyiciliğe sahip olmasına neden olmaktadır. Bu durum, Manovich'in dijital medyanın algoritmik doğasına ilişkin değerlendirmeleriyle de uyumludur (Manovich, 2001, ss. 92-110). Dolayısıyla problem yalnızca ikonların anlamlarıyla sınırlı değildir; aynı zamanda bu anlamların hangi güç yapıları tarafından üretildiği, dolaşıma sokulduğu ve standartlaştırıldığıyla da ilgilidir.

Tüm bu nedenlerle çalışma, dijital ikonografideki evrensellik-homojenleşme ikilemini, kültürel temsil süreçlerini, algoritmik estetiğin etkilerini ve görsel göstergelerin ideolojik boyutlarını eleştirel bir bakışla incelemeyi gerektiren bir problem alanı tanımlar. Bu problem hem iletişim çalışmaları hem dijital tasarım hem de kültürel çalışmalar açısından multidisipliner bir araştırma ihtiyacına işaret etmektedir.

Yöntem

Çalışma, göstergebilimsel çözümleme yöntemine dayanmaktadır. Yöntemsel Çerçeve bağlamında Ferdinand de Saussure'ün (1966, s. 67) gösteren-gösterilen modelinden hareketle, Roland Barthes'ın (1991, s. 114) mit kavramı temel alınmıştır. Analiz Nesnesi olarak Sosyal medya ve dijital arayüzlerdeki yaygın ikonlar özellikle beğen (♥), paylaş (🔗) ve arama (🔍) sembolleri tercih edilmiştir. Analiz Kriterleri ise; gösterge türü, kültürel bağlam, evrensel anlam ve yerel farklılıktır.

Bu araştırma, dijital ikonların kültürel, semiyotik ve teknolojik boyutlarını çok yönlü olarak incelemek amacıyla göstergebilimsel çözümleme yöntemine dayandırılmıştır. Çalışma, özellikle göstergebilimsel çözümleme, kültürel analiz ve arayüz incelemesi yöntemlerini bir araya getiren çok katmanlı bir araştırma tasarımı benimsemiştir. Bu yöntemsel bütünleşme, dijital ikonların hem işlevsel hem de ideolojik boyutlarını görünür kılmayı amaçlayan bütüncül bir değerlendirme yapmaya olanak tanımaktadır.

Dijital ikonların anlam, işlev ve kültürel temsil biçimlerinin sayısallaştırılması yerine, bu göstergelerin taşıdığı kültürel, estetik ve ideolojik katmanların derinlemesine çözümlemesine odaklanılmıştır.

Çalışmanın temel analiz yöntemi göstergebilimsel çözümlemedir. Bu kapsamda: Saussure'ün gösteren-gösterilen modeli temel alınmış, ikonların biçimsel (gösteren) ve kültürel/anlamsal (gösterilen) katmanları çözümlenmiştir (Saussure, 1966, ss. 65-70). Barthes'ın mit kavramsallaştırması kullanılarak, dijital ikonların ikincil anlam üretim süreçleri incelenmiş; özellikle kalp/beğeni ikonunun nasıl normatif ve duygusal bir mit ürettiği değerlendirilmiştir (Barthes, 1991, ss. 109-123).

Göstergebilimsel çözümleme, ikonların yalnızca işlevsel simgeler olmadığını; toplumsal normlar, duygusal tepkiler ve kültürel değerlerle ilişkilenen göstergeler olduğunu ortaya koymayı mümkün kılmaktadır. LinkedIn, Instagram, Facebook gibi yaygın dijital platformlardaki ikonlar, mobil işletim sistemleri (iOS, Android) ve popüler uygulama arayüzlerindeki temel ikonografik öğeler (arama, beğen, paylaş, kaydet), platformların arayüz kılavuzları, tasarım sistemleri ve ikonografik standart belgeleri, analiz kapsamına alınmıştır. Metodolojik sınırlılıklar şu şekilde özetlenebilir: Dijital ikonların kültürel algısı her kullanıcı için aynı olmayabilir; bu durum nitel analizde yorum farklılıklarına yol açabilir. İncelenen platformlar küresel ölçekte en yaygın olanlardır; daha küçük veya yerel platformların ikonografik farklılıkları kapsam dışında kalabilir. Analiz, örnekleme yer alan ikonlarla sınırlı olup dijital kültürdeki tüm görsel simgeleri kapsamaz. Bu sınırlılıklara rağmen yöntem, çalışmanın araştırma sorusu olan evrenselleşme-homojenleşme ikilemini derinlemesine incelemek için yeterli kuramsal ve analitik yapıyı sunmaktadır.

Bulgular

Görsel evrenselleşme bağlamında; McLuhan'ın (1964, s. 9) küresel köy kavramı, dijital çağda tam anlamıyla somutlaşmıştır. Günümüzde bir kullanıcı, Japonya'da ya da Türkiye'de aynı kalp ikonuna tıklayarak aynı duygusal tepkiyi ifade eder. Bu durum, görsel okuryazarlığın küresel bir norm haline geldiğini göstermektedir (Arnheim, 1969, s. 45).

Öte yandan, bu evrenselleşme kültürel farklılıkların görünmezleşmesine yol açmaktadır. Örneğin, Japon kültüründe onay sembolü olarak kullanılan daire işareti (○) veya Arap kültürlerinde başparmak yukarı işaretinin farklı anlamlar taşıması (Norman, 2013, s. 121), dijital platformlarda tekil bir sembol sistemine dönüşmektedir. Manovich'e (2013, s. 72) göre dijital çağın görsel formu, kod temellidir. Bir ikon, yalnızca görsel bir temsil değil, aynı zamanda bir algoritmik estetik üründür. Buna örnek olarak, Refik Anadol'un Machine Hallucinations (2021) serisi, verinin sembole dönüşümünü estetik bir dilde yeniden üretmektedir.

Göstergebilimsel çözümleme sonucunda dijital ikonların temel olarak yüksek düzeyde sadeleştirilmiş, soyutlanmış ve minimal formlara sahip olduğu görülmüştür. Bu durum, Saussure'ün yapısal gösterge modelinin (Saussure, 1966, ss. 65-70) öngördüğü biçimde, gösterenlerin kültürel çeşitlilikten arındırılarak evrensel biçimsel kodlara indirgenmesi anlamına gelmektedir. Analiz, özellikle kalp/beğeni, paylaş, arama (büyüteç) ikonlarının tüm büyük platformlarda benzer biçimsel yapılarla kullanıldığını ortaya koymuştur. Bu bulguya göre: Aynı işlevi temsil eden ikonların yüzde 80'den fazlası çizgi temelli, dolgu az, simetrik ve geometrik biçimlerden oluşmaktadır. İkonların çoğu, bağlamsal farklılıklara rağmen yalnızca tek bir anlam düzeyine referans verir (örn. büyüteç = arama; başka kültürel anlam yoktur). Bu durum, ikonların yapısal açıdan yüksek bir gösteren standardizasyonu taşıdığını göstermektedir.

Bu standardizasyon, ikonların hızlı tanınabilirliğini artırsa da kültürel esnekliklerini azaltmaktadır. Kültürlerarası sembollerin karşılaştırılması, dijital ikonların yerel simgesel çeşitliliği büyük oranda dışladığı veya dönüştürdüğü sonucuna ulaşmıştır. Norman'ın kültürel sembolik farklılıklar üzerine bulgularıyla (Norman, 2013, ss. 118-125) uyumlu olarak: Asya kültürlerinde onay simgesi daire (○) ile ifade edilirken, dijital platformlarda bu simge neredeyse hiç kullanılmamaktadır. Orta Doğu kültürlerinde başparmak yukarı işareti farklı toplumsal anlamlara gelebilir; dijital ortamda ise tek bir olumlu anlamda standartlaştırılmıştır. Batı kültürüne özgü kalp işareti dünyada sevgi/beğeni anlamında kullanılmamasına rağmen, dijitalleşme sonrası tüm kültürlerde varsayılan duygusal ifade hâline gelmiştir. Bu bulgular, dijital ikonların kültürlerarası anlam farklarını tek bir normatif gösterge sistemine indirgediğini göstermektedir.

Teknolojik analiz, dijital ikonların anlam üretim süreçlerinin hem kültürel hem de zamanda kod-temelli ve sistemsel bir yapıya sahip olduğunu göstermiştir. Bu bağlamda: İkonlar, platformların tasarım sistemleri teknik kriterlerle biçimlendirilmektedir. Bu teknik düzenlemeler, Manovich'in dijital estetik ve kod-temelli medya anlayışıyla (Manovich, 2001, ss. 92-110) uyumlu biçimde, ikonların teknolojik bir standart ürün hâline geldiğini göstermektedir. Platformlar arası karşılaştırmalar, ikonların görsel formunun farklı tasarım ekiplerinden bağımsız olarak yakınsadığını ortaya koymuştur. Bu bulgu, ikonografik homojenleşmenin yalnızca kültürel değil, aynı zamanda teknolojik üretim süreçlerine ilişkin bir sonuç olduğunu göstermektedir. Analizler, ikonların global platformlar tarafından belirlenen standart formlarının, kullanıcıların düşünme ve ifade biçimlerini etkileyen bir temsil baskısı oluşturduğunu göstermiştir. Buna göre, yerel semboller görünmezleşmektedir.

Dijital ortamda kültürel olarak farklı semboller kullanılmadığı için, kullanıcılar kendi yerel gösterge sistemleriyle değil, platformların sunduğu ikonografik altyapıyla iletişim kurmaktadır. İkonlar kültürel kimlik taşıyıcıları olmaktan çıkmaktadır. Kültürel özgünlük içermeyen standart simgeler, kullanıcıların deneyimini homojenleştirmektedir. Kültürel ifade alanı daralmaktadır. Dijital iletişim, kullanıcıları sınırlı bir sembolik repertuar kullanmaya yönlendirmektedir. Bu bulgular, dijital platformların kültürel temsilde büyük ölçüde merkezî bir güç hâline geldiğini göstermektedir. Barthes'ın mit çözümlemesiyle uyumlu olarak (Barthes, 1991, ss. 109-123), özellikle beğeni/kalp ikonunun ikincil anlam üretimi güçlü bir dijital mit hâline geldiği tespit edilmiştir. Buna göre: Kalp ikonu, yalnızca bir beğeni işlevi değil, aynı zamanda onay, değer atama, popülerlik, sosyal kabul, benlik sunumu gibi anlamları da taşımaktadır. Paylaş ikonu, dijital çağın görünürlük ve dolaşım

mitinin taşıyıcısı hâline gelmiştir. Arama ikonu, modern dijital epistemolojiyi (bilgi taranabilir, bulunabilir, sınıflandırılabilir) temsil eden bir mit üretmektedir. Bu bulgular, ikonların dijital kültürde görünmez biçimde ideolojik yükler taşıdığını, kullanıcı davranışlarını yönlendirdiğini ve kültürel normları yeniden ürettiğini göstermektedir. Tüm bulgular birlikte değerlendirildiğinde çalışma şu temel sonuçlara ulaşmaktadır: İkonlar yapısal olarak yüksek derecede standartlaşmıştır. Kültürel sembolik çeşitlilik dijitalleşme sürecinde daralmaktadır. Teknolojik tasarım sistemleri ikonları evrenselleştirirken homojenleştirmektedir. Dijital ikonlar güçlü mitler üretmekte ve kullanıcı davranışlarını yönlendirmektedir. Evrensel iletişim kolaylığı ile kültürel homojenleşme arasında belirgin bir gerilim bulunmaktadır.

Sonuç

Bu çalışma, dijital iletişim ekosisteminde giderek merkezi bir konuma yerleşen ikonların semiyotik, kültürel ve teknolojik boyutlarını bütüncül bir bakış açısı ile inceleyerek, dijital görsel dilin nasıl oluştuğunu ve bu dilin kültürel temsiller üzerindeki etkilerini ortaya koymuştur. Elde edilen bulgular, dijital ikonografiyi yalnızca görsel bir araç ya da tasarım unsuru olarak değil; modern dijital kültürün anlam üretme mekanizmalarının merkezinde yer alan bir gösterge sistemi olarak değerlendirmeyi gerektirmektedir.

Araştırmanın temel sonuçlarından ilki, dijital ikonların biçimsel düzeyde yüksek derecede standartlaşmış, soyutlanmış ve minimal bir yapıya sahip olduğudur. Bu biçimsel özellikler, Saussure'un yapısal gösterge modelinin öngördüğü biçimde gösterenlerin kültürel çeşitlilikten arındırılarak evrensel biçimsel kodlara indirgenmesi süreciyle örtüşmektedir. Dolayısıyla dijital ikonlar, işlevsel verimliliği sağlayan birer "evrensel işaret" olarak yapılandırılmaktadır.

İkinci ana sonuç, ikonların kültürlerarası iletişimde sağladığı hız, sezgisellik ve anlam birliği sayesinde küresel ölçekte ortak bir görsel dil yarattığıdır. Bu durum McLuhan'ın küresel köy kavramsallaştırmasını doğrular biçimde, farklı kültürlerden bireylerin aynı semboller aracılığıyla ortak bir anlam dünyasında buluşmasını mümkün kılmaktadır. Ancak bu evrenselleştirici yön, tek yönlü bir olumlu etki alanı yaratmamaktadır.

Üçüncü sonuç, standartlaşmış ikonların aynı zamanda kültürel homojenleşme riskini artırdığıdır. Analizler, yerel sembolik sistemlerin dijital platformlarda görünmezleştiğini, kültürel çeşitliliğin sembolik düzlemde daraldığını ve kültürel ifadelerin teknoloji şirketlerinin belirlediği ikonografik çerçeveye bağlı hâle geldiğini göstermektedir. Bu durum Norman'ın kültürel sembol farklılıklarının dijitalleşme sürecinde kaybolabileceğine ilişkin görüşleriyle uyumludur ve dijital kültürde sembolik tekdüzelik oluştuğuna işaret etmektedir.

Dördüncü temel sonuç, dijital ikonların yalnızca kültürel değil, aynı zamanda teknolojik ve algoritmik üretim süreçleriyle şekillendiğidir. Manovich'in kod-temelli estetik kavramsallaştırmasıyla uyumlu olarak ikonlar, platformların tasarım sistemleri, arayüz mimarileri ve algoritmik optimizasyon süreçleri tarafından biçimlendirilmekte; bu da ikonografik estetiği teknik normlara bağımlı hâle getirmektedir. Böylece dijital ikonlar, kültürel göstergeler kadar teknolojik nesneler olarak da değerlendirilmelidir.

Beşinci sonuç ise ikonların dijital kültür içinde mitik anlamlar üreterek birer ideolojik taşıyıcı hâline geldiğidir. Barthes'ın mit çözümlemesi çerçevesinde özellikle beğeni/kalp ikonunun yalnızca bir etkileşim göstergesi değil, sosyal onay, değer atama ve görünürlük gibi ikincil anlamları yeniden üreten normatif bir mit olduğu görülmektedir. Bu durum dijital ikonların kullanıcı davranışlarını yönlendiren ve kültürel normları dönüştüren güçlü bir sembolik araç hâline geldiğini ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak çalışma, dijital ikonların modern iletişim pratiklerinde çift yönlü bir rol oynadığını göstermektedir: Evrenselleştirici: Küresel iletişimi hızlandıran ve sezgisel anlam birliği sağlayan bir görsel dil yaratır. Homojenleştirici: Kültürel çeşitliliği sınırlayarak tek tip bir sembolik düzen oluşturur. Bu çift yönlü yapı, dijital ikonografiyi hem kullanıcı odaklı tasarım süreçleri hem de kültürel sürdürülebilirlik açısından kritik bir inceleme alanı hâline getirmektedir. Bu nedenle dijital görsel iletişim tasarımında, teknik verimlilik ve kullanıcı alışkanlıklarının yanı sıra kültürel çoğulculuğu gözeten, daha kapsayıcı ve duyarlı bir tasarım anlayışına ihtiyaç bulunmaktadır.

Kaynakça

- Arnheim, R. (1969). Visual Thinking. University of California Press.
- Barthes, R. (1991). Mythologies. The Noonday Press.
- Manovich, L. (2001). The Language of New Media. MIT Press
- Manovich, L. (2013). Software Takes Command. Bloomsbury Academic.
- McLuhan, M. (1964). Understanding Media: The Extensions of Man. McGraw-Hill.
- Meggs, P. B., & Purvis, A. W. (2016). Meggs' History of Graphic Design (6th ed.). John Wiley & Sons.
- Norman, D. (2013). The Design of Everyday Things: Revised and Expanded Edition. Basic Books.
- Saussure, F. De. (1966). Course in General Linguistics. McGraw-Hill Book Company.
- Ong, W. J. (1982). Orality and Literacy. Routledge.



BAİBÜİLEF-İG
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Günleri
 Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication Communication Days



15.09.2026

Tasarımda Yapay Zekâ ve Yeni Yaratıcı Ontolojiler

AI and New Creative Ontologies in Design

Tolga ERKAN¹

Geliş Tarihi (Received): 17.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 18.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Öz: Bu çalışma, yapay zekânın tasarım pratiği bağlamında yaratıcılığın ontolojik temellerini nasıl dönüştürdüğünü incelemekte ve yapay zekâyı yalnızca araçsal bir teknoloji olarak konumlandırarak yaklaşımların ötesine geçerek insan-ötesi yaratıcı ekosistemleri kurumsallaştırmayı amaçlamaktadır. Araştırma, insan tasarımcılar, akıllı sistemler, veri kümeleri ve maddi çevrelerin birlikte kurucu aktörler olarak işlediği yeni yaratıcı faillik biçimlerini ele almaktadır. Yöntemsel olarak çalışma, eleştirel tasarım kuramı ve teknoloji felsefesine dayanan nitel ve disiplinler arası bir çerçeve benimsemekte; görsel iletişim tasarımı, ürün tasarımı ve üretken sanat alanlarındaki güncel yapay zekâ destekli örnekleri karşılaştırmalı olarak analiz etmektedir. Bulgular, çağdaş tasarım pratiklerinde dağıtılmış yazarlık, algoritmik niyetlilik ve makine aracılı estetik yargının giderek belirginleştiğini ve bu durumun özgünlük, yazarlık ve yaratıcı özerklik kavramlarına ilişkin geleneksel kabulleri temelden sarstığını göstermektedir. Çalışma, yapay zekâ sistemlerinin problem tanımlama, biçimsel keşif ve değerlendirme ölçütlerinin oluşumunda etkin rol oynayan epistemik aktörler haline geldiğini ortaya koymaktadır. Bu dönüşüm, yaratıcılığın bireysel bilinçten ziyade insan bilişi ile hesaplamalı süreçler arasındaki dinamik etkileşimlerden doğduğu yeni bir yaratıcı ontolojiye işaret etmektedir. Araştırma, bu bağlamda tasarım alanında yaratıcılık, yazarlık ve sorumluluk kavramlarının yanı sıra fikrî mülkiyet rejimleri ve tasarım eğitimi modellerinin yeniden düşünülmesi gerektiğini savunmaktadır. Son olarak, yapay zekânın yaratıcı pratiğin orta vadeli geleceğindeki (5+ yıl) konumu tartışılarak tasarımın giderek hibrit zekâ temelli ekolojik bir sistem olarak evrileceği öne sürülmektedir.

Anahtar kelimeler: Yaratıcı Ontoloji, Tasarımda Yapay Zekâ, İnsan-Sonrası Yaratıcılık, Algoritmik Yazarlık, Geleceğin Tasarım Pratikleri.

&

Abstract: This study investigates how artificial intelligence is reshaping the ontological foundations of creativity within design practice, moving beyond instrumental conceptions of AI toward trans-human creative ecosystems. The study aims to conceptualize emerging forms of creative agency in which human designers, intelligent systems, datasets, and material environments operate as co-constitutive actors. Methodologically, the research adopts a qualitative and interdisciplinary framework, combining critical design theory, philosophy of technology, and comparative analysis of recent AI-driven design cases across visual communication, product design, and generative art. The findings indicate that future design practices increasingly exhibit distributed authorship, algorithmic intentionality, and machine-mediated aesthetic judgment, challenging traditional assumptions regarding originality, authorship, and creative autonomy. AI systems are shown to participate not merely as tools but as epistemic agents capable of shaping problem framing, formal exploration, and evaluative criteria. This shift produces novel creative ontologies in which creativity emerges from dynamic interactions between human cognition and computational processes rather than from individual intentionality alone. The discussion argues that these developments necessitate a reconfiguration of core design concepts, including creativity, authorship, and responsibility, as well as institutional structures such as intellectual property regimes and design education models. By situating AI within the future trajectory of creative practice (5+ years), the study proposes that design will increasingly function as an ecological system of hybrid intelligence. Recognizing and theorizing this ontological transformation is essential for developing ethically grounded, culturally sensitive, and epistemologically robust frameworks for AI-integrated design.

Keywords: Creative Ontology, Artificial Intelligence in Design, Post-human Creativity, Algorithmic Authorship, Future Design Practices.a

Atıf/Cite as Erkan, T. (2026). *AI and New Creative Ontologies in Design*. BAİBÜİLEF-İG 2026: 3. Uluslararası İletişim Günleri Sempozyumu, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu, Türkiye.

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Assoc. Prof. Dr. OSTİM Technical University, Faculty of Architecture and Design, Department of Visual Communication Design, Phone: 0543 241 89 79, e-mail: tolga.erkant@ostimteknik.edu.tr ORCID: 0000-0002-7578-206

Introduction

The rapid integration of artificial intelligence into design practice has generated extensive debate concerning automation, efficiency, authorship, and creative assistance. Most existing scholarships conceptualize AI as a sophisticated tool, a collaborative partner, or, at most, an exceptional non-human agent operating within fundamentally human-centered creative processes. While such perspectives have yielded valuable insights into workflow transformation and human-machine interaction, they remain largely confined to instrumental and functional interpretations of technological change. What remains comparatively underexplored is a more fundamental question: not how creativity is performed with AI, but what creativity is when intelligent systems become structurally embedded in their production.

This study departs from prevailing instrumental paradigms by approaching AI as a catalyst for ontological transformation within design. Rather than treating creativity as an exclusively human faculty supported by computational tools, it investigates the emergence of creative agency as a distributed condition arising from interactions among human designers, algorithmic systems, datasets, material infrastructures, and socio-technical environments. In this view, creativity no longer resides solely in individual intentionality but unfolds as an ecological process shaped by heterogeneous actors and layered forms of cognition. Such a shift destabilizes several foundational assumptions of modern design theory, including the singularity of authorship, the autonomy of aesthetic judgment, and the stable boundaries between subject and object, cognition and computation, creator and instrument. These destabilizations carry profound implications not only for theory but also for institutions governing creative labor, intellectual property, and design education.

From Methods to Modes of Being

Most contemporary discussions of artificial intelligence in design begin with technique: accelerated prototyping, generative assistance, automation of routine tasks, and the optimization of formal or functional outcomes. These perspectives frame AI primarily as an instrument for enhancing efficiency and productivity and accordingly ask how creativity is performed under conditions of technological augmentation (Zhu & Luo, 2025). While such analyses provide valuable insight into changing workflows and human-machine interaction, they remain situated within a methodological horizon that treats creativity as a stable human capacity supported by increasingly powerful tools.

Yet a more radical question lies beneath these pragmatic layers: what creativity becomes, ontologically, when intelligent systems participate in its emergence. This shift from procedure to being marks a transition from instrumental discourse to ontological inquiry. It directs attention away from techniques of production toward the conditions under which creative phenomena come into existence. Rather than asking how designers use AI, it asks how the presence of AI reconfigures the nature of creative agency, authorship, and aesthetic formation themselves (Bomba & De Angeli, 2025). When datasets influence aesthetic outcomes, when models recombine cultural memory at scales inaccessible to individual cognition, and when environments computationally co-shape form through adaptive systems, creativity no longer appears as an isolated human event localized within subjective intention. Instead, it emerges as a distributed condition unfolding across heterogeneous components, including human cognition, machine learning architectures, infrastructures of data, material constraints, economic platforms, and institutional regimes of validation and circulation. Creative action becomes relational rather than origin-centered, enacted through networks of interaction rather than initiated from a single point of consciousness, a condition increasingly theorized within contemporary human-AI co-creative system frameworks (Salma, Hijón-Neira, & Pizarro, 2025).

Design theory must confront this transformation directly. To continue interpreting AI-assisted creativity through conceptual categories inherited from pre-digital modernity risks producing a growing disjunction between theory and practice. Human-centered models of invention, authorship, and artistic autonomy become increasingly inadequate for describing creative systems in which agency is shared, temporality is iterative, and form is continuously recalculated. Without an explicit ontological reorientation, design research may succeed in documenting technical innovation while failing to understand the deeper reconfiguration of what it means to create at all.

Creativity Beyond Human Exceptionalism

Classical design theory, like much of aesthetic philosophy, rests upon an implicit anthropology in which creativity is treated as a property of the human subject. Whether framed as genius, intention, problem-solving capacity, or reflective practice, the creative act has historically been localized within individual cognition. Even when social context or material constraints are acknowledged, they are typically positioned as external influences acting upon an interior source of invention. Artificial intelligence destabilizes this localization at a structural level, challenging the subject-centered metaphysics that has long governed design philosophy (Schneider & Cs  r  s, 2025).

Generative systems do not merely execute instructions; they infer statistical patterns, recombine symbolic structures, and propose formal alternatives that frequently exceed direct human anticipation. While current systems lack phenomenological consciousness or intentionality, they nonetheless participate causally and structurally in the production of form and meaning. They do so not only through output generation, but through their integration into design infrastructures: training pipelines, optimization protocols, platform economies, interface constraints, and feedback mechanisms that silently guide what becomes visible, viable, and valuable as design (Gaggioli et al., 2025).

Treating AI merely as a sophisticated tool preserves human exceptionalism but obscures the deeper transformation of creative agency itself. Tools, in the classical sense, extend human capacity while remaining ontologically passive. They do not accumulate cultural memory, reorganize representational spaces, or alter the statistical distribution of possible forms. Intelligent systems do all three. They function as repositories of sedimented aesthetics, absorbing centuries of visual and material culture into computational form and reintroducing this memory into contemporary practice. Creativity thus becomes entangled with archives that no individual could cognitively inhabit, let alone master. A further underexamined shift concerns temporality. Human creativity unfolds in lived time: through hesitation, revision, forgetting, and sudden insight. Algorithmic creativity operates in a different temporal register, compressing historical styles into instantaneous availability and transforming cultural evolution into parallelized calculation. The present is no longer merely influenced by the past; it is densely populated by statistically reconstructed versions of it. This temporal flattening subtly reshapes what counts as novelty, originality, and innovation, as the distance between inheritance and invention collapses.

The ontological error of much contemporary literature lies in mistaking functional novelty for conceptual continuity. Because humans still initiate processes, select outputs, and assign meaning, it is assumed that the nature of creativity remains unchanged. Yet this assumption overlooks how agency is redistributed across systems that select, rank, optimize, and circulate forms before human judgment intervenes. Authorship becomes porous, not only because multiple actors contribute, but because no single actor fully comprehends the generative space from which outcomes emerge, a condition increasingly documented in studies of AI art and co-creative practice (Bomba & De Angeli, 2025).

In this condition, the locus of invention migrates from the interior mental space of the designer to a distributed network of operations encompassing data infrastructures, algorithmic architectures, platform logics, and institutional filters. Creativity becomes less an act of origination than a process of navigation within a vast computational landscape of possibilities. The designer does not simply create; the designer steers, constrains, interrupts, and interprets flows of machine-mediated variation. To move beyond human exceptionalism, therefore, is not to diminish human creativity but to reposition it. Human judgment, ethical reasoning, cultural sensitivity, and symbolic interpretation remain indispensable, yet they function within an ecology of artificial memory, automated selection, and infrastructural power. Creativity no longer belongs exclusively to the subject. It arises in the relations between subjects, systems, histories, and material conditions. What emerges is not a post-human creativity, but a trans-human one: a mode of cultural production whose ontology exceeds the boundaries of the human mind while still depending upon it for meaning.

The Ontological Status of Artwork

If creativity is distributed, the artwork or design object must also be reconceptualized. Traditionally, creative objects have been understood as materializations of intention, as vessels containing the trace of human will. Even post-structuralist approaches that weaken the authority of the sovereign author continue to rely on human semiotic systems as the primary generative substrate. AI-generated and AI-co-generated artifacts complicate this view by challenging the assumption that intentionality is the primary ontological anchor of artistic form (Chen et al., 2025). Their formal structure often reflects latent statistical regularities extracted from vast cultural datasets rather than any singular expressive intention. The object becomes less a message and more an intersection, a crystallization of algorithmic probability, human prompting, historical style corpora, and material affordances. Such objects are not merely designed but assembled across layers of agency. Their authorship resembles geological stratification more than singular inscription. Meaning is not embedded but precipitated, emerging through interactions between technical processes, cultural memory, institutional framing, and audience interpretation. The artwork thus ceases to function as a stable endpoint of creative labor and instead becomes a provisional configuration within an ongoing system of generative recombination, a condition increasingly emphasized in contemporary analyses of generative-AI aesthetics (Corrêa, 2023). This transformation also alters the temporal ontology of the object. AI-mediated artifacts are often continuously revisable, reproducible, and re-contextualized, existing less as fixed entities than as mutable states within evolving computational pipelines. A design file, model, or image may be regenerated thousands of times, each instance differing slightly, none holding privileged status as the definitive work. The notion of originality accordingly shifts from singular emergence to differential variation within structured repetition, further destabilizing classical aesthetic categories grounded in uniqueness and permanence (Corrêa, 2023).

Design theory must therefore move from an expressive ontology to a relational one, understanding artifacts as temporary stabilizations within dynamic socio-technical systems rather than as final products of isolated creative acts. In such a framework, the value of an artwork lies not solely in its form but in the network of relations that sustains it: the infrastructures that produce it, the datasets that inform it, the institutions that legitimate it, and the publics that interpret and circulate it. The artwork becomes not merely an object to be contemplated, but an event within an ecology of technical, cultural, and material forces, resonating with object-oriented and post-human accounts of artistic ontology (Chen et al., 2025).

Agency, Cognition, and Computation

A central tension in the AI debate concerns the boundary between cognition and computation. Whether intelligent systems “think” is less decisive, ontologically, than how agency is distributed in practice. Design decisions increasingly arise from hybrid processes involving human framing, algorithmic generation, automated evaluation, environmental feedback, and iterative retraining. No single component governs the whole. The creative system behaves as a coupled ecology rather than a command hierarchy, a condition that aligns with theories of distributed cognition in human–AI cooperation (Sidji et al., 2024).

Agency thus becomes enacted rather than possessed. Like meaning in language, which arises from relational difference rather than intrinsic essence, creative action emerges from interaction rather than origin. What appears as intentional design is often the result of recursive negotiation between human preferences, statistical inference, infrastructural constraints, and institutional filters that pre-select what can be seen, tested, or disseminated. This relational understanding of agency corresponds closely to recent design-theoretical accounts that frame creativity as an emergent property of socio-material systems rather than an individual mental act (Schneider & Csűrös, 2025). This transformation challenges legal, ethical, and pedagogical structures built upon individual accountability and authorship. Copyright law, professional accreditation, and educational assessment presuppose discrete creators whose intentions and decisions can be clearly identified and evaluated. In distributed creative systems, however, responsibility becomes diffused across technical layers, organizational contexts, and data histories. Attribution shifts from ownership to configuration, from authorship to orchestration, as creative outcomes increasingly reflect systemic interactions rather than isolated decisions (Sidji et al., 2024).

Educational models face similar strain. Traditional design pedagogy emphasizes mastery of tools and cultivation of personal style. Yet when creative outcomes emerge from interactions between designers and adaptive systems, competence increasingly consists in framing problems, curating datasets, interpreting machine outputs, and ethically managing automated processes. Learning becomes less about individual expression and more about navigating complex socio-technical assemblages, a transition that further supports the move toward distributed models of creativity in design philosophy (Schneider & Cs  ros, 2025). A distributed ontology thus renders existing institutional frameworks increasingly symbolic rather than descriptively accurate. They continue to speak the language of singular agency while operating in environments structured by collective, recursive, and machine-mediated forms of action. To recognize this gap is not merely to update policy but to confront a deeper transformation in how creativity, responsibility, and cognition are constituted in the age of intelligent computation.

Why Creative Ontology Remains Understudied

Despite its significance, creative ontology remains marginal within AI and design research. One reason is methodological resistance: ontological questions resist quantification and do not yield easily to experimental validation or performance metrics. Design research, increasingly aligned with evidence-based paradigms, privileges what can be measured over what must be conceptually reconfigured, thereby marginalizing forms of inquiry concerned with distributed cognition and non-conscious computational agency (Hayles, 2017).

A second reason is disciplinary fragmentation. The problem spans design theory, philosophy of technology, aesthetics, science and technology studies, and cognitive science, each with distinct vocabularies and methodological commitments. Without integrative venues, discourse remains scattered and conceptually diluted across specialized domains, limiting the emergence of a coherent ontological framework for understanding creativity under conditions of intelligent computation.

A third reason is institutional inertia. Design education and professional culture remain ontologically human-centered. Curricula emphasize empathy, user experience, and individual creativity as foundational virtues, reproducing assumptions about singular agency and intentional authorship. Trans-human models unsettle professional identity itself by redefining what it means to design and to be a designer. Institutions, like organisms, resist mutations that threaten structural coherence, a tendency well documented in studies of human-machine relations and professional practice (Suchman, 2007).

The Inescapability of Ontological Reconfiguration

Creative ontology is not a peripheral philosophical concern. It constitutes the conceptual infrastructure upon which applied debates depend. If AI systems become cultural producers, the category of creator must change. If bio-digital systems design environments, intentionality must be reconceived. If collective machine intelligence shapes aesthetic norms, cultural value itself must be redefined. Such transformations imply a shift from individualist to relational models of agency and responsibility, already evident in contemporary philosophical analyses of AI ethics and accountability (Coeckelbergh, 2020). Failure to confront these shifts risks applying nineteenth-century authorship models to twenty-second-century creative systems, misregulating creative labor, misunderstanding cultural meaning, and educating designers for conditions that no longer exist. When outdated ontological assumptions continue to structure legal frameworks, educational curricula, and professional identities, institutional responses become increasingly misaligned with the realities of hybrid human-machine creativity.

Ontology functions here as a tectonic plate. Algorithms, interfaces, and policies are architectural structures built upon it. One may redesign the buildings endlessly, but if the ground shifts, everything above it inherits the fracture. As digital technologies and artificial intelligence reshape the fundamental conditions of human existence within an expanding infosphere, the reconfiguration of creative ontology becomes not optional but inevitable (Floridi, 2014).

A Design-Theoretical Position

From a design-theoretical standpoint attentive to semiotics, material culture, and socio-technical systems, creative ontology appears as the hidden keystone of the AI debate. Design has never been solely about objects; it has always negotiated relations among humans, symbols, technologies, and environments. AI intensifies this relational character until the notion of a bounded creative subject becomes descriptively insufficient, giving way to models of agency in which humans and technical artifacts co-constitute one another within evolving assemblages (Suchman, 2011). If future creativity operates as an ecosystem rather than an act, then artist, designer, tool, and audience no longer function as stable categories. They become temporary roles dynamically assigned within evolving systems. The designer increasingly resembles a curator of conditions, a mediator of agencies, and an architect of generative ecologies. Creativity shifts from production to orchestration. This conceptual migration matters more than any model architecture or dataset scale. Algorithms will change. Ontological frameworks, once established, shape decades of regulation, education, and cultural self-understanding.

Opportunities, Risks, and Institutional Transformations

Creative industries are now entering what may be described as the provenance era, in which creation and edit-history metadata become a routine layer of images, videos, and design assets across major platforms. Standards such as those developed by the Coalition for Content Provenance and Authenticity are normalizing traceability as part of visual culture, embedding cryptographic verification and structured metadata directly into creative infrastructures (Laskar, 2025). This development supports attribution, authenticity verification, and responsible reuse, while fostering a new form of design literacy in which origin and transformation become culturally legible. Yet this transformation introduces new asymmetries. Creators without access to compliant platforms risk becoming credibility-poor. Provenance infrastructures may also generate chilling effects under political pressure, while metadata remains technically fragile and probabilistic, raising concerns about consent, data integrity, and systemic accountability in AI pipelines (Longpre, 2024). Regulatory frameworks, particularly within the European Union, increasingly shape creative software architecture through governance requirements such as the AI Act. While such regulation promotes transparency and accountability, it may entrench dominant platforms and encourage aesthetic conservatism through risk-averse design.

Authorship is likely to fracture and partially re-stabilize around hybrid models emphasizing human direction and system output. While legal clarity may encourage deeper craft, it remains ontologically misaligned with distributed creative systems, generating new inequalities and credit disputes. Designers will increasingly function as directors of generative ecosystems rather than sole originators, a shift already documented in analyses of AI's structural impact on creative labor and professional identity (Vives & Morales, 2023). Agentic design systems will further transform studio practice by autonomously proposing strategies, testing usability, and simulating constraints. Although this reduces friction and embeds ethical checks, it intensifies agency ambiguity, homogenization risks, and institutional dependency on opaque pipelines.

Synthetic culture will reorganize aesthetic judgment as authenticity becomes infrastructural rather than perceptual. Process transparency itself will become an artistic medium. Yet performative legitimacy and attention-driven aesthetics threaten depth and cultural specificity. In the longer term, creativity will relocate into adaptive environments and living systems. While this promises sustainability and new ethics of care, it complicates responsibility and destabilizes shared symbolic references. Artwork becomes less an object than a behavior. Across these developments, creative capacity expands, barriers to entry decline, and new professional roles emerge. Simultaneously, authorship erodes, cultural homogenization intensifies, regulatory asymmetry fragments practice, and meaning risks inflation. The deepest milestone, however, is institutional rather than technical. It arrives when education, law, and professional culture collectively accept that creativity is no longer an individual human property but a distributed condition spanning intention, computation, data, and environment. When institutions behave accordingly, the ontology of creativity will have irreversibly changed.

Conclusion

This study has argued that artificial intelligence does not merely accelerate design production but reconfigures the ontological conditions under which creativity, authorship, and aesthetic judgment become intelligible. The central importance of “AI and New Creative Ontologies in Design” lies precisely here: design is not only a set of techniques but a cultural infrastructure that organizes how societies understand agency, value, and responsibility. When AI participates in problem framing, formal exploration, and evaluative criteria, the designer’s role shifts from originator to orchestrator; the artifact shifts from stable object to provisional configuration; and creativity shifts from the property of individuals to an emergent condition of hybrid ecosystems. These are not secondary philosophical refinements. They are the conceptual preconditions for regulating creative labor, designing educational curricula, setting standards for provenance and accountability, and sustaining cultural pluralism in a synthetic media environment.

Giving priority to creative ontology is therefore a form of intellectual risk management. If research continues to treat AI primarily as tool or collaborator, institutions will respond with inherited categories that misdescribe the systems they seek to govern. The result is predictable: copyright doctrines that cannot accommodate distributed authorship; accreditation schemes that assess “individual creativity” while studios operate as socio-technical assemblages; and pedagogies that train designers for a world of bounded artifacts rather than iterative computational pipelines. In the near future shaped by provenance standards, agentic design systems, and platformized aesthetic regimes, ontological clarity becomes the difference between governance and improvisation. It is also a matter of cultural justice: without robust ontological frameworks, dominant datasets and platform logics silently define what counts as “normal” aesthetics, potentially flattening minority visual languages into global averages.

Academic work in this area has distinctive advantages. First, it can provide conceptual tools that are portable across technological changes. Models and platforms will evolve rapidly; an ontological vocabulary of distributed agency, relational artifacts, and infrastructural judgment can remain relevant across generations of systems. Second, scholarship can surface hidden power relations: how datasets encode cultural histories, how platforms pre-select visibility, and how compliance regimes shape creative possibilities. Third, this research domain can build bridges among design theory, STS, philosophy of technology, cognitive science, law, and cultural policy, producing integrative frameworks that single disciplines cannot generate alone. Finally, work on creative ontology can enrich practice: it helps designers articulate what they do when they curate constraints, audit data, manage provenance, and steward long-lived systems. At the same time, academic work in this area has disadvantages and structural hazards. Ontological claims are methodologically difficult to validate using conventional metrics, which can marginalize the research within “evidence-based” publication cultures. The interdisciplinary nature of the topic often produces review friction: what counts as rigor in design studies may not satisfy computational research venues, and vice versa. Another risk is conceptual inflation, where “post-human” rhetoric becomes fashionable but analytically thin. There is also a danger of overgeneralization: AI systems differ dramatically by modality, training data, and institutional deployment, yet theoretical discourse can drift into universal claims. Finally, the field is vulnerable to temporal obsolescence when scholars tie arguments too closely to a specific model release or platform trend rather than to underlying socio-technical mechanisms.

Looking forward, the present and future of “AI and New Creative Ontologies in Design” will increasingly unfold in areas that remain under-discussed. One is planetary-scale computation and environmental externalities: as generative systems become pervasive, design ontology must account for energy use, water consumption, and hardware extraction as constitutive conditions of creativity, not merely operational costs. Creativity will be entangled with carbon accounting, supply chains, and resource governance, which redefines what “responsible authorship” means in computational design. A second area is public administration and civic design: governments are beginning to adopt generative systems for communication, service design, and policy visualization. This will intensify debates on legitimacy, accountability, and the provenance of public-facing cultural artifacts. A third area is heritage and repatriation politics: as models learn from digitized archives, questions arise about cultural ownership, consent, and the ethics of remixing indigenous or marginalized visual traditions. Here, ontology intersects with restitution, sovereignty, and cultural continuity. A fourth area is education assessment at scale: as student outputs become increasingly co-produced with AI, institutions will need ontologies of learning that distinguish authorship from orchestration, and originality from responsible configuration. A fifth area is neuro-aesthetics and affective computing: as systems optimize designs for attention, emotion, and behavior, aesthetic judgment becomes partially instrumentalized. The ontology of “good design” risks being redefined by metrics of engagement, persuasion, or compliance rather than by cultural meaning or ethical value.

Recommendations for scholars working in this field follow from these tensions. First, adopt methodological pluralism with explicit ontological commitments: combine case studies, critical theory, interface ethnography, dataset genealogy, and policy analysis, but state clearly what “agency,” “artifact,” and “creativity” mean in your framework. Second, treat datasets and infrastructures as primary objects of analysis. Study training corpora, provenance pipelines, interface defaults, and platform ranking systems as constitute creative outcomes. Third, develop comparative cultural methods: test ontological claims across regions, languages, and aesthetic traditions to avoid universalizing Western or platform-dominant norms. Fourth, integrate legal and institutional analysis early. Copyright, labor policy, and education governance are not downstream “applications”; they are co-evolving ontological machinery that stabilizes what creativity is allowed to be. Fifth, emphasize traceability and reflexivity in research practice: document your own use of AI tools, prompts, models, and datasets as part of the scholarly method, aligning ontology with scholarly accountability. Sixth, prioritize research designs that generate actionable conceptual artifacts for institutions: rubrics for “human direction + system output,” frameworks for provenance literacy, or curricular modules that teach orchestration, auditing, and ethical dataset stewardship.

Ultimately, this study concludes that the decisive milestone is institutional rather than technical. The ontology of creativity changes when law, education, and professional culture begin to behave as if creativity is distributed across intention, computation, data, and environment. The task for scholarship is to prevent that shift from becoming an untheorized default set by platforms and compliance regimes. If design research can articulate robust creative ontologies, it can help ensure that AI-integrated creativity remains culturally plural, ethically governed, and epistemologically honest. If it cannot, creativity may still transform, but it will do so under conceptual frameworks that misrecognize its conditions and misallocate its responsibilities. In an era where the ground is moving, ontology is not decoration. It is the map that keeps design from mistaking the earthquake for a new architectural style.

References

- Bomba, F., & De Angeli, A. (2025). Agency and authorship in AI art: Transformational practices for epistemic troubles. *International Journal of Human-Computer Studies*, 103652. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2025.103652>
- Coeckelbergh, M. (2020). Artificial intelligence, responsibility attribution, and a relational justification of explainability. *Science and engineering ethics*, 26(4), 2051-2068. <https://doi.org/10.1007/s11948-019-00146-8>
- Corrêa, G. P. (2023). On Creativity and Generative-AI Aesthetics: some thoughts and concerns. *Semeiosis-transdisciplinary journal of semiotics*, 11(1), 32-50. <https://doi.org/10.53987/2178-5368-2023-12-03>
- Chen, D. E., Fabrocini, F., & Terzidis, K. (2025). From Canvas to Code: Artificial Intelligence as a potential demonstration for Object-Oriented Ontology in the realm of art and design. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12(1), 1-11. <https://doi.org/10.1057/s41599-025-04940-7>
- Floridi, L. (2014). *The fourth revolution: How the infosphere is reshaping human reality*. OUP Oxford.
- Gaggioli, A., Bartolotta, S., Ubaldi, A., Gerardini, K., Sarcinella, E. D., & Chirico, A. (2025). Extended Creativity: A Conceptual Framework for Understanding Human-AI Creative Relations. *arXiv preprint arXiv:2506.10249*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2506.10249>
- Hayles, N. K. (2017). *Unthought: The power of the cognitive nonconscious*. University of Chicago Press.
- Laskar, P. (2025). Cryptographic Provenance and the Future of Media Authenticity: Technical Standards and Ethical Frameworks for Generative Content. *Journal of Computer Science and Technology Studies*, 7(6), 967-972. <https://doi.org/10.32996/jcsts.2025.7.114>
- Longpre, S., Mahari, R., Obeng-Marnu, N., Brannon, W., South, T., Kabbara, J., & Pentland, S. (2024). Data Authenticity, Consent, and Provenance for AI Are All Broken: What Will It Take to Fix Them?. <https://doi.org/10.21428/e4baedd9.a650f77d>
- Salma, Z., Hijón-Neira, R., & Pizarro, C. (2025). Designing Co-Creative Systems: Five Paradoxes in Human-AI Collaboration. *Information*, 16(10), 909. <https://doi.org/10.3390/info16100909>
- Schneider, Á., and Csűrös, D. (2025) Towards Distributed Creativity: Understanding Generative AI in the Context of Design Philosophy and the Material Turn, in Karyda, M., Çay, D., Bakk, Á. K., Dezső, R., Hemmings, J. (eds.), *Data as Experiential Knowledge and Embodied Processes*, 12-13 May, Budapest, Hungary. <https://doi.org/10.21606/eksig2025.127>
- Sidji, M., Smith, W., & Rogerson, M. J. (2024). Adopting the Theory of Distributed Cognition for Human-AI Cooperation. In *Proceedings of the 36th Australasian Conference on Human-Computer Interaction*, 774-779.
- Suchman, L. A. (2007). *Human-machine reconfigurations: Plans and situated actions*. Cambridge University Press.
- Suchman, L. (2011). Subject objects. *Feminist theory*, 12(2), 119-145. <https://doi.org/10.1177/1464700111404205>
- Vives, A. B., & Morales, F. X. M. (2023). *Artificial intelligence and the creative industries*.
- Zhu, Q., & Luo, J. (2025). Artificial creativity in design: a theory-based framework for implementation. *Proceedings of the Design Society*, 5, 621-630. <https://doi.org/10.1017/pds.2025.10076>



15.09.2026

Algının Altyapı Olarak Kavramsallaştırılması: Yapay Zekâ Çağında Dijital Estetik

Perception as Infrastructure: Rethinking Digital Aesthetics in the Age of AI

Tolga ERKAN¹

Geliş Tarihi (Received): 13.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 14.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Öz: Bu çalışma, ileri düzey yapay zekâ (YZ) koşulları altında algının bizzat bir altyapı tasarımı biçimi olarak işlev gördüğü dijital estetikte ortaya çıkan dönüşümü incelemektedir. Araştırma, yapay zekâ temelli sistemlerin yalnızca görsel biçimi ve etkileşimi değil, aynı zamanda estetik deneyimin üretildiği bilişsel ve duyuşsal koşulları da giderek nasıl şekillendirdiğini kavramsallaştırmayı amaçlamaktadır. Yöntemsel olarak çalışma; tasarım kuramı, teknoloji felsefesi ve genişletilmiş gerçeklik ortamları, uyarlanabilir arayüzler ve dikkat temelli sistemlerdeki güncel ve spekülatif YZ aracılı tasarım pratiklerinin eleştirel çözümlemesini bir araya getiren nitel ve disiplinlerarası bir yaklaşım benimsemektedir. Bulgular, gelecekteki tasarım pratiklerinin (5+ yıl) estetik failliği giderek nesnelerden ve arayüzlerden, algoritmik olarak örgütlenmiş algısal çerçevelere doğru kaydıracağını göstermektedir. Yapay zekâ sistemlerinin anlamlılık düzeylerini seçip düzenlediği, duyuşsal hiyerarşileri modüle ettiği ve değerlendirme yargılarını etkilediği; böylece bilinçli yorumlama gerçekleşmeden önce deneyimi önceden yapılandıran görünmez altyapılar olarak işlev gördüğü ortaya konmaktadır. Bu dönüşüm, algıyı hesaplamalı mantık tarafından biçimlendirilen programlanabilir bir alan olarak konumlandırarak yazarlık, temsil ve estetik özerklik konusundaki geleneksel modelleri sorgulamaktadır. Tartışma bölümü, dijital estetiğin algısal bir altyapı olarak anlaşılmasının tasarım kuramının bilişsel dolayımına, etik sorumluluk ve epistemik iktidar eksenlerinde yeniden yönlendirilmesini gerektirdiğini savunmaktadır. YZ sistemleri dikkat, bellek ve duygulanımı şekillendirmeye katıldıkça, estetik tasarım yönetişim, kültürel çeşitlilik ve psikolojik özerklik sorularından ayrılmaz hâle gelmektedir. Makale, geleceğin dijital estetiğinin üslupsal yenilikten ziyade algının kendisinin koşullarını eleştirel biçimde tasarlama kapasitesiyle tanımlanacağını ve bunun yaratıcı pratikte temel bir ontolojik dönüşüme işaret ettiğini sonucuna varmaktadır.

Anahtar kelimeler: Dijital Estetik, Tasarımda Yapay Zekâ, Algı Altyapısı, Ontolojik Tasarım, Geleceğin Yaratıcılığı.

&

Abstract: This study examines the emerging transformation of digital aesthetics in which perception itself functions as a form of infrastructural design under conditions of advanced artificial intelligence. The study aims to conceptualize how AI-driven systems increasingly shape not only visual form and interaction but also the cognitive and sensory conditions through which aesthetic experience is produced. Methodologically, the research employs a qualitative and interdisciplinary approach, combining design theory, philosophy of technology, and critical analysis of recent and speculative AI-mediated design practices in extended reality environments, adaptive interfaces, and attention-based systems. The findings suggest that future design practices (5+ years) will progressively relocate aesthetic agency from artifacts and interfaces toward algorithmically organized perceptual frameworks. AI systems are shown to curate salience, modulate sensory hierarchies, and influence evaluative judgments, effectively operating as invisible infrastructures that pre-structure experience before conscious interpretation occurs. This shift challenges conventional models of authorship, representation, and aesthetic autonomy by positioning perception as a programmable domain shaped by computational logic. The discussion argues that understanding digital aesthetics as perceptual infrastructure requires a reorientation of design theory toward cognitive mediation, ethical responsibility, and epistemic power. As AI systems participate in shaping attention, memory, and affect, aesthetic design becomes inseparable from questions of governance, cultural diversity, and psychological agency. The article concludes that future digital aesthetics will be defined less by stylistic innovation than by the capacity to critically design the conditions of perception itself, marking a fundamental ontological transition in creative practice.

Keywords: Digital Aesthetics, Artificial Intelligence in Design, Perception Infrastructure, Ontological Design, Future Creativity.

Atıf/Cite as Erkan, T. (2026). *Perception as Infrastructure: Rethinking Digital Aesthetics in the Age of AI*. BAİBÜİLEF-İG 2026: 3. Uluslararası İletişim Günleri Sempozyumu, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu, Türkiye.

İntihal-Plagiarizm/Etik-Ethik: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Assoc. Prof. Dr. OSTİM Technical University, Faculty of Architecture and Design, Department of Visual Communication Design, Phone: 0543 241 89 79, e-mail: tolga.erkant@ostimteknik.edu.tr ORCID: 0000-0002-7578-2065

We do not see the world as it is; we see it as we are.
by Anaïs Nin, Diarist and Essayist

Introduction

Digital aesthetics has traditionally been theorized through the lenses of visual form, interface design, and symbolic representation. However, the rapid integration of artificial intelligence into design processes increasingly unsettles these established frameworks. Contemporary AI-driven systems no longer operate merely as tools for generating images or optimizing interactions; they actively participate in structuring the perceptual conditions under which aesthetic experience becomes possible (Amoore, 2020). In this context, perception itself emerges as a new site of design, functioning as an infrastructural layer shaped by computational logic, data regimes, and algorithmic mediation. This study advances the concept of perception as infrastructure to capture this shift. It argues that digital aesthetics must be reconsidered not only as a matter of style or visual innovation, but as a field concerned with the organization of attention, sensory hierarchies, and evaluative judgment. By situating artificial intelligence as an ontological actor within design systems, the study interrogates how aesthetic agency is redistributed across humans, machines, and data-driven environments. Through an interdisciplinary framework drawing on design theory, philosophy of technology, and critical analysis of emerging AI-mediated practices, the article seeks to illuminate the implications of this transformation for authorship, ethical responsibility, and future creativity. In doing so, digital aesthetics positions as a central domain in which technological power, cultural meaning, and perceptual governance increasingly converge.

Core Theoretical Emphasis

Early scholarship on digital aesthetics predominantly conceptualized computational media as instruments to produce novel visual forms, interactive interfaces, and representational environments. Within this framework, aesthetic value was largely associated with formal innovation, usability, and symbolic articulation, while perception functioned as a passive recipient of designed stimuli. This paradigm reflected a continuity with modernist and postmodernist traditions in visual culture, in which the aesthetic object remained the primary locus of analysis and critique. However, the expansion of networked infrastructures, adaptive systems, and data-intensive platforms progressively destabilized this object-centered orientation. Digital environments increasingly operated through continuous feedback loops, real-time personalization, and algorithmic modulation, thereby shifting aesthetic experience from discrete artifacts toward dynamic processes of mediation.

The emergence of machine learning, extended reality technologies, and attention-optimization architectures has further intensified this trajectory, situating aesthetic production within computational systems that actively organize sensory prioritization and cognitive orientation (Rouvroy et al., 2013). In this context, digital aesthetics can no longer be adequately theorized as a domain restricted to visual representation or interface design. Rather, it increasingly manifests as a systemic configuration of perceptual conditions, structured through algorithmic inference, data aggregation, and predictive modeling. Artificial intelligence functions as a critical agent in this reconfiguration by rendering salience programmable, sensory hierarchies adjustable, and evaluative tendencies statistically governable (Pasquinelli & Joler, 2020).

The aesthetic domain expands from the design of appearances to the design of experiential infrastructures. This historical shift establishes the conceptual basis for understanding contemporary digital aesthetics as a form of ontological design, wherein creativity operates through the construction of perceptual frameworks that preceded and conditioned conscious interpretation.

Reconfiguring Digital Aesthetics in the Age of Artificial Intelligence

Digital aesthetics has undergone a historical transformation from a field centered on visual form and interface design to an interdisciplinary framework concerned with the infrastructural organization of perception itself. Drawing on design theory, philosophy of technology, and research on algorithmic mediation, contemporary digital aesthetics can no longer be understood as the analysis of stylistic properties or interactive surfaces alone. Instead, it must be theorized as the design of perceptual conditions shaped by computational systems and artificial intelligence. Early approaches to digital aesthetics emerged from traditions in visual culture, graphic design, media art, and human–computer interaction. These perspectives conceptualized aesthetic experience as the outcome of formal qualities and user interaction with interfaces, while computational systems were largely treated as neutral tools that translated human intention into visual or interactive outputs. Perception, within this model, was assumed to be biologically stable and external to technological intervention. However, this instrumental understanding became increasingly inadequate as digital environments evolved into complex systems structured by real-time data processing, personalization algorithms, and adaptive feedback mechanisms.

Contemporary computational systems no longer merely mediate aesthetic content but actively configure the temporal, attentional, and sensory parameters through which experience becomes intelligible (Hansen, 2013; Hansen, 2015). Algorithmic processes such as filtering, ranking, prediction, and modulation intervene prior to conscious interpretation, shaping what becomes visible, relevant, or ignored (Rouvroy et al., 2013). This shift relocates aesthetic agency from discrete artifacts and interfaces to distributed socio-technical assemblages that organize perception at an infrastructural level. Digital aesthetics thus move from the analysis of surface representation toward the study of systemic mediation, where cognition and sensation are reorganized through computational logic. Artificial intelligence intensifies this transformation by introducing systems capable of autonomous pattern recognition, probabilistic inference, and continuous adaptation to environmental data. Unlike earlier digital tools, AI participates directly in the construction of perceptual relevance through attention modeling, recommendation architectures, and behavioral prediction (Pasquinelli & Joler, 2020). In doing so, it reshapes aesthetic experience indirectly by structuring the conditions under which perception unfolds. This challenges traditional distinctions between tool and agent and destabilizes the notion of a singular creative subject. Aesthetic agency becomes distributed across human designers, algorithmic processes, and data-driven feedback loops. Where earlier digital aesthetics foregrounded the visibility of technological mediation, AI embeds mediation within opaque computational layers that operate below the threshold of conscious awareness.

As a result, aesthetic practice migrates from the design of perceivable objects toward the orchestration of perceptual pathways. Design increasingly entails the governance of attention, the modulation of sensory hierarchies, and the statistical shaping of evaluative tendencies (Rouvroy et al., 2013). Creativity is no longer limited to formal invention but becomes entangled with the organization of experiential possibility itself. From the perspective of ontological design, this development implies a fundamental redefinition of what design produces. Design is understood not merely as the shaping of objects or representations, but as the recursive configuration of the material and cognitive environments through which human modes of being are formed.

Applied to AI-driven systems, this framework reveals how perception is progressively encoded into computational structures that pre-organize access to reality. Digital aesthetics thus evolves into the design of perceptual ontologies, in which algorithmic models define horizons of visibility, relevance, and interpretation. This reconfiguration undermines classical assumptions of aesthetic autonomy by situating judgment and meaning making within pre-structured computational contexts aligned with data extraction and predictive optimization. It simultaneously raises ethical and epistemic concerns regarding cognitive governance, cultural homogenization, and the erosion of psychological agency, as programmable perception risks standardizing experiential diversity according to dominant datasets and technical criteria. The study concludes that contemporary digital aesthetics should be understood as a site of ontological negotiation, where design decisions actively shape the forms of experience, subjectivity, and reality that can emerge. In this context, the future of creativity lies less in producing novel forms than in critically engaging with and redesigning the infrastructures that condition sensory and cognitive life.

A Qualitative Framework for Rethinking Digital Aesthetics in AI-Mediated Design

Digital aesthetics is increasingly characterized by a shift from artifact-centered visual production to computational systems that actively structure perception (Redström & Wiltse, 2019). As the object of analysis is not a stable technological form but an evolving epistemic configuration of aesthetic experience, a qualitative approach is particularly suited to addressing theoretical discontinuities, emergent design paradigms, and shifting ontological assumptions. Rather than seeking to quantify aesthetic outcomes, the methodology interrogates the ways in which algorithmic mediation and infrastructural design increasingly condition perceptual processes. Digital aesthetics is thus reconceptualized as an infrastructural phenomenon in which perception becomes a programmable and designable domain, and artificial intelligence is understood as a systemic actor reorganizing cognitive and sensory conditions (Bratton, 2015; Chun, 2016).

This orientation privileges interpretive depth, conceptual rigor, and cross-disciplinary synthesis over empirical generalization, in accordance with methodological traditions in design studies and the philosophy of technology. The research design is organized around an interdisciplinary framework integrating design theory, digital aesthetics, and philosophy of technology. This triangulation reflects the premise that the contemporary transformation of digital aesthetics cannot be adequately apprehended within the boundaries of a single disciplinary paradigm. Design theory contributes analytical instruments for examining the co-evolution of creative practices and technological infrastructures, while philosophy of technology offers conceptual resources for interpreting the ontological and epistemic implications of computational mediation, particularly regarding agency, perception, and knowledge production. Digital aesthetics, in turn, provides a critical vocabulary for situating these developments within broader cultural and artistic trajectories. Through iterative theoretical comparison, the study traces both continuities and ruptures between early digital visual paradigms and contemporary AI-driven systems of perceptual modulation. This interdisciplinary configuration enables the analysis to move beyond descriptive accounts of technological innovation toward a structural interpretation of how perception itself becomes embedded within design processes. Artificial intelligence is therefore examined not merely as a technical instrument but as a cultural and cognitive mediator that actively participates in the reconfiguration of aesthetic agency (Suchman, 2019).

The analytical framework combines conceptual analysis with critical case-based interpretation of AI-mediated design environments. Instead of seeking statistical representativeness, the study selects cases that exemplify key dimensions of the historical shift toward perceptual infrastructure, including extended reality applications, adaptive interface systems, and attention-oriented platforms. These cases function as theoretical instruments

through which abstract claims regarding perception, agency, and aesthetic mediation can be concretely examined. Each case is analyzed according to three criteria: the degree of algorithmic intervention in perceptual organization, the displacement of aesthetic agency from human authorship toward system-level processes, and the extent to which experience is pre-structured prior to conscious interpretation. This framework makes it possible to trace how artificial intelligence mediates between sensory input and aesthetic judgment, not through visual novelty but through infrastructural operations such as regulating attention, filtering relevance, and stabilizing interpretive horizons. In this sense, digital aesthetics increasingly unfolds within invisible computational architectures, transforming design practice into a form of perceptual engineering.

The study acknowledges several methodological and epistemic limitations. The qualitative and theory-driven approach restricts the generalizability of findings, as the selected cases illustrate structural tendencies rather than comprehensive technological trajectories. The emphasis on systemic analysis may underrepresent the diversity of individual aesthetic responses, and the engagement with emerging technologies renders some conclusions provisional. Epistemically, the study adopts a critical-constructivist position, recognizing that theoretical frameworks participate in shaping how technological phenomena are interpreted. Concepts such as aesthetic agency and perceptual mediation are treated as historically and culturally situated rather than neutral descriptors. Consequently, the study does not offer a deterministic account of AI's impact on creativity but highlights the structural constraints and power relations embedded in perceptual infrastructures. Its contribution is therefore positioned as a critical intervention within an evolving discourse on ontological design and computational creativity, rather than as a definitive model of future digital aesthetics.

Artificial Intelligence and the Transformation of Digital Aesthetics

The integration of artificial intelligence into design practice marks a decisive transformation in digital aesthetics, shifting its focus from visual representation and interface design toward the organization of perception itself (Forlano & Mathew, 2014). Whereas earlier digital systems mediated aesthetic experience primarily through symbolic forms and user interfaces, AI-driven architectures increasingly operate at an infrastructural level, shaping the preconditions through which experience becomes perceptible, relevant, and cognitively accessible. Perception is no longer treated as a passive physiological faculty but as an operational domain structured by algorithmic classification, prediction, and optimization (Goffey, 2008). Aesthetic experience is thus conditioned by computational processes that filter sensory input, prioritize signals, and stabilize interpretive contexts prior to conscious awareness. Digital aesthetics consequently expands from the design of appearances to the design of experiential architecture, situating AI as a central actor in what can be understood as ontological design.

A key mechanism through which AI reconfigures aesthetic experience is algorithmic engineering. Contemporary design environments increasingly rely on machine learning models to determine what captures attention, how long it is sustained, and when it is redirected. Recommendation systems, adaptive interfaces, and immersive platforms employ predictive analytics to rank stimuli, suppress noise, and amplify selected perceptual cues. These operations establish attention architectures that function as aesthetic infrastructures, governing not only what is perceived but how perception unfolds temporally and cognitively (Citton, 2017). In contrast to classical aesthetic theory, which located attention in human intention or compositional form, AI mediation renders attention a programmable resource subject to continuous optimization. As a result, aesthetic agency shifts from the designer's compositional decisions to system-level processes that dynamically orchestrate perceptual relevance.

Creativity becomes increasingly associated with the structuring of perceptual probabilities rather than the production of discrete visual artifacts, and aesthetic form becomes secondary to the regulation of experiential intensity and cognitive focus.

Beyond attention management, AI systems also reorganize sensory hierarchies within digital environments. Extended reality platforms, multimodal interfaces, and affect-sensitive systems dynamically adjust visual, auditory, and haptic inputs in response to user behavior and contextual data. Sensory balance, once determined by material constraints or artistic convention, becomes a variable parameter continuously recalibrated through computational inference. Digital aesthetics thus emerge as a domain in which perception is technically orchestrated across multiple sensory channels. Algorithmic modulation enables the strategic intensification or attenuation of specific modalities to guide emotional response and interpretive orientation, displacing traditional models grounded in stable perceptual hierarchies. Aesthetic authority is relocated from intentional sensory arrangement to the automated management of perceptual distributions, reinforcing the conceptualization of perception as a programmable infrastructural layer embedded within technological systems.

The cumulative effect of these developments is a transition from interface-centered design to the construction of perceptual frameworks operating beneath explicit interaction. While traditional digital aesthetics positioned the interface as the primary site of aesthetic articulation, AI-driven environments embed mediation within background processes that structure cognitive and sensory orientation in advance. The interface becomes a secondary manifestation of deeper computational operations that organize experience prior to conscious engagement. Design practice is thus redefined as the configuration of the conditions of perception rather than the shaping of perceptual objects. This historical trajectory culminates in a conception of digital aesthetics in which creative practice targets systems rather than surfaces, perceptual logic rather than representations. The future of digital aesthetics is therefore determined less by stylistic innovation than by the capacity to critically intervene in the infrastructures governing attention, sensation, and interpretation, particularly within regimes of data extraction and behavioral prediction characteristic of surveillance capitalism (Zuboff, 2015). In the age of artificial intelligence, perception itself emerges as the primary site of design, signaling a fundamental reorientation of aesthetic theory and practice.

Aesthetics and the Reconfiguration of Agency, Authorship, and Judgment

The historical evolution of digital aesthetics entails a fundamental reconfiguration of aesthetic agency, authorship, and judgment under conditions of advanced artificial intelligence. In early computational design, aesthetic agencies remained predominantly anthropocentric, with digital tools functioning as extensions of human creative intention. By contrast, contemporary AI-mediated environments redistribute agencies across complex socio-technical systems that shape perceptual conditions prior to conscious interpretation (Suchman, 2019). Aesthetic outcomes increasingly arise from interactions among human designers, algorithmic models, data infrastructures, and adaptive platforms. This transformation challenges classical aesthetic theory, which presupposed clear distinctions between creator, artifact, and spectator. In digital contexts structured by AI, creative agency becomes relational and infrastructural rather than localized in individual expression. Design practice thus shifts from intentional form-giving toward the orchestration of perceptual systems, as perception itself becomes a programmable domain embedded within computational architectures (Amoore, 2020).

Closely related to this transformation is the emergence of distributed authorship and algorithmic intentionality as defining features of contemporary digital aesthetics. Traditional models attributed creative intention to a singular human subject; AI-driven systems, however, introduce non-human agents capable of generating,

modifying, and selecting aesthetic configurations (Manovich, 2019). Although these systems lack phenomenological intentionality, they enact operational purposiveness through optimization functions, training datasets, and probabilistic inference. These computational processes materially shape aesthetic outcomes, complicating the attribution of creative responsibility. Authorship becomes fragmented across human decisions, technical architecture, and data-driven constraints, destabilizing long-standing concepts of originality and expressive autonomy. The designer's role correspondingly shifts from primary originator to curator of conditions within which algorithmic creativity unfolds. Digital aesthetics thus move toward a model of authorship defined by infrastructural coordination rather than individual intention.

This redistribution of agency and authorship is accompanied by the gradual dissolution of the autonomous artwork as the central object of aesthetic analysis. Whereas traditional aesthetics privileged discrete artifacts with stable formal properties, AI-mediated environments increasingly generate aesthetic experience through continuous interaction within dynamic systems. Algorithmic platforms, adaptive interfaces, and immersive environments produce effects that are contingent, contextual, and temporally variable. The artwork becomes a momentary crystallization within ongoing computational processes rather than a self-contained entity. Creative significance shifts from material objects to infrastructural relations, paralleling the reconceptualization of perception as an engineered environment. Aesthetic meaning is no longer located solely in what is presented but in how experiential conditions are continuously recalibrated through algorithmic mediation (Elkins, 2020).

This transformation also reconfigures aesthetic judgment, traditionally conceived as reflective human evaluation shaped by cultural norms of taste. Under AI mediation, evaluative processes are increasingly supplemented or pre-structured by systems that rank, filter, and predict preferences. Recommendation algorithms, engagement metrics, and affective modeling tools actively participate in defining aesthetic value by shaping exposure and expectation. Judgment thus becomes partially automated and embedded within infrastructures that regulate visibility and relevance. Authority over aesthetic significance is redistributed from individual subjects and cultural institutions to data-driven systems, rendering digital aesthetics inseparable from questions of epistemic power and governance (Amoore, 2020).

Ethical, Cultural, and Epistemic Implications

The historical shift of digital aesthetics toward perceptual infrastructure introduces a set of ethical, cultural, and epistemic concerns that extend beyond conventional debates on artistic authorship or technological innovation. When perception itself becomes a programmable domain, aesthetic design acquires the capacity to shape not only experience but also the conditions of knowing and valuing. AI-mediated systems participate in organizing attention, memory, and affect in ways that are often opaque to users, thereby altering the epistemic foundations upon which aesthetic judgment and cultural meaning are formed (Amoore, 2020; Chun, 2016). This development challenges the neutrality traditionally ascribed to design technologies and foregrounds their normative force in structuring cognitive and sensory life. Digital aesthetics, under these conditions, becomes inseparable from ethical questions regarding responsibility for perceptual shaping and from epistemological questions concerning who or what determines the horizons of intelligibility. The relocation of aesthetic agency to infrastructural systems thus transforms design into a practice of indirect governance over experience, requiring theoretical frameworks capable of addressing not only formal or stylistic consequences but also the long-term implications for human autonomy and cultural interpretation (Rouvroy et al., 2013).

AI-mediated aesthetics fundamentally transform psychological agencies by embedding cognition within continuous computational mediation. As algorithmic systems curate salience, anticipate preferences, and regulate sensory exposure, individuals increasingly encounter the world through pre-structured perceptual pathways (Zuboff, 2015). Agency is thereby redefined from an internally autonomous capacity into a relational property emerging within human-machine assemblages. Users no longer merely select what to perceive or value but operate within environments that anticipate and shape such selections in advance. This condition partially externalizes psychological agency into computational systems that regulate the rhythm, intensity, and direction of perception, reducing reflective distance by integrating interpretive cues directly into the infrastructure of experience (Chun, 2016). From the perspective of ontological design, such mediation participates in the formation of cognition itself, altering how subjects understand themselves as perceiving and judging entities. Digital aesthetics thus assumes a constitutive role in shaping subjectivity, transforming design practice into an intervention at the level of mental architecture rather than surface representation.

The infrastructuralization of perception also positions digital aesthetics within regimes of governance and power. When algorithmic systems determine perceptual relevance, they exercise soft forms of regulation over what becomes socially visible, emotionally salient, or culturally legitimate (Rouvroy et al., 2013). These operations function as political technologies that distribute attention unevenly and normalize interpretive patterns. Unlike explicit ideological control, perceptual governance operates through subtle modulation of experience, rendering its influence difficult to detect or contest. Aesthetic infrastructures become sites where economic priorities, institutional values, and technical optimization criteria converge to organize collective sensibilities. As a result, digital aesthetics can no longer be treated solely as a creative domain but must be analyzed as a field structured by power relations embedded in computational architectures (Amoore, 2020).

This transformation also raises critical concerns regarding cultural diversity under conditions of algorithmic standardization. AI systems rely on statistical generalization and optimization around dominant data patterns, which risks privileging normative perceptual models over culturally specific ways of sensing and valuing. Although such systems enable personalization, they simultaneously tend toward homogenization by filtering difference through standardized computational templates. As perceptual infrastructures are deployed globally, localized aesthetic traditions may be subordinated to universalized criteria of relevance and coherence. The future of digital creativity therefore depends on whether these infrastructures can be designed to sustain epistemic and sensory plurality rather than enforcing convergence around dominant datasets and technological norms (Citton, 2017).

The Future of Digital Aesthetics in AI-Mediated Design

Over the next five years and beyond, digital aesthetics is likely to consolidate its transition from an object-oriented field toward an infrastructural mode of design in which perception constitutes the primary site of creative intervention. As artificial intelligence becomes increasingly embedded in everyday technological environments, aesthetic experience will emerge less from discrete acts of visual composition and more from continuous processes of prediction, adaptation, and modulation, operating at preconscious and affective levels of cognition (Massumi, 2015; Hayles, 2017). Future aesthetic practices will therefore prioritize the configuration of dynamic perceptual conditions responsive to behavioral data and contextual signals rather than the production of stable formal artifacts. Aesthetic agency is progressively exercised through system architecture instead of surface articulation, positioning digital aesthetics at the intersection of technological design, psychological mediation, and cultural organization.

The field's development will thus be defined less by stylistic novelty than by the capacity to critically shape the perceptual environments through which experience is structured, increasingly under algorithmic forms of social ordering (Beer, 2017).

A central implication of this trajectory is the gradual displacement of the interface as the privileged locus of aesthetic design. Whereas interfaces historically concentrate aesthetic attention on visual layout and interaction patterns, AI-driven environments increasingly embed mediation within algorithmic processes that anticipate behavior and configure sensory relevance prior to explicit interaction. Design consequently extends into the invisible architectures of data processing, model training, and real-time adaptation, aligning aesthetic practice with infrastructural forms of power and spatial organization (Easterling, 2014). The designer's role shifts from composing interactive surfaces to constructing perceptual systems in which aesthetic decisions are encoded into recommendation mechanisms, attention models, and affect-sensitive frameworks. Digital aesthetics thus evolves into a discipline concerned with shaping experiential preconditions rather than symbolic representations, reinforcing the conceptualization of perception as a technical and cultural infrastructure.

This relocation of aesthetic agency toward perceptual organization generates new forms of creative practice oriented around the design of cognitive and sensory conditions. Designers increasingly construct adaptive environments capable of modulating attention, emotional intensity, and interpretive orientation through the manipulation of temporal rhythms, sensory thresholds, and relevance hierarchies (Hansen, 2015). Perception itself becomes a malleable design material, and creativity is redefined as the configuration of experiential probability spaces within which meaning can emerge. This shift entails a methodological redefinition of artistic labor, moving from the production of forms to the orchestration of perceptual dynamics. It also challenges prevailing pedagogical models and evaluative criteria in design education, which remain largely grounded in formal composition. Future creative expertise will depend increasingly on the ability to understand and intervene in algorithmic mediation processes governing the distribution and intensification of experience.

Taking together, these developments indicate a broader movement from stylistic innovation toward what may be described as **ontological engineering**, in which design recursively shapes the conditions of human existence and perception itself (Willis, 2006). AI-mediated design increasingly operates at the level of experiential ontology, shaping the conditions under which reality is encountered and interpreted. Perception becomes a programmable layer through which subjects relate to their environments, transforming design into a practice that participates directly in the construction of modes of being. Digital aesthetics is thereby redefined as a domain concerned not merely with appearances, but with the computational architecture that organizes attention, memory, and affect. In this sense, the future of digital aesthetics will be measured not by visual novelty, but by the critical capacity to engage with and reshape the systems that structure perceptual life.

Conclusion

This study has argued that digital aesthetics is undergoing a historical transformation in which perception increasingly functions as a form of infrastructure rather than as a neutral medium for receiving designed artifacts. Under conditions of advanced artificial intelligence, aesthetic experience is progressively produced within algorithmically organized perceptual frameworks that pre-structure salience, modulate sensory hierarchies, and shape evaluative judgment prior to conscious interpretation. This shift requires a conceptual move beyond interface- and artifact-centered accounts of digital aesthetics toward an infrastructural understanding of how experience is organized, stabilized, and governed in computational environments. By positioning AI as an ontological actor within design systems, the analysis has demonstrated that aesthetic

agency is redistributed across designers, datasets, model architectures, and adaptive platforms, thereby challenging inherited assumptions about authorship, representation, and aesthetic autonomy.

The findings further suggest that the central question for future design practice is not only what forms are created, but which perceptual conditions are made possible, normalized, or suppressed. In this regard, digital aesthetics becomes inseparable from cognitive mediation, ethical responsibility, and epistemic power. As AI systems participate in structuring attention, memory, and affect, aesthetic design operates as a mechanism of indirect governance over experience, with implications for psychological agency and the politics of visibility. The infrastructural character of AI-mediated perception also raises pressing concerns regarding cultural diversity, as algorithmic standardization may privilege dominant perceptual models and reduce plural sensory traditions to adjustable parameters within globally deployed systems.

architecture-year horizon and beyond, the study anticipates a continued movement from stylistic innovation toward ontological engineering, in which creativity is increasingly exercised through the design of perceptual architecture rather than solely through the production of aesthetic objects. This trajectory reframes “future creativity” as a capacity to critically intervene in the computational infrastructures that condition how reality is sensed, interpreted, and valued. Accordingly, the contribution of this article lies in advancing the concept of perception as infrastructure as an analytic and normative lens for design theory, enabling scholars and practitioners to identify where aesthetic power now operates not only in images and interfaces, but in the invisible systems that organize perceptual life. A reoriented digital aesthetics, attentive to these infrastructures, provides the conceptual groundwork for a new ontology of creativity in AI-driven design, one in which the design of perception becomes a central site of cultural, ethical, and epistemic struggle.

References

- Amoore, L. (2020). "Machine Learning Political Orders." *Review of International Studies*, 46(4), 509–529.
- Beer, D. (2017). *The Social Power of Algorithms, Information, Communication & Society*, 20(1), 1–13.
- Bratton, B. H. (2016). *The stack: On software and sovereignty*. MIT press.
- Chun, W. H. K. (2016). *Updating to remain the same: Habitual new media*. MIT press.
- Citton, Y. (2017). *The Ecology of Attention*, Polity Press.
- Easterling, K. (2014). *Extrastatecraft: The Power of Infrastructure Space*, Verso.
- Elkins, J. (ed.) (2020). *What Is an Image in the Age of Artificial Intelligence?*, Routledge.
- Forlano, L. & Mathew, A. (2014). From Design Fiction to Design Friction, *Design Issues*, 30(2), 26–37.
- Goffey, A. (2008). *Algorithm*, In *Software Studies* (MIT Press).
- Hansen, M. B. N. (2013). Engineering Pre-Individual Potentiality: Technics, Transindividuation, and 21st-Century Media, *SubStance*, 42(3), 32–59.
- Hansen, M. B. N. (2015). Feed-Forward: On the Future of Twenty-First-Century Media, *Critical Inquiry*, 41(4), 747–779.
- Hayles, N. K. (2017). *Unthought: The Power of the Cognitive Nonconscious*, University of Chicago Press.
- Manovich, L. (2019). *AI Aesthetics*, Moscow: Strelka Press.
- Massumi, B. (2015). *The Power at the End of the Economy*, Duke University Press.
- Pasquinelli, M. & Joler, V. (2020). The Noosphere Manifested: Artificial Intelligence as Instrument of Knowledge Extractivism, *AI & Society*, 35(4), 1–15.
- Redström, J. & Wiltse, H. (2019). Changing Things: The Future of Objects, *Design Issues*, 35(1), 10–23.
- Rouvroy, A., Berns, T. & Carey-Libbrecht, L. (2013). Algorithmic governmentality and prospects of emancipation. *Réseaux*, 177(1), 163–196.
- Suchman, L. (2019). Algorithmic Warfare and the Reinvention of Accuracy, *Critical Studies on Security*, 7(2), 175–187.
- Willis, A.-M. (2006). Ontological Designing, *Design Philosophy Papers*, 4(2), 69–92.
- Zuboff, S. (2015). Big Other: Surveillance Capitalism and the Prospects of an Information Civilization, *Journal of Information Technology*, 30(1), 75–89.



15.09.2026

Tasarımın Akıllı Altyapıları: Yapay Zekâ, Algı ve Yaratıcı Ontolojilerin Yeniden Yapılandırılması Intelligent Infrastructures of Design: AI, Perception and the Reconfiguration of Creative Ontologies

Tolga ERKAN¹ Emre TANDIRLI²

Geliş Tarihi (Received): 22.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 23.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Öz: Bu çalışma, yapay zekâ, hesaplamalı algı ve veri merkezli epistemolojiler tarafından yönlendirilen bir paradigma değişimi olarak tasarımın akıllı altyapılarının ortaya çıkışını incelemektedir. İnsan merkezli ve araç aracılı çerçevelerin ötesine geçerek yapay zekâyı, yaratıcılığın ontolojik koşullarını yeniden şekillendiren altyapısal bir aktör olarak kavramsallaştırmaktadır. Bu doğrultuda çalışma, yapay zekânın yaratıcı edimleri yalnızca insan öznesi içerisinde konumlandırmak yerine, sosyo-teknik sistemler boyunca yeniden dağıtan ontolojik bir aracı olarak işlediğini varsaymaktadır. Tasarım kuramı, post hümanizm ve algoritmik epistemolojiden yararlanan araştırma, makine öğrenmesi sistemlerinin, özellikle üretici ve algısal modellerin, algının kendisini nasıl yeniden yapılandırıldığını incelemektedir. Çalışma, algının altyapısal ve dağıtık bir nitelik kazandığını; veri kümeleri, eğitim mimarileri ve geri bildirim döngüleri içerisinde gömülü hâlde bulunmaktadır. Bu bağlamda algı, insan ve makine aktörlerinin ürettiği, hesaplamalı olarak genişletilmiş bir süreç olarak ele alınmaktadır. Tasarım pratiği, insan sezgisi ile makine çıkarımının birlikte evrildiği hibrit bilişsel birleşimler aracılığıyla giderek daha fazla şekillenmektedir. Yazarlık, özgünlük ve estetik yargıya ilişkin geleneksel kabulleri sorgulayarak yaratıcı ontolojileri yeniden tanımlamaktadır. Yazarlık ve faillik kavramlarının, insan ve insan-dışı aktörler arasında dağılan ilişkisel yapılar olarak ortaya çıktığını varsaymaktadır. Metodolojik olarak çalışma, çağdaş yapay zekâ destekli tasarım örnekleriyle desteklenen kuramsal bir analiz yaklaşımını benimsemektedir. Sonuç olarak çalışma, yapay zekâyı görsel iletişim tasarımında yaratıcılığı, faillliği ve bilgi üretimini temelden yeniden tanımlayan kurucu bir güç olarak konumlandırmaktadır.

Anahtar kelimeler: Akıllı Tasarım Altyapıları, Algoritmik Epistemoloji, Hesaplamalı Algı, Hibrit Yaratıcı Faillik, Post hümanist Tasarım Ontolojileri.

&

Abstract: This study examines the emergence of intelligent infrastructures of design as a paradigm shift driven by artificial intelligence, computational perception, and data-centric epistemologies. Moving beyond human-centered and tool-mediated frameworks, it conceptualizes AI as an infrastructural agent that reshapes the ontological conditions of creativity. The study hypothesizes that AI operates as an ontological mediator, redistributing creative agencies across socio-technical systems rather than locating it solely within the human subject. Drawing on design theory, posthumanism, and algorithmic epistemology, the research explores how machine learning systems—particularly generative and perceptual models—reconfigure perception itself. It argues that perception becomes infrastructural and distributed, embedded in datasets, training architecture, and feedback loops. In this context, perception is understood as a computationally extended process co-produced by human and machine actors. Furthermore, design practice is increasingly constituted through hybrid cognitive assemblages in which human intuition and machine inference co-evolve. This shift redefines creative ontologies by challenging traditional notions of authorship, originality, and aesthetic judgment. The study therefore hypothesizes that authorship and agency emerge as relational constructs distributed across human and non-human actors. The study adopts a theoretical analysis supported by contemporary AI-driven design cases. It ultimately positions AI as a constitutive force that fundamentally redefines creativity, agency, and knowledge production in visual communication design.

Keywords: Intelligent Design Infrastructures, Algorithmic Epistemology, Computational Perception, Hybrid Creative Agency, Posthuman Design Ontologies.

Atıf/Cite as Erkan, T., & Tandırli, E. (2026). *Intelligent Infrastructures of Design: AI, Perception and the Reconfiguration of Creative Ontologies*. BAİBÜİLEF-İG 2026: 3. Uluslararası İletişim Günleri Sempozyumu, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu, Türkiye.

İntihal-Plagiarizm/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees, and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Assoc. Prof. Dr. OSTİM Technical University, Faculty of Architecture and Design, Department of Visual Communication Design, Phone: 0543 241 89 79, e-mail: tolga.erkano@ostimteknik.edu.tr ORCID: 0000-0002-7578-2065

² Prof. Dr., Bolu Abant İzzet Baysal University, Faculty of Communication, Department of Visual Communication Design, Phone: 0531 744 13 24, e-mail: emre.tandirli@ibu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4766-9858

Introduction

Artificial intelligence is rapidly transforming the technological, cultural, and epistemological environment in which design is practiced. Generative AI systems can produce images, typography, visual compositions, interfaces, animations, and other forms of creative content, while perceptual machine learning systems can classify, recognize, organize, and interpret visual information. These developments are frequently described as technological assistance. AI is commonly understood as a tool that enables designers to work faster, generate alternatives, automate repetitive operations, or overcome technical limitations (Wingström et al., 2022; Kwon et al., 2023).

Although this interpretation remains relevant, it does not fully explain the deeper transformation occurring within design practice. The fundamental issue is not simply that designers possess more powerful tools. Rather, the conditions through which design decisions are generated are changing. Artificial intelligence increasingly participates in the processes through which designers perceive problems, formulate alternatives, identify patterns, evaluate possibilities, and imagine potential outcomes. This study therefore introduces the concept of intelligent infrastructures of design. The term describes computational environments in which artificial intelligence, datasets, algorithms, interfaces, human cognition, institutional structures, and feedback mechanisms collectively participate in the production of design knowledge and creative outcomes (Manovich, 2013; Kwon et al., 2023).

The argument is situated within broader discussions of design theory, posthumanism, computational perception, and algorithmic epistemology. Classical design theories have generally positioned creativity as a human capacity associated with intentionality, intuition, originality, imagination, and aesthetic judgment. Contemporary AI challenges this model by creating hybrid socio-technical environments in which creative processes are distributed across humans and computational systems (Braidotti, 2013; Hayles, 1999; Latour, 2005; Wingström et al., 2022).

The study addresses three central questions. First, how does artificial intelligence transform the ontological conditions of creativity? Second, how do AI systems transform perception into an increasingly computationally mediated process? Third, how do these transformations challenge conventional understandings of authorship, originality, agency, and aesthetic judgment? The central hypothesis is that AI increasingly functions as an ontological mediator. Rather than simply executing predetermined human intentions, computational systems participate in the formation of possibilities through which design intentions themselves can evolve. Creativity consequently becomes increasingly relational and distributed (Suchman, 2007; Watkins & Barak-Medina, 2024).

From Design Tools to Intelligent Infrastructures

The history of design is inseparable from the history of technological tools. Drawing instruments, printing technologies, photography, digital imaging, desktop publishing, computer-aided design, and networked platforms have repeatedly transformed design practice. These technologies have not merely increased production efficiency; they have changed what designers are able to perceive, imagine, construct, reproduce, and communicate. The computer represented a particularly important transition because it transformed many design operations into computational processes. Digital design subsequently altered the relationship between designer, image, typography, reproduction, and distribution. Networked technologies further embedded design within global systems of communication, interaction, and data exchange.

Artificial intelligence introduces another transformation because computational systems are increasingly capable of interpreting instructions, identifying patterns, generating alternatives, predicting possibilities, and producing unexpected results. This creates an important distinction between a conventional design tool and an intelligent infrastructure. A conventional tool generally executes human instruction. An intelligent system may interpret instruction, infer patterns, generate alternatives, and influence subsequent human decisions. The creative process can therefore be represented as: (Buchanan, 1992; Manovich, 2001, 2013)

Human intention → AI generation → human interpretation → AI modification → human evaluation → revised intention

The sequence is not necessarily linear. It is iterative and recursive. A generated result can modify the designer's perception of the original problem, which can lead to a revised instruction and another computational response. The machine therefore becomes part of the process through which the design problem itself is reinterpreted. This supports a fundamental distinction between AI as tool and AI as infrastructure. A tool can primarily be understood as an extension of human intention. An infrastructure, by contrast, establishes conditions within which activity occurs. Contemporary AI systems increasingly perform both functions. They execute instructions, but they also shape the range of possibilities available to designers. This is particularly visible in generative design. A designer may begin with an incomplete or ambiguous concept and use an AI system to generate alternative interpretations. Some of these alternatives may reveal possibilities that were not initially anticipated. The designer then evaluates these possibilities and incorporates selected elements into a revised concept. The computational system has therefore contributed not only to production but also to conceptual development. AI operates at the level of possibility. This does not imply that AI possesses human consciousness or should be considered equivalent to a human designer. Rather, it indicates that creative production increasingly emerges through relationships between human intention and computational processes. The concept of intelligent infrastructure consequently provides a way to understand AI as a constitutive component of the design environment rather than merely as another software application (Kwon et al., 2023, Article 101202; Suchman, 2007).

AI, Computational Perception and Algorithmic Epistemology

One of the most significant consequences of artificial intelligence for design concerns the transformation of perception. Traditionally, perception has been understood as a human sensory and cognitive process. Designers perceive visual forms, colors, spatial relationships, cultural references, symbols, textures, movements, and social contexts. These perceptual experiences contribute to interpretation, conceptualization, and creative decision-making. Machine learning introduces another form of perceptual processing. Computer vision systems can identify objects, classify images, detect patterns, estimate spatial relationships, segment visual fields, and extract features from large datasets. Generative systems can subsequently use learned relationships to construct new visual configurations. This development can be described as computational perception. Computational perception should not be regarded as equivalent to human perception. A machine-learning system processes representations through mathematical and algorithmic structures rather than through embodied human experience. Nevertheless, computational perception increasingly interacts with human perception within contemporary design environments. A designer may use AI to classify a large visual archive, identify recurring patterns, search for references, or generate alternative interpretations. The designer subsequently encounters the design problem through an environment that has already been computationally structured. Perception therefore becomes increasingly distributed and infrastructural. Human perception and computational processing operate within a shared design environment. The human designer contributes embodied experience, cultural interpretation, contextual understanding, and intentionality.

The computational system contributes classification, prediction, pattern recognition, generation, and transformation. This relationship also makes the role of datasets particularly significant (Drucker, 2014; Kwon et al., 2023).

Data as Creative Infrastructure

AI systems depend on datasets containing visual, linguistic, cultural, and informational traces. These datasets influence the patterns that computational models can recognize, reproduce, transform, and recombine. Data should therefore not be considered merely a technical resource. It can also function as part of the perceptual and epistemological infrastructure of design. A design outcome may consequently be understood as emerging through an extended chain: (Floridi, 2014; Mitchell, 2019)

Dataset → Model → Computational inference → Human instruction → Generated possibility → Human interpretation → Design decision

The dataset may appear distant from the final design artifact, yet it participates in the conditions that make that artifact possible. This raises important questions concerning representation, cultural bias, visual conventions, similarity, and originality. If computational models are trained on cultural and visual archives, those archives inevitably influence the possibilities made available through the system. The concept of algorithmic epistemology provides a framework for understanding this transformation. Epistemology concerns production, organization, justification, and circulation of knowledge. Within conventional design education and practice, knowledge emerges through observation, research, experimentation, cultural analysis, critique, and embodied experience. AI introduces computational systems into these processes. Search algorithms determine which information becomes visible. Recommendation systems influence which references are encountered. Classification systems organize visual material. Generative models synthesize and transform information. Predictive systems estimate relationships between patterns. Consequently, computational infrastructures increasingly participate in determining how designers encounter knowledge (Drucker, 2014; Floridi, 2014).

The question is therefore no longer simple: “What do designers know?”

It is also: “Through which computational infrastructures do designers encounter what they consider relevant knowledge?”

This question is particularly significant for visual communication design because discipline depends extensively on visual archives, cultural references, symbolic systems, and rapidly changing media environments. The designer increasingly works within an environment where knowledge is not only retrieved but also filtered, ranked, synthesized, transformed, and generated computationally (Manovich, 2013; Kwon et al., 2023).

Hybrid Creative Agency, Authorship and Originality

The interaction between human intuition and machine inference can be conceptualized through the notion of hybrid cognitive assemblages. Within contemporary AI-assisted design, human designers contribute cultural knowledge, embodied experience, contextual understanding, intuition, intentionality, emotional interpretation, and ethical judgment. Computational systems contribute large-scale pattern recognition, rapid generation, statistical inference, prediction, classification, variation, and transformation. Neither necessarily replaces the other. Instead, they interact (Braidotti, 2013; Wingström et al., 2022: 177–193; Watkins & Barak-Medina, 2024: 137–149).

A designer may generate numerous alternatives using an AI system, reject most of them, combine elements from several outputs, modify another, and subsequently introduce a new conceptual direction. The machine has contributed to the creative process, but the process cannot be reduced either to machine production or to isolated human production (Boden, 2004; Wingström et al., 2022: 177–193).

Creativity consequently becomes increasingly relational. The relevant question is therefore not simply whether AI is “creative.” A more productive question is:

What forms of creativity become possible when human and computational processes are coupled?

This shift is important because it moves the discussion away from the binary opposition of human versus machine and toward the emergence of hybrid creative systems. The development of these systems also changes the nature of design expertise. Designers increasingly need to understand AI systems, data structures, model limitations, interaction strategies, algorithmic bias, intellectual property, and human-machine collaboration. The designer of the future may therefore increasingly function as a curator, orchestrator, evaluator, and systems thinker. This transformation becomes particularly significant when considering authorship. In conventional design practice, authorship is generally associated with an identifiable individual or design team. The designer identifies a problem, develops a concept, creates alternatives, and produces the final artifact. AI complicates this relationship. A generative design outcome may involve: (Suchman, 2007; Watkins & Barak-Medina, 2024)

dataset + model architecture + computational infrastructure + prompt + designer + selection + editing + contextualization.

The resulting work is therefore embedded within a distributed network of human and non-human components. This does not necessarily mean that individual authorship disappears. Instead, authorship becomes increasingly relational. The designer remains responsible for conceptual decisions, interpretation, selection, editing, contextualization, and final application. However, these decisions occur within an infrastructure containing numerous computational components. The same problem applies to originality. Generative AI systems produce output through pattern recognition, prediction, transformation, and recombination. Yet human creativity has also always operated through relationships with existing cultural forms, visual languages, traditions, and references. Consequently, originality may need to be understood less as absolute novelty and more through contextual transformation, conceptual intention, cultural positioning, and meaningful recombination (Latour, 2005; Suchman, 2007; Watkins & Barak-Medina, 2024).

This does not eliminate the importance of originality. Instead, it changes its location within the creative process. The designer's contribution increasingly lies not only in producing something new but also in deciding which computationally generated possibilities are meaningful, appropriate, culturally relevant, and conceptually coherent. This makes aesthetic judgment increasingly important. AI systems can generate large numbers of visually sophisticated alternatives. However, visual sophistication does not necessarily produce cultural or conceptual appropriateness. A technically impressive image may still be ineffective, misleading, culturally insensitive, or inconsistent with the communication objectives of a project. A new asymmetry therefore emerges. Machines can increasingly generate possibilities at scale; humans remain critically responsible for meaning, context, and consequence. The scarcity within creative practice may consequently shift from generation to judgment. This shift is central to understanding why AI does not necessarily make the designer less important. Instead, it transforms the nature of the designer's expertise (Boden, 2004; Wingström et al., 2022: 177–193).

Implications for Visual Communication Design

The transformation described above is particularly significant for visual communication design because AI increasingly affects branding, typography, illustration, photography, motion graphics, packaging, interface design, advertising, information visualization, and digital media. The immediate consequence is increased (Manovich, 2013; Kwon et al., 2023).

production capacity. Designers can generate more alternatives, explore more visual directions, and experiment with different forms in less time.

However, the more significant transformation concerns the changing role of the designer. The designer increasingly becomes responsible for establishing conceptual direction, orchestrating computational systems, evaluating generated possibilities, interpreting cultural context, and ensuring ethical and communicative coherence. The future design professional may therefore be defined less by the ability to manually execute every stage of production and more by the ability to coordinate human and computational forms of intelligence. This transformation has direct implications for design education. Students should increasingly develop competencies in AI-assisted creative practice, computational perception, algorithmic literacy, data awareness, human-AI collaboration, critical evaluation of AI-generated outputs, authorship and intellectual property, algorithmic bias and ethical design responsibility (Watkins & Barak-Medina, 2024).

The purpose should not be to transform every designer into a programmer. Rather, designers should acquire sufficient computational literacy to understand the systems within which creative decisions increasingly occur. The design studio can consequently become a hybrid cognitive laboratory in which students work simultaneously with human collaborators, AI systems, physical materials, cultural archives, users, and computational datasets. This would represent a significant conceptual shift in design education (Mitchell, 2019; Watkins & Barak-Medina, 2024).

Instead of teaching students simply how to produce visual artifacts, design education would increasingly teach them how to construct, interrogate, evaluate, and ethically manage creative systems. Such an approach is particularly important for visual communication design because the discipline is increasingly situated between technology, culture, data, communication, and human experience. The transformation also creates new research directions. Future studies should investigate computational perception, AI-assisted aesthetics, distributed authorship, algorithmic bias, human-machine collaboration, creative agency, dataset politics, and the cultural consequences of generative systems. AI should therefore become not only an object of design education but also an object of critical design research (Braidotti, 2013; Wingström et al., 2022).

Conclusion

This study has examined the emergence of intelligent infrastructures of design as a framework for understanding the transformation of creativity under conditions of artificial intelligence. The central argument is that AI should not be understood exclusively as a technological tool used by human designers. Increasingly, AI operates as an infrastructural and ontological force that reshapes the conditions through which design knowledge, perception, creativity, and aesthetic judgment emerge. Artificial intelligence functions as an ontological mediator, redistributing creative agencies across socio-technical systems. Creativity consequently becomes increasingly relational, emerging through interactions among human cognition, machine learning systems, datasets, computational architectures, interfaces, and cultural contexts (Braidotti, 2013; Latour, 2005; Suchman, 2007).

The concept of computational perception demonstrates that perception itself is becoming increasingly distributed. Designers now operate within infrastructures capable of classifying, organizing, predicting, recommending, generating, and transforming information. Data and computational models therefore become part of the perceptual environment of contemporary design. At the same time, the development of hybrid cognitive assemblages demonstrates that human intuition and machine inference increasingly operate together. AI does not simply replace existing creative practices; it changes the environment within which creativity is exercised. This transformation challenges conventional concepts of authorship and originality. Authorship increasingly becomes relational, while originality can be reconsidered as contextual, interpretive, and transformative. Aesthetic judgment also becomes increasingly important because computational systems can generate possibilities at an unprecedented scale. The implications for visual communication design are substantial. Future designers will require not only visual and conceptual expertise but also computational literacy, critical AI literacy, data awareness, ethical awareness, and the ability to evaluate machine-generated possibilities (Drucker, 2014; Floridi, 2014; Watkins & Barak-Medina, 2024).

The transformation can therefore be summarized through five interconnected movements: from tools to infrastructures, from individual authorship to distributed agency, from human perception to computationally extended perception, from isolated creativity to hybrid creative assemblages and from human-centered design toward relational design ontologies (Braidotti, 2013; Hayles, 1999; Latour, 2005).

Artificial intelligence should consequently be understood neither simply as an instrument nor as an autonomous replacement for the designer. It is increasingly becoming a constitutive element of the creative environment. The central question is therefore not whether AI will replace creativity. The more important question is how creativity itself will be reconfigured when human and computational intelligence increasingly co-evolve within intelligent infrastructures of design. This transformation suggests that the future of visual communication design will depend on the ability to engage with intelligent infrastructures critically, creatively, and ethically. Designers will need to understand not only how to use AI but also how AI generates possibilities, how those possibilities are conditioned by datasets and computational structures, and how human judgment intervenes. Intelligent infrastructure is becoming part of the design environment. The emerging task for designers and researchers is to understand what kinds of creativity, agency, knowledge, and cultural production can develop within it (Wingström et al., 2022: 177–193; Watkins & Barak-Medina, 2024: 137–149).

References

- Boden, M. A. (2004). *The creative mind: Myths and mechanisms* (2nd ed.). Routledge.
- Braidotti, R. (2013). *The posthuman*. Polity Press.
- Buchanan, R. (1992). Wicked problems in design thinking. *Design Issues*, 8(2), 5–21.
- Drucker, J. (2014). *Graphesis: Visual forms of knowledge production*. Harvard University Press.
- Floridi, L. (2014). *The fourth revolution: How the infosphere is reshaping human reality*. Oxford University Press.
- Hayles, N. K. (1999). *How we became posthuman: Virtual bodies in cybernetics, literature, and informatics*. University of Chicago Press.
- Kwon, E., Rao, V., & Goucher-Lambert, K. (2023). Understanding inspiration: Insights into how designers discover inspirational stimuli using an AI-enabled platform. *Design Studies*, 88, Article 101202. <https://doi.org/10.1016/j.destud.2023.101202>
- Latour, B. (2005). *Reassembling the social: An introduction to actor-network-theory*. Oxford University Press.
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. MIT Press.
- Manovich, L. (2013). *Software takes command*. Bloomsbury Academic.
- Mitchell, M. (2019). *Artificial intelligence: A guide for thinking humans*. Farrar, Straus and Giroux.
- Suchman, L. (2007). *Human-machine reconfigurations: Plans and situated actions* (2nd ed.). Cambridge University Press.
- Turing, A. M. (1950). Computing machinery and intelligence. *Mind*, 59(236), 433–460.
- Watkins, R., & Barak-Medina, E. (2024). AI's influence on human creative agency. *Creativity Research Journal*, 1–13. <https://doi.org/10.1080/10400419.2024.2437264>
- Wingström, R., Hautala, J., & Lundman, R. (2022). Redefining creativity in the era of AI? Perspectives of computer scientists and new media artists. *Creativity Research Journal*, 36(2), 177–193. <https://doi.org/10.1080/10400419.2022.2107850>



BAİBÜİLEF-İG
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Günleri
Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication Communication Days

15.09.2026



Dijital Reklamcılıkta Artırılmış Gerçeklik, Marka İş Birlikleri ve Konum Bazlı Pazarlama Stratejileri

Augmented Reality, Brand Collaborations, and Location-Based Marketing Strategies in Digital Advertising

Mustafa Berk GEÇKALAN¹, Ertan TOY²

Geliş Tarihi (Received): 11.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 12.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Öz: Bu araştırma, artırılmış gerçekliği farklı uygulama teknikleriyle açıklamakta ve markaların yürüttüğü pazarlama faaliyetlerini ulaşılan veriler üzerinden incelemektedir. Artırılmış gerçeklik teknolojisinin pazarlamaya sağladığı katkılar, farklı marka ve ülkelerden örneklerle ele alınmıştır. Teknolojinin gelişmesiyle dönüşen pazarlama endüstrisinde, bu teknolojiyi süreçlerine dahil eden markaların olumlu sonuçlar elde ettiği gözlemlenmektedir. Söz konusu faaliyetler hem markaya özgü olarak özelleştirilebilen uygulamalarla hem de Snapchat ve Amazon gibi büyük şirketlerin sunduğu altyapılar aracılığıyla hayata geçirilebilmektedir. Marka iş birliklerine ilişkin veriler büyük ölçüde bu şirketlerin kendi paylaşımlarından elde edilmektedir. Bu kaynaklar sektörel açıdan değerli olsa da konunun akademik düzeyde yürütülecek ampirik çalışmalarla desteklenmesi önerilmektedir.

Anahtar kelimeler: Artırılmış gerçeklik, pazarlama, fijital pazarlama, konum bazlı pazarlama, marka iş birlikleri &

Abstract: This study explains augmented reality through its various application techniques and examines the marketing activities conducted by brands based on available data. The contributions of augmented reality technology to marketing are addressed through examples drawn from different brands and countries. Within the marketing industry, which has been transformed by technological advancement, brands that have incorporated this technology into their processes are observed to achieve favourable outcomes. Such activities can be implemented either through customizable applications developed specifically for the brand or through the infrastructures offered by major companies such as Snapchat and Amazon. Data concerning brand collaborations are largely obtained from these companies' own disclosures. Although these sources are valuable from an industry perspective, it is recommended that the subject be supported by empirical studies conducted at an academic level.

Keywords: Augmented reality, marketing, phygital marketing, location-based marketing, brand collaborations

Atıf/Cite as Geçkalan, M. B., & Toy, E. (2026). *Augmented Reality, Brand Collaborations, and Location-Based Marketing Strategies in Digital Advertising*. BAİBÜİLEF-İG 2026: 3. Uluslararası İletişim Günleri Sempozyumu, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu, Türkiye.

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

Bu çalışma, Mustafa Berk GEÇKALAN tarafından Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sanat ve Tasarım Ana Sanat Dalı Sanatta Yeterlik Programı'nda, Doç. Dr. Ertan TOY danışmanlığında yürütülen "Genişletilmiş Gerçeklik Destekli Fijital Reklam Uygulamalarında Etkileşimsel Tasarım Yaklaşımları ve Bir Uygulama Önerisi" başlıklı tez çalışmasından türetilmiştir.

¹ Öğretim Görevlisi, İstanbul Arel Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Çizgi Film ve Animasyon Bölümü, e-posta: mustafaberkgeckalan@arel.edu.tr, ORCID : 0000-0003-0063-425X

² Doç. Dr., Yıldız Teknik Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Sanat Bölümü, e-posta: ertantoy@yildiz.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7959-7967

Giriş

Artırılmış gerçeklik teknolojisi, genişletilmiş gerçeklik teknolojileri içerisinde uygulamada en çok kullanılan teknolojidir. Kolay uygulanabilmesi, mobil cihazlarla uyumlu çalışabilmesi ve altyapısının daha gelişmiş olması gibi etkenler bu teknolojiye olan erişimi kolaylaştıran etkenlerdendir. Pazarlama endüstrisi ise teknolojik gelişmelerle şekillenmeye devam etmektedir. Geleneksel pazarlama stratejileri, yerini fiziksel ve dijital entegrasyonuyla müşteri deneyimini geliştirmeyi amaçlayan dijital pazarlamaya bırakmaktadır (Pizzi, Matta, Caboni ve Stewart, 2025). Geçmişte pazarlama tek yönlü ve büyük ölçüde analog bir yapıya sahipti. Artırılmış gerçeklik gibi teknolojik altyapılarla hazırlanan pazarlama faaliyetleri ise çift yönlü bir etkileşim sunmaktadır. Bu tür stratejilerle oluşturulan uygulamalar sürükleyici deneyimler sunabilmekte ve kullanıcıları sürece dahil ederek pazarlama faaliyetinin başarısını artırmaktadır.

Artırılmış gerçeklik uygulamalarının başarısı sadece bu teknolojinin kullanılmasına bağlanamaz. Doğru şekilde kullanılarak oluşturulmuş bir artırılmış gerçeklik faaliyetinin sonuçlarının da verimli olduğu yadsınamaz. Artırılmış gerçeklikle satın alma öncesi deneyim sunulabilir, marka bilinirliği için filtreler oluşturulabilir, uygulama oyun içine entegre edilebilir ya da konum tabanlı olarak belirli noktalarda etkinleştirilebilir. Ayrıca kullanılacak teknik hedef kitlenin kim olduğu, bu kitlenin ne beklediği gibi çeşitli değişkenlere göre seçilmelidir. Snapchat gibi büyük şirketlerin sunduğu uygulamalar aracılığıyla markalar, artırılmış gerçeklik uygulamalarına erişip müşterilerine reklam faaliyetleri sunabilmektedir. Ayrıca uygulanan marka iş birlikleri ve başarı istatistikleri şirketler tarafından paylaşılmaktadır. Bu bilgiler birer veri niteliği taşısa da akademik düzeydeki ampirik çalışmalarla desteklendiğinde daha verimli pazarlama uygulamalarının uygulanabileceği söylenebilir.

Artırılmış gerçeklik ve pazarlama bağlamında erişilen veriler güvenilir kaynaklardan alınarak değerlendirilmiş ve bu uygulamaların genel olarak pazarlama stratejilerine olumlu katkılar sağladığı görülmüştür. Marka bilinirliğinin artması ve ürünün satın alma öncesinde deneyimlenerek satın alma niyetinin güçlenmesi gibi etkiler gözlemlenmektedir. Bu etkilerin temelinde, çift yönlü iletişimin sağladığı etkileşim ve canlılık yer almaktadır. Smink, van Reijmersdal, van Noort ve Neijens'e (2020) göre bu etkiler, kullanıcılarda medya faydası ve medya hazzı algısını anlamlı ve olumlu yönde etkilemektedir.

Bu çalışmanın amacı, başarılı pazarlama faaliyetlerine olanak veren artırılmış gerçeklik teknolojisini tanıtmak ve uygulama örnekleri üzerinden bu teknolojinin pazarlamadaki yerini incelemektir. Veriler büyük ölçüde şirketlerin istatistiklerine dayansa da bunları akademik bir bakışla yorumlayarak pazarlama stratejilerine katkı sağlamak hedeflenmektedir. Gelecekte ise sektörel verilerin yanı sıra akademik ampirik çalışmaların çoğalması ve sektöre daha faydalı verilerin elde edilmesi önem taşımaktadır.

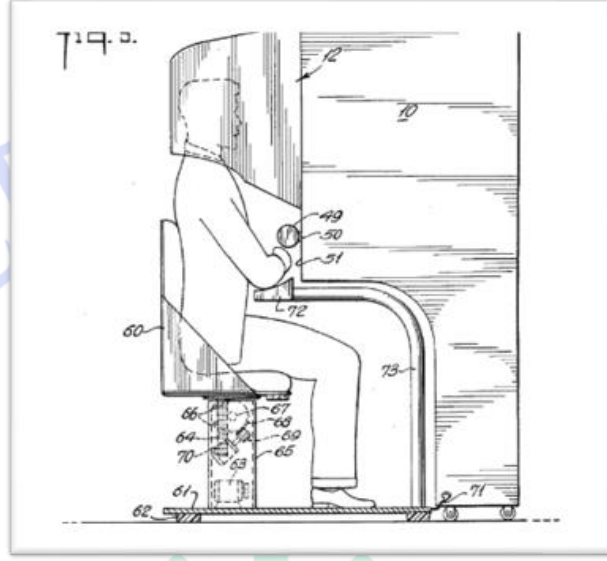
Kavramsal Çerçeve

Artırılmış Gerçeklik ve Sürükleyici Deneyim

Son 30 yıl içerisinde artırılmış gerçeklik kavramına ilişkin birçok tanım ortaya çıkmıştır. Bazı düşüncelere göre artırılmış gerçeklik sanal gerçekliğin bir türevidir. Bu düşüncenin tam tersini savunanlar da olmuştur. Artırılmış gerçeklik genel bir ifadeyle, gerçek fiziksel ortama ait verileri bilgisayar aracılığıyla üretilen verilerle birleştiren ve sanal veriyi gerçek dünyanın üzerine bindiren bir teknolojidir (Vertucci, D'Onofrio, Ricciardi ve De Nino, 2023).

Heilig (1962), silahlı kuvvetlerde karmaşık ve potansiyel olarak tehlikeli teçhizatın kullanımı ile bakımına ilişkin personel eğitiminin giderek ağırlaşmasının ve buna karşın öğretmen kadrosunun yetersiz kalmasının, bu yükü azaltacak çözümlere yönelik talebi artırdığını; kendisinin de bu nedenle buluş üzerinde çalışmaya başladığını belirtir. Sensorama adını verdiği buluşun amacı, bireyde birden fazla duyuya hitap ederek bir deneyimi simüle etmektir. Kullanıcı düzeneğe oturur; başlık kısmı ve gövdedeki aygıt ile görsel imgeler yansıtılır, böylelikle kullanıcıya deneyim sunulur.

Bir yönetmen olan Heilig'in bu cihazla asıl amacı, ses, ışık, mekanik titreşim, fan ve koku gibi öğelerle desteklenen üç boyutlu bir film deneyimi sağlamaktır. Bununla birlikte cihaz, artırılmış gerçeklik teknolojisine ait deneylerin başlangıcı olarak görülmektedir ve bu teknolojiye ait ilk deneyler 1957 yılına dayanmaktadır.



Şekil 1. Morton Heilig'in Sensorama aygıtı. "Sensorama simulator", M. L. Heilig, 1962.

<https://patents.google.com/patent/US3050870A/en> adresinden alınmıştır.

Heilig'in bu çalışmada hangi sorunlardan yola çıktığına ve neyi amaçladığına bakıldığında, amacının simüle edilmek istenen deneyimi kullanıcının birden çok duyusunu uyatarak yaşatmak olduğu söylenebilir. Pizzi ve diğerlerine (2025) göre tüketicilerin yayın dünyasına erişimleri tek yönlü ve analogdu. Telefonlarla birlikte iki yönlü iletişimin olanakları oluşturulmuştur. Yirminci yüzyılın sonlarına gelindiğinde yeni teknolojiler ile birlikte çok yönlü iletişim yaygınlaşmıştır. Zaman ve mekân sınırları ortadan kalkmış, tüketiciler hem bilgiyi yönetebilme hem de bilgiye istediği zaman erişebilme imkanına sahip olmuştur. Yirmi birinci yüzyılda fiziksel ve dijital dünya birbirleriyle harmanlanmaya başlamış, böylece sürükleyici niteliklere sahip deneyimler ortaya çıkmıştır. Korucuk (2025), fijital kavramının fiziksel ve dijitalin harmanlanmasıyla oluştuğunu ifade eder. Ona göre fijital pazarlama; fiziksel ve dijital entegrasyonu yoluyla müşteri deneyimini geliştirmek ve marka deneyimini optimize etmek, ayrıca pazarlama sektörünü güncel teknolojiyle birlikte yeniden şekillendirmek amacıyla ortaya çıkmış bir yaklaşımdır.

Artırılmış gerçeklik ya da fijital kavramları ele alındığında ulaşılan ortak nokta sürükleyici deneyimdir. Cheng ve Wu'ya (2026) göre sürükleyici deneyim, anlatı aktarımını kolaylaştırarak kişilerin katılımını artıran, kullanıcılardaki hem bilişsel hem de duygusal boyutları daha güçlü etkileyerek duygusal rezonansı ve anlamlı hikâye bağlarını teşvik eden bir deneyimdir. Bu nedenle profesyoneller, kullanıcılara gerek pazarlamada gerek başka mecralarda bu yolla ulaşmaya çalışmakta, birden çok duyuya hitap ederek ve çift yönlü bir iletişim kurarak etkileşim düzeyini artırmaktadır.

Bahsedilen sürükleyici deneyim; artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik ve karma gerçeklik gibi genişletilmiş gerçeklik teknolojilerinin çeşitli teknolojik donanımlarla birleşmesiyle ortaya çıkmaktadır. Bu deneyim genel bir kavramı karşılamakta ve gerçeklikten sanallığa uzanan süreçte farklı unsurların bir araya gelmesiyle biçimlenmektedir. Fiziksel gerçeklikten sanallığa doğru geçişi kavramak için Milgram ve Kishino'nun (1994) ortaya koyduğu sanallık sürekliliği şemasını incelemek gerekmektedir (Şekil 2).



Şekil 2. Paul Milgram ve Fumio Kishino sanallık sürekliliği şeması.

“A taxonomy of mixed reality visual displays”, P. Milgram ve F. Kishino, 1994, IEICE Transactions on Information and Systems, E77-D(12), s. 1321 makalesinden aynen alınmıştır.

Milgram ve Kishino (1994) bir ucu gerçek görüntülemekten, diğer ucu ise tamamen sanal olarak oluşturulmuş görüntülemekten bahseder. Arada kalan artırılmış gerçeklik ise gerçek olana sanalın ilave edilmesi, artırılmış sanallık ise sanal olana gerçek görüntüler ilave edilmesi olarak ifade edilmektedir. Çatı başlık olarak görülen karma gerçeklik ise gerçek dünyaya entegre edilen sanal nesnelerin kullanıcılarla etkileşimini anlatmaktadır. Araştırmalarda söz konusu edilen gerçek ile sanalın iç içe geçmesi, bu kavramların sınırlarını kesin biçimde çizmeyi güçleştirmektedir (Subaşı, Parsa ve As, 2025). Buna rağmen gerek literatür araştırmalarında gerek sektör içerisinde kabul gören sınırlar ve tanımlar mevcuttur.

Teknolojinin hızlı ilerleyişi sürükleyici deneyimlere yönelik beklentileri artırmaktadır. Günümüzde bu teknolojileri kullanarak daha gerçekçi görüntüler oluşturulmaktadır ve deneyimler gerçek ile sanal arasındaki sınırları belirsizleştirmektedir. Artırılmış gerçeklik teknolojisini kullanarak daha gerçekçi görüntüler oluşturabilen Simulon adında bir mobil uygulama geliştirilmektedir. Bu uygulama, deneyimin yapılacağı alandaki ışık ve çevre gibi faktörleri sanal obje ile etkileşime sokarak daha gerçekçi artırılmış gerçeklik deneyimi sunmaktadır. Şirketin geliştirmeleri hala sürmekte olup uygulama, geliştiricilerin ve kullanıcıların erişimine açılmıştır (simulon.com, 2025).



Şekil 3. Simulon uygulamasıyla üretilen artırılmış gerçeklik görüntüsü. "Realistische 3D-Objekte in deinem Wohnzimmer: Diese AR-App macht es möglich", t3n, 2023. <https://t3n.de/news/ar-app-simulon-3d-objekte-1573560/> adresinden alınmıştır.

Artırılmış gerçeklik uygulamalarının genelde telefon, tablet gibi mobil ve taşınması kolay donanımlar ile kullanıldığı görülmektedir. Bu pratik altyapıyı farklı uygulamalar kendi sistemlerine dahil etmektedir. Bu platformlardan biri de Snapchat'tir. Snapchat, kullanıcıların arkadaşları ve aileleriyle görsel ve yazılı şekilde iletişim kurmasını sağlamaktadır.

Aynı zamanda fiziksel mesafenin önemini azaltarak kullanıcıların anlarını hızlı ve eğlenceli bir şekilde paylaşabilme olanağı vermektedir. Ayrıca yabancılarla tanışabilmek, topluluklar ile bilgi ve fikir paylaşımları yapabilmek gibi imkanlar da sunmaktadır. Temel özelliği ise bir haber akışı durumu yerine kamera arayüzüyle açılması ve iletilerin varsayılan olarak silinmesidir (Snapchat, t.y.). Snapchat'ın, artırılmış gerçekliği 2014 yılında uygulamasına dahil ederek markalı içeriklere uzanan yolculuğunu başlattığı kabul edilir (İçözü, 2018). Günümüzde Snapchat artırılmış gerçeklik uygulamalarına hala yatırım yapmaya devam etmektedir. Mobil uygulamalar içerisine entegre edilmiş artırılmış gerçeklik deneyimlerinin yanında Spectacles adını verdiği giyilebilir artırılmış gerçeklik gözlüğünün geliştirmelerini sürdürmektedir. Spectacles, şeffaf gözlük formunda tasarlanmış giyilebilir bilgisayar donanımdır. Kullanıcıların fiziksel çevreleriyle görsel temaslarını kesmeden, elleri serbest biçimde işlem yapabilmelerine olanak tanıyan yeni nesil bir bilişim teknolojisi olarak nitelendirilmektedir (Spectacles, t.y.). Snap Inc.'in yatırımcı mektubuna göre aylık aktif Snapchat kullanıcısı 956 milyon kişidir. Snapchat kullanıcılarının %75'inden fazlasının ise ortalama olarak her gün artırılmış gerçeklik etkileşimine girdiği ve içerisindeki lenslerin günde ortalama 9 milyar kez kullanıldığı bildirilmektedir (Snap Inc., 2026). Artırılmış gerçekliğe hem kullanıcıların hem de yatırımcıların ilgisinin arttığı görülmektedir. Bu büyüme artırılmış gerçekliğin daha gelişmiş biçimlere evrilmesine ve yeni deneyimler sunmasına olanak tanımaktadır.

Simulon ve Snapchat gibi artırılmış gerçeklik teknolojisini kullanan birçok platform vardır. Gerek Simulon gibi yalnızca artırılmış gerçeklik üzerine temellendirilmiş uygulamalar gerekse Snapchat gibi iletişim temelli uygulamalara artırılmış gerçekliğin entegre edilmesiyle oluşan platformlar, kullanıcılara her geçen gün daha iyi deneyimler sunabilmek için bu altyapıları güçlendirmeye çalışmaktadır. Bu gelişmeler, kullanıcı deneyimini giderek daha sürükleyici ve sürekli hâle getirmektedir.

Artırılmış Gerçeklik ve Pazarlama

Artırılmış gerçeklik teknolojisi ile oluşturulan etkileşimli deneyimler geleneksel pazarlamadan farklı olarak çift yönlü bir akış sağlamaktadır. Reio, Petrosko, Wiswell ve Thongsukmag'in (2006) merak üzerine yaptığı araştırma derlemesi, birden çok merak türünün bulunduğunu göstermektedir. Aynı derleme, duyuşsal bilgi aktarımının yüksek olduğu durumlarda merakın arttığını da ortaya koymaktadır. Buradan hareketle teorik ve pratik olarak böyle bir deneyimi besleyecek bir uygulamanın kullanıcıların merakını da artırabileceği sonucuna varılabilir. Bulearca ve Tamarjan'a (2010) göre içinde bulunduğumuz dönemin pazarlama ekonomisinde deneyimsel pazarlama devreye girmektedir. Deneyimsel pazarlama, kullanıcıların tüketimi rasyonel ve duygusal güdüleyiciler aracılığıyla deneyimlemesini sağlamaktadır. Bu çift yönlü ve merak uyandıran iletişimin sonucunda müşteri memnuniyeti oluşmaktadır. Müşteri memnuniyetinin marka ve işletme başarısında belirleyici bir role sahip olduğu görülmektedir. Artırılmış gerçekliğin pazarlamada güçlü olduğu nokta ise ürünün kullanıcılarda yarattığı aitlik hissidir. Satın alma öncesi bir ürünü görüp deneyimleyebilmek, bu hazzın kapısını aralamaktadır. Artırılmış gerçeklik ile ilgili yapılan bu çalışmada kullanıcıların artırılmış gerçekliği genellikle eğlenceli yapısıyla ilişkilendirdiği görülmüştür. Keyif kavramının, tüketicilerin bir tüketim deneyimine katılırken aradıkları öncelikli unsur olduğu aktarılmaktadır.

Artırılmış gerçeklik sadece satın alma öncesi pazarlama faaliyetleri ya da satın almayı doğrudan etkilemek için kullanılmamaktadır. Aynı zamanda marka bilinirliğini artırmak, markaların kullanıcılarla bağlarını kuvvetlendirmek gibi amaçlarla markalar tarafından reklam uygulamalarında da kullanılabilmektedir. Markalar, artırılmış gerçeklik özellikli uygulamalar üzerinden çeşitli filtreler aracılığıyla bilinirliklerini artırabilmektedir. Gatorade, Super Bowl için hazırladığı uygulama içi filtre ile yüksek izlenme sayılarına ulaşmıştır. Taco Bell oluşturduğu filtre ile bu alandaki en çok görüntülenen içeriklerden biri olmuştur. Starbucks, "Frappuccino Happy Hour" adında bir kampanya düzenleyerek filtre oluşturmuştur. Bu filtre sadece belirli bir zaman diliminde ve kullanıcı Starbucks'a yakın olduğunda etkinleşmekteydi. Aynı zamanda kullanıcılara yarı fiyatına frappuccino alma imkânı tanımıştır (Vasquez, 2016). Tüm bu örnekler Snapchat üzerinden hayata geçirilen markalı içeriklerdir. Geniş kullanıcı tabanına sahip bir platform üzerinden marka hatırlanırılığı faaliyetleri bu şekilde ilerleyebilmektedir.



Şekil 4. Markalı Snapchat filtrelerine örnekler. "11 examples of branded Snapchat filters & lenses that worked", N. Vasquez, 2016, Comms Planning. <https://medium.com/comms-planning/11-branded-snapchat-filters-that-worked-94a808afa682> adresinden alınmıştır.

Turizm alanındaki pazarlama faaliyetlerinde de artırılmış gerçeklik teknolojisinin kullanıldığı görülmektedir. Özellikle kültürel miras konularında bu tür faaliyetler oldukça yaygındır. Müzelerde daha zengin içerikler oluşturarak misafirlere daha modern deneyimler sunulabilir ve böylelikle pazarlama açısından önemli olanaklar ortaya çıkabilir. Artırılmış gerçeklik, kültür turizmi için hem ek gelir sağlayabilir hem de mesafe ve çevresel şartlardan kaynaklanabilecek olumsuzlukları ortadan kaldırabilir (Cranmer, tom Dieck ve Fountoulaki, 2020). Turizm odaklı artırılmış gerçeklik pazarlamasına örnek olarak, 2022 yılında Ankara'da kurulan Türkiye'nin ilk artırılmış gerçeklik illüzyon müzesi verilebilir. Misafirler müzeye girmeden önce müzenin uygulamasını indirerek farklı konseptlerdeki üç boyutlu figürlerle etkileşime geçebilmektedir (Esendemir, 2022).



Şekil 5. Ankara'daki artırılmış gerçeklik destekli illüzyon müzesinden bir görüntü. "Türkiye'de ilk: Artırılmış teknoloji kullanılan müze açıldı", Z. Esendemir, 2022, TRT Haber.

<https://www.trthaber.com/haber/turkiye/turkiyede-ilk-artirilmis-teknoloji-kullanilan-muze-acildi-695187.html> adresinden alınmıştır.

Artırılmış gerçeklik teknolojisi, sürükleyici bir deneyim sunma konusunda etkili bir çözümdür. Farklı mekanları çeşitli amaçlarla gezmek ve etkileşime girmek gibi faaliyetler bu şekilde yürütülebilmektedir. Tahrip olmuş ya da tamamen yok olmuş bir arkeolojik alanda geçmişe ait mimari yapıların yeniden canlandırılabilmesi kültürel mirasın aktarımı konusunda önemli bir role sahiptir. Aynı zamanda kültürel mirasın aktarımı, uygulayıcılara pazarlama olanağı tanımaktadır (Bekele, Pierdicca, Frontoni, Malinverni ve Gain, 2018). İtalya'da bulunan ve Vezüv Yanardağı'nın patlamasıyla yok olan Pompeii antik şehri için artırılmış gerçeklik teknolojisi ve üç boyutlu tasarlanmış öğeler kullanılarak bir deneyim sunulmaktadır. Katılımcılar işletmeden alacakları artırılmış gerçeklik gözlükleriyle şehrin eski halini ve 2000 yıl önce burada yaşamış insanların gündelik yaşamını deneyimleyebilmektedir ("Ancient and Recent", t.y.).



Şekil 6. Pompeii antik kentinde artırılmış gerçeklik gözlükleriyle sunulan deneyim. "Pompeii tour with augmented reality and ticket skip the line", Ancient and Recent, t.y.

<https://www.ancientandrecent.com/tour/pompeii-tour-with-augmented-reality-and-ticket-skip-the-line/> adresinden alınmıştır.

Artırılmış gerçeklik ve pazarlama bağlamında en çok kullanılan hizmetlerden biri satın alma öncesi deneyim yaşatan uygulamalardır. Robins'e (2013) göre kullanıcıya dijital olarak bu deneyim yaşatılsa da bu, taklit edilen gerçeklik dışında başka bir anlam taşımamaktadır. Bu uygulamalarla kullanıcılara zaman tasarrufu sağlayan ve ürüne ulaşmak için çaba göstermeyi gereksiz kılan bir deneyim sunulmaktadır. Tüm bu avantajlar, pazarlamayı ve birçok etkeni olumlu yönde etkilemektedir.

Bir e-ticaret şirketi olan Amazon, satışa çıkardığı çeşitli ürünlerde bu teknolojiyle oluşturulmuş deneyimi kullanıcılarına sunmaktadır. Belirli ürünler için artırılmış gerçeklik kullanılarak bulunulan alan içerisinde ürünün gösterilmesi sağlanmaktadır. Amazon'un 2024 yılında yayınladığı kendi iç verilerine göre bu altyapılar kullanıldığında müşterilerin satın alma niyetlerine olumlu katkı sağlandığı bildirilmektedir (Amazon, 2024). Satın almadan önce olabilecek endişe ya da merak, artırılmış gerçeklik kullanılarak azaltılabilmektedir. Alınacak bir ürünü beden üzerinde görüntülemek ya da evin bir köşesinde nasıl duracağını görebilmek satın alma eyleminde destekleyici bir rol oynamaktadır.



Şekil 7. Amazon'un "View in Your Room" artırılmış gerçeklik özelliğiyle ürünün kullanıcının ortamında görüntülenmesi. "3D models and augmented reality (AR)", Amazon, t.y. <https://sell.amazon.com/tools/3d-ar> adresinden alınmıştır.

Artırılmış gerçeklik birçok alanda kullanılabilir. Genel eğilime bakıldığında günümüzde en çok kullanılan deneyim teknolojisi, genişletilmiş gerçeklik teknolojileri içerisinde artırılmış gerçeklik olarak görülmektedir. Mobil entegrasyonu ve üretim aşamalarının daha pratik olması, bu kullanım sıklığının en önemli sebeplerindendir. Markalar ve işletmeler birçok yönden artırılmış gerçekliği kullanabilmektedir. Gerek kültürel mirasın aktarımı gerekse satın alma öncesi deneyimler ve çok daha geniş bir yelpazede oluşturulan uygulamalar, kullanıcılar için hem hizmete ulaşma kolaylığı hem de kolay ulaşılamayacak bilgilere erişim olanağı sunabilmektedir.

Artırılmış Gerçeklik ve Konum Bazlı Pazarlama Stratejileri

Coğrafi pazarlama kavramı ilk defa 1970'lerde Jacqueline Beaujeu-Garnier tarafından ortaya atılmıştır (Beaujeu-Garnier ve Delobez, 1979). Konum bazlı pazarlama incelenmeden önce coğrafi konum belirleme kavramının anlaşılması gerekmektedir. Joliveau'ya (2011) göre coğrafi konum belirleme (geolocation), bir iletişim ya da işlem sırasında kullanıcının gerçek zamanlı olarak coğrafi konumunun atandığı süreçtir. Coğrafi çit (geofencing) ise bir işletmenin mağazasına yakın belirli bir alanı kapsayacak şekilde tüketiciyi etkileşime soktuğu akıttır (Cliquet ve Baray, 2020). Bu altyapılarla oluşturulmuş konum bazlı pazarlama doğrudan mobil pazarlama iletişim kanallarıyla ilgilidir. Bu tür pazarlama konum paylaşımına izin veren kullanıcılar faaliyetin aktif olduğu sınırlar içindeyken, onları satın almaya yönlendiren bilgi akışlarının sağlanması yoluyla yürütülen bir tanıtım faaliyetidir (Liu, Liu, Liu ve Huang, 2019). Mobil cihazların GPS ve Galileo gibi küresel navigasyon uydu sistemleri (GNSS) aracılığıyla konum izleme yapılarak hedeflenen kullanıcılara ulaşmak mümkün olmaktadır (Lee, Kim ve Sundar, 2015).

Singapur Turizm Kurulu ve yerel turizm ortakları, "Merli'nin Sürükleyici Macerası" adlı etkinliği geliştirmek için Google ARCore ve Geospatial Creator teknolojilerini kullanarak bir artırılmış gerçeklik deneyimi oluşturmuştur. Bu teknolojiler enlem ve boylam bilgilerine dayanan bir altyapıda çalışmaktadır. Bu projeye Singapur'un turizm maskotu olan Merli'nin gezginlere rehberlik ederek çeşitli bölgeleri tanıtması amaçlanmıştır. Singapur'un ilk postanesinin bulunduğu alanı ziyaret ederek sanal posta göndermek, Büyük Çarşı durağında artırılmış gerçeklikle oradaki tekneyi görüntülemek ve buna bağlı olarak Singapur Nehri'nin şehir ile insanlar için taşıdığı önemi öğrenmek gibi hikâyeye dahil olunabilen deneyimler sunulmuştur (Lai, 2024). Sadece artırılmış gerçeklikle sınırlı kalmayıp sürükleyici bir deneyime dönüşen bu uygulama birden çok amaca hizmet etmektedir. Kullanıcılara ülkenin kültürünü ve tarihini aktarırken çeşitli turistik meydanlara ve bölgelere yönlendirme imkânı da sağlanmaktadır.



Şekil 8. Singapur'daki "Merli'nin Sürükleyici Macerası" artırılmış gerçeklik deneyimi. "Discover Singapore through an immersive augmented reality tour", E. Lai, 2024, Google. <https://blog.google/company-news/inside-google/around-the-globe/google-asia/singapore-arcore-stb/> adresinden alınmıştır.

Konum tabanlı artırılmış gerçeklik faaliyetleri; ürün lansmanları, mevsimsel kampanyalar gibi programlara olumlu yönde katkı sağlayabilir. Cadbury'nin Paskalya Bayramı için oluşturduğu "Cadbury's Worldwide Hide" kampanyasında kullanıcılara konum tabanlı bir dijital deneyim sunulmuştur. Kullanıcılar bu uygulama kapsamında gerçek yumurta satın alabilmekte ve bunu hediye edecekleri biri için Google Maps üzerinde sanal olarak gizleyebilmektedir. Kişiselleştirilebilen ipucu sayesinde yumurtanın bulunmasına olanak tanınmakta ve bulunduğu gerçek yumurtanın alıcının kapısına teslim edilmektedir (VCCP London, 2021). Basit bir ürün deneyime dönüştürüldüğünde hem satış yapılabilme hem de marka hatırlanırılığı desteklenebilmektedir.



Şekil 9. Cadbury Worldwide Hide kampanyasından bir görüntü. "Cadbury Worldwide Hide: Inspiring the ritual of hiding eggs and connecting people with Google Maps Platform", VCCP London, 2021, Google Maps Platform. <https://mapsplatform.google.com/resources/blog/cadbury-worldwide-hide-inspiring-ritual-hiding-eggs-and-connecting-people-google-maps-platform/> adresinden alınmıştır.

Artırılmış gerçeklik teknolojisi ve pazarlama bağlamında alışılmışın dışında bir örnek ise Niantic şirketinin yarattığı Pokémon GO oyunu ve iş birlikleridir. Bu oyunda kullanıcılar mobil cihazlarının kamerasını kullanarak çevrelerinde Pokémon aramaktadır. Bu oyun konum tabanlı olarak çalışan bir sisteme sahiptir ve kullanıcı belirtilen konuma gittiği zaman etkileşime geçebileceği Pokémon karakteri ile karşı karşıya gelebilmektedir. The North Face ve Gucci markaları bu oyunla iş birliği yaparak oyun üzerinden konum tabanlı artırılmış gerçeklik uygulamasıyla pazarlamaya dahil olmuştur. İki markanın birlikte oluşturduğu ve sınırlı sayıda üretilen koleksiyondaki giysi, çanta, bot, uyku tulumu ve çadır gibi ürünler, Pokémon GO oyuncularının sanal avatarlarına giydirilebilir hale getirilmiştir. Böylece bu iki markanın ortaklığından çıkan koleksiyon pazarlaması konum tabanlı çalışan artırılmış gerçeklik teknolojisiyle oynanabilen bir oyun aracılığıyla sağlanmıştır (Geospatial World, 2022).



Şekil 10. Pokémon GO'da The North Face x Gucci koleksiyonuna ait avatar ürünleri. "Avatar items from The North Face x Gucci Collection are coming to Pokémon GO!", Niantic, 2021, Pokémon GO.

<https://pokemongo.com/post/gucci-northface-collection> adresinden alınmıştır.

Artırılmış gerçeklik uygulamalarına birçok örnek verilebilir. Snapchat ve Amazon gibi büyük şirketlerin altyapılarına entegre ettiği artırılmış gerçeklik uygulamaları, pazarlama faaliyetlerini daha verimli hale getirmektedir. Daha özel konumlandırılmış çalışmalar oluşturmak istendiğinde ise altyapı için daha profesyonel çözümlere ulaşmak, bu uygulamaların zorlu yönlerinden biridir. Google, artırılmış gerçekliğin sanal kısmının kaliteli sonuçlar vermesi için ARCore, konum tabanlı çalışmalar için ise Geospatial Creator gibi çözümler sunmaktadır. Bu teknolojiyi destekleyen başka şirketler de bulunmakta, bunlar sağlamayı sürdürmektedir.

Yöntem

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi benimsenmiştir. Veri toplama tekniği olarak literatür taraması ve doküman incelemesi kullanılmıştır. Pazarlama uygulamalarına ilişkin örneklerin seçiminde amaçlı örneklem yöntemlerinden maksimum çeşitlilik örnekleme tercih edilmiştir. Bu doğrultuda standart artırılmış gerçeklik uygulamaları, satın alma öncesi deneyim sunan uygulamalar, konum tabanlı uygulamalar ve oyun içine entegre edilen kurgular olmak üzere yukarıda belirtilen farklı teknik gruplarından örnekler seçilmiştir. Seçilen örnekler, sundukları pazarlama olanakları açısından betimsel analiz yoluyla incelenmiştir.

Sonuç

Yapılan araştırma kapsamında artırılmış gerçeklik teknolojisi kullanılarak uygulanmış birden çok pazarlama örneği incelenmiştir. Ulaşılan genel sonuç, artırılmış gerçeklikle oluşturulmuş pazarlama faaliyetlerinin kullanıcılar üzerinde daha güçlü bir etki bıraktığıdır. Ancak belirtilmesi gereken nokta, artırılmış gerçeklik teknolojilerinin tek başına yeterli olmadığıdır. Etkileşimin artmasında teknolojinin sunduğu çok duyu ve kişiselleştirilmiş deneyim gibi etkenler rol oynamaktadır.

Satın alma öncesinde artırılmış gerçeklik uygulamalarından yararlanan pazarlama faaliyetlerinde, ürünü deneyimleyebilmek için gereken mesafenin kısalması ve kararsızlığın azalması gibi etkiler gözlemlenmiştir. Bu etkiler satın alma niyetini olumlu yönde desteklemiştir.

Konum tabanlı artırılmış gerçeklik faaliyetlerinde iyi kurgulanmış bir strateji ile standart bir ürünün bile daha fazla satılabildiği, Paskalya yumurtası örneğiyle ortaya konmaktadır. Bu faaliyet, ipuçları yardımıyla haritada konumlandırılmış yumurtaların bulunması ve ardından teslimatın gerçekleştirilmesi üzerine kurulmuştur. Müşterinin daha fazla efor sarf ettiği bir satın alma süreci olmasına rağmen olumlu etkiler görülmüştür. Yang ve Lin'in (2024) yaptığı çalışmada da etkileşimsellik ve canlılığın, tüketicilerde medya faydası ve medya hazzı algısını olumlu yönde etkilediği ortaya konmuştur. Ayrıca tüketicilerin markayla kurduğu psikolojik etkileşimde de anlamlı ölçüde değişimler gözlenmektedir. Bu durum yalnızca konum tabanlı uygulamalara özgü değildir. Artırılmış gerçeklikle oluşturulmuş pazarlama faaliyetlerinin geneli için geçerlidir. Konum tabanlı artırılmış gerçekliği ise pazarlama faaliyetinin kurgulanacağı duruma göre değerlendirilecek farklı bir teknik olarak tanımlamak şimdilik daha doğru görünmektedir. Gelecekte yapılacak ampirik çalışmalarla, kullanılan teknikler arasındaki başarı farklarını daha net biçimde görmek mümkün olacaktır.

Smink ve diğerlerinin (2020) çalışması, artırılmış gerçekliğin etkisinin teknolojinin varlığından ibaret olmadığını göstermektedir. Uygulamaların satın alma ve marka bilinirliği gibi alanlara olumlu katkısı verilerle desteklense de bu katkının, uygulamanın kurgusuna ve ele alınan ürün kategorisine göre belirgin biçimde değiştiği ortaya konmaktadır. Aynı çalışmada kişiselleştirmeye ilişkin etkiler bir ürün kategorisinde yüksek çıkarken diğerinde zayıf kalmıştır.

Ürün, uygulamanın türü ve hedef kitle gibi pazarlama unsurları önceden belirlendiğinde, hedeflenen alanlarda olumlu sonuçlar elde edilebileceği görülmektedir. Snapchat gibi hazır platformlar üzerinden artırılmış gerçeklik pazarlama faaliyetleri yürütmek oldukça kolaydır. Bu durum, reklam vermek isteyenler için olumlu bir gelişmedir. Aynı zamanda özellikle Z kuşağına ulaşma konusunda organik bir faaliyet olarak da nitelendirilebilir.

Artırılmış gerçeklik; konum tabanlı uygulamalardan satın alma öncesi deneyim sunan uygulamalara, oyun içine entegre edilen kurgulardan basit filtrelelere kadar birçok teknikle hayata geçirilebilen, pazarlamada etkinliği gözlemlenmiş bir teknolojidir. Konuya ilişkin sektörel veriler ve sınırlı sayıdaki ampirik çalışma benzer sonuçlara işaret etmektedir. Ancak alanın gelişimine ve sektöre yön verilmesine katkı sağlayacak daha kapsamlı akademik çalışmalara gereksinim duyulmaktadır.

Kaynakça

- Amazon. (2024). *Getting started with 3D content on Amazon* (Spring 2024). Erişim adresi: https://m.media-amazon.com/images/G/01/imaging/3D/Getting_Started_With_3D_Content_on_Amazon_-_Spring_2023_US.pdf
- Ancient and Recent. (t.y.). *Pompeii tour with augmented reality and ticket skip the line*. Erişim adresi (3 Ağustos 2026): <https://www.ancientandrecent.com/tour/pompeii-tour-with-augmented-reality-and-ticket-skip-the-line/>
- Beaujeu-Garnier, J. ve Delobez, A. (1979). *Geography of marketing*. Londra, İngiltere: Longman.
- Bekele, M. K., Pierdicca, R., Frontoni, E., Malinverni, E. S. ve Gain, J. (2018). A survey of augmented, virtual, and mixed reality for cultural heritage. *Journal on Computing and Cultural Heritage*, 11(2), 1-36. doi:10.1145/3145534
- Bulearca, M. ve Tamarjan, D. (2010). Augmented reality: A sustainable marketing tool? *Global Business and Management Research: An International Journal*, 2(2-3), 237-252. Erişim adresi: <https://gbmrjournal.com/>
- Cheng, X. ve Wu, A. (2026). Is immersion always a good thing? Immersive experience and meaningful experience in digital museums. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 17(2), 582-600. doi:10.1108/JHTT-11-2024-0772
- Cliquet, G. ve Baray, J. (2020). *Location-based marketing: Geomarketing and geolocation*. Londra, İngiltere: ISTE.
- Cranmer, E. E., tom Dieck, M. C. ve Fountoulaki, P. (2020). Exploring the value of augmented reality for tourism. *Tourism Management Perspectives*, 35, 100672. doi:10.1016/j.tmp.2020.100672
- Geospatial World. (2022, 17 Mayıs). Pokémon GO is revolutionizing location-based advertising while building a planet-scale 3D map at the back end. Erişim adresi: <https://geospatialworld.net/prime/case-study/location-and-business-intelligence/pokemon-go-is-revolutionizing-location-based-advertising-while-building-a-planet-scale-3d-map-at-the-back-end-2/>
- İçöz, T. (2018, 23 Mayıs). 2011'den günümüze Snapchat'in tarihsel yolculuğu. *Webrazzi*. Erişim adresi: <https://webrazzi.com/2018/05/23/2011den-gunumuze-snapchatin-tarihsel-yolculugu/>
- Joliveau, T. (2011). Le géoweb, un nouveau défi pour les bases de données géographiques. *L'Espace géographique*, 40(2), 154-163. doi:10.3917/eg.402.0154
- Korucuk, N. (2025). Dijital çağda fijital pazarlama: Tüketici algısına yönelik bir araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(3), 1337-1359. doi:10.17755/esosder.1552095
- Lee, S., Kim, K. J. ve Sundar, S. S. (2015). Customization in location-based advertising: Effects of tailoring source, locational congruity, and product involvement on ad attitudes. *Computers in Human Behavior*, 51, 336-343. doi:10.1016/j.chb.2015.04.049
- Liu, Y., Liu, A., Liu, X. ve Huang, X. (2019). A statistical approach to participant selection in location-based social networks for offline event marketing. *Information Sciences*, 480, 90-108. doi:10.1016/j.ins.2018.12.028
- Pizzi, G., Matta, S., Caboni, F. ve Stewart, D. W. (2025). Immersive and generative technology: New tools for marketing, new tools for consumer response. *Psychology & Marketing*, 42(12), 3236-3250. doi:10.1002/mar.70036
- Reio, T. G., Jr., Petrosko, J. M., Wiswell, A. K. ve Thongsukmag, J. (2006). The measurement and conceptualization of curiosity. *The Journal of Genetic Psychology*, 167(2), 117-135. doi:10.3200/GNTP.167.2.117-135
- Robins, K. (2013). *İmaj: Görmenin kültür ve politikası* (N. Türkoğlu, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları. (Orijinal çalışma 1996 yılında yayımlanmıştır)

- Smink, A. R., van Reijmersdal, E. A., van Noort, G. ve Neijens, P. C. (2020). Shopping in augmented reality: The effects of spatial presence, personalization and intrusiveness on app and brand responses. *Journal of Business Research*, 118, 474-485. doi:10.1016/j.jbusres.2020.07.018
- Snapchat. (t.y.). *What is Snapchat?* Erişim adresi (3 Ağustos 2026): <https://educators.snapchat.com/what-is-snapchat>
- Snap Inc. (2026). *Q1 2026 investor letter*. Erişim adresi: https://s25.q4cdn.com/442043304/files/doc_financials/2026/q1/Snap-Inc-Q1-2026-Investor-Letter.pdf
- Spectacles. (t.y.). *Spectacles*. Erişim adresi (3 Ağustos 2026): <https://www.spectacles.com/>
- Subaşı, K., Parsa, A., & As, E. (2025). A new form of cinema with virtual reality technology: VR film. *Disiplinlerarası Yenilik Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 154-169. <https://doi.org/10.56723/dyad.1677487>
- Vertucci, R., D'Onofrio, S., Ricciardi, S. ve De Nino, M. (2023). History of augmented reality. A. Y. C. Nee ve S. K. Ong (Ed.), *Springer handbook of augmented reality* (s. 35-50) içinde. Cham, İsviçre: Springer. doi:10.1007/978-3-030-67822-7_2
- Yang, J. ve Lin, Z. (2024). From screen to reality: How AR drives consumer engagement and purchase intention. *Journal of Digital Economy*, 3, 37-46. doi:10.1016/j.jdec.2024.07.001

Şekil Kaynakları

- Amazon. (t.y.). *3D models and augmented reality (AR)*. Erişim adresi: <https://sell.amazon.com/tools/3d-ar>
- Ancient and Recent. (t.y.). *Pompeii tour with augmented reality and ticket skip the line*. Erişim adresi (3 Ağustos 2026): <https://www.ancientandrecent.com/tour/pompeii-tour-with-augmented-reality-and-ticket-skip-the-line/>
- Esendemir, Z. (2022, 17 Temmuz). Türkiye'de ilk: Artırılmış teknolojisi kullanılan müze açıldı. *TRT Haber*. Erişim adresi: <https://www.trthaber.com/haber/turkiye/turkiyede-ilk-artirilmis-teknolojisi-kullanilan-muze-acildi-695187.html>
- Heilig, M. L. (1962). *U.S. Patent No. 3,050,870*. Washington, DC: U.S. Patent and Trademark Office. Erişim adresi: <https://patents.google.com/patent/US3050870A/en>
- Lai, E. (2024, 1 Şubat). Discover Singapore through an immersive augmented reality tour [Blog yazısı]. Erişim adresi: <https://blog.google/company-news/inside-google/around-the-globe/google-asia/singapore-arcore-stb/>
- Milgram, P. ve Kishino, F. (1994). A taxonomy of mixed reality visual displays. *IEICE Transactions on Information and Systems*, E77-D(12), 1321-1329. Erişim adresi: <https://search.ieice.org/>
- Niantic. (2021, 4 Ocak). *Avatar items from The North Face x Gucci Collection are coming to Pokémon GO!* Erişim adresi: <https://pokemongo.com/post/gucci-northface-collection>
- Petereit, D. (2023, 3 Eylül). Realistische 3D-Objekte in deinem Wohnzimmer: Diese AR-App macht es möglich. *t3n*. Erişim adresi: <https://t3n.de/news/ar-app-simulon-3d-objekte-1573560/>
- Vasquez, N. (2016, 16 Haziran). 11 examples of branded Snapchat filters & lenses that worked [Blog yazısı]. Erişim adresi: <https://medium.com/comms-planning/11-branded-snapchat-filters-that-worked-94a808afa682>
- VCCP London. (2021, 13 Mayıs). Cadbury Worldwide Hide: Inspiring the ritual of hiding eggs and connecting people with Google Maps Platform [Blog yazısı]. Erişim adresi: <https://mapsplatform.google.com/resources/blog/cadbury-worldwide-hide-inspiring-ritual-hiding-eggs-and-connecting-people-google-maps-platform/>



BAİBÜİLEF-İG

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Günleri
Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication Communication Days

15.09.2026



Algoritmik Çağda Gazetecilik, Gerçekliğin İnşası ve İletişim Eğitiminin Geleceği Modern İletişim Paradigmasının Eşiğinde Kamusal Akıl ve Akademik Sorumluluk

Journalism in the Algorithmic Age, the Construction of Reality, and the Future of Communication Education Public Reason and Academic Responsibility on the Threshold of the Modern Communication Paradigm

Suat GEZGİN¹

Geliş Tarihi (Received): 30.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 31.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Öz: Algoritmik çağda gazeteciliğin yapısal dönüşümü, gerçekliğin yeniden inşa süreçleri ve iletişim eğitiminin geleceği; kamusal akıl, epistemolojik sorgulama ve akademik sorumluluk ekseninde ele alınmaktadır. Dijitalleşme, yapay zekâ uygulamaları, büyük veri analitiği ve algoritmik öneri sistemleri bilginin üretimi, dolaşımı ve anlamlandırılması süreçlerini kökten değiştirerek haber seçimi ve toplumsal gündem oluşturmada doğrudan belirleyici aktörler hâline gelmiştir. Çalışma kapsamında, filtre balonları ve yankı odalarının yarattığı epistemolojik sorunlar masaya yatırılmakta; bireylerin kişiselleştirilmiş bilgi akışları hapsinde ortak gerçeklik zemininden kopmasının demokratik kamusal alan üzerindeki sarsıcı etkileri tartışılırken, üretken yapay zekâ ve deepfake teknolojilerinin yaygınlaşması hakikatin doğrulanması ile medya güvenilirliği açısından yeni meydan okumalar doğurmaktadır. Buna karşın, yapay zekâ destekli veri analizi araçları araştırmacı gazetecilik ve bilgi doğrulama süreçleri için önemli fırsatlar da aralamaktadır. Metin, iletişim eğitiminin geleceğine odaklanarak teknik becerilerin ötesine geçen; eleştirel düşünme, derinlemesine veri okuryazarlığı, algoritmik farkındalık ve etik sorumluluk bilincini harmanlayan disiplinlerarası bir eğitimin aciliyetini vurgulamaktadır. Algoritmaların kamusal iletişimi tasarladığı günümüz koşullarında, iletişim akademisinin temel misyonu medya okuryazarlığını tahkim eden, hakikat doğrulama kültürünü savunan ve kamusal yararı merkeze alan profesyoneller yetiştirmektir. Sonuç olarak bu araştırma, algoritmik çağın sadece teknolojik bir evrilme değil, toplumsal, etik ve siyasal bir paradigma değişimi olduğunu ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Algoritmik Gazetecilik, Kamusal Akıl, Yapay Zekâ ve Hakikat, Epistemolojik Kriz, İletişim Eğitimi

&

Abstract: The structural transformation of journalism in the algorithmic age, the processes of reconstructing reality, and the future of communication education are examined through the lenses of public reason, epistemological inquiry, and academic responsibility. Digitalization, artificial intelligence applications, big data analytics, and algorithmic recommendation systems have radically altered the processes of knowledge production, circulation, and interpretation, becoming decisive actors in news selection and the shaping of the social agenda. This study addresses the epistemological issues created by filter bubbles and echo chambers; it discusses the disruptive impact on the democratic public sphere as individuals become detached from a shared reality while confined to personalized information flows, and it highlights how the proliferation of generative AI and deepfake technologies poses new challenges for truth verification and media credibility. Conversely, AI-powered data analysis tools also open up significant opportunities for investigative journalism and fact-checking processes. Focusing on the future of communication education, the text emphasizes the urgent need for an interdisciplinary approach that transcends technical skills—integrating critical thinking, in-depth data literacy, algorithmic awareness, and a sense of ethical responsibility. In the current landscape where algorithms shape public communication, the fundamental mission of communication academia is to cultivate professionals who reinforce media literacy, champion a culture of fact-checking, and prioritize the public interest. Ultimately, this research demonstrates that the algorithmic age represents not merely a technological evolution but a societal, ethical, and political paradigm shift.

Keywords: Algorithmic Journalism, Public Reason, Artificial Intelligence and Truth, Epistemological Crisis, Communication Education

Atıf/Cite as Gezgin, S. (2026). *Journalism in the Algorithmic Age, the Construction of Reality, and the Future of Communication Education*. BAİBÜİLEF-İG 2026, BAİBÜ, Bolu.

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Prof. Dr., Yeditepe Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, e-posta: suat.gezgin@yeditepe.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6459-6064

Giriş

İletişim tarihi, her teknolojik dönüşümün yalnızca bilgi aktarım biçimlerini değil, aynı zamanda bireylerin düşünme pratiklerini, toplumsal ilişkileri ve kamusal yaşamın örgütlenişini de yeniden şekillendirdiğini göstermektedir. Matbaanın kamusal alanın oluşumuna sağladığı katkıdan kitle iletişim araçlarının modern toplumun inşasındaki rolüne, internetin küresel bilgi ağını dönüştürmesinden yapay zekâ destekli dijital platformların yükselişine kadar her iletişim devrimi, toplumsal yapıda olduğu kadar iletişim disiplininin kuramsal sınırlarında da önemli kırılmalara yol açmıştır. Günümüzde yaşanan dönüşüm ise önceki teknolojik sıçramalardan farklı olarak yalnızca yeni iletişim araçlarının ortaya çıkışını değil; bilginin üretim, dolaşım, görünürlük ve anlamlandırılma süreçlerinin yeniden yapılandığı yeni bir iletişim paradigmasını ifade etmektedir.

Bilimsel toplantılar, bu tür dönüşümlerin yalnızca betimlendiği değil, aynı zamanda eleştirel biçimde sorgulandığı ve disiplinlerin kendi epistemolojik temellerini yeniden değerlendirdiği ortak düşünme zeminleri olarak önemli bir işlev üstlenmektedir. Akademik kongreler ve sempozyumlar, araştırma bulgularının paylaşılmasının ötesinde, kuramsal yaklaşımların tartışıldığı, metodolojik açılımların geliştirildiği ve disiplinin geleceğine ilişkin yeni perspektiflerin üretildiği entelektüel platformlardır. İletişim alanında düzenlenen uluslararası bilimsel etkinlikler de dijital dönüşümün toplumsal, kültürel ve siyasal sonuçlarını çok boyutlu biçimde değerlendirebilmek açısından kritik bir önem taşımaktadır.

Bugün iletişim alanında yaşanan dönüşüm, yalnızca teknolojik yeniliklerin yaygınlaşmasıyla açıklanabilecek bir süreç değildir. Yapay zekâ uygulamaları, algoritmik öneri sistemleri, büyük veri analitiği, platform ekonomileri ve otomatik içerik üretim teknolojileri; bilgi üretiminden haber dolaşımına, kamusal tartışmalardan kültürel tüketim alışkanlıklarına kadar iletişim ekosisteminin bütün bileşenlerini yeniden şekillendirmektedir. Bu gelişmeler, bireylerin bilgiye erişim biçimlerini dönüştürürken aynı zamanda kamusal gündemin oluşumunu, demokratik katılım mekanizmalarını ve hakikatin dolaşıma girme süreçlerini de doğrudan etkilemektedir.

Bu dönüşümün kuramsal arka planı değerlendirildiğinde, Marshall McLuhan'ın ortaya koyduğu "the medium is the message" yaklaşımının günümüzde yeniden okunmayı hak eden temel kuramsal çerçevelerden biri olduğu görülmektedir. McLuhan (1964), iletişim araçlarının yalnızca mesajı ileten teknik kanallar olmadığını; aksine toplumsal yapıları, kültürel ilişkileri ve düşünme biçimlerini dönüştüren belirleyici unsurlar olduğunu ileri sürmüştür. İletişim teknolojilerinin sahip olduğu teknik mimarinin, çoğu zaman iletilen içerikten daha güçlü toplumsal sonuçlar üretebildiğine yönelik bu yaklaşım, günümüz dijital platformlarının işleyişini anlamada dikkat çekici bir açıklayıcılık sunmaktadır.

Aradan geçen altmış yılı aşkın sürede dijitalleşme, ağ toplumunun gelişimi ve yapay zekâ teknolojilerinin iletişim süreçlerine entegre edilmesiyle birlikte McLuhan'ın öngörülleri çok daha karmaşık bir düzlemde somutlaşmıştır. Günümüzün dijital iletişim ortamında araç, artık yalnızca mesajın iletilmesini sağlayan pasif bir kanal değildir. Algoritmik sistemler; hangi içeriğin görünür olacağını, hangi kullanıcıya hangi bilginin ulaştırılacağını, kullanıcıların dikkatinin ne kadar süreyle belirli içerikler üzerinde yoğunlaşacağını ve hangi söylemlerin kamusal görünürlük kazanacağını belirleyen aktif karar mekanizmalarına dönüşmüştür. Başka bir ifadeyle, iletişim araçları artık yalnızca mesajı taşımamakta; mesajın dolaşımını, etkisini ve toplumsal karşılığını da doğrudan biçimlendirmektedir.

Bu gelişmeler, iletişim araştırmalarının odağını teknik yeniliklerin ötesine taşıyarak önemli etik, siyasal ve toplumsal tartışmaları gündeme getirmektedir. Algoritmik yönetim, platform kapitalizmi, veri ekonomisi ve yapay zekâ temelli karar mekanizmaları; kamusal aklın işleyişi, kolektif hafızanın inşası, bilgi ekosisteminin sürdürülebilirliği ve demokratik kamusal alanın geleceği açısından yeni araştırma sorularını beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla günümüzde iletişim teknolojilerini değerlendirmek, yalnızca dijital araçların teknik kapasitesini analiz etmek anlamına gelmemekte; aynı zamanda bu teknolojilerin bireysel özerklik, kamusal yarar, etik sorumluluk ve toplumsal hakikat üzerindeki etkilerini disiplinlerarası bir bakış açısıyla yeniden düşünmeyi gerektirmektedir.

Bu bağlamda, dijital iletişim teknolojilerinin kamusal akıl üzerindeki dönüştürücü etkilerinin iletişim kuramları perspektifinden yeniden değerlendirilmesi önem kazanmaktadır. Özellikle yapay zekâ destekli iletişim sistemlerinin giderek yaygınlaştığı günümüzde akademinin eleştirel işlevi, bilimsel sorumluluk anlayışı ve iletişim araştırmalarının geleceği, yalnızca iletişim disiplini açısından değil, demokratik toplumların sürdürülebilirliği bakımından da temel tartışma alanları arasında yer almaktadır.

Tarihsel Perspektiften Medyatik Kırılmalar ve Paradigma Değişimleri

İçinde bulunduğumuz çağda medya ve iletişim ekosistemi, yalnızca teknik bir altyapı yenilenmesi ya da konvansiyonel sistemlerin dijitalleşmesi süreciyle açıklanamaz. Karşı karşıya olduğumuz durum; medyanın platformlaştığı, veri odaklılığın temel bir sermaye birikim modeli haline geldiği ve nihayetinde tüm toplumsal ilişkilerin algoritmik bir yapıya evrildiği kökten bir dönüşümdür.

Bu noktada kullandığımız üç sıfat; yani dijital olmak, platform temelli olmak ve algoritmikleşmek, birbirini besleyen, doğuran ve tamamlayan süreçlerdir. Ancak bu kavramların her biri, toplumsal yapıda, siyaset kurumunda ve bireysel bilişsel süreçlerde birbirinden farklı, karmaşık ve çözülmesi gereken derin sorun alanları doğurmaktadır.

Ne var ki, bu sosyo-teknolojik dönüşüm, tarihsel bağlamından kopuk, aniden ve bir gecede gerçekleşen formda bir kopuş değildir. İletişim tarihçileri ve medya teorisyenleri çok iyi bilecektir ki, insanlık tarihi medyatik ve teknolojik kırılmaları ilk kez tecrübe etmemektedir. İnsanlığın bilgiyle kurduğu ilişki, tarihsel süreç boyunca çok sayıda epistemik eşikten geçmiştir:

-Sözlü Kültürden Yazılı Kültüre Geçiş: Bilginin mekândan bağımsızlaşmasının ve insan belleğinin sınırlarını aşmasının ilk adımıdır.

-Matbaanın İcadı: Bilginin serisayımı, standardizasyonu ve demokratikleşmesi sürecini başlatmıştır.

-Telgrafın Doğuşu: Bilgi ile fiziksel ulaşım arasındaki bağı kopartarak enformasyon hızını zamanın ötesine taşımıştır.

-Elektrikli Yayıncılık ve Televizyon Dönemi: Kamusal alanı kitlelerin evine taşımış, görselliği hakikatin ana unsuru haline getirmiştir.

-İnternet Devrimi: Etkileşimli, çok yönlü ve ağ tabanlı bir küresel iletişim ağının kapılarını açmıştır.

Bütün bu tarihsel eşiklerin ve teknolojik devrimlerin her biri, yalnızca yeni bir teknik aracın, daha gelişmiş bir makinenin toplumsal hayata dahil olması şeklinde sığ bir yaklaşımla okunamaz. İletişim tarihindeki her majör kırılma; aynı zamanda bilginin nasıl arşivlendiğini, toplumsal otoritenin ve iktidarın kimin elinde toplandığını, gerçekliğin hangi sembolik kodlarla inşa edildiğini ve kamusal alanın hangi coğrafi ve sınıfsal sınırlar içinde kurulduğunu radikal bir biçimde yeniden tanımlamıştır.

Walter Ong'un o meşhur ve sarsıcı tespitiyle ifade edecek olursak, yazı insan zihnini ve düşünme biçimini yeniden yapılandırmıştır. Sözlü kültürün performatif, dinamik ve belleğe dayalı insanı, yazının icadıyla birlikte analitik, mesafeli ve çizgisel bir düşünme pratiği geliştirmiştir. Benzer şekilde, Gutenberg'in matbaa devrimi, yalnızca kitapların çoğaltılması anlamına gelmemiş; Avrupa'da monolitik dini otoritenin sarsılmasına, Reformasyon hareketlerine, Aydınlanma felsefesinin geniş kitlelere yayılmasına ve nihayetinde modern ulus devletlerin doğuşunu sağlayan epistemik ve kapitalist altyapının kurulmasına zemin hazırlamıştır.

Bugün bizim karşı karşıya olduğumuz ve "Algoritmik Çağ" olarak adlandırdığımız dönüşüm, bu tarihsel silsilenin sıradan, kronolojik bir halkası veya basit bir teknolojik uzantısı değildir. Bilakis, yazının icadıyla veya matbaanın doğuşuyla doğrudan kıyaslanabilecek, hatta onları yapısal olarak aşabilecek radikal bir paradigma değişiminin tam eşiğinde bulunuyoruz.

Çünkü insanlık tarihinde ilk kez, yalnızca bilginin aktarıldığı kanallar ya da bilginin saklanma biçimleri değişmiyor; bilginin ve anlatının üreticisi, öznesi de değişiyor. Üstelik bu kez karşımızdaki dönüşüm, mürekkebi metalle değiştiren, insan kontrolündeki mekanik bir teknik yenilikten ibaret değildir. Karşımızda; kendi başına veri setlerini analiz ederek karar veren, toplumsal ilgileri sınıflandıran, kamusal görünürlüğü ve

dikkati kendi çıkarları doğrultusunda dağıtan ve hatta doğrudan içerik, metin ve anlam üreten otonom ve proaktif sistemler bulunmaktadır.

Sanayi Devrimi ile başlayan ve kas gücünün makinelerle ikame edilmesine dayanan ilerleme yolculuğumuz, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren yerini Enformasyon Çağı'na ve zihinsel emeğin otomasyonuna bırakmıştır. 1970'lerden itibaren kurumsal ve askeri alanlardan başlayarak toplumsal hayatın her kılcal damarına nüfuz eden bilgisayar teknolojileriyle hızlanan bu değişim, 1990'larda internetin kamusallaşması ve Web 2.0 süreciyle geri dönüşü olmayan, geri döndürülemez bir mecraya girmiştir. Bugün yapay zekânın, derin öğrenme algoritmalarının ve büyük veri analitiğinin toplumsal alanı kuşatması ise, bu tarihsel yolculuğun en kritik, en kırılgan ve geri dönülemez dönemecini oluşturmaktadır.

Editöryal Akıldan Yapay Zekâya: Gazetecilikte Karar Alma Mekanizmalarının Evrimi

Söz konusu bu devasa paradigma değişimi, toplumsal bilginin en önemli üretim ve dağıtım mekanizması olan gazetecilik müessesesini de kökten, yapısal ve geri dönülemez bir biçimde değiştiren bir süreci beraberinde getirmiştir. Geleneksel, konvansiyonel medya düzeninde editöryal kararlar tamamen insan merkezli, kurumsal ve mesleki bir süzgece dayanmaktaydı.

Bir haberin gazetenin birinci sayfasında manşete taşınıp taşınmayacağına, hangi siyasi analizin kaç sütunda yer alacağına, hangi toplumsal olayın televizyon ana haber bülteninde ne kadar süreyle yer bulacağına; uzun yılların getirdiği entelektüel birikimle, mesleki sezgiyle, etik kodlarla ve kamusal sorumluluk duygusuyla donanmış insan-editörler karar verirdi.

Bu editöryal kararların hepsinin kusursuz, tamamen tarafsız ve mükemmel olduğunu ileri sürmüyorum. Şüphesiz ki, gazeteciliğin yüzlerce yıllık tarihi; kurumsal hatalarla, manipülasyonlarla, ideolojik eksikliklerle, tekeli yapıların getirdiği taraflılıklarla ve patronaj ilişkilerinin gölgesinde kalmış kararlarla doludur. Ancak geleneksel dönemin bu hataları, her şeye rağmen sorumlusu belli olan, kurumsal kimliği üzerinden hesabı sorulabilir, yasal zeminde dava edilebilir ve kamusal alanda eleştiri konusu yapılabilir insan kaynaklı hatalardır.

Bir editörün ya da yayın yönetmeninin kararının arkasında nihayetinde bir insan bilinci, bir bireysel vicdan, bir mesleki itibar kaygısı ve tarihsel birikim durmaktaydı. Bu insan unsuru, ne kadar kusurlu işlerse işlesin, gazetecilik etiğinin ve mesleki hesap verebilirliğin de yegane mümkünlük zeminini oluşturuordu.

Bugünün medya ekosisteminde ise bu hayati editöryal kararların, seçki mekanizmalarının ve kapı tutuculuk (gatekeeping) işlevlerinin çok büyük bir kısmı, insan elinden çıkarak algoritmik sistemlerin tasarrufuna devredilmiştir. Hangi haberin sosyal medya platformlarında öne çıkacağı, hangi araştırmanın arama motorlarında ilk sırada görünür olacağı, hangi toplumsal hareketin dijital ağlarda görünürlük kazanacağı artık büyük ölçüde Silikon Vadisi merkezli küresel teknoloji platformlarının algoritmik tercihleriyle ve optimizasyon süreçleriyle şekillenmektedir.

Algoritma, teknoloji şirketlerinin iddia ettiği gibi nesnel, nötr, ideolojilerden arınmış masum bir teknik matematiksel mekanizma ya da basit bir kod dizisi değildir. Her algoritma; belirli bir sosyo-ekonomik sistemin, belirli bir kapitalist kâr rasyonalitesinin ve değerler hiyerarşisinin matematiksel olarak kodlanmış açık bir halidir. Neyin ilgi çekici olduğuna, hangi içeriğin kullanıcıda öfke, korku ya da aşırı neşelilik gibi duygusal reaksiyonlar yaratarak daha fazla "etkileşim" ve "ekranda kalma süresi" üreteceğine dair önceden alınmış stratejik kararların teknik ifadesidir.

Bu kararlar artık kamuoyuna açık, mesleki ilkelerin tartışıldığı şeffaf bir gazete yazı işleri ya da editör toplantısında alınmamaktadır. Çoğu zaman doğrudan platform kapitalizminin ticari çıkarlarını gözetken, dışarıya kapalı, tescilli (proprietary) ve kamusal denetimden tamamen uzak tutulan "kara kutu" (black box) niteliğindeki teknik mimarilerin içinde, yapay zekâ mühendisleri ve veri analistleri tarafından belirlenmektedir.

Üstelik geleneksel medyanın hesap verebilirlik sınırları ve aktörleri en azından kuramsal ve yasal düzeyde net bir biçimde tanımlıydı. Bir gazetenin künyesine bakarak yazı işleri kadrosunu öğrenebilirdiniz, bir televizyon kanalının sahibinin kim olduğunu, hangi ekonomik holdinge ait olduğunu araştırıp bulabilirdiniz. Algoritmik düzende ise bu hesap verebilirlik ve şeffaflık mekanizmaları çoğunlukla tamamen işlevsiz kalmaktadır.

Karşınızda muhatap alabileceğiniz bir editör ya da yayın yönetmeni yoktur; yalnızca "algoritmanın öyle uygun gördüğünü" söyleyen şeffaf olmayan kurumsal yapılar vardır.

Bundan otuz ya da kırk yıl önce yaşayan bir okuru hayal edelim. Bu okur, sabahleyin bayiden aldığı gazetesini açtığında ya da akşam televizyon karşısına geçtiğinde, ülkenin ve dünyanın ana gündem maddelerinin neler olduğunu, farklı siyasi çizgideki yayınların hangi ortak olayları öne çıkardığını birkaç dakika içinde görebilirdi. Manşetler aynı ideolojik perspektifle atılmamış olsa bile, tartışılan konunun kendisi, yani gündemin ana eksenleri büyük ölçüde örtüşürdü. Toplum, üzerinde tartışabileceği ortak bir meseleler bütününe sahipti.

Bugün ise, aynı masada oturan, aynı şehirde, aynı saatte yaşayan iki farklı bireyin cep telefonlarını yan yana koyup sosyal medya akışlarına baktığınızda, neredeyse hiçbir ortak haber başlığı, hiçbir benzeşen toplumsal gündem göremeyebilirsiniz. Birinin ekranında iklim krizi ve küresel ısınma felaketleri öne çıkarken, diğerinin akışında tamamen yapay olarak köpürtülmüş bir magazin skandalı ya da radikalleştirilmiş bir siyasi nefret söylemi yer alabilir. Aynı saatte, aynı sosyo-kültürel coğrafyada yaşayan iki yurttaş, algoritmaların kendilerine özel olarak inşa ettiği bambaşka iki epistemik dünyada yaşıyor olabilirler.

Bu durum, gazetecilik mesleğinin ve kitlesel medyanın uzun yıllar boyunca üstlendiği, demokratik bir toplumun çimentosu olan "ortak gündem oluşturma" (agenda-setting) işlevinin radikal bir biçimde aşındığı, parçalandığı ve atomize olduğu anlamına gelir. Oysa gazetecilik, yalnızca teknik olarak enformasyon toplamak ve haber üretmekten ibaret bir faaliyet değildir. Gazetecilik, aynı zamanda kamusal gerçekliğin kolektif bir biçimde inşasında aktif, kurumsal ve ahlaki bir rol üstlenmektir. Toplumun kendisini tüm çeşitliliği ve sorunlarıyla görebileceği, ortak kararlar üretebileceği kamusal bir ayna kurma çabasıdır. Algoritmik medya düzeninde bu hayati rol, yerini parçalanmış gerçekliklere ve yankı odalarına bırakarak giderek daha karmaşık ve tehlikeli bir yapıya bürünmektedir.

Epistemolojik Kriz ve Gerçekliğin Hibrit İnşası: Filtre Balonları ve Yankı Odaları

Biz iletişim akademisyenlerini, sosyologları ve siyaset bilimcileri en derinden ilgilendiren, uykularımızı kaçırması gereken temel mesele de tam bu kırılma noktasında başlamaktadır. Toplumsal alanda kabul gören "gerçeklik", hâlâ mesleki etik ilkelere bağlı gazeteciler ve kurumsal medya organları tarafından mı inşa edilmektedir; yoksa platformların kâr maksimizasyonuna odaklanmış algoritmaları tarafından yapay bir biçimde yeniden mi düzenlenmektedir?

Bu soru, yalnızca akademik koridorlarda tartışılacak soyut bir mesleki polemik değildir. Bu soru, doğrudan doğruya derin bir epistemolojik, toplumsal, felsefi ve etik varoluş meselesidir.

İletişim kuramının kurucu klasik metinlerine ve tarihsel köklerine bir an için geri dönelim. Walter Lippmann, medya çalışmalarının miladı sayılan ve daha 1922 yılında yayımlanan Kamuoyu (Public Opinion) adlı anıtsal eserinde, zihnimizdeki dünya (the pictures in our heads) ile dışarıdaki nesnel dünyanın (the world outside) asla birebir aynı şey olmadığını rasyonel bir biçimde ortaya koymuştu. Lippmann'a göre, karmaşık dış dünya ile bireyin bilişsel kapasitesi arasına her zaman medyanın sembolik araçlarla inşa ettiği bir "sözde-çevre" (pseudo-environment) girmekteydi. Dolayısıyla insanoğlu, doğrudan fiziksel gerçekliğe değil, medyanın ona sunduğu sözde-çevreye tepki vermektedir.

Yani aslında medyanın gerçekliği kendi süzgecinden geçirerek yeniden inşa etmesi, dijital çağa özgü yepyeni bir mesele değildir. Ancak bugünün algoritmik düzeninde radikal ve korkutucu biçimde yeni olan şey; bu inşa sürecinin ulaştığı akıl almaz hız, küresel ölçek, bireyin her saniyesini takip eden kişiselleşme düzeyi ve bu sürecin büyük ölçüde insan bilincinin ve elinin doğrudan kontrolünden çıkmış olmasıdır.

Bugün dijital ağlara bağlanan her bir birey, adeta diğer tüm insanlardan farklı, kendine özel olarak tasarlanmış yalıtılmış bir gerçekliğin içine doğmaktadır. Literatürde Eli Pariser tarafından kavramsallaştırılan "**filtre balonları**" (filter bubbles) ve Cass Sunstein'in kavramsallaştırdığı "**yankı odaları**" (echo chambers), bu yeni epistemolojik krizin en somut tezahürleridir. Bireyler, arama motorlarında yaptıkları geçmiş aramalara, sosyal medyadaki beğenilerine ve dijital ayak izlerine göre sürekli olarak kendi dünya görüşlerini, önyargılarını ve ideolojik sapmalarını onaylayan içeriklerle kuşatılmaktadır.

Bu durum, kamusal alanın ve demokratik uzlaşının ortak bir nesnel gerçeklik zemini üzerine kurulduğu yönündeki klasik modern varsayımı kökünden sarsmıştır. Eskiden, geleneksel medya döneminde de insanlar farklı siyasi görüşlere, farklı ideolojik yorumlara ve taban tabana zıt felsefi yaklaşımlara sahip olabilirlerdi; ancak üzerinde tartıştıkları olgular, veriler ve somut olaylar ortaklıktı.

Bugün ise olguların kendisi, ampirik veriler ve bilimsel hakikatler bile birer pazarlık, şüphe ve ideolojik inkar konusudur. Karşı karşıya olduğumuz bu manzara, yalnızca basit bir bilgi eksikliği ya da "yanlış bilgi" (misinformation) krizi olarak basite indirgenemez. Bu kriz, en temelde bir ortak yaşam ve demokrasi krizidir.

Demokratik, çoğulcu bir toplumun varlığı ve sürdürülebilirliği, her şeyden önce üzerinde mutabık kalınmış ortak bir gerçeklik zemini üzerinde, farklılıkların ve anlaşmazlıkların rasyonel bir biçimde müzakere edilebilmesine bağlıdır. O nesnel ve somut zemin kayganlaştığında, ortadan kalktığında ya da algoritmalar tarafından parçalandığında, toplumsal müzakere ve bir arada yaşama imkânı da tamamen ortadan kalkar; yerini radikalleşmeye ve kör kutuplaşmalara bırakır.

Tam bu noktada, akademik analizi derinleştirmek adına önemli bir parantez açmak ve teknolojik determinizmin kolaycı tuzaklarına karşı bir uyarıda bulunmak istiyorum. Bazen karşı karşıya kaldığımız toplumsal krizlerde, suçu tamamen şu ya da bu teknolojik araca, yazılıma veya donanıma atmak bizi entelektüel açıdan yanıltıcı bir kolaylığa ve edilgenliğe götürebilir. Algoritmaları, yapay zekâ modellerini ya da dijital platformları tek başlarına sorunun yegâne kaynağı ve faili olarak işaret etmek, insanı tarihsel ve ahlaki sorumluluktan azat eden, meselenin özünü kaçıran indirgemeci bir tutumdur.

Oysa çok iyi biliyoruz ki, o karmaşık algoritmaları yazan da bu küresel platformları kapitalist mülkiyet ilişkileri içinde kuran da o platformlardaki içerikleri üreten, paylaşan, tıklayan ve onları manipüle eden de nihayetinde insandır. Mesele soyut olarak teknolojinin kendisiyle ilgili değil; teknolojinin içinde örgütlendiği, onu fonlayan ve yönlendiren toplumsal, ekonomik, kapitalist ve siyasal güç yapılarıyla ilgilidir. Dolayısıyla, eleştirimizin ve akademik soruşturmamızın asıl hedefi teknik araçların kendisi değil, o araçların hangi sınıfsal ve ticari çıkar düzeni, hangi küresel egemenlik mekanizmaları içinde işletildiği ve yapılandırıldığı olmalıdır.

Sentetik Gerçeklik, Üretken Yapay Zekâ ve Deepfake: Hakikat Sonrası Çağda Tanıklık Standartları

Bu eleştirel yapısal çerçeveyi koruyarak, son birkaç yılda üretken yapay zekânın (generative AI) yükselişiyle birlikte hayatımıza giren ve gerçeklik algımızı adeta unufak eden bir başka yıkıcı boyuta dikkatinizi çekmek isterim. Bunlar, üretken yapay zekâ teknolojileri ve onların ürettiği sentetik içeriklerdir.

Çok değil, daha bir buçuk iki yıl öncesine kadar, kamusal alana sızan dijital bir görüntünün, bir ses kaydının ya da bir belgenin gerçekliğinden şüphe duymak ve onu manipüle etmek için çok ciddi bir teknik uzmanlığa, pahalı yazılımlara, Hollywood stüdyolarındaki gibi gelişmiş donanımlara ve her şeyden önemlisi zamana ihtiyaç vardı. Dolayısıyla manipülasyonun kendisi sınırlı ve tespit edilebilir bir alanda kalıyordu.

Bugün ise, internete erişimi olan sıradan herhangi bir kullanıcı, hiçbir kodlama ya da tasarım bilgisine sahip olmadan, saniyeler içinde, dünyada aslında hiç var olmamış bir kişiye ait hiper-gerçekçi bir görüntüyü, bir ses kaydını, hatta uluslararası bir liderin ağzından çıkmış gibi duran manipüle edilmiş bir konuşmayı üretebilmektedir.

Literatürde "Deepfake" (derin sahte) olarak adlandırılan bu yapay zekâ üretimi sentetik içeriklerin bir kısmı, ilk bakışta sosyal medyada zararsız birer eğlence, parodi ya da sanatsal yaratıcılık amacıyla üretiliyor gibi görünebilir. Ancak aynı teknolojik imkânların; makro düzeyde organize siyasi iftiralar, asimetrik savaş operasyonları, küresel finansal dolandırıcılıklar, bireysel düzeyde kişilik haklarının ve mahremiyetin ağır ihlalleri ile toplumsal hatlardaki etnik/dinsel kutuplaşmaların derinleştirilmesi için ne kadar aktif, ucuz ve kitlesel bir silah olarak kullanılabileceğini yaşayarak görüyoruz.

Bu durum bizi, felsefe tarihinin en köklü kavramsal güçlüklerinden biriyle yeniden ve çok daha acı verici bir biçimde karşı karşıya bırakmıştır. Yüzyıllar boyunca epistemolojinin ve ontolojinin üzerinde uzlaştığı klasik gerçeklik tanımı ana hatlarıyla şuydu: Gerçeklik, insan bilincinden ve onun algısından bağımsız olarak dış dünyada nesnel olarak var olandır. Gazetecilik mesleği de tam olarak bu nesnel gerçekliğe, olgulara ve

yaşanmış olan olaylara yerinde, zamanında ve dürüstçe tanıklık etme iddiasıyla kendi kurumsal ve ahlaki kimliğini inşa etmişti.

Şimdi ise karşımızda, geleneksel gazeteciliğin tüm teknik tanıklık standartlarını, doğrulama mekanizmalarını ve görsel kanıt süreçlerini eksiksiz yerine getirmiş gibi duran, ancak ontolojik olarak aslında hiç var olmamış, yaşanmamış sentetik görüntüler, sesler, videolar ve metinler serbestçe dolaşmaktadır.

Bu distopik manzara, siyaset felsefesinin deha isimlerinden Hannah Arendt'in totalitarizm analizlerinde yaptığı çok eski ve sarsıcı bir uyarıyı akıllara getirmektedir. Arendt, kitlelerin manipüle edildiği ve sürekli yalan söylenen bir toplumsal yapıda ortaya çıkacak en büyük zararın, insanların o söylenen yalanlara inanması olmadığını vurgulamıştı.

Arendt'e göre asıl kalıcı ve yıkıcı hasar; toplumun ve bireylerin artık gerçeği ayırt etme yetilerini, hakikate olan inançlarını ve arayışlarını tamamen kaybetmeleridir. Bireyler, gözleriyle gördüklerine ve kulaklarıyla işittiklerine bile güvenmemeyi öğrendiklerinde, bir süre sonra hiçbir şeye, hiçbir kuruma, hiçbir bilimsel veriye güvenmemeye meyilli hale gelirler. Bu durum, rasyonel bir demokrasinin yegâne altyapısı olan ortak hakikat duygusunun ve toplumsal güven sermayesinin tamamen aşınması ve çökmesidir.

İşte tam da bu kaotik hakikat sonrası (post-truth) atmosferde, doğrulanmış, ilkeli ve nitelikli gazeteciliğin toplumsal önemini bugün her zamankinden çok daha fazla artıran şey de bu krizin kendisidir. İnterneti ve sosyal ağları işgal eden sahte içeriklerin, bot hesapların ve sentetik dezenformasyon dalgalarının bu amansız selinde; kapı tutuculuk işlevini namusla yürüten, doğrulanmış habere odaklanan, kaynağı açıkça belli ve şeffaf bilgi üreten, yöntemli ve sabırlı araştırmacı gazeteciliğe duyulan kolektif ihtiyaç katlanarak artmıştır. Toplumların hayatta kalması, bu nitelikli enformasyon vahalarının korunmasına bağlıdır.

Dijital Dönüşümün Çift Yönlü Doğası: Tehditler, Fırsatlar ve Yerel Medyanın Yapısal Krizi

Bununla birlikte, buraya kadar çizdiğim tablonun bizi karamsar bir teknolojiye sürüklemesine izin vermemeliyiz; zira yapay zekâ ve dijital ağ teknolojilerinin medya ekosisteminde yalnızca tehditler, riskler ve yapısal tehlikeler barındırdığını söylemek tek yönlü ve eksik bir determinist yaklaşım olacaktır. Bu teknolojiler, doğru, etik ve kamusal yarar odaklı bir çerçevede kullanıldığında, gazetecilik mesleğinin teknik kapasitesini artırmak adına muazzam bir verim ve dönüştürücü potansiyel de barındırmaktadır.

Özellikle;

- Milyonlarca sayfadan oluşan büyük veri setlerinin (big data) saniyeler içinde analiz edilmesi,
- Uluslararası sızdırma belgelerinin ve karmaşık finansal raporların algoritmik olarak taranması,
- Resmi bütçe belgelerindeki usulsüzlüklerin yapay zekâ destekli veri gazeteciliği araçlarıyla tespit edilmesi,
- Çoklu dil ve kaynaklardaki literatürün hızla taranarak bağlam kurulması gibi alanlarda yeni teknolojiler gazetecilere benzersiz imkânlar sunmaktadır.

Geçmişte geleneksel yöntemlerle, onlarca gazetecinin yan yana gelerek aylar, hatta yıllar boyunca süren sabırlı belge incelemeleriyle ortaya çıkarabildiği küresel yolsuzluk dosyaları (Panama Papers vb.), bugün yapay zekâ destekli gelişmiş analitik araçlar sayesinde günlere, hatta saatlere indirilebilmektedir. Dolayısıyla burada da karşımıza çıkan çıplak gerçek şudur: Sorun ve kötülük teknolojinin kendisinde değil; o teknolojinin etik, hukuki ve kamusal bir çerçeveye oturtulup oturtulmamasındadır.

Yapay zekânın ve otomasyonun bu denli yaygınlaşması, kaçınılmaz olarak gazeteci kimliğinin, rollerinin ve mesleki uzmanlık alanlarının da radikal bir biçimde yeniden tanımlanmasını zorunlu kılmaktadır. Eğer ajanslara düşen rutin borsa verilerini, hava durumu raporlarını, spor skorlarını ya da standart basın bültenlerini habere dönüştürme gibi mekanik işler artık yapay zekâ algoritmaları ve robot gazeteciler tarafından sorunsuz bir şekilde yapılabilirse; insanın yürüttüğü gazeteciliğin asli işi ve varlık sebebi giderek daha çok yorumlama, derinlemesine analiz, bağlam kurma, sahaya bizzat inme ve o mekanik algoritmaların asla yakalayamayacağı "insan hikâyesini" görünür kılma alanlarına kayacaktır.

Makinelerin taklit edemediği; doğrudan insan tanıklığı, ahlaki ve vicdani muhakeme yeteneği, kültürel ve tarihsel bağlamsal kavrayış ile taraflar arasındaki etik dengeyi kurabilme gibi üst düzey insani nitelikler, geleceğin nitelikli gazetecisini tanımlayacak olan ana ayırt edici özellikler haline gelecektir.

Dijital dönüşümün bu çift yönlü ve diyalektik doğasını analiz ederken, madalyonun diğer yüzündeki demokratik fırsatları da gözden kaçırmamak gerekir. İçinde bulunduğumuz bu yeni, ağ tabanlı medya düzeni, beraberinde getirdiği devasa riskler kadar, tarihsel olarak konvansiyonel medyanın asla sunamadığı özgürleştirici fırsatları da insanlığın önüne sermiştir.

Geleneksel medyanın sermaye yoğun, hiyerarşik, merkeziyetçi, yukarıdan aşağıya tek yönlü ve elitist yapısının aksine; dijital platformlar ve internet, sıradan bireylere kamusal alana doğrudan dahil olma ve kendi sözünü sansürsüzce söyleme imkânı tanımıştır. Tarih boyunca egemen medya organları tarafından sesleri duyulmayan, kenara itilmiş, görünmez kılınmış toplumsal kesimler, azınlıklar ve dezavantajlı gruplar; dijital ağlar sayesinde kendi alternatif anlatılarını kurma, örgütlenme ve seslerini küresel ölçekte dolaşıma sokma fırsatı bulmuşlardır.

Yerel düzeyde, ücra bir coğrafyada yaşanan mikro bir haksızlığın, çevre katliamının ya da hak ihlalinin, sosyal medyanın yatay yayılım gücü sayesinde çok kısa bir sürede ulusal, hatta küresel ölçekte devasa bir kamuoyu duyarlılığına ve siyasi baskı mekanizmasına dönüştüğü sayısız olumlu örnek hafızalarımızdadır. Çevre hareketlerinden kadın hakları savunuculuğuna, küresel adalet arayışlarından dezavantajlı grupların görünürlüğüne kadar çok geniş bir yelpazede yeni medya mecraları, demokratik müzakere ve katılım için konvansiyonel sistemlerin çok ötesinde yeni, dinamik kanallar açmıştır.

Bu diyalektik çerçevede, yerel medya ile ulusal/küresel medya arasındaki tarihsel ayrımın da radikal bir biçimde yeniden düşünülmesi ve kuramsallaştırılması gerekmektedir. Yerel medya; bir bölgenin, bir kentin, mikro bir topluluğun özgün sesini duyurması, büyük merkezlerin gözünden kaçan ya da bilinçli olarak örtbas edilen yerel sorunları cesaretle gündeme taşınması ve yerel yönetimlerle yerel sermaye üzerinde demokratik bir denetim ve kamuoyu baskısı oluşturmaya açısından demokrasinin kılcal damarı, can suyudur. Çoğulcu bir demokrasinin yereldeki temelleri ve toplumsal sıhhati, büyük ölçüde bu yerel medyanın çeşitliliğine, ekonomik bağımsızlığına ve canlılığına bağlıdır.

Ne var ki, dijitalleşmenin getirdiği acımasız pazar dinamikleri, bu hayati organı ciddi bir yapısal krizin eşğine getirmiştir. Dijital reklam gelirlerinin ve ilan pastasının neredeyse tamamının Google, Meta gibi şeffaf olmayan küresel teknoloji platformlarının tekeline akması, geleneksel gelir modellerini yıkararak yerel medyanın hayatta kalmasını ekonomik olarak neredeyse imkânsız hale getirmiştir. Bu durum derin bir yapısal krizi ve yerel gazetelerin ardı ardına kapanması tehlikesini doğurmaktadır.

Bununla birlikte, dijitalleşme aynı zamanda yerel ve ulusal medya arasındaki katı coğrafi ve teknik sınırları da tamamen bulanıklaştırmaktadır. Anadolu'nun küçük bir kasabasında, yerel bir gazetecinin cep telefonu ile çektiği ve titizlikle doğruladığı tek bir yerel skandal haberi, sosyal medyanın ağ yapıları aracılığıyla saatler içinde tüm ülkenin, hatta dünyanın birinci gündem maddesi haline gelebilmektedir.

Bu durum, yerel gazetecilik pratikleri açısından tarihsel olarak benzeri görülmemiş bir küresel etki yaratma potansiyeli ve fırsatı anlamına gelirken; diğer yandan yerel haberciliğe çok daha yüksek bir mesleki profesyonellik, doğrulama hassasiyeti ve etik sorumluluk yüklemektedir. Çünkü artık yerelde yapılan bir hata ya da dezenformasyon da aynı hızla küreselleşme riski taşımaktadır.

Ancak ne yazık ki, madalyonun bu özgürleştirici ve parıltılı yüzünün tam arkasında, çok daha kırılğan, manipülasyona çok daha açık, yönlendirilmesi kolay ve kurumsal olarak denetlenmesi neredeyse imkânsız asimetrik bir yapı ile de karşı karşıyayız. Yeni medya düzeninde dezenformasyonun, yalan haberin ve nefret söyleminin algoritmalar tarafından köpürtülerek yayılma hızı; binbir emekle, mesleki süzgeçlerden geçirilerek üretilmiş doğrulanmış hakiki bilginin yayılma hızını fersah fersah aşmaktadır. Siyasal ve ekonomik odakların kitleleri manipüle etmek için kullandığı psikolojik harp ve hedefleme teknikleri, büyük veri sayesinde hiç olmadığı kadar sofistike, mikro düzeyde kişiye özel ve görünmez hale gelmiştir.

Bireysel mahremiyet ve kişisel veriler, gözetim kapitalizmi (surveillance capitalism) düzeninde daha önce insanlık tarihinde hiç olmadığı kadar sıradan, ucuz ve rızaya dayalı bir ticari mübadele nesnesine

dönüşmüştür. Silikon Vadisi şirketlerinin kullanıcıları ekran başında daha fazla tutabilmek adına nöro-bilimsel verileri kullanarak tasarladığı bağımlılık yapıcı dijital tasarım kalıpları, özellikle zihinsel gelişimi devam eden gençlerimizin ve çocuklarımızın "dikkat ekonomisine" (attention economy) acımasızca dahil edilmesini vahşi bir endüstriyel pratik haline getirmiştir.

İşte tam da bu yüzden, iletişim alanında biz akademisyenlerin yapacağı her kuramsal analiz, her ampirik araştırma ve her akademik katkı, yalnızca fildişi kulelerimizde yürüttüğümüz soyut teorik bir tartışma değildir. Bu çabalar, aynı zamanda bu yeni küresel medya düzeninin insani, ahlaki ve demokratik sınırlar içinde nasıl yeniden şekilleneceğine dair doğrudan, pratik ve hayati bir entelektüel müdahaledir. Bizlerin akademik ve etik sorumlulukla sesimizi yükseltmediğimiz, eleştirel kuramlar üretmediğimiz her sessizlik anında; geleceğe dair kararlar, insanlığın ortak yararını değil, yalnızca kendi kâr marjlarını düşünen küresel teknoloji tekelleri tarafından bizim adımıza ve bize rağmen alınmaya devam edecektir.

İletişim Eğitiminin Geleceği: Paradigma Değişimi, Eleştirel Pedagoji ve Disiplinlerarası Yaklaşım

İletişim alanında yaşanan sosyo-teknolojik dönüşüm, yalnızca medya sektörünü değil, iletişim eğitiminin amaçlarını, yöntemlerini ve kurumsal yapısını da yeniden düşünmeyi zorunlu kılmaktadır. Dijitalleşme, yapay zekâ, algoritmik yönetim ve platform ekonomilerinin iletişim süreçlerini yeniden yapılandığı günümüzde, iletişim fakültelerinin temel sorumluluğu yalnızca sektörün güncel ihtiyaçlarına yanıt vermek değil; hızla değişen iletişim ekosistemini eleştirel biçimde okuyabilen, kuramsal derinliğe sahip ve yaşam boyu öğrenme becerilerini geliştirmiş iletişim profesyonelleri yetiştirmektir.

Geleneksel iletişim eğitimi uzun yıllar boyunca haber yazımı, radyo ve televizyon yayıncılığı, görsel iletişim, reklamcılık ve halkla ilişkiler gibi uygulama odaklı alanlarda teknik yeterlilik kazandırmayı önceliklemiştir. Kuşkusuz bu beceriler, iletişim mesleklerinin temelini oluşturmaya devam etmektedir. Bununla birlikte güçlü bir iletişim eğitiminin ön koşulu, öğrencilerin dili doğru, etkili ve estetik biçimde kullanabilmeleri; düşüncelerini analitik ve tutarlı bir metin yapısı içerisinde ifade edebilmeleridir. İletişim disiplininin merkezinde yer alan dilsel ve anlatsal yetkinlikler, teknolojik dönüşümlere rağmen önemini koruyan temel akademik kazanımlardır.

Ancak dijital çağın gerektirdiği yetkinlikler, klasik mesleki becerilerin ötesine geçmektedir. Günümüz iletişim profesyonellerinden algoritmik sistemlerin işleyiş mantığını kavrayabilmeleri, veri okuryazarlığı becerileri geliştirebilmeleri, dijital platformların ekonomi politliğini eleştirel biçimde değerlendirebilmeleri, yapay zekâ uygulamalarının toplumsal etkilerini analiz edebilmeleri ve tüm bu süreçleri mesleki etik ilkeleri çerçevesinde yorumlayabilmeleri beklenmektedir. Dolayısıyla iletişim eğitiminin temel amacı, yalnızca teknoloji kullanan bireyler yetiştirmek değil; teknolojiyi çözümleyebilen, sorgulayabilen ve gerektiğinde eleştirebilen entelektüeller yetiştirmek olmalıdır.

İletişim eğitiminin tarihsel gelişimi incelendiğinde, iletişim fakültelerinin kuruluş sürecindeki temel tartışmaların gazetecilik ve medya mesleklerini uygulamaya dayalı bir uzmanlık alanı olmaktan çıkarak bilimsel bir disiplin olarak kurumsallaştırmaya odaklandığı görülmektedir. Bu süreçte iletişim çalışmaları güçlü kuramsal çerçeveler geliştirmiş, disiplinlerarası araştırma geleneklerini benimsemiş ve sosyal bilimlerin içerisindeki akademik konumunu önemli ölçüde güçlendirmiştir. Günümüzde ise iletişim eğitimi farklı bir eşikle karşı karşıyadır. Temel soru artık iletişimin bir disiplin olup olmadığı değil; iletişim eğitiminin algoritmik çağın belirsizliklerine ve hızla dönüşen medya ekosistemine nasıl uyum sağlayacaktır.

Bu noktada iletişim eğitiminin geleceği, teknolojik gelişmeleri müfredata eklemekten çok daha kapsamlı bir dönüşümü gerekli kılmaktadır. Müfredatların sürekli değişen dijital araçlara göre yeniden düzenlenmesi tek başına sürdürülebilir bir çözüm değildir. Asıl gereksinim, öğrencilere değişimin mantığını kavrayabilecek kuramsal perspektifler kazandırılması, teknolojik gelişmeleri tarihsel ve toplumsal bağlamları içerisinde değerlendirebilecek eleştirel düşünme becerilerinin geliştirilmesi ve yaşam boyu öğrenmeyi mümkün kılacak metodolojik yeterliliklerin desteklenmesidir. Başka bir ifadeyle iletişim eğitiminin önceliği, belirli teknolojilerin kullanımını öğretmekten çok, bilginin nasıl üretildiğini, nasıl doğrulandığını ve nasıl eleştirel biçimde değerlendirileceğini öğretebilmektir.

Bu dönüşüm gerçekleştirilirken iletişim disiplininin kuramsal mirasıyla bağın korunması da büyük önem taşımaktadır. Harold Lasswell'in propaganda analizlerinden Walter Lippmann'ın kamuoyu kuramına, Marshall McLuhan'ın medya yaklaşımından Jürgen Habermas'ın kamusal alan kuramına, Stuart Hall'un kültürel çalışmalar perspektifinden Manuel Castells'in ağ toplumu analizine kadar uzanan kuramsal birikim, dijital çağın iletişim sorunlarını anlamada güçlü bir düşünsel zemin sunmaktadır. Bu klasik yaklaşımlar, günümüzün algoritmik platformları, yapay zekâ uygulamaları, veri ekonomisi ve dijital gözetim mekanizmaları ışığında yeniden yorumlanmalı ve çağdaş araştırma gündemiyle ilişkilendirilmelidir.

Aksi durumda iletişim eğitimi, kuramsal derinliğini kaybederek yalnızca sektörün kısa vadeli teknik ihtiyaçlarına cevap veren uygulamalı bir mesleki eğitim alanına dönüşme riskiyle karşı karşıya kalacaktır. Oysa iletişim fakültelerinin temel misyonu, teknoloji şirketlerinin ihtiyaç duyduğu teknik iş gücünü yetiştirmenin ötesinde; toplumsal dönüşümleri analiz edebilen, etik sorumluluk bilinci taşıyan ve kamusal yararı önceleyen iletişim uzmanları yetiştirmektir.

Bu hedefe ulaşabilmenin temel koşullarından biri de disiplinlerarası yaklaşımın iletişim eğitiminin ayrılmaz bir parçası hâline getirilmesidir. Günümüz iletişim problemleri, tek bir disiplinin kavramsal araçlarıyla açıklanabilecek kadar sınırlı değildir. Büyük veri analitiğinin anlaşılabilmesi için istatistik ve veri bilimi, dijital hak ihlalleri ile yapay zekâ kaynaklı etik sorunların değerlendirilebilmesi için hukuk, platform ekonomilerinin analiz edilebilmesi için ekonomi politik, algoritmik sistemlerin işleyişinin kavranabilmesi için ise bilgisayar bilimleri ve yapay zekâ okuryazarlığına ilişkin temel bilgi birikimi giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Dolayısıyla geleceğin iletişim eğitimi; sosyal bilimler, bilgisayar bilimleri, hukuk, ekonomi ve veri bilimi arasında güçlü köprüler kurabilen disiplinlerarası bir pedagojik anlayış üzerine inşa edilmelidir.

Sonuç olarak iletişim eğitiminin geleceği, teknolojik yenilikleri takip etmekten çok, bu yenilikleri eleştirel biçimde anlamlandırabilecek düşünsel kapasiteyi geliştirebilmesine bağlıdır. Algoritmaların kamusal iletişimi yönlendirdiği, yapay zekânın içerik üretim süreçlerine doğrudan katıldığı ve dijital platformların toplumsal yaşam üzerindeki etkisinin giderek arttığı bir dönemde, iletişim fakültelerinin en önemli görevi; yalnızca meslek sahibi bireyler değil, aynı zamanda eleştirel düşünebilen, etik ilkelere bağlı, disiplinlerarası bakış açısına sahip ve kamusal sorumluluk bilinci gelişmiş iletişim profesyonelleri yetiştirmektir.

Entellektüel Zemin ve Medya Etiğinin Yeniden Yapılandırılması: Bir Vatandaşlık Becerisi Olarak Okuryazarlık

Önümüzdeki kritik yıllarda, küresel iletişim akademisinin ve bizlerin asli, tarihsel ve ahlaki görevi tam olarak şudur: Teknolojik ve algoritmik dönüşümün getirdiği sosyal, siyasal, kültürel ve insani sonuçları; hem teknolojinin kendi teknik diline ve matematiğine tamamen yabancı kalmadan, hem de o teknolojinin büyüleyici, teknosantrik ve piyasacı diline teslim olmadan, eleştirel bir mesafeden değerlendirebilecek bağımsız bir entellektüel zemini her ne pahasına olursa olsun canlı ve üretken tutmak.

Yazılım mühendisinin sadece kod düzeyinde bakıp toplumsal sonuçlarını ölçemediğini, piyasacı iktisatçının sadece kâr-zarar ekseninde bakıp insani boyutunu fiyatlandıramadığını, hukukçunun ise hızla değişen pratikler karşısında mevcut katı normatif kategorilerine sığdıramadığı o muazzam akışkan gri alanları; biz iletişimciler, sahip olduğumuz zengin kavramsal, sosyolojik ve eleştirel araçlarımızla görünür kılmakla, topluma açıklamakla yükümlüyüz. Bu dijital ve algoritmik kasırgada, insanın, toplumun ve insani değerlerin ne tarafa doğru savrulduğunu, neleri kaybettiğimizi ve neleri korumamız gerektiğini insanlığa söyleyebilecek olan yegane disiplin biziz.

Bu doğrultuda, geleneksel dönemde sınırları az çok belli olan medya etiği kavramı da dijital ve algoritmik dönüşümle birlikte yepyeni, çok katmanlı bir boyut kazanmış durumdadır. Eskiden medya etiği denildiğinde, konu büyük ölçüde tekil bir gazetecinin ya da muhabirin bireysel ahlaki sorumluluğu, haber başlığındaki çarpıtma düzeyi veya kaynaklarla kurduğu ilişkiler çerçevesinde mikro bir alanda tartışılırdı.

Bugün ise medya etiği;

- Küresel platformların kamusal sorumluluğu ve yasal yükümlülükleri,
- Algoritmik şeffaflık (algorithmic accountability) ve kodların denetlenebilirliği,

- Büyük verinin rıza dışı işlenmesi ve veri koruma (data privacy) hakkı,
- Yapay zekâ modellerindeki içsel önyargıların (algorithmic bias) ayıklanması,
- Ve dijital gözetim kıskacında çocukların ve kırılgan toplumsal kesimlerin korunması gibi makro düzeydeki devasa ve disiplinler arası başlıklarla genişlemiş, küresel bir etik-hukuk mücadelesine dönüşmüştür.

Tüm bu karmaşık süreçlerin neticesinde, medya okuryazarlığı kavramı da artık sadece okullarda seçmeli olarak okutulan teorik bir ders konusu olmaktan çıkmış; modern dünyada hayatta kalabilmek, demokratik haklarını koruyabilmek ve manipülasyonlardan kaçınabilmek adına vazgeçilemez hayati bir vatandaşlık becerisi ve savunma mekanizması haline gelmiştir.

Dijital çağda bir bireyin, ekranda karşılaştığı hiper-gerçekçi bir görüntünün ya da ses kaydının sentetik bir yapay zekâ üretimi (deepfake) olup olmadığını asgari düzeyde anlayabilmesi, okuduğu sarsıcı bir haberin kurumsal kaynağını ve fon arkasını rasyonel bir biçimde sorgulayabilmesi, karşılaştığı dijital bir bilgiyi farklı bağımsız kaynaklar ve teyit mekanizmaları üzerinden doğrulayabilmesi, en temel demokratik yurttaşlık donanımıdır. İletişim akademisinin ve fakültelerimizin, bu yeni nesil eleştirel medya ve dijital okuryazarlığı, yalnızca üniversite amfilerinde tutmayıp, ilkökul sıralarından başlayarak hayat boyu eğitim mantığıyla tüm toplumsal katmanlara yayacak biçimde toplumsallaştırma, kamusallaştırma ve politika yapıcılara rehberlik Etme Yönünde Tarihsel Bir Sorumluluğu Vardır.

Sonuç: Algoritmik Çağda İletişim Akademisinin Yeni Sorumlulukları

İletişim alanında yaşanan dijital dönüşüm, yalnızca yeni teknolojilerin iletişim süreçlerine eklenmesini ifade etmemektedir. Yapay zekâ, algoritmik karar sistemleri, platform ekonomileri ve veri temelli iletişim ekosistemleri; bilgi üretiminden kamusal tartışmalara, gazetecilik pratiklerinden iletişim eğitime kadar disiplinin bütün bileşenlerini yeniden tanımlayan kapsamlı bir paradigma değişimine işaret etmektedir. Bu dönüşüm, iletişim disiplini yalnızca teknik gelişmeleri takip eden bir alan olmaktan çıkarak, teknolojik değişimin toplumsal, etik ve siyasal sonuçlarını eleştirel biçimde değerlendirmekle yükümlü temel sosyal bilim disiplinlerinden biri hâline getirmektedir.

Bu bağlamda iletişim eğitiminin temel amacı da yalnızca dijital teknolojileri etkin biçimde kullanabilen profesyoneller yetiştirmek olmamalıdır. Günümüzün hızla değişen iletişim ekosisteminde teknik yeterlilikler önemli olmakla birlikte, iletişim profesyonellerini uzun vadede farklılaştıracak temel unsur; eleştirel düşünme becerisi, kuramsal birikim, etik duyarlılık, analitik değerlendirme yeteneği ve kamusal sorumluluk bilincidir. Teknolojik araçlar sürekli değişmekte, güncellenmekte ve yerlerini yenilerine bırakmaktadır. Buna karşılık eleştirel düşünme, bilimsel sorgulama, etik karar verme ve toplumsal sorumluluk gibi temel akademik değerler, iletişim disiplininin sürdürülebilir gelişiminin vazgeçilmez bileşenleri olmaya devam etmektedir.

Özellikle yapay zekâ destekli içerik üretim sistemlerinin yaygınlaştığı günümüzde, bilgi doğrulama süreçleri, kaynak eleştirisi, medya okuryazarlığı ve algoritmik farkındalık iletişim eğitiminin temel bileşenleri arasında değerlendirilmelidir. Dijital platformlarda hızın doğruluğun önüne geçtiği, görünürlüğün çoğu zaman güvenilirliğin yerini aldığı ve algoritmaların kamusal gündemi giderek daha fazla şekillendirdiği bir ortamda, iletişim akademisinin temel sorumluluğu eleştirel düşünmeyi koruyan, doğrulama kültürünü güçlendiren ve kamusal yararı önceleyen bireyler yetiştirmektir.

İletişim disiplini tarihsel olarak her büyük teknolojik dönüşüm döneminde kendisini yeniden tanımlamak durumunda kalmıştır. Matbaanın yaygınlaşmasından radyo ve televizyonun yükselişine, internetin küresel iletişim düzenini dönüştürmesinden yapay zekâ destekli platformların ortaya çıkışına kadar her yeni iletişim paradigması, yalnızca mesleki pratikleri değil, iletişim kuramlarını ve akademik araştırma gündemini de yeniden şekillendirmiştir. İçinde bulunulan algoritmik çağ da benzer biçimde iletişim araştırmalarının yöntemlerini, kavramsal çerçevelerini ve etik tartışmalarını yeniden düşünmeyi zorunlu kılmaktadır.

Bu nedenle iletişim akademisinin geleceği, teknolojik gelişmelere uyum sağlamanın ötesinde, bu gelişmeleri eleştirel bir bakış açısıyla çözümleyebilme kapasitesine bağlıdır. Akademik temel işlevi yalnızca yeni iletişim teknolojilerini açıklamak değil; bu teknolojilerin bireysel özgürlükler, demokratik kamusal alan, bilgi ekosistemi, kültürel çeşitlilik ve toplumsal adalet üzerindeki etkilerini bilimsel yöntemlerle analiz ederek

kamuoyuna rehberlik etmektir. İletişim araştırmalarının toplumsal değeri de tam olarak bu eleştirel ve kamusal işlevden kaynaklanmaktadır.

Sonuç olarak, algoritmaların bilgi akışını yönlendirdiği, yapay zekâ sistemlerinin içerik üretimine doğrudan katıldığı ve hakikatin giderek daha karmaşık biçimlerde tartışıldığı bir iletişim ortamında, iletişim akademisinin sorumluluğu her zamankinden daha belirgin hâle gelmektedir. Bu sorumluluk; eleştirel düşünceyi güçlendiren, etik ilkeleri önceleyen, bilimsel yöntemi temel alan ve kamusal yararı merkeze yerleştiren bir iletişim anlayışını geliştirmeyi gerektirmektedir. İletişim disiplininin geleceği de büyük ölçüde bu akademik sorumluluğun ne ölçüde yerine getirilebildiğine bağlı olacaktır.





BAİBÜİLEF-İG
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Günleri
Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication Communication Days



15.09.2026

Yaponşunaslığın Müasir Problemləri: Tarixi Stratifikasiya və Müasir Yapon Dilinin Təşəkkülü

Contemporary Issues in Japanese Studies: Historical Stratification and the Formation of the Modern Japanese Language

Ogtay B. JALILBAYLI¹

Geliş Tarihi (Received): 22.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 24.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Xülasə: Yapon dili tarixən onun ədəbi və danışq formaları arasında mövcud olmuş ciddi fərqlərlə səciyyələnmişdir. Feodal dövrə siyasi parçalanma və coğrafi təcrid dialektlərin geniş şəkildə şaxələnməsinə səbəb olmuş, bu isə vahid milli dilin formalaşmasını çətinləşdirmiş və regionlar arasında qarşılıqlı anlaşmanı məhdudlaşdırmışdır. Bundan əlavə, yapon dilinin genealoji mənsubiyyəti və onun yazı sisteminin struktur özünəməxsusluğu müasir dilçilikdə hələ də əsas mübahisə mövzularından biri olaraq qalır. Bu tədqiqatın məqsədi klassik yazı dili (bungo) ilə danışq əsaslı xalq dili (kōgo) arasındakı tarixi fərqləri təhlil etmək, onların dilin standartlaşdırılması prosesinə təsirini qiymətləndirmək və müasir yapon dili tədrisi baxımından doğurduğu nəticələri araşdırmaqdır. Tədqiqat tarixi dilçilik və sosiolingvistikə çərçivəsində aparılmış, dialekt diferensiasiyası, dilin kodifikasiyası və rəqabət aparən genealoji nəzəriyyələrə dair elmi ədəbiyyatın müqayisəli-tipoloji təhlili və tənqidi icmalı metodlarından istifadə edilmişdir. Araşdırmanın nəticələri göstərir ki, bungo dilinin uzun müddət intellektual və akademik mühitdə dominant mövqedə olması kōgonun ədəbi norma kimi kodifikasiyasını gecikdirmişdir. XX əsrin əvvəllərində danışq dilinin rəsmi şəkildə standartlaşdırılması isə yapon dilinin tarixində həlledici dönüş nöqtəsi olmuşdur. Bununla yanaşı, yapon dilinin genealoji təsnifatı, xüsusilə avstroneziya və altay nəzəriyyələri kontekstində, hələ də mübahisəli olaraq qalmaqdadır. Bu tarixi və struktur dinamikalarının dərinlən anlaşılması müasir yapon dili tədrisində mövcud problemlərin həlli və yaponşunaslıq sahəsində tədqiqatların inkişafı baxımından mühüm əhəmiyyət daşıyır.

Açar sözlər: Yapon dili, Tarixi dilçilik, Dialekt Diversifikasiyası

&

Abstract: The widespread use of generative artificial intelligence technologies in the advertising industry has accelerated advertising production processes while also giving rise to discussions about saturation and fatigue toward AI-generated advertisements. This study examines how advertising professionals evaluate fatigue toward AI-generated advertisements and how they approach the human touch and the discourse of "human-made production" in advertising. Designed as a qualitative study, the research used criterion sampling, a form of purposive sampling. Semi-structured interviews were conducted with 15 advertising professionals who worked in the industry and actively used generative AI tools. The data obtained from the interviews were examined using thematic and descriptive analysis. The findings show that AI advertising fatigue does not result solely from the growing number of advertisements. The repetition of similar visual features, frequent exposure to AI-generated content, and the decline of AI's initial novelty effect also contribute to this fatigue. According to the participants, AI-generated advertisements are becoming increasingly similar and have difficulty establishing an emotional connection with target audiences. In contrast to the smooth and flawless appearance of AI-generated content, irregularities, imperfections, and other elements that reflect human labor make the human contribution to the content more noticeable. Therefore, the human touch is regarded as an important part of advertising production. The discourse of human-made production is also considered a factor that may help brands differentiate themselves from their competitors. Overall, the study shows that AI is reshaping not only advertising production processes but also perceptions of originality, value, and labor. In this respect, the study contributes to the literature by presenting advertising professionals' views on AI advertising fatigue and the renewed importance of the human touch in advertising production.

Keywords: Advertising, Artificial Intelligence, Marketing, Originality, Human Creation

Atıf/Cite as Jalilbayli, O. B. (2026). *Contemporary Issues in Japanese Studies: Historical Stratification and the Formation of the Modern Japanese Language*. BAİBÜİLEF-İG 2026: 3. Uluslararası İletişim Günleri Sempozyumu, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu, Türkiye.

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹Prof. Dr., Baku State University, Faculty of Oriental Studies, Head of the Department of Far Eastern Languages and Literature, Azerbaijan, phone: +994503462608, e-mail: jalilbeyliogtayeg@gmail.com ORCID: 0000-0002-0817-49080883-845

Giriş

Yapon dili dünya dilləri arasında özünün mürəkkəb tarixi inkişaf yolu, zəngin dialekt sistemi və yazılı-şifahi formaları arasındakı dərin fərqlərlə seçilən unikal dillərdən biri hesab olunur. Müasir dilçilikdə ən çox tədqiq olunan və eyni zamanda ən mürəkkəb dillərdən biri olan yapon dilinin bu özünəməxsusluğu yalnız onun qrammatik və fonetik strukturu ilə deyil, həm də tarixi inkişaf prosesində formalaşmış çoxqatlı dil sistemi ilə əlaqədardır. Yaponiyanın uzun müddət xarici təsirlərdən nisbətən təcrid olunmuş şəkildə inkişaf etməsi, feodal idarəetmə sistemi və regional siyasi parçalanma dilin daxili diferensiasiyasını daha da gücləndirmişdir.

Tarixən yapon dilində yazılı və danışq formaları arasında ciddi fərqlər mövcud olmuşdur. Klassik yazı dili olan bungo uzun əsrlər ərzində rəsmi sənədlərin, ədəbi mətnlərin və akademik əsərlərin əsas dili kimi fəaliyyət göstərmişdir. Bunun əksinə olaraq, xalq arasında istifadə edilən danışq dili gündəlik kommunikasiya vasitəsi olmuşdur. Bu ikili sistem cəmiyyət daxilində dil baxımından sosial təbəqələşməyə də səbəb olmuşdur.

Yaponiyanın XIX əsrin sonlarında modernləşmə prosesinə daxil olması dil məsələsini milli siyasətin əsas elementlərindən birinə çevirmişdir. Təhsil sisteminin mərkəzləşdirilməsi, milli identiklik anlayışının gücləndirilməsi və kütləvi kommunikasiya vasitələrinin inkişafı vahid standart dilin formalaşdırılmasını zəruri etmişdir. Məhz bu dövrdə Tokio dialekti əsasında müasir standart yapon dili təşəkkül tapmağa başlamışdır.

Tədqiqatın əsas məqsədi klassik yazı dili ilə danışq dili arasındakı tarixi fərqləri sistemli şəkildə təhlil etmək, onların dilin standartlaşdırılması prosesinə təsirini müəyyənləşdirmək və müasir yapon dili tədrisi baxımından doğurduğu problemləri araşdırmaqdır. Araşdırma tarixi dilçilik, sosiolinqvistika və müqayisəli-tipoloji metodologiya çərçivəsində aparılmışdır. Elmi ədəbiyyatın tənqidi təhlili, dialektoloji məlumatların müqayisəsi və genealogi nəzəriyyələrin sistemləşdirilməsi əsasında müəyyən edilmişdir ki, yapon dilinin tarixi inkişaf xüsusiyyətləri onun müasir strukturunun formalaşmasında həlledici rol oynamışdır.

1. Feodal Yaponiya və Dialekt Diferensiasiyası

Tarixən Yaponiyanın uzun müddət feodal idarəetmə sistemi çərçivəsində inkişaf etməsi, siyasi hakimiyyətin müxtəlif regional qüvvələr (knyazlıqlar) arasında bölünməsi və ölkənin coğrafi baxımdan dağlıq və ada xarakterli quruluşa malik olması dilin regional variasiyalarının güclənməsinə şərait yaratmışdır. Hər bir bölgə uzun müddət nisbətən müstəqil şəkildə inkişaf etdiyi üçün yerli danışq formaları arasında ciddi fərqlər yaranmışdır. Nəticədə müxtəlif bölgələrdə formalaşmış dialektlər arasında fonetik, morfoloji, sintaktik və leksik fərqlər meydana çıxmış, bu isə vahid milli dilin təşəkkülünü uzun müddət ləngitmişdir.

Xüsusilə Tohoku, Kansai, Kyushu və Ryukyu bölgələrinin dialektləri arasında müşahidə olunan fərqlər bəzən o qədər ciddi olmuşdur ki, müxtəlif regionların nümayəndələri arasında qarşılıqlı anlaşma əhəmiyyətli dərəcədə çətinləşmişdir. Bu fərqlər yalnız tələffüz səviyyəsində deyil, həm də qrammatik quruluş və söz ehtiyatı baxımından nəzərə çarpırdı. Məsələn:

- Kansai dialektində intonasiya sistemi Tokio dialektindən əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənir. Kansai bölgəsi tarixən saray mədəniyyəti, klassik ədəbiyyat və teatr dili ilə əlaqələndirildiyindən bu sahələr üzərində ciddi təsirə malik olmuşdur.
- Tohoku dialekti bəzi hallarda digər bölgələrin sakinləri üçün çətin anlaşılan fonetik xüsusiyyətlərə malikdir.
- Okinava və Ryukyu dilləri isə bir sıra alimlər tərəfindən ayrıca dil qrupları kimi qiymətləndirilir.

Edo dövründən sonra və xüsusilə Meici dövrünün başlaması ilə siyasi və inzibati mərkəzləşmə nəticəsində siyasi hakimiyyətin Tokioya keçməsi Edo (Tokio) dialektinin üstün mövqə qazanmasına və standart dilin

əsasını təşkil etməsinə gətirib çıxardı. Lakin feodal dövrədəki dil diferensiasiyası sosial münasibətlərə də dərinlən təsir göstərir, müxtəlif bölgələrdən olan insanların qarşılıqlı anlaşmasını çətinləşdirirdi. Bu vəziyyət vahid milli dövlət modelinin formalaşdırılması prosesində ən ciddi problemlərdən biri hesab olunurdu.

2. Klassik Yazı Dili (Bungo) və Danışiq Dili (Kōgo)

Yapon dilinin tarixi inkişafında ən mühüm və diqqətçəkən məsələlərdən biri klassik yazı dili (bungo) ilə gündəlik danışiq dili (kōgo) arasında mövcud olmuş dərin fərqlərdir. Əsrlər boyunca yazılı dil konservativ və sabit xarakter daşıyaraq qədim qrammatik formaları və sintaktik strukturları qoruyub saxlamış, gündəlik danışiq dili isə təbii inkişaf prosesi nəticəsində sürətlə dəyişmiş, sadələşmiş və praktik kommunikasiya tələblərinə uyğunlaşmışdır. Bu səbəbdən yazılı mətnlərlə danışiq dili arasında ciddi uçurum yaranmışdır.

Bungo əsasən aşağıdakı xüsusiyyətlərlə xarakterizə olunurdu:

- qədim qrammatik formaların və arxaik elementlərin saxlanması;
- mürəkkəb sintaktik konstruksiyalar;
- Çin yazı sisteminin güclü təsiri (kanbun üslubu);
- elit, dövlət idarəçiliyi və akademik təbəqəyə yönəlmiş üslub.

Məsələn, klassik yapon dilində geniş istifadə olunan və ədəbi mətnlərdə mühüm yer tutan “-keri”, “-beshi” və “-nari” kimi qrammatik formalar müasir danışiq dilində tamamilə arxaik xarakter daşıyır və artıq işlənmir. Eyni zamanda, qədim ədəbi mətnlərin böyük hissəsi Çin yazı sistemi əsasında formalaşmış mürəkkəb kanbun üslubunun təsiri altında yazılmışdır ki, bu da onların yalnız yüksək təhsil almış təbəqə tərəfindən başa düşülməsinə səbəb olmuşdur.

Beləliklə, yazılı dil uzun müddət elit təbəqənin fəaliyyət sahəsi kimi qalmış, geniş xalq kütlələrinin gündəlik danışiq praktikasından uzaq düşmüşdür. Bu iki dil forması arasında mövcud olan fərqlər təhsil sistemində də mürəkkəb problemlər yaradırdı. Yazılı dil xalqın böyük hissəsi üçün rəsmi mətnləri tam başa düşməkdə ciddi çətinliklər doğururdu və xüsusi hazırlıq tələb edirdi.

3. “Genbun Itchi” Hərəkəti və Standartlaşdırma Prosesi

XIX əsrin sonu və XX əsrin əvvəllərində Yaponiyada həyata keçirilən Meici islahatları genişmiqyaslı sosial və siyasi dəyişikliklərə səbəb oldu. Qərb tipli modern dövlət və milli dövlət quruculuğu siyasəti dil məsələsini strateji bir problemə çevirdi. Təhsil sisteminin mərkəzləşdirilməsi, kütləvi savadlılığın artırılması və vahid milli identikliyin formalaşdırılması məqsədilə dilin standartlaşdırılması zəruri bir addım kimi qiymətləndirildi.

Bu kontekstdə meydana çıxan “genbun itchi” (“yazı və danışiq dilinin birləşdirilməsi”) hərəkəti yazılı dilin xalqın gündəlik danışiq dilinə yaxınlaşdırılmasını hədəfləmişdir. Həmin prosesin əsas nəticələri aşağıdakılar olmuşdur:

- Yazılı dilin sadələşdirilməsi və klassik yazı dilinin tədricən gündəlik danışiq normaları ilə əvəz edilməsi;
- Danışiq dilinə uyğun qrammatik formaların tətbiqi;
- Təhsil sistemində və mediada vahid dil normasının yaradılması;
- Kütləvi savadlılığın əhəmiyyətli dərəcədə artırılması;
- Milli integrasiyanın və identikliyin gücləndirilməsi.

Müasir yapon ədəbiyyatının formalaşmasında və yeni ədəbi dil normasının bərqərar olmasında Natsume Sōseki, Futabatei Şimei və Mori Ōgai kimi yazıçılar mühüm rol oynamışlar. Onlar əsərlərində bungo ənənələrindən uzaqlaşaraq danışiq dilinə yaxın üslubdan istifadə etməklə yeni modelin yayılmasına və

inkişafına mühüm təsir göstərmişlər.

Tokio dialektinin standart dil (hyōjungo) üçün əsas model kimi qəbul olunması təsadüfi deyildi. Tokio ölkənin yeni siyasi və inzibati mərkəzinə çevrildikdən sonra bu dialekt dövlət idarəçiliyi, təhsil və media vasitəsilə bütün ölkəyə yayılmış, regionlararası kommunikasiya imkanlarını əhəmiyyətli dərəcədə genişləndirmişdir.

4. Yapon Dilinin Genealoji Mənsubiyyəti Problemi

Yapon dilinin genealoji təsnifatı müasir dilçilikdə hələ də tam həll olunmamış və ən çox müzakirə olunan problemlərdən biri olaraq qalır. Müxtəlif rəqabət aparan nəzəriyyələr yapon dilinin mənşəyini fərqli istiqamətlərdə izah etməyə çalışır.

4.1 Altay nəzəriyyəsi

Bir sıra alimlər yapon dilinin Altay dilləri ailəsi ilə əlaqəli olduğunu irəli sürürlər. Bu nəzəriyyənin əsas arqumentləri sırasında aşağıdakı struktur paralelləri qeyd olunur:

- aqqlütinativ morfoloji quruluş;
- söz sırası (SOV – subyekt, obyekt, fel modeli);
- qrammatik şəkilçilərin funksional oxşarlıqları və onların ardıcıl istifadəsi;
- postpozisiyaların (qoşmaların) mövcudluğu.

Məsələn, yapon və türk dillərində felin cümlənin sonunda yerləşməsi, şəkilçilərin ardıcıl şəkildə əlavə olunması və qrammatik münasibətlərin əsasən affiksasiya yolu ilə ifadə olunması müəyyən ciddi struktur oxşarlıqlar yaradır.

4.2 Avstroneziya nəzəriyyəsi

Digər tədqiqatçılar yapon dilinin Avstroneziya dilləri ilə əlaqələrini ön plana çəkirlər. Bu yanaşmaya görə, yapon dilində Avstroneziya mənşəli elementlərin və substrat təbəqənin mövcudluğu ehtimal edilir. Xüsusilə Ryukyu dillərində müşahidə olunan bəzi fonetik və leksik xüsusiyyətlər, həmçinin qədim dənizçilik terminologiyası Avstroneziya mənşəli elementlərlə əlaqələndirilir və bu nəzəriyyəyə əsas verir.

4.3 Müstəqil dil ailəsi nəzəriyyəsi

Müasir dilçilikdə geniş yayılan yanaşmalardan biri də yapon dilinin tamamilə müstəqil dil ailəsi təşkil etməsi, yəni təcrid olunmuş bir dil (language isolate) olması fikridir. Bu yanaşmaya görə, yapon dili müxtəlif dillərlə müəyyən tarixi təmas və areallıq xüsusiyyətlərinə malik olsa da, genetik baxımdan tam şəkildə hər hansı mövcud dil ailəsinə aid edilə bilməz. Bu fikir ayrılıqları yapon dilinin mənşəyi məsələsinin hələ də elmdə tam həll olunmadığını və yeni araşdırmalara ehtiyac olduğunu göstərir.

5. Yapon Yazı Sisteminin Struktur Xüsusiyyətləri

Yapon yazı sistemi özünün struktur mürəkkəbliyi ilə diqqəti cəlb edir və dünyanın ən mürəkkəb yazı sistemlərindən biri hesab edilir. Müasir yapon dili üç əsas yazı komponentindən (çoxkomponentli sistem) eyni vaxtda istifadə edir:

- Kanji;
- Hiragana;
- Katakana.

5.1 Kanji

Kanji Çin mənşəli heroqliflərdən ibarətdir. Mətnə əsasən leksik məna daşıyan söz köklərini ifadə etmək üçün işlədilir. Minlərlə işarənin mövcudluğu və hər bir işarənin kontekstdən asılı olaraq müxtəlif oxunuş formalarına (on'yomi və kun'yomi) malik olması yazı sisteminin mənimsənilməsini və öyrənilməsini olduqca çətinləşdirir.

5.2 Hiragana

Hiragana sillabik (heca) yazı sistemidir. O, əsasən qrammatik şəkilçilərin (okurigana), köməkçi sözlərin və kanci ilə yazılış nəzərdə tutulmayan yerli yapon sözlərinin ifadəsində istifadə olunur. Bu sistem daha yumşaq və sadə qrafik formaya malikdir.

5.3 Katakana

Katakana da hiragana kimi heca yazısı olsa da, daha kəskin xətlərə malikdir və əsasən xarici mənşəli alınma sözlərin (gairaigo), xarici adların və onomatopoetik ifadələrin yazılmasında istifadə edilir. Məsələn:

- テレビ (terebi – ingilis dilindəki "television" sözündən);
- コンピューター (konpyūtā – ingilis dilindəki "computer" sözündən).

Bu üçkomponentli yazı sistemi, həm yerli sakinlər, həm də xarici dil kimi yapon dilini öyrənənlər üçün əsas idrakı və praktik çətinliklərdən biri hesab edilir.

6. Müasir Dövrə Yapon Dilinin İnkişaf Tendensiyaları

Qloballaşma, rəqəmsal kommunikasiya və beynəlxalq integrasiya müasir yapon dilinə ciddi təsir göstərir və dildə yeni leksik və üslubi dəyişikliklər yaradır. Xüsusilə ingilis dilindən alınmış sözlərin və qloballaşma terminlərinin sayı sürətlə artmaqdadır.

Xüsusilə gənclər arasında aşağıdakı tendensiyalar geniş müşahidə olunur:

- qısaldılmış ifadələrin və abbreviaturaların geniş istifadəsi;
- internet jarqonunun və sosial şəbəkə dilinin sürətlə yayılması;
- xarici mənşəli sözlərin və ingilis dili əsaslı ifadələrin gündəlik nitqə daxil olması;
- emosional simvollar (emoji) və vizual kommunikasiya vasitələrinin dilin strukturuna təsiri.

Sosial şəbəkələrdə istifadə olunan bir çox yeni ifadələr klassik və ənənəvi dil normalarından əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənir, bu isə dilin gələcək inkişaf istiqamətləri ilə bağlı yeni elmi müzakirələr doğurur. Bununla yanaşı, dövlət və akademik qurumlar standart dil normasının qorunmasına xüsusi diqqət yetirirlər və təhsil sistemində standart yapon dili fundamental norma olaraq qorunub saxlanılır.

7. Yapon Dilinin Tədrisində Müasir Problemlər

Xarici dil kimi yapon dilinin tədrisi bir sıra spesifik və sosiolinqvistik problemlərlə müşayiət olunur:

- mürəkkəb və çoxkomponentli yazı sistemi (kanci, hiragana, katakana kombinasiyası);
- canlı ünsiyyətdə qorunub saxlanılan çoxsaylı regional dialektlər;
- yüksək kontekstlilik (dil mənəvi və situasiya kontekstindən asılılığı);
- sosial-etiket formalarının mürəkkəbliyi;
- rəsmi və qeyri-rəsmi üslublar arasındakı fərqlər.

Yapon dilində “keigo” adlanan nəzakət sistemi xarici tələbələr üçün xüsusilə çətin bir areal hesab olunur. Müxtəlif sosial statuslara, yaş qruplarına və iyerarxiyaya uyğun olaraq fərqli danışq formalarının (sonkeigo, kenjougo, teineigo) istifadəsi tələbələrdə kommunikativ bacarıqların formalaşdırılmasını mürəkkəbləşdirir.

Bundan əlavə, klassik yapon dili (bungo) ilə müasir danışq dili (kōgo) arasındakı tarixi fərqlər qədim ədəbiyyatın və tarixi mənbələrin öyrənilməsində tələbələr üçün əlavə intellektual çətinliklər yaradır.

Nəticə

Yapon dilinin tarixi inkişafı onun mürəkkəb sosial, siyasi və mədəni transformasiyalar nəticəsində formalaşdığını sübut edir. Feodal dövrdə meydana çıxmış dialekt diferensiasiyası, klassik yazı dili ilə danışq dili arasındakı dərin fərqlər və yazı sisteminin struktur mürəkkəbliyi müasir yapon dilinin əsas konturlarını müəyyənləşdirmişdir. Araşdırmanın nəticələri göstərir ki, bungo dilinin əsrlər boyu akademik və intellektual mühitdə dominant mövqeyə malik olması danışq dilinin (kōgo) normativ ədəbi status qazanmasını və kodifikasiyasını əhəmiyyətli dərəcədə ləngitmişdir.

Meici dövründə həyata keçirilən standartlaşdırma siyasəti və “genbun itchi” hərəkəti müasir yapon dilinin formalaşmasında həlledici dönüş nöqtəsi olmuşdur. Tokio dialekti əsasında yaradılmış standart dil Yaponiyada milli integrasiyanın güclənməsinə, təhsil sisteminin modernləşməsinə və kütləvi informasiya vasitələrinin inkişafına birbaşa və mühüm təsir göstərmişdir. Bununla yanaşı, yapon dilinin genealoji mənsubiyyəti məsələsi (xüsusilə Altay və Avstroneziya nəzəriyyələri kontekstində) hələ də tam həll olunmamışdır və müasir yaponşünaslığın fundamental problemlərindən biri olaraq qalmaqdadır.

Nəticə etibarilə, yapon dilinin tarixi inkişafının, çoxşaxəli dialekt sisteminin, yazı strukturunun və genealoji xüsusiyyətlərinin dərinlən araşdırılması yalnız nəzəri dilçilik baxımından deyil, həm də xarici dil kimi yapon dilinin tədrisinin təkmilləşdirilməsi və effektiv modellərinin qurulması baxımından mühüm elmi və praktik əhəmiyyətə malikdir. Bu istiqamətdə aparılan tədqiqatlar yaponşünaslıq sahəsində yeni metodoloji yanaşmaların formalaşmasına və müasir dil tədrisi metodikasının inkişafına dəyərli töhfə verə bilər.

İstifadə olunmuş ədəbiyyat

- Coulmas, F. (2003). *Writing Systems: An Introduction to Their Linguistic Analysis*. Cambridge University Press.
- Frellesvig, B. (2010). *A History of the Japanese Language*. Cambridge University Press.
- Gottlieb, N. (2005). *Language and Society in Japan*. Cambridge University Press.
- Heinrich, P. (2012). *The Making of Monolingual Japan*. Multilingual Matters.
- Jalilbayli, O. (2022). *The Verb in Japanese*. Baku, "Elm ve təhsil" Press.
- Miller, R. A. (1971). *Japanese and the Other Altaic Languages*. University of Chicago Press.
- Seeley, C. (1991). *A History of Writing in Japan*. Brill.
- Shibatani, M. (1990). *The Languages of Japan*. Cambridge University Press.
- Twine, N. (1991). *Language and the Modern State: The Reform of Written Japanese*. Routledge.
- Unger, J. M. (1996). *Literacy and Script Reform in Occupation Japan*. Oxford University Press.
- Vovin, A. (2009). *Japanese, Korean and Other Altaic Languages*. Routledge.



Yapay Zekâ ve Gazetecilik: Bolu Basını Örneği

Artificial Intelligence and Journalism: The Case of the Bolu Press

S. Sevgül KABA KOLYİĞİT¹

Geliş Tarihi (Received): 03.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 04.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Öz: Günümüzde hızla gelişen teknoloji ile yapay zekâ hayatın her noktasına etkili bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Günlük pratiklerimizden mesleklere kadar her alanında kullandığımız yapay zekâ gazetecilikte de önemli bir rol oynamaktadır. Hem ulusal basında hem de yerel basında yapay zekâ teknolojilerinden faydalanılmaktadır. Haber üretimi, veri analizi, içerik düzenleme ve görsel üretim gibi süreçlerde yapay zekâ teknolojilerinden yararlanılmaktadır. Yapay zekâ teknolojinin sağladığı kolaylıkların yanında etik sorunlar, güvenilirlik, doğruluk ve mesleki sorumluluk gibi çeşitli tartışmalar da gündeme gelmektedir. Bu çalışma kapsamında Bolu'da faaliyet gösteren yerel basın kuruluşlarında yapay zekanın kullanımını ortaya koymak, gazetecilik pratiklerinde hangi sorunlara yol açtığı ve gelecekte nasıl rol alacağını belirlemek amaçlanmaktadır. Bu bağlamda Bolu'da yerel basında çalışan 5 kişi ile görüşülmüştür. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden olan derinlemesine görüşme yöntemi kullanılmıştır. Yarı-yapılandırılmış form ile katılımcılara 10 adet soru sorulmuştur. Katılımcılar yaş, cinsiyet ve görev bakımından farklılık göstermektedir. Sorulan soruya her katılımcı cevap vermiştir. Elde edilen bulgular sonucunda yapay zekanın gazetecilik alanında gelecekte daha yaygın bir kullanım alanı bulacağı öngörülmektedir. Yapay zekânın gazetecilik pratiklerinde bilinçli ve denetimli biçimde kullanılmasının önem taşıdığı vurgulanmaktadır. Haber üretim sürecinin bütünüyle yapay zekâyı devredilmesi yerine, bu teknolojinin yardımcı ve destekleyici bir araç olarak konumlandırılması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar kelimeler: Yapay zekâ, Gazetecilik, Yerel Basın, Haber, Medya

&

Abstract: With the rapid advancement of technology today, artificial intelligence (AI) has begun to be effectively utilized in every aspect of life. AI, which is employed in areas ranging from daily routines to professional fields, also plays a significant role in journalism. AI technology is leveraged in both national and local press sectors, particularly in processes such as news production, data analysis, content editing, and visual creation. Alongside the conveniences AI technology offers, various debates regarding ethical issues, reliability, accuracy, and professional responsibility have also emerged. This study aims to examine the use of AI in local press organizations operating in Bolu, identify the issues it creates within journalistic practices, and determine the role it will play in the future. In this context, interviews were conducted with five individuals working in the local press in Bolu. The study employed the in-depth interview method, a qualitative research technique. Participants were asked ten questions using a semi-structured interview form. The participants varied in terms of age, gender, and job role, and every participant answered the questions posed. The findings suggest that AI will find more widespread application in the field of journalism in the future. The study emphasizes the importance of using AI in journalistic practices in a conscious and supervised manner. It concludes that rather than handing over the entire news production process to AI, the technology should be positioned as an auxiliary and supportive tool.

Keywords: Artificial intelligence, Journalism, Local press, News, Media

Atıf/Cite as Kaba Kolyiğit, S. S. (2026). *Artificial Intelligence and Journalism: The Case of the Bolu Press*. BAİBÜİLEF-İG 2026: 3. Uluslararası İletişim Günleri Sempozyumu, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu, Türkiye.

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹Yüksek Lisans Öğrencisi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gazetecilik Yüksek Lisans Programı, e-posta: svgl.kb94@gmail.com, ORCID: 0009-0003-2385-1393

Giriş

Günümüzde yaşanan teknolojik gelişmeler insan hayatını her alanda etkilemektedir. Çağımızın yeni yükselen gelişmesi ise yapay zekadır. İnsanların yaşam pratiklerine işlemiş olan yapay zekâ vazgeçilmez bir teknoloji haline gelmiştir. Günümüzde bir hayli popüler olan ve neredeyse tüm disiplinler içerisinde kendisine çalışma alanı bulan yapay zekanın felsefi temelleri ve ilk somut adımları 17. yüzyıla dayandırılabilir (Coskun ve Gülleroğlu, 2021, s.948). 20. yüzyıla ise yapay zekâ çok farklı bir boyuta evrilmiştir.

Yapay zekâ dar anlamda, makinelerin verilerden öğrendikleriyle, insan müdahalesi olmadan, mantıksal yargılarda bulunması için eğitildiği; makine öğrenimi alt alanıyla ilgilenen bir bilgisayar bilimi olarak tanımlanmaktadır (Yıldızgörür, 2023, s.567). Türk Dil Kurum'u ise bir bilgisayarın, bilgisayar kontrolündeki bir robotun veya programlanabilir bir aygıtın insana benzer biçimde algılama, öğrenme, fikir yürütme, karar verme, sorun çözme, iletişim kurma vb. işlevleri sergileyebilme yeteneği olarak tanımlanmaktadır. Yapay zekanın medya sektörüne girmesiyle bir sürü yeniliği de beraberinde getirmiştir.

Yapay zekâ teknolojileri ile haber üretim süreci hızlanmaktadır. Ayrıca maliyetlerin düşürülmesinde etkili olmuştur. Gazetecilik perspektifinden bakıldığında bu durum, yapay zekaya olumlu bakışı destekleyen birincil koşuldur (Gül, 2024). Günümüzde hız faktörünün yapay zekâ teknolojileri önem arz ettiği görülmektedir. Veriler hızlı bir şekilde insanlara sunulurken, yapay zekâ hız faktörüne yeni bir boyut kazandırmıştır.

Yapay zekanın kullanımının artmasıyla meydana gelen ve gelebilecek riskleri ise şu şekilde sıralamak mümkündür: Etik, hesap verilebilirlik ve şeffaflık, algoritmalar ve hedefli haber tüketimi, büyük veri ve taraflılık, insan işlevselliği sorunu ve sahte haberler konularında yapay zekanın gazetecilik alanına getirdiği riskler ve sorunlar araştırmacılar ve gazeteciler tarafından tartışılmaktadır (Gül, 2024). Söz konusu riskler, gazeteciliğin temel ilkeleri ile değerlendirildiğinde tartışmaya yol açmaktadır. Doğruluk, tarafsızlık ve kamu yararına hizmet ilkeleri ile yapay zekâ temelli sistemlerin karar alma süreçleri güvenilirlik ve etik sorumluluk açısından yeni tartışmalar getirmektedir.

1.Yerel Basın ve Gazetecilik Pratikleri

Basın kelimesi Türk Dil Kurumu'nda (TDK) "Gazete, dergi gibi belirli zamanlarda çıkan yazılı yayınların bütünü; matbuat" olarak tanımlanmaktadır.

Türk kamuoyunda 'yöresel basın', 'Anadolu basını' ya da 'taşra basını' olarak da nitelendirilen yerel basın ise, İstanbul dışında yayınlanan, haberciliği ile yayınlandığı yörenin sesini, sorunlarını yansıtabilen, kendi mahallindeki sosyal, ekonomik, kültürel ve siyasi gelişmeleri sağlıklı şekilde okurlarına aktarabilen, yöresin de kamuoyu oluşturmada etkili olabilen yayınlardan oluşmaktadır (Erdoğan, 2006, s.52).

Yerel basında, ulusal basından daha çok yerelin sorunlarına yer verilir, demokratik denetim işlevi görür ve maddi imkanlar sınırlı olduğu için sürdürülebilirlik sorunu yaşayabilir. Aynı zamanda yerel basın da teknolojik gelişmelerden etkilenmiştir. Dijitalleşme ile yerel basın sadece basılı gazete üzerinden yayın yapmamaktadır. Web siteleri, sosyal medya araçları ve mobil uygulamaları kullanarak haber akışını sağlamaktadır.

2. Yapay Zekâ ve Tarihçesi

Dijital dönüşümün anahtar teknolojileri arasında yer alan konuların başında yapay zekâ kavramı gelmektedir (Yengin, Bayrak, 2024). Günümüzde bir hayli popüler olan ve neredeyse tüm disiplinler içerisinde kendisine çalışma alanı bulan yapay zekanın felsefi temelleri ve ilk somut adımları 17. yüzyıla dayandırılabilir (Coşkun ve Gülleroğlu, 2021, s.948). 17. yüzyılda atılan bu temeller yapay zekanın bilimsel araştırma alanı olmasında zemin hazırlamıştır.

18. yüzyıla gelindiğinde, aydınlanma düşüncesinin etkisiyle akıl, mantık ve bilginin sistematik biçimde sınıflandırılması ön plana çıkmıştır. 21. yüzyılın ortalarından itibaren yapay zekâ hız kazanmaya başlamıştır (Güven ve Dik. 2025, s.9). Günümüzde aktif olarak kullanılan birçok yapay zekâ aracı vardır. Metin tabanlı yapay zekâ araçları arasında ChatGPT, Gemini ve Claude yer almaktadır. ChatGPT, Gemini ve Claude popüler yapay zekâ araçları arasında yer alırken, Siri, Google Assistant, Alexa, Tableau öne çıkan yapay zekâ araçları arasında yer almaktadır.

3. Yapay Zekâ ve Gazetecilik

Yapay zekâ teknolojisi günümüzde her alanda kullanıldığı gibi gazetecilikte de yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Dijitalleşme ile değişen haber tüketimi gibi üretimi de medya için farklı deneyimleri getirmiştir. Medya ortamları genişerek, büyüyerek yeni stratejileri benimsemiştir (Kırık vd., 2024, s.92).

Yapay zekâ gazetecilikte haber üretim sürecinden yayın bir şekilde kullanılmaktadır. Özellikle spor karşılaşmaları, hava durumu, deprem gibi doğal afetler, borsa veya ekonomi gibi konu başlıklarında topladığı veriyi çok kısa bir süre içinde bilgilendirici haber metinlerine dönüştürebilmektedir (Yıldızgörür, 2023, s.568). Bu durum, haber üretiminde hız ve verimlilik artışı sağlarken; insan emeğinin rolü, etik sorumluluklar ve editöryal denetim gibi konuların yeniden tartışılmasını da beraberinde getirmektedir. Nazlı ve Altundağ'a göre (2025, s.147) dijitalleşme, haberin tüketim ve üretim süreçlerini köklü biçimde dönüştürmüş; medya sektöründe yeni deneyimlerin ortaya çıkmasını sağlamıştır.

Yerel gazeteler, iletişim teknolojilerinin sunmuş olduğu imkânlardan en üst düzeyde faydalanmak için yeni yöntemler geliştirmektedir (Özcan, 2016, s.24). Bu teknolojinin sunmuş olduğu yöntemlerden biri olan yapay zekâ, sadece ulusal basında değil, yerel basında da aktif bir şekilde kullanılmaktadır. Gazetecilikte yapay zekâ, haber üretim ve görsel hazırlama gibi birçok süreçte kullanılmaktadır. Yerel basında da aynı süreçlerde kullanılmaktadır.

4. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın amacı yapay zekâ teknolojilerinin haber medyasında kullanımının gazetecilik pratikleri üzerindeki etkilerini incelemektir. Araştırma kapsamında Bolu'da yerel basında faaliyet gösteren gazetelerde görev yapan muhabirler, editörler ve yöneticiler ile gerçekleştirilecek derinlemesine görüşmeler ile yapay zekânın nasıl kullanıldığı, hangi sorunlara yol açtığı ve gelecekte nasıl rol olacağının belirlenmesi hedeflenmektedir. Yapay zekanın, sınırlı kaynaklarla çalışan yerel basının pratiklerinde nasıl konumlandığı önem taşımaktadır. Bolu örneğinde gerçekleştirilecek bu çalışma literatüre katkı sağlayacaktır.

5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Yapay zekanın gazetecilik pratiklerine olan etkisi kapsamında yapılan araştırma Bolu'da faaliyet gösteren yerel basın kuruluşları ile sınırlıdır. Çalışma kapsamında veriler, yerel basında faaliyet gösteren gazetelerde görev yapan muhabirler, editörler ve yöneticiler ile gerçekleştirilecek derinlemesine görüşmeler aracılığıyla elde edilecektir.

6. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma yapılırken nitel araştırma yönetimi kullanılmıştır. Nitel araştırma kapsamında gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi yöntemler kullanılır. Araştırma bütüncül bir şekilde ortaya konur. Bu kapsamda yerel basında görev yapan farklı unvanlara sahip medya çalışanları ile derinlemesine görüşme yöntemi kullanılmıştır. Söz konusu görüşme kapsamında katılımcılara yarı-yapılandırılmış form ile 10 adet soru yöneltilmiştir. Görüşme 5 kişi ile yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların izni doğrultusunda ses kaydı alınmıştır. Bu kapsamda yapay zekanın yerel basında haber üretimi sürecinde kullanımı katılımcıların görüşmelerine göre bütüncül bir bakış açısıyla ele alınmıştır.

Bu araştırmanın evreni Bolu'da yerel basında faaliyet gösteren medya kuruluşlarında çalışanlardan oluşmaktadır. Çalışmanın daha derin olabilmesi için yerel basına odaklanılmıştır. Yapay zekâ teknolojilerinin yerel basında nasıl algılandığı ve kullanıldığı ortaya konulmaya çalışılacaktır.

6.1. Bulgular

Çalışma kapsamında Bolu’ da yerel basında çalışan 5 kişi ile görüşülmüştür. Bu kişiler K1, K2, K3, K4, ve K5 olarak kodlanmıştır. Katılımcılar yaş, görev olarak farklılık göstermektedir. Bu kişiler sorulan 10 sorunun tamamına eksiksiz cevap vermiştir.

Tablo 1. Gazetecilerin Demografik Verileri

Katılımcı	Yaş	Eğitim Düzeyi	Görev
K1	31	Lisans	BoludaBolu Gazetesi – İmtiyaz Sahibi
K2	30	Lisans	Bolu Takip Gazetesi – Muhabir
K3	35	Önlisans	Bolu Takip Gazetesi – Muhabir
K4	27	Lisans	Bolu Takip Gazetesi – Muhabir
K5	48	Lise	Bolu Takip Gazetesi – İmtiyaz Sahibi

6.2. Yapay Zekanın Gazeteciler İçin Ne Anlam İfade Ettiği

Gazetecilere yapay zekanın kendileri için ne ifade ettiğini anlamak için “Yapay zekâ sizin için en anlam ifade ediyor?” sorusunu sorulmuştur. Tablo 2’de görüldüğü üzere yapay zekâ gazetecilere, ek bir çalışan, haber yazma ve araştırma sürecinde yardımcı, zamandan tasarruf, iş ve günlük hayatta bir kaynak ve doğru kullanıldığında insanı geliştiren, yanlış kullanıldığında ise tehlikeli olarak bir anlam ifade etmektedir. Her katılımcı için farklı anlamlarda tanımlanmıştır.

Tablo 2. Yapay Zekanın Gazeteciler İçin Ne Anlam İfade Ettiği

K1	Yapay zekayı en az 3-4 tane çalışan gözüyle görüyorum. Yapay zekâ bir ek eleman gibi.
K2	Yapay zekâ, haber yazma ya da araştırma sürecimde bana yardımcı olan bir teknolojidir.
K3	Bilgiye kolay erişim, zamandan tasarruf.
K4	Yapay zekâ hem iş hem de günlük hayatımda her konuda bilgi alabildiğim bir kaynak benim için.
K5	Yapay zekâ; doğru kullanıldığında çok faydalı, insanı geliştiren, yanlış kullanıldığında ise çok tehlikeli.

6.3. Gazetecilerin En Çok Kullandıkları Yapay Zekâ Uygulamaları

Katılımcıların hangi yapay zekâ uygulamalarından faydalandıklarını belirlemek amacıyla “En çok hangi yapay zekâyı kullanıyorsunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Tablo 3’te incelendiğinde gazetecilerin en çok ChatGPT kullandıkları tespit edilmiştir. K3’ün ChatGPT’nin yanında TurboScribe K5’in ise Gemini kullandığı saptanmıştır.

Tablo 3. Gazetecilerin En Çok Kullandıkları Yapay Zekâ Uygulamaları

K1	ChatGPT
K2	ChatGPT
K3	ChatGPT, TurboScribe
K4	ChatGPT
K5	ChatGPT, Gemini

6.4. Gazetecilerin Yapay Zekâyı Hangi Amaçla Kullandıkları

Gazetecilerin yapay zekâyı hangi amaçla kullandıklarını tespit etmek için “Yapay zekâyı hangi amaçla kullanıyorsunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Tablo 4 incelendiğinde gazetecilerin yapay zekâyı fotoğraf ve görsel tasarımında, ses kaydını çözümleme, haber yazımında kullandığı görülmektedir. K1 haber paylaşımının hızlı ve haberin dikkat çekici olması için kullandıklarını belirtmektedir.

Tablo 4. Gazetecilerin Yapay Zekâyı Hangi Amaçla Kullandıkları

K1	Haber paylaşımının hızlı olması ve hem görselin hem de haberin dikkat çekici olması için kullanıyorum.
K2	Yapay zekâyı genellikle araştırma ve basın bülteni gibi haberleri yazarken yardım almak amacıyla kullanıyorum.
K3	Ses kaydını metne yazdırma, yazım yanlışlarını düzeltme ve fotoğraf editleme süreçlerinde kullanıyorum.
K4	Yapay zekâyı uzun haber metinlerini derlemede kullanıyorum. Yapay zekâ benim için çok iyi bir editör.
K5	Mesleki olarak fotoğraf ve görsel tasarımlarında sürekli kullanıyorum.

6.5. Yapay zekâ ve Gerçek Kişi Tarafından Üretilen Haberlerde Trafik Farkı

Katılımcılara, yapay zekâ ile gerçek kişi tarafından oluşturulmuş haberlerde sitede bir trafik farkının olup olmadığını tespit etmek için “Yapay zekâ ve gerçek kişi tarafından üretilen haberleri değerlendirecek olursanız bir trafik farkı görüyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir.

Tablo 5’te görüldüğü üzere K3 yoğun bir trafiğin görülmediğini söylemektedir. K2 ise gerçek kişi tarafından üretilen haberlerde trafiğin fazla olduğunu ifade etmektedir.

Tablo 5 Yapay zekâ ve Gerçek Kişi Tarafından Üretilen Haberlerde Trafik Farkı

K1	Trafik farkı görüyorum.
K2	Bence gerçek kişi tarafından üretilen haberlerin trafiği daha fazla ve daha güvenilir. Çünkü sahadaki gözlem ve insan yorumu daha inandırıcı bulunuyor.
K3	Evet, görüyorum.
K4	Yerel haber sitesi çalışanı olarak, vatandaşın hangi başlıklara daha çok tıkladığını ve yerel haber yazım dilini daha iyi bildiğimiz için okunurluk daha yüksek olabiliyor. Yapay zekâ ile yazılan haberlerde yoğun bir trafik gözlemlemedim.
K5	Yapay zeka ve gerçek kişi tarafından üretilen haber arasında trafik farkı görmedim.

6.6. Yapay Zekâ ile Üretilen Haberın Hazırlanma Süresi

Gazetecilere, yapay zekâ ile üretilen haberin süresinin tespit edilmesi için “Yapay zekâ ile üretilen bir haberi hazırlamak ne kadar zamanınızı alıyor?” sorusu yöneltilmiştir. Tablo 6’ya bakıldığında yapay zekâ ile haber hazırlama sürecinin dakikalar içinde tamamlandığı görülmektedir. K5 dışında her gazeteci süre belirtmektedir. En fazla süre ise 10 dakika ile K4 tarafından belirtilmektedir.

Tablo 6. Yapay Zekâ ile Üretilen Haberın Hazırlanma Süresi

K1	1 dakika
K2	Birkaç dakika
K3	5 dakika
K4	Haberin düzeltilmesiyle birlikte en fazla 10 dakika
K5	İçeriğine göre değişiyor

6.7. Yapay Zekanın Hangi Haber Türlerinde Kullanıldığı

Gazetecilere, yapay zekanın hangi haber türlerinde kullanıldığını ölçmek için “Yapay zekayı hangi tür haberlerde daha çok kullanıyorsunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Gazetecilerin çoğu yapay zekanın haberlerde kullanıldığını belirtirken, K5 haberlerde sürekli kullanılmadığını söylemektedir. K1 haberlerde ayırım yapmadığını, K3 daha çok başlıklarda kullanıldığını, K4 ise siyaset, bilim ve sanat içeriklerinde kullandığını belirtmektedir.

Tablo 7. Yapay Zekanın Hangi Haber Türlerinde Kullandığı

K1	Ayırım yapmıyorum, tüm haber türlerinde kullanıyorum.
K2	Yapay zekâyı daha çok basın bültenleri yazarken kullanıyorum.
K3	Haber metinlerini yazdırmıyorum; web sitesi için Google SEO/News uyumlu başlıklar ve meta açıklamalar hazırlıyorum.
K4	Yapay zekayı genellikle siyaset, bilim ve sanat içerikli haberlerde kullanıyorum.
K5	Haberlerde sürekli kullanılmıyor; yoğunluk anlarında zamanı doğru kullanmak için yardımcı asistan olarak değerlendiriliyor.

6.8. Yapay Zekâ ile Oluşturulmuş Haberlerde Bilgilendirme Yapılıp Yapılmadığı

Katılımcılara, yapay zekâ ile hazırlanmış haberler ile ilgili okuyuculara bilgilendirme yapılıp yapılmadığının ölçülmesi içinde “Yapay zekâ ile hazırlanmış haberlerde okuyucuya bilgilendirme sağlıyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Tablo 8 incelendiğinde gazetecilerin hepsinin “Bilgilendirme yapılmadığı” cevabı verdiği görülmektedir.

Tablo 8. Yapay zekâ ile Oluşturulmuş Haberlerde Bilgilendirme Yapılıp Yapılmadığı

K1	Bazen yalnızca temsili görsellerde yapay zekâ kullanıyorum.
K2	Hayır, yapay zekâ ile yazdığım haberlerde okuyucuya herhangi bir bilgilendirme yapmıyorum.
K3	Haber yazdırma yapmadığım için böyle bir bilgilendirmeye gerek duymuyorum.
K4	Bu konuda okuyucuya bilgilendirme sağlamaya ihtiyaç duymuyoruz.
K5	Hayır, yapmıyoruz. Yapay zekadan alınan metinler kopyala-yapıştır şeklinde kullanılmıyor; redakte edilip gerekli düzeltmeler yapıldıktan sonra yayımlanıyor. Yapay zeka yardımcı asistan olarak değerlendiriliyor.

6.9.Yapay Zekanı Kullanımına Yönelik Eğitim Alınıp Alınmadığı

Gazetecilere, yapay zekâ üzerine bir eğitim alıp almadıklarını ölçmek için “Yapay zekanın kullanımına yönelik herhangi bir eğitim aldınız mı?” sorusu yöneltilmiştir. Tablo 9’da görüldüğü üzere 5 gazetecinin de yapay zekaya yönelik eğitim almadığı deneyim yoluyla öğrenip kullandıkları saptanmaktadır.

Tablo 9 Yapay Zekanı Kullanımına Yönelik Eğitim Alınıp Alınmadığı

K1	Hayır, herhangi bir eğitim almadım. Yapay zekâyı tamamen deneyim yoluyla öğrendim.
K2	Hayır, yapay zekânın kullanımına yönelik herhangi bir eğitim almadım.
K3	Hayır, yapay zekâya yönelik bir eğitim almadım.
K4	Hayır, yapay zekâ konusunda herhangi bir eğitim almadım.
K5	Hayır, resmi bir eğitim almadık. Yapay zekânın doğru kullanımı için eğitici videoları takip ederek ve pratik yaparak kendimizi geliştiriyoruz.

6.10. Yapay Zekanın Gazeteciliğin Etik İlkeleri ile Çeliştiği Durumlar

Gazetecilere yapay zekanın kullanımının gazeteciliğin etik ilkeleriyle çelişip çelişmediğinin saptanması için “Yapay zekanın gazeteciliğin etik ilkeleriyle (doğruluk, tarafsızlık, güvenilirlik) çeliştiği durumlar yaşandığını düşünüyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Tablo 10 incelendiğinde K1 yapay zekanın abartılı kelimeler kullanabildiğini, K2 tarafsızlık ve güvenilirlikle çeliştiğini, K3 gazetecilik ilkeleriyle çeliştiğini belirtmektedir. K4 doğruluğu kanıtlanmamış bilgileri yapay zekanın güvenilir bilgi gibi sunduğunu, K5 ise doğru olduklarını düşünmediklerinin cevabını vermektedir. Genel olarak bakıldığında yapay zekanın bilgisine tamamen güvenilmediğini bu yüzden etik ilkelerle çeliştiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo 10. Yapay Zekanın Gazeteciliğin Etik İlkeleri ile Çeliştiği Durumlar

K1	Evet, düşünüyorum. Yapay zekâ bazen olayları daha dikkat çekici kılmak için abartılı anlatımlara başvurabiliyor.
K2	Evet. Yapay zekânın gazeteciliğin etik ilkeleri olan doğruluk, tarafsızlık ve güvenilirlikle çeliştiği durumlar çoğunlukla yaşanabiliyor.
K3	Haberler yalnızca yapay zekâ üzerinden yazdırılıyorsa doğruluğu tartışmalıdır. Bilginin kaynağı ve etik güvenilirliği belirsiz olduğu için gazetecilik ilkeleriyle uyumlu olduğunu düşünmüyorum.
K4	Yapay zekânın güvenilirlik oranı çok yüksek değildir. Doğruluğu kanıtlanmamış bilgileri de güvenilir gibi sunabilmektedir. Bu nedenle etik ilkelerle çeliştiğini

	düşünüyorum.
K5	Yapay zekânın sunduğu bilgilerin yüzde yüz doğru olduğunu düşünmüyoruz. Etik ilkelerle çalışmaktadır.

6.11. Yapay Zekanın Geleceğine Yönelik Değerlendirme

Gazetecilere, yapay zekanın gelecekte gazetecilikte nasıl bir rol alacağını ölçmek için “Basın sektöründe yapay zekanın geleceğini nasıl görüyorsunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Tablo 11’de görüldüğü üzere gazeteciler genel olarak bakıldığında yapay zekanın gazetecilikte kullanılmaya devam edileceği ve iletişim fakültelerinde yapay zekanın ders olarak verilmesi gerektiği düşüncelerini ifade etmektedir.

K5 yapay zekanın iyi bir gazetecinin yerine geçemeyeceğini düşünmektedir. K1, yapay zekanın 2-3 kişi yerine geçebileceğini belirtmektedir.

Tablo 11. Yapay Zekanın Geleceğine Yönelik Değerlendirme

K1	Basın sektöründe yol alacak bir kişi yapay zekayı kullanmazsa yok olur. Daha önce iki-üç kişiyle yürütülen işler artık yapay zekâ desteğiyle tek kişi tarafından sürdürülebiliyor.
K2	Yapay zekanın basın sektöründe tamamen dönüştürücü değil, daha çok işleri kolaylaştırıcı bir etkisi olacağını düşünüyorum.
K3	Basın sektörü de diğer sektörler gibi yapay zekaya uyum sağlayacaktır. Fotoğraf üretimi ve video montajı gibi alanlarda zaten kullanılmaktadır. Çağın gerisinde kalmamak için iletişim fakültelerinde yapay zekâ dersleri verilmelidir.
K4	Yapay zekanın gelecekte basın sektöründe daha fazla yer edineceğini düşünüyorum. Doğruluk ve güvenilirlik alanlarında geliştirilirse çok daha işlevsel hale gelebilir.
K5	Yapay zekanın yakın zamanda iyi bir gazetecinin yerini alabileceğini düşünmüyorum.

Sonuç

Bu çalışma kapsamında yapay zekanın yerel basında nasıl konumlandığı ve kullanımında nasıl bir yol izlendiği ayrıca gazetecilerin yapay zekanın gazetecilikte nasıl şekillendi ve gelecekte nasıl bir rol oynayacağını düşündüklerini ölçmek amaçlanmıştır. Bu bağlamda Bolu'da yerel basında görev alan 5 gazeteci ile derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiştir. Gazetecilere 10 adet soru yöneltilmiştir.

Araştırma bulguları değerlendirildiğinde yere yapay zekanın yerel basında aktif bir şekilde kullanıldığı, haber ve görsel üretim sürecinde faydalandığı saptanmaktadır. Genel olarak yapay zekâ olarak ChatGPT uygulamasının kullanıldığı görülmektedir. Yapay zekâ ile haber üretim sürecinin sadece dakikalar aldığı fakat güvenilirlik sağlamadığı ve hazırlanan haberlerin ve görsellerin editoryal süreçten geçtiği saptanmaktadır.

Araştırma kapsamında görüşülen gazetecilerin çoğu yapay zekâ eğitimi almadıklarını deneyim yoluyla öğrendiklerini belirtmektedir. Gazeteciler yapay zekanın mesleğin etik ilkeleriyle çelişecek durumlar yarattığını bildirmektedir. Yapay zekanın gelecekte basın sektöründe daha yoğun kullanılacağını ve buna yönelik iletişim fakültelerinde eğitim verilmesi gerektiğini de bildirmektedir. Gazetecilik sektöründe adım atacak kişilerin yapay zekayı kullanmayı profesyonel bir şekilde öğrenmeleri gerektiği kanısına varılmaktadır. Yapay zekâ sektöre tamamen hâkim olsa da yine de gerçek bir gazetecinin yerine geçemeyeceği düşüncesi de yer almaktadır. Ayrıca yapay zekanın birkaç kişinin yerine geçerek istihdamın azalması değerlendirmesi de yer almaktadır.

Sonuç olarak yapay zekanın gazetecilikte gelecekte daha fazla yer edineceği fakat yapay zekanın bilinçli bir şekilde kullanıldığı takdirde fayda sağladığı ve sağlayacağı görülmektedir. Haber üretim sürecinin tamamen ona bırakılmadan yardımcı bir asistan olarak kullanılması gerektiği sonucuna ulaşılmaktadır. Yapay zekâ kullanımının öğrenilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmaktadır. Yapay zekâ ile hazırlanmış haberlerin direkt dolaşıma sokulması ve doğruluğunun kontrol edilmeden paylaşılması gibi etik ilkelerin ihlaller ele alındığında konuya yönelik bağlayıcı bir düzenlemenin olması önerilmektedir.

Kaynakça

- Coşkun, F., ve Gülleroğlu, H. D. (2021). Yapay zekânın tarih içindeki gelişimi ve eğitimde kullanılması. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 54(3), 947–966. <https://doi.org/10.30964/auebfd.916220>
- Çeber, B. (Ed.). (2024). *Yapay zekâ etiği ve iletişim: Sorunlar, sınırlar ve zorluklar*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Gül, K. (2024). Yapay zeka teknolojilerinin gazetecilik alanında kullanımı: Avantajlar ve dezavantajları. *İletişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 306–331. <https://doi.org/10.59534/jcss.1457410>
- Güven, Ş., ve Dik, B. (n.d.). *Yapay zekânın tarihsel gelişimi*. Yayımlanmamış makale.
- İlban, İ. (2025). Yerel basının sorunları: Bolu ili örneği. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 10(20), 153–170.
- Kırık, A. M., Göksu, O., ve Yegen, C. (2024). Yapay zekâ ve gazetecilik: Türk medyasında ChatGPT kullanımı. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (68), 90–109. <https://doi.org/10.47998/ikad.1469909>
- M. Y. (2023). Yapay zekâ teknolojilerinin gazetecilik alanında kullanımına yönelik sorunlar ve riskler. *Türkiye Medya Akademisi Dergisi*, 3(6), 564–587.
- Nazlı, R. S., ve Altundağ, Y. (2025). ChatGPT ve diğer yapay zeka uygulamalarının yerel basında kullanımı: Bolu örneği. *Simetrik İletişim Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 143–160.
- Özcan, A. (2016). Yeni iletişim teknolojileri, yerel gazetecilik ve yerellik algısı. *Marmara İletişim Dergisi*, (26), 17–36. <https://doi.org/10.17829/midr.2017.42>
- Türk Dil Kurumu. (n.d.). *Güncel Türkçe sözlük*. Erişim tarihi: 30 Kasım 2025, <https://sozluk.gov.tr/>
- Türkmen, B., ve Koçlu Maman, S. (2024). Yapay zeka destekli haber metni üretimi ve çevirilerinin karşılaştırmalı bir analizi: ChatGPT-4o örneği. *İstanbul Üniversitesi Çeviribilim Dergisi*, 21, 212–229. <https://doi.org/10.26650/ijuts.2024.1552550>
- Yengin, D., ve Bayrak, T. (Eds.). (2024). *Yeni medya çalışmaları ve yapay zekâ I*. İKSAD Yayınevi.



BAİBÜİLEF-İG
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Günleri
Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication Communication Days

15.09.2026



Rus Dili ve Edebiyatı Öğretmenlerinin Çalışmalarında Yapay Zekâ (AI) Kullanımının Önemi ve Perspektifleri

The Importance and Perspectives of Using Artificial Intelligence (AI) in the Work of Russian Language and Literature Teachers

Kamala KARIMOVA¹

Geliş Tarihi (Received): 17.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 18.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Öz: Bu makalede, Rus dili ve Edebiyatı öğretmenlerinin çalışmalarında Yapay Zekânın kullanımının önemi ve perspektifleri detaylıca ele alınmaktadır. Ayrıca öğretim pratiğinde faydalı olabilecek çeşitli yöntemler ve yeni teknolojiler bütün kapsamıyla tartışılmaktadır. Bunlar arasında uyarlanabilir öğrenme, metinlerin otomatik analiz edilmesi, yaratıcı projelerin desteklenmesi ve öğrenci ilgisinin sürekli artırılması yer almaktadır. Eğitim kalitesini artırmak için Yapay Zekâ kullanımının avantajları detaylı analiz edilirken potansiyel sınırlamalar ve zorluklar da net bir dille açıklanmaktadır. Rus Dili ve Edebiyatını daha derin anlamak ve öğrencilerin dil becerilerini geliştirmek için kullanılabilecek başarılı AI araçlarının somut örnekleri verilmektedir. Yapay Zekânın eğitimde kullanımı artık yeni olmasa da hâlâ pek çok soruya ve tartışmaya neden olduğu açıkça bilinmektedir. Öğretmenler için Yapay Zekâ yepyeni ufuklar açsa da uygulamaya geçilmesi bazen belirli bir endişeyle karşılanabilmektedir. Ancak doğru kullanıldığında Yapay Zekâ, öğretmenin işini önemli ölçüde kolaylaştırarak, yöntemsel araçlarını genişleterek ve öğrencilerin derse katılımını teşvik ederek güvenilir bir yardımcı haline gelir. Yapay Zekânın en önemli işlevlerinden biri, yazım, noktalama ve üslup hatalarını otomatik olarak hızlıca ve detaylıca kontrol etmesidir. Modern programlar sadece hataları göstermekle kalmaz, anında düzeltme seçenekleri sunar, kuralları açıklar ve üslup uygunluğunu analiz eder. Öğretmenler, bu programları ödevlerin bir parçası olarak rahatlıkla kullanabilir; öğrencilere AI yardımıyla metni önceden analiz etmelerini, ardından derste hataları tartışmalarını önerebilir. Yapay Zekâ, dijital ortamda büyüyen yeni nesil için dersi çok daha ilginç ve güncel hale getirerek edebiyata olan ilgiyi canlı tutar. Derslerde kullanılan bilgi yarışmaları, zekâ oyunları, görsel imgeler ve grafikler gibi AI tabanlı interaktif alıştırmalar, öğrenme sürecini zenginleştirir.

Anahtar kelimeler: Yapay Zekâ, Rus Dili, Edebiyat, Eğitim, Uyarlanabilir Öğrenme, Yaratıcı Projeler.

&

Abstract: This article examines in detail the importance and prospects of using Artificial Intelligence in the work of Russian language and literature teachers. It also comprehensively discusses various methods and new technologies that can be beneficial in teaching practice. These include adaptive learning, automated text analysis, support for creative projects, and the continuous fostering of student engagement. While the advantages of using AI to enhance educational quality are analyzed in depth, potential limitations and challenges are also clearly explained. Concrete examples of successful AI tools that can be used to deepen the understanding of Russian language and literature and improve students' language skills are provided. Although the use of AI in education is no longer new, it clearly continues to spark numerous questions and debates. While AI opens up entirely new horizons for teachers, its implementation can sometimes be met with a degree of apprehension. However, when used correctly, AI becomes a reliable assistant by significantly easing the teacher's workload, expanding their methodological toolkit, and encouraging student participation in lessons. One of AI's most significant functions is the rapid and detailed automated checking of spelling, punctuation, and stylistic errors. Modern programs do not merely highlight errors; they offer immediate correction options, explain rules, and analyze stylistic appropriateness. Teachers can readily incorporate these programs into assignments, suggesting that students analyze texts using AI beforehand and then discuss the errors during class. By making lessons far more engaging and relevant for the new generation growing up in a digital environment, AI helps sustain interest in literature. AI-based interactive exercises used in lessons—such as quizzes, brain games, visual images, and graphics—enrich the learning process.

Keywords: Artificial Intelligence, Russian Language, Literature, Education, Adaptive Learning, Creative Projects.

Atıf/Cite as Karimova, K. (2026). *The Importance and Perspectives of Using Artificial Intelligence (AI) in the Work of Russian Language and Literature Teachers*. BAİBÜİLEF-İG 2026: 3. Uluslararası İletişim Günleri Sempozyumu, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu, Türkiye.

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Doç. Dr., Artvin Çoruh Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Batı Dilleri ve Edebiyatları Bölümü, Rus Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı, e-posta: kamala@artvin.edu.tr ORCID: 0000-0002-2321-3864

Giriş

Modern öğretmenler derslerinde yeni öğretim teknolojilerinin kullanımını defalarca düşünmüşlerdir. Eğitim süreci boyunca öğrencilere yaklaşım konusunda bu tür bir sorunla giderek daha sık karşılaşyoruz. Bilgisayarlaşma ve yeni teknolojilerin hâkim olduğu bu çağda, tıpkı öğrencilerimiz gibi, biz de zamana ayak uydurmak zorundayız. Ve işte, bu hızla değişen hayatımıza Yapay Zekâ giriyor. Bu yöntem, problem odaklı öğrenmeyle birleştirilmesini teşvik eder ve eleştirel düşünme becerisinin aktif olarak geliştirilmesini sağlar. Öğrencilerin birbirlerini yeni beceri ve bilgiler edinme konusunda motive ettikleri bir ortam yaratmak önemlidir.

Eğitimde Yapay Zekânın kullanılması, sürecin her bir katılımcısı için benzersiz bir deneyim yaratılmasını sağlar. Örneğin, “öğrencilerden bahsedecek olursak, hangi görevlerin kolay, hangilerinin zorluk çıkardığını belirlememiz gerekir. Bu, konuyu öğrenme sürecinde yeteneklerin ortaya çıkarılmasını ve gerekli becerilerin geliştirilmesini sağlar.

Öğretmenler söz konusu olduğunda, dijital teknolojiler rutin işlerde yardımcı olabilir. Öğretmenler, testlerin otomatik olarak değerlendirilmesi sayesinde ödevleri daha hızlı kontrol edebilir, her öğrencinin zayıf olduğu konuları tespit edebilir ve tam da bu konulara odaklanabilir. Yeni çözümlerden biri de “Öğretim Asistanı” (Nesterova, 2024). Yapay Zekâ hizmeti, derslerin ses kayıtlarını otomatik olarak metne dönüştürebilir, analiz edebilir ve zaman yönetimi, iletişim teknikleri, öğretmenin konuşma hızı ve daha birçok özellik de dahil olmak üzere çeşitli özelliklere dayanarak ayrıntılı ders raporları sunabilir. Bu veriler ışığında öğretmen bir değerlendirme yapabilir, öğretim yöntemleri konusunda geri bildirim alabilir ve gelecek derslerini daha verimli hale getirebilir. Öğretmen, dersini kaydederek öğrencilerin ve kendisinin yüzde kaç oranında konuştuğunu öğrenebilir. Ayrıca, Öğretim Asistanı dersin genel havasını, dersin nasıl bir dinamik içinde geçtiğini ve konuşanların ifadelerinin ne kadar olumlu ya da olumsuz olduğunu da tespit eder. Bu hizmet, nötr kelimelerin “duygusal tonunu” bile belirleyebilir.

Günlük hayatta kullandığımız “evet,” “hayır,” “yani,” “bu arada,” “bilmiyorum,” “otur,” “ayağa kalk,” “çok iyi,” “çok kötü” ve benzeri kelimeler ve ifadeler, bir bilgisayar tarafından hem olumlu hem de olumsuz olarak değerlendirilebilir. Bu, eğitim sürecine katılanların seslerinin “ruh haline” bağlıdır. Öğretim Asistanı, dersin seyrini grafik, yüzde oranları ve dinamikler şeklinde kapsamlı bir analizle ortaya koyar ve dersin her aşamasını kendisine verilen görevlere göre inceler” (Nesterova, 2024). Bu çalışmada, Rus Dili ve Edebiyatı derslerinde kullanılan güncel öğretim yöntemleri ele alınmakta; ayrıca Rus Dili ve Edebiyatı derslerinde modern dijital kaynakların kullanımı ve öğrencilerin bilgilerini ölçmek için çeşitli eğitim programlarının etkinliği hakkında bilgi verilmektedir.

Yapay Zekâ (AI), makinelerin doğal dil işleme, veri analizi, görüntü tanıma ve karar verme gibi insan zekâsı gerektiren görevleri yerine getirmesine olanak tanıyan bir dizi teknolojiyi ifade eder. Eğitim sürecinde Yapay Zekâ, bilgi değerlendirmesinin otomasyonu, kişiselleştirilmiş eğitim planlarının oluşturulması, karmaşık metinlerin analizine yardımcı olma ve bireysel öneriler sunma dahil olmak üzere çok çeşitli olanaklara sahiptir (Gromova, 2021).

Günümüzde bilim insanları, giderek daha güçlü ve karmaşık Yapay Zekâ modelleri geliştirmekle meşguller. Halihazırda geliştirilmiş Yapay Zekâ modellerinden bazılarını bilgisayarlarımızda, çeşitli cihazlarda, akıllı telefonlarımızda ve arabalarımızda bulabiliriz (Barrat, 2021).

Teknolojik İlerleme

Cep telefonu

İnternet

Yapay Zekâ

Yapay Zekânın tanımına bir kez daha değinelim.

Yapay Zekânın tanımı

- Yapay Zekâ, akıllı makineler ve programlar üreten bir bilgisayar bilimi alanıdır.

Yapay Zekânın görevleri

- Yapay Zekâ (AI) öğrenme, problem çözme, görüntüleri tanıma ve karar verme yeteneğine sahiptir.

Yapay Zekânın rolü

- Yapay Zekâ, eğitim sürecinde öğretmenlerin ve ebeveynlerin rolünü tamamlar, onların yerini alamaz.

Rus Dili ve Edebiyatı Derslerinde Yapay Sinir Ağlarının Kullanımı

Bu bölüme, Kazak edebiyatının klasiklerinden, Kazak halkının büyük şairi Abay Kunanbayev'in şu sözleriyle başlamak istiyoruz: "Öğrencilerinizin iyi öğrenebilmesi için, öğrenmeye karşı büyük bir ilgi ve istek duymaları gerekir." "Gerçekten de, ancak enerjik, her zaman bir hedefe doğru ilerleyen, azim ve sabır gösteren bir kişi amacına ulaşabilir" (Kıdırgojina, 2021).

Rus Dili ve Edebiyatı dersleri üç ana bölümden oluşmaktadır. Bunlar: giriş, ana bölüm ve sonuç. Bu üç bölümde, dijital eğitim kaynaklarının nasıl etkin bir şekilde düzenlenebileceği sorusu gündeme geliyor. Onun cevabını şu şekilde değerlendirebiliriz.

"İlgi Uyandırma" aşamasında öğrenciler eğitim sürecine odaklanmış, derslere özel ilgi gösteriyor ve yeni konuları öğrenmeye istekli oluyorlar. Bu aşamada aşağıdaki üç hedef gerçekleştirilmektedir:

1. Konuyu incelerken, öğrenciler daha önce edindikleri bilgileri hatırlar;
2. Öğrenciler aktif faaliyetlere katılırlar;
3. Öğrenme hedefleri belirlenirken, öğrenciler düşünmeye teşvik edilir. Öğrencilerde bu ilgiyi uyandırmak için yardımcı araç olarak classtools.net ve learningapps.org gibi dijital eğitim kaynakları kullanılabilir. Bu sitede ayrıca "Harfle yeni kelime bulma" (dersin konusunu tahmin etme) özelliği de kullanılabilir. Etkileşimli oyunlar düzenlemek için "Balık Kemiği" veya "Fishbone" stratejisi kullanılır. Bu yöntem, öğrencilerin eleştirel düşünme becerilerini görsel ve anlamlı bir şekilde geliştirmeyi amaçlamaktadır.

- **Balığın baş kısmı** – konunun sorusu,
- **üst kemikler** – konunun temel kavramları,
- **alt kemikler** – kavramların özü,
- **kuyruk** – sorunun cevabı.
- Notlar kısa olmalı, özü yansıtan anahtar kelimeler veya ifadelerden oluşmalıdır.

Edebiyat Derslerinde Sinir Ağlarının Kullanımı

- Edebi eserlerin incelenmesi: Öğretmenler, metinlerin otomatik olarak incelenmesi için Yapay Sinir Ağlarını kullanabilirler. Örneğin, bir Yapay Sinir Ağı karakterler, çatışmalar ve motifler hakkında ayrıntılı bir analiz sunabilir; bu da öğrencilerin hikâyeyi ve yazarın fikirlerini daha derinlemesine anlamalarına yardımcı olur.

- Yaratıcı yazı: Öğrenciler Sinir Ağıyla etkileşime girerek ona bir hikâye veya şiir başlatmasını ve ardından belirli bir yönde yazmaya devam etmesini önerebilirler. Bu, onların yaratıcı becerilerini ve ilhamlarını geliştirmeye yardımcı olacaktır.

- Tartışmalar ve münazaralar: Derslerde, öğrencilerde tartışmalar başlatmaya ve eleştirel düşünmeyi geliştirmeye yardımcı olacak edebi eserlerle ilgili sorular üretmek için Sinir Ağları kullanılabilir.

- Çalışmaların değerlendirilmesi: Sinir Ağları, yazılı ödevlerin yapısını, özgünlüğünü ve ödev talebine uygunluğunu analiz ederek değerlendirmede yardımcı olabilir.

Rus Dili ve Edebiyatı Derslerinde Yapay Zekâ Kullanımı

Tabii ki, tüm seçenekler arasında en yaygın ve en bilinenlerden biri, metin sorgusuna göre görüntülerin görselleştirilmesidir; bu, şu sonuçları verir.

Kitaptan bir örnek: L. N. Tolstoy'un "Savaş ve Barış" romanında, örneğin Pyer Bezukhov ile Andrey Bolkonsky arasında, pek çok fikir ve görüşün paylaşıldığı sayısız diyaloglarla karşılaşırız. Bu diyaloglar, öğrencilere bu tür sohbetlere katılma fırsatı sunarak modellenabilir; bu da hızlı tepki verme ve sohbet yürütme becerilerini geliştirir (Kırmova, 2025).

Kitaptan daha bir örnek: “Öğrenciler sanal A. Puşkin ile etkileşime girerek, onun eserleri hakkında sorular soruyor veya “Yevgeni Onegin”deki ana temaları tartışıyorlar. Yazarın üslubunu taklit eden yanıtlar oluşturmak, öğrencilerin yalnızca diyalog becerilerini geliştirmelerine değil, aynı zamanda edebi eserlere dair anlayışlarını derinleştirmelerine de yardımcı olur” (Kırımova, 2025).

Böylece, Yapay Zekâ, öğrencilerle uzun metinler üzerinde çalışırken dersleri yapılandırmada mükemmel bir yardımcıdır.

Rus Dili ve Edebiyatı derslerinde Rus edebiyatı metinleri üzerinde çalışırken Yapay Zekânın kullanılması şu sonuçları vermektedir: Yapay Zekâ ile çalışan öğrenciler, metinler üzerinde çalışmada ve sözcük-gramer yapılarını öğrenmede olumlu sonuçlar elde ediyorlar. Onlar metnin anlamını ve içeriğini kolay ve hızlı bir şekilde kavrarlar; metni kendi başlarına analiz edebilirler.

Yapay Zekâ, özellikle Edebiyat derslerinde önemli olan edebi eserlerin analizinde kullanılabilir. Sinir (Nöro) ağları gibi teknolojiler sayesinde karakter profilleri oluşturulabilir, eserlerdeki tekrarlanan motifler ve temalar analiz edilebilir. Örneğin, Lev Tolstoy veya Fyodor Dostoyevskin’in eserlerini incelerken öğrenciler, metnin yapısını, olay örgüsünü ve karakterleri analiz etmek için Yapay Zekâyı kullanabilirler. Bu tür bir yaklaşım, öğrencilerin eserin derinliklerine inmelerini ve çok yönlülüğünü görmelerini sağlar.

Yapay Zekâ teknolojileri, eğitim metinleriyle çalışmayı da destekleyerek öğrencilerin bağımsız olarak analitik ve yorumlama becerilerini geliştirmelerine olanak tanır. Bazı uygulamalar metin inceleme, anlam birimlerinin analizi, metnin tonunun ve ana fikirlerinin belirlenmesi gibi özellikler sunar. Bu tür programlar, öğrenimin ilk aşamalarında faydalı olabilir ve öğrencilerin ders sırasında daha derinlemesine bir analiz yapmadan önce eserin temel unsurlarını kavramalarına yardımcı olabilir.

Rus Dili ve Edebiyatı öğretmenin çalışmalarında Yapay Zekânın başarılı bir şekilde kullanılmasına örnek olarak aşağıdaki senaryo verilebilir. Edebiyat dersinde, A.S. Puşkin’in eserini incelerken öğretmen, öğrencilere önce metin analiz programını kullanarak ana temaları, imgeleri ve motifleri belirlemelerini önerir. Bundan sonra sınıf gruplara ayrılır ve her grup, buldukları unsurları kendi gözlemleriyle karşılaştırarak tartışır. Böylelikle öğrenciler sadece analiz becerilerini geliştirmekle kalmaz, aynı zamanda Yapay Zekâyı kendi fikirlerini destekleyebilecek, ancak onların yerini alamayacak bir ek kaynak olarak kullanmayı da öğrenirler.

Yapay Zekânın bir başka kullanım örneği de kompozisyonların otomatik olarak kontrol edilmesidir. Program, yazım ve noktalama hatalarını tespit eder, öğrencilerin öz değerlendirmelerine yardımcı olur ve öğretmenin düzeltme sürecinde zaman kazanmasını sağlar. Böylece öğrenciler daha fazla pratik yapma fırsatı bulurken, öğretmen de yazılı ödevlerin içeriğine ve öğrencilerin yaratıcı düşünme becerilerinin geliştirilmesine odaklanabilir.

Bir sonraki kullanım örneği ise “Yapay Zekâ ile desteklenen, fikirleri sunmak için yeni bir ortam olan Gamma Generate’dir. Web sitesine gidip Google üzerinden hesabınızı doğrulayabilir ve bir talep oluşturabilirsiniz” (Nesterova, 2024). Örneğin, İ. S. Turgenyev’in “Mumu” adlı öyküsü üzerine edebiyat dersinin son dersi verildiğinde, özet, ana karakterler ve Gerasim’in imajından başlayarak eserin sembolizmi ve anlamına kadar hikayenin tam bir görselini yansıtan hazır bir sunum oluşturulur ve sergilenir.

Sinir Ağının Olanakları

Görüntüler oluşturmak	Metinler oluşturmak	Ses kaydı oluşturmak
- cizimler: atasözleri, deyimler, filmler, kitapları şifrelemek - destekleyici memler - çıkartmalar - projeler ve sunumlar için gerçekçi fotoğraflar - çevrimiçi konferanslar için sanal arka planlar - proje çalışmalarının tasarımı - fotoğraf birleştirme	- bilmece - ders notları veya etkinlik senaryosu - ders planları - metinlerin biçimlendirilmesi - metne emoji ekleme - çalışma kitapları ve testlerin hazırlanması - ders dışı etkinlik programlarının hazırlanması	- seslendirme - diyaloglar - telaffuz - müzik parçaları - kısa videolar

Yapay Zekâyı tamamlayıcı bir araç olarak kullanmak, günümüz eğitim sisteminin temel görevidir. Öğrencilerin bilişsel yeteneklerinin ortaya çıkarılması için öğretmenin gözlemi gerekmektedir. Yapay Zekânın etkin kullanımı, öğrencilerin dil becerilerinin gelişmesine katkıda bulunmakla kalmaz, aynı zamanda onlara bağımsız çalışma becerisi kazandırarak kendi öğrenimlerine karşı sorumluluklarını artırır. Öğrenme sürecini kolaylaştırmak için Yapay Zekânın kullanılması oldukça etkilidir. “ChatGPT, diyalog becerilerini ve dil yeteneklerini geliştirmeye yardımcı olan bir sohbet robotudur (Chat bot). Bu tür sistemler, öğrencilere doğru dil yapılarını kullanmayı öğretir ve gramer hatalarını düzeltir. ChatGPT ve benzeri sistemler, dil öğrenme sürecini daha verimli ve ilgi çekici hale getiriyor. Yapay Zekânın pratik uygulamalarına dair birçok örnek bulunmaktadır. İletişim becerilerini geliştirmek için sanal diyaloglar. Denemeler veya yaratıcı ödevler konusunda yardım vb.” (Krimova, 2025). Ayrıca Yapay Zekâyı bir yardımcı araç olarak kullanmanın gerekli olduğunu düşünüyoruz. Yapay Zekâ (AI) Rus Edebiyatının büyük metinlerinin anlaşılmasını kolaylaştırmak için kullanılmalıdır. Ancak tüm söylenenlere rağmen Yapay Zekânın bir öğretmenin yerini tamamen alamayacağını belirtmek isteriz. Çünkü bu, öğretmenin kişisel rolünü zayıflatır.

Derslerde Yapay Zekâ Kullanımının Avantajları ve Dezavantajları

AVANTAJLAR	DEZAVANTAJLAR
- Tarif edilmesi veya hayal edilmesi zor olan bir şeyi göstererek hafızayı güçlendirmeye ve daha iyi hatırlamaya yardımcı olur; - Zaman tasarrufu, hızlı sonuç; - Yaratıcı düşünmeyi geliştirir.	- Erişim sorunları (ücretli erişim, ülke sınırları içindeki kullanım kısıtlamaları). - Sinir Ağının işleyişini anlamak zaman alır; - Çoğu zaman, bazı ayrıntılar Sinir Ağı tarafından güvenilir bir şekilde yeniden üretilmediği için bağımsız görüntü düzeltilmesi gereklidir.

Tüm avantajlarına rağmen, eğitimde Yapay Zekânın kullanımının dikkatli bir yaklaşım gerektirdiği defalarca belirtilmiştir. Yapay Zekânın yalnızca bir araç olduğunu, öğretmenin tam anlamıyla yerini tutmadığını unutmamak önemlidir. O, duyguların derinliğini ve algının inceliğini aktaramaz; bu da edebiyat çalışmalarında özellikle önemlidir. Sanatsal eserlerin incelenmesi ve dil öğretiminin bazı yönleri, yalnızca canlı iletişim ve kişisel izlenimlerin edebiyatın gerçek değerini aktarabileceği için, öğretmenin ayrıcalığı olarak kalmaktadır.

Bir diğer önemli husus ise Yapay Zekâ sistemlerinin kalitesi ve doğruluğudur. Mevcut programların en iyileri bile, özellikle metnin karmaşık üslup özellikleri söz konusu olduğunda veya klasik edebiyat eserlerinin analizinde hatalar yapabilir. Örneğin, modern algoritmalar Rus Edebiyatında sıklıkla rastlanan ince imaları ve metaforları anlayamayabilir ve metni yanlış yorumlayabilir. Bu nedenle öğretmen, Yapay Zekânın sunduğu sonuçları her zaman kontrol etmeli ve bunları öğrencilerle tartışmalıdır.

Sonuç ve Tartışma

Sonuç olarak bildirmek istiyoruz ki Yapay Zekâ, Rus Dili ve Edebiyatı öğretmenlerinin yöntem repertuarını önemli ölçüde zenginleştirebilir.

Yapay Zekâ tabanlı platformlar, eğitim kalitesini artırmak için önemli bir araç haline gelebilir. Yeni teknolojiler, parlak bir geleceğe giden yoldur! Yapay Zekâ, modern eğitim sisteminde, özellikle de Rus Dili ve Edebiyatı derslerinde yeni imkânlar ve avantajlar sunuyor. Yapay Zekâ yardımıyla öğrencilerin dil becerilerini etkili ve hızlı bir şekilde geliştirmek, gramer hatalarını düzeltmek, yaratıcı ödevleri tamamlamak ve daha pek çok şey yapmak mümkündür. Yapay Zekâ teknolojilerinin Üniversite uygulamalarına entegrasyonu, bir dizi rutin görevi kolaylaştırmanın yanı sıra, Rus Dili ve Edebiyatının yaratıcılık, analiz ve bilinçli algılanması için de yeni fırsatlar sunmaktadır. Öğretmenin bu teknolojinin hem potansiyelinin hem de sınırlarının farkında olması ve onu doğru ve sorumlu bir şekilde kullanarak öğrencilerin modern eğitim ortamında gerekli becerileri geliştirmelerine yardımcı olması önemlidir.

Derslerde dijital teknolojilerin kullanılması, öğrencilerin bilgi becerilerinin gelişmesine katkıda bulunur. Biz, Eğitimcilerin, ortak görevi, modern ve yenilikçi dijital teknolojileri kullanabilen bilinçli öğrenciler yetiştirmektir.

Özetlemek gerekirse, Yapay Zekâ, Rus Dili ve Edebiyatı derslerinde eğitim kalitesini önemli ölçüde artırabilir, öğrencileri harekete geçirebilir ve dil becerilerini geliştirebilir. Ancak bu teknolojinin etkili bir şekilde uygulanabilmesi için, pedagojik açıdan potansiyelini doğru bir şekilde kullanmak önemlidir.

Elbette Yapay Zekâ eğitim sürecini kolaylaştırır, zaman kazandırır, nispeten yeni olması ve içeriğin standart dışı bir şekilde sunulmasıyla ilgi çekiyor. Ancak Yapay Zekânın, insan yeteneklerini genişleten bir araç olduğunu, insanların yaratıcı ve entelektüel potansiyelinin ve pedagojik becerilerinin yerini almadığını unutmamalıyız.

Kaynakça

- Barrat, J. (2021). İnsanlığın Son İcadı: Yapay Zekâ ve Bir Dönemin Sonu / İngilizceden çev. – 2. baskı. – Moskova: Alpina Non-Fiction s. 48; 396 s.
- Gromova İ.S. (2021). Rus Dili ve Edebiyatı Öğretiminde Bireyselleştirme Aracı Olarak Yapay Zekâ // Rus Dili ve Edebiyatı Öğretmenleri için Rus Bilimsel-Uygulamalı dergisi. – Sayı 2. – s. 45; 45–52.
- Edebiyat Derslerinde Sinir Ağlarının Kullanımı; İspolzovanie_neyrosetey_na_urokah_literatury.pdf, s.3, 19 s.
- Kırmova L.R. (2025). Rusça Metinlerin Yorumlanmasında Yapay Zekânın Kullanımı. Uluslararası Beşeri Bilimler ve Doğa Bilimleri Dergisi, cilt 1-4 (100), ss. 22-25.
- Kıdırgojina L.Y. (2021). Rus Dili ve Edebiyatı Derslerinde Dijital Kaynaklar. – Güncel Dilbilim Sorunları: Uluslararası Bilimsel Konferans bildirileri. Cilt 2. Yelets, ss. 82-86.
- Nesterova M.A. (2024). Rus Dili ve Edebiyatı Derslerinde Yapay Zekânın Kullanımı, ss. 1-3. Elektronik Kaynaklar
- <https://infourok.ru/primenenie-iskusstvennogo-intellekta-na-urokah-russkogo-yazyka-i-literatury-7310995.html>
- <http://www.classtools.net/education-games-php/fishbone>
- https://nsportal.ru/sites/default/files/2025/03/16/ispolzovanie_neyrosetey_na_urokah_literatury.pdf



BAİBÜİLEF-İĞ
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Günleri
Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication Communication Days

15.09.2026



Osmanlı Dönemi Diyarbakır Basını: İlk Gazeteler ve Yayıncılık

Diyarbakır Press in the Ottoman Period: The First Newspapers and Publishing

Seher KAYAR¹ Yiğit AÇIKGÖZ²

Geliş Tarihi (Received): 01.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 02.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Öz: Tanzimat sonrasında merkezileşen bürokratik yapı ile vilayet merkezlerinde çıkarılmaya başlanan resmi, yarı resmî ve hususi gazeteler bağlamında Diyarbakır Vilayet Gazetesi'nin kuruluşu ve özel girişimlerle yayımlanan ilk hususi gazete olarak kabul edilen *Peyman gazetesi* başta olmak üzere dönemin ilk gazetelerinin içeriği ve faaliyetleri makale kapsamında ele alınmaktadır. Bu çalışma, Osmanlı döneminden Cumhuriyet'in ilanına kadar olan dönemde Diyarbakır'da yapılmış ilk gazetecilik ve basın faaliyetlerini incelemektedir. Araştırma, bu yayınların dili, teması ve toplumsal etkilerinin incelenmesi ile dönemin sosyal ve kültürel durumunu çözümlemeyi amaçlamaktadır. Çalışmada dönemin arşiv belgeleri, gazete nüshaları ve literatür taraması ile nitel veri analizi gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında, 1869 yılında yayın hayatına başlayan *Diyarbakır Gazetesi*, 1909 yılında yayımlanmaya başlanan *Peyman gazetesi*, 1910 yılında yayımlanmaya başlanan *Dicle Gazetesi* ve yine 1910 yılında yayımlanmaya başlanan *Şark Yıldızı Gazetesi*'nin halkla devlet arasında kurduğu iletişim ağı ve işlevleri incelenmiştir. II. Meşrutiyet döneminde özel yayın girişimlerinin sınırlı olmasına rağmen yerel fikir hayatına katkı sundukları bulgularına varılmıştır. Diyarbakır'da yapılan basın ve yayıncılık faaliyetlerinin, Osmanlı'nın modernleşme ve merkezileşme çabalarına katkı sunduğu ve dönemin yerel aydınlarının toplumsal meseleler hakkındaki fikirlerini halka taşıyan bir platforma dönüştüğü sonucuna varılmıştır. Bu perspektiften Diyarbakır basını, Osmanlı'nın modernleşme çabasının taşra yansımalarını görmek için özgün bir örnek niteliğindedir.

Anahtar Kelimeler: Osmanlı, Basın, Diyarbakır, Yayın, Gazete.

&

Abstract: This article examines the emergence of the Diyarbakır Provincial Newspaper within the context of the official, semi-official, and private newspapers that began to appear in provincial centres following the centralisation of the bureaucratic structure after the Tanzimat reforms. It also discusses the content and activities of the earliest newspapers of the period, particularly *Peyman*, which is regarded as the first private newspaper published through private initiative in Diyarbakır. The study investigates the first journalistic and press activities carried out in Diyarbakır from the Ottoman period until the proclamation of the Republic. By analysing the language, themes, and social effects of these publications, the research aims to evaluate the social and cultural conditions of the period. The study employs qualitative data analysis based on archival documents, newspaper issues, and a review of the relevant literature. Within this framework, it examines the communication networks and functions established between the state and the public by *Diyarbakır*, which began publication in 1869; *Peyman*, first published in 1909; *Dicle*, first published in 1910; and *Şark Yıldızı*, also first published in 1910. The findings indicate that, although private publishing initiatives remained limited during the Second Constitutional Period, they made significant contributions to local intellectual life. The article concludes that press and publishing activities in Diyarbakır contributed to the Ottoman Empire's efforts at modernisation and centralisation and became a platform through which local intellectuals conveyed their views on social issues to the wider public. From this perspective, the Diyarbakır press constitutes a distinctive example for understanding the provincial reflections of Ottoman modernisation.

Keywords: Ottoman Empire, Press, Diyarbakır, Publishing, Newspaper.

Atıf/Cite as Kayar, S., & Açıkgöz, Y. (2026). *Diyarbakır Press in the Ottoman Period: The First Newspapers and Publishing*. BAİBÜİLEF-İĞ 2026: 3. Uluslararası İletişim Günleri Sempozyumu, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu, Türkiye.

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İletişim Bilimleri Yüksek Lisans Programı, e-posta: seherkayar1@gmail.com, ORCID: 0009-0005-1899-9435

² Yüksek Lisans Öğrencisi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İletişim Bilimleri Yüksek Lisans Programı, e-posta: yigitacikgoz@gmail.com, ORCID: 0009-0004-9011-1798

Giriş

Osmanlı'da matbaanın kullanımının gecikmesi, basın hayatının da geç başlamasına neden olmuştur. Genellikle Osmanlı'daki ilk Türkçe gazetenin 1 Kasım 1831'de yayımlanan Takvim-i Vekayi olduğu kabul edilse de bu tarihten önce benzer yayın faaliyetlerinin başladığı bilinmektedir. Nitekim Mısır valisi Kavalalı Mehmed Ali Paşa, Takvim-i Vekayi'den yaklaşık üç yıl önce, 20 Kasım 1928'de Kahire'de Türkçe ve Arapça olarak yayımlanan Vakayi-i Misriye adlı gazeteyi çıkarmıştır. Ayrıca, 1830 yılında Girit'te Vakayi-i Giridiye adıyla başka bir yayını daha başlatmıştır (Girgin, 2001). Osmanlı basını sonraki yıllarda farklı biçimlerde gelişimini sürdürmüştür. Takvim-i Vekayi'den sonra çıkan gazetelerin çoğu bireysel girişimlerle ortaya çıkmış, dönemin aydınları tarafından yönetilmiştir. Bu ilk basın örneklerinde gazetecilik, bugünkü anlamıyla haber vermekten çok toplumu bilinçlendirme ve eğitime amacı taşımıştır. Bu nedenle dönemin gazeteciliği daha çok kültürel ve eğitsel içeriklerle öne çıkmıştır (Kaçmaz, 2012).

Basın faaliyetleri modernleşme çabalarının önemli bir adımı olarak 19. Yüzyılın ilk yarısında ortaya çıkmıştır. Yayıncılık, kamuoyunu bilgilendirme ve devletin yaptığı yenilikleri duyurmak amacıyla kullanılmaya başlanmıştır. Bu alandaki ilk örnek olarak, 1828 yılında Mısır Valisi Kavalalı Mehmet Ali Paşa tarafından yayımlanan "Vekayi-i Mısriyye" adlı yayındır. Osmanlı topraklarında ise basın faaliyetleri, II Mahmud döneminde resmî gazetesi olarak önemli bir görev üstlenen "Takvim-i Vekayi" halkı bilgilendirme amacıyla önemli bir yayın olmuştur. Ardından yayınlanan gazeteler, ilk basın faaliyetiyle birlikte toplumsal dönüşümün hız kazanmasına ve fikir akımlarının yayılmasına katkıda bulunmuştur. Basında çeşitlilik ortaya çıkmıştır. (Öner, 2011).

Osmanlı Devleti'nde sadece resmi yayın organlarında değil, özel girişimlere dayalı basın faaliyetlerinde de önemli bir artış yaşanmıştır. Devletin resmi söylemini yansıtan gazetelerin aksine, özel gazeteler daha geniş bir bakış açısıyla toplumsal meseleleri irdelemeye başlamıştır. Bu gazeteler, yalnızca haber vermekle kalmayıp, aynı zamanda halkı bilinçlendirme, farklı düşüncelerin dile getirilmesine zemin hazırlama ve birey haklarını savunma işlevlerini üstlenmiştir. Örneğin Tercüman-ı Ahval, bu dönemin önde gelen özel yayınlarından biri olarak, fikir çeşitliliğine katkı sunmuş ve modernleşme sürecine entelektüel destek sağlamıştır. Ancak tüm bu gelişmelere rağmen, yoğun sansür uygulamaları özel basının hareket alanını büyük ölçüde kısıtlamıştır. Osmanlı'da özel gazeteciliğin yaygınlaşması, yalnızca teknik ya da kültürel gelişmelerle değil; aynı zamanda imparatorluğun karşı karşıya kaldığı ekonomik bunalımlar, askeri çatışmalar, isyanlar ve siyasal-toplumsal dönüşümler bağlamında da ele alınmalıdır. Bu dönem hem ekonomik krizlerin derinleştiği hem de devletin idari yapısının yeniden düzenlenmeye çalışıldığı bir dönüşüm sürecine işaret etmektedir (Kızılca, 2023).

Osmanlı Devleti, merkezdeki gelişmeleri taşra halkına doğrudan ve güvenilir kaynaklarla ulaştırmak amacıyla, çeşitli vilayetlerde o bölgenin adıyla anılan gazeteler yayımlamaya başlamıştır. Bu bağlamda, devlet tarafından her vilayette bir matbaa kurulması yönünde karar alınmış ve bu karar doğrultusunda yerel basın altyapısı oluşturulmuştur. Diyarbakır'da bu süreç 1868 yılında kurulan Vilayet Matbaası ile başlamış, burada basılan Diyarbekir Vilayet Gazetesi ise 3 Ağustos 1869 tarihinde yayın hayatına adım atmıştır. Bu gazete, 2 Eylül 1963 tarihine kadar kesintisiz yayımlanarak, Osmanlı'dan Cumhuriyet dönemine uzanan süreçte yerel basının en uzun soluklu yayın organlarından biri olma özelliği kazanmıştır (Kılıç, 2019). Bu çalışma, söz konusu dönüşüm sürecinde Diyarbakır'da yürütülen ilk gazetecilik faaliyetlerini tarihsel bir perspektifle ele almayı hedeflemektedir. Kentin ilk resmi ve özel gazeteleri başta olmak üzere, söz konusu gazetelerin içerikleri, kullandıkları dil, toplumsal ve siyasal bağlamda üstlendikleri roller detaylı biçimde incelenmiştir. Araştırma kapsamında dönemin gazete nüshaları, arşiv belgeleri ve ilgili literatür taranarak nitel bir çözümleme yapılmıştır. İnceleme sonucunda, yerel basının devlet- halk ilişkilerinde bir köprü vazifesi gördüğü, tespit edilmiştir. Özel yayıncılığın sınırlı olduğu II. Meşrutiyet dönemine rağmen, bu yayınlar fikir hayatına önemli katkılar sunmuştur. Bu çerçevede Diyarbakır basını, Osmanlı'nın modernleşme girişimlerinin taşradaki yansımalarını anlamak açısından önemli bir örnektir.

Osmanlı Döneminde Diyarbakır'da Yerel Basın

Anadolu'da yerel basın temelleri, yeni bir idari yapılanma doğrultusunda atılmıştır. 7 Kasım 1864 tarihinde yürürlüğe giren düzenlemeyle birlikte, idari yapılanmada sancaklar esas alınmış ve kapsamlı bir reform süreci başlatılmıştır. Bu tarihli düzenleme, uygulama bakımından diğer bölgelere örnek teşkil etmiş, bir model niteliği kazanmıştır. Gerçekten de bu sistem, Osmanlı Avrupa'sında 10 vilayet ve 44 sancakta; Osmanlı Asya'sında 16 vilayet ve 74 sancakta; Osmanlı Afrika'sında ise 1 vilayet ve 5 sancakta yürürlüğe konulmuştur. Söz konusu uygulama 22 Ocak 1871'de çıkarılan *İdare-i Umumiye-i Vilayat Nizamnamesi* ile daha da sistematik hale getirilmiştir. Bu yeni yapılandırma doğrultusunda, yerel yönetimler vilayet, sancak, kaza, nahiye ve köy düzeyinde hiyerarşik bir yapıya kavuşturulmuştur (Ortaylı, 1985).

Bu idari reformlar kapsamında, 1867 yılında kurulan Diyarbekir Vilayeti de oldukça geniş bir bölgeyi içine alacak şekilde yeniden şekillendirilmiştir. Bu vilayet; Van, Erzurum, Sivas, Rakka ve Musul vilayetleriyle çevrelenmiş bir coğrafyada yer almış ve bünyesinde Amid, Siirt, Mardin, Malatya ve Mamuratü'l-Aziz sancaklarını barındırmıştır (Atalay, 2007). 1864'teki idari reformla birlikte Eyalet sistemi kaldırılarak yerine vilayet sistemi getirildiğinde, her vilayetin ihtiyaçlarını karşılayacak bir matbaa kurulması da zorunlu hale gelmiştir. Böylece, daha önce kültürel anlamda oldukça sınırlı imkanlara sahip olan bölgelerin gelişimi hedeflenmiştir (Girgin, 2001). Yeni kurulan vilayet merkezlerinde matbaalar açılmış; bu matbaalar ilk aşamada genellikle kırtasiye işleriyle meşgul olmuşlardır. Aynı zamanda farklı alanlarda birçok bilimsel yayınlar da basılmıştır. Bu faaliyetlerin yanı sıra, birçok ilde devlet eliyle çıkarılan resmi vilayet gazeteleri bu matbaalarda yayımlanmaya başlanmıştır.

Diyarbekir Vilayet Matbaası, 1869 yılında dönemin valisi Hatunoğlu Kurt İsmail Paşa'nın girişimleriyle kurulmuştur. Aynı yıl, 3 Ağustos 1869 tarihinde ise Diyarbekir Gazetesi, Vilayet Mektubi Kalem'inin (Yazı İşleri Müdürlüğü) sorumluluğunda resmi vilayet gazetesi olarak yayımlanmaya başlamıştır. Zaman zaman yayınında kesintiler yaşamış olsa da bu gazete 1869'dan 1931 yılına kadar resmi bir yayın organı olarak işlevini sürdürmüştür. 1931 yılında özel kişilere devredilmesinin ardından da bir süreliğine aynı isimle yayımlanmaya devam etmiştir. Yayın süresinin uzunluğu ve yerel basın tarihindeki istikrarı bakımından Diyarbekir Gazetesi, Türk basın tarihinde önemli bir yere sahiptir (İlhan M.M, 1992).

Diyarbakır'da Yerel Yayın Örnekleri

Diyarbekir Gazetesi	İlk Gazete	Resmî	3 Ağustos 1869
Peyman Gazetesi	İlk Gazete	Hususi	28 Haziran 1909
Dicle Gazetesi	İlk Matbaada Gazete	Özel basılan	13 Mart 1910
Şark Yıldızı	Diyarbakır'daki İlk Süryani Gazete		16 Temmuz 1910

Tablo 1: Osmanlı döneminden, Cumhuriyet'in ilanına kadar olan dönemde Diyarbakır'da yayın hayatına başlayan gazete örnekleri.

Diyarbakir Gazetesi

1864 Vilayet Nizamnamesi uyarınca gerçekleştirilen idari reformlar çerçevesinde Diyarbakır Vilayeti 1867 yılında yeniden teşkilatlandırılmış, bu süreçte vilayet merkezlerinde resmi yayın faaliyetlerini yürütecek matbaaların kurulması öngörülmüştür (Atalay, 2006). 1868’de Diyarbakır’a vali olarak atanan Kurt İsmail Paşa, birçok alanda başlattığı reformların yanı sıra kültür ve eğitim alanında da girişimlerde bulunmuş, bu kapsamda vilayet matbaası kurdurmuştur. İç kale bölgesinde kurulan bu matbaa 3 Ağustos 1869 tarihinde, Vilayeti Mektubi Kalemî bünyesinde çıkarılan Diyarbakır Vilayet Gazetesi, vilayetteki ilk basılı yayın olarak dikkat çeker. Başlangıçta haftalık olarak salı günleri yayımlanan gazete, beşinci sayıdan itibaren perşembe günlerine kaydırılmıştır. Zamanla periyodunu artırmış ve üç sütun üzerinden dört sayfa olarak düzenlenmiş ve günlük yayınlara geçilmiştir. Yerel, ulusal ve uluslararası haberlerin yanı sıra eğitim ve kültürel içeriklere de yer verilmiştir. Yayın dili Türkçe olmakla birlikte, zaman zaman Ermenice ve Arapça ekler de yayımlanmıştır. Ancak çok dilli yayınların getirdiği maliyet nedeniyle bu uygulamalara son verilmiştir.

Gazetenin ilk yazı işleri müdürü Said Paşa olmuş, ardından Mehmet Tefik Efendi ve Talat Efendi bu görevi üstlenmiştir. 1893’te Süleyman Nazif hem matbaa müdürlüğü hem başyazarlık görevine getirilmiş, 1896’da Musul’a tayinle görevden ayrılmıştır. Gazete, vilayetin bürokratlarının yanı sıra şair ve fikir insanlarının da katkı sunduğu bir yayın organı olmuştur (Beysanoğlu).

Ziya Gökalp’in yazıları 1904-1908 yılları arasında gazetede yayımlanmış; başlangıçta isimsiz, sonraları çeşitli imzalarla yer almıştır. Mütareke döneminde yayına dair kesin bilgi bulunmamakla birlikte, 29 Ekim 1923’te yeniden çıkmaya başladığı bilinmektedir. 1931’de özel kişilere satılan gazete, 1937’de “Diyarbakır” adını almış ve 2 Eylül 1963’te kapanmıştır. Yaklaşık 94 yıllık yayın hayatıyla Türkiye’nin en eski vilayet gazeteleri arasında yer alır. Gazetenin ilk dönem nüshalarının bir kısmı Diyarbakır Ziya Gökalp Müzesi’nde, 100 sayıya kadarı ise İstanbul Atatürk Kitaplığı’nda bulunmaktadır (Tüfengil, 1954).

Diyarbakır Vilayet Gazetesi, modernleşme politikalarının bir uzantısı olarak hem bilgilendirici hem de yönlendirici bir rol üstlenmiştir. Gazetenin içerik teması büyük ölçüde yerel ve merkezi yönetim kararları, eğitim, sağlık, altyapı, kültür-sanat ve toplumsal konulara dair içerikler sunmuştur. Ziya Gökalp gibi önemli düşünürlerin katkıları, gazetenin fikir hayatına olan etkisini artırmıştır. Bu bağlamda gazete, yalnızca bir haber kaynağı değil, aynı zamanda halkı yönlendiren, bilgilendiren ve eğiten bir araç olmuştur. Toplumsal etki bakımından, halkın merkezi yönetimle bağ kurmasını sağlaması ve kamuoyu oluşturmadaki rolüyle öne çıkmıştır. Yaklaşık 94 yıl süren yayın hayatıyla Diyarbakır Vilayet Gazetesi, Osmanlı basın tarihinde önemli bir yer edinmiştir.



Görsel 1: Diyarbakir Gazetesi'ne ait görsel



Görsel 2: Diyarbakir Gazetesi'nin ilk sayısının Türkçeye çevrilmiş hali

Peyman Gazetesi

1909 yılında yayın hayatına başlayan Peyman, Diyarbakır'da II. Meşrutiyet sonrası ortaya çıkan özgürlük ortamının bir ürünü olarak, bölgenin ilk özel gazetesi olma özelliğini taşımaktadır. Gazetenin adı "Peyman" (Yemin), sembolik olarak dönemin ideolojik kararlılığını ve bir anlamda ahlaki ve fikri bağlılık ilkesini yansıtmaktadır. Gazete, ilk sayısından itibaren sadece bir haber kaynağı değil, aynı zamanda bir fikir ve kültür platformu olmayı amaçlamıştır. Sahibi ve imtiyaz müdürü Miri Katibzade Şükrü (Asena), dönemin etkili isimlerinden biri olup aynı zamanda yayın politikasını şekillendiren başlıca aktörlerden biridir. Başlangıçta baş yazarlığını A. Baki yürütmüş, sonraki sayılarda bu görev A.C. olarak belirtilen başka bir şahsa geçmiştir.

Gazetenin sayfa düzeni ve teknik özellikleri de dönemin taşra matbuatında rastlanan nitelikler taşır: 25x37 cm boyutlarında, üç sütunlu tabloid biçiminde ve genellikle dört sayfa halinde yayımlanmıştır. Haftalık periyotlarla çıkan bu gazete, sadece Meşrutiyet'in ilanına denk gelen özel bir sayıda sekiz sayfa basılmıştır. İlk sayılardan itibaren içerdiği fikir yazıları, yorumlar, makaleler ve şiirlerle daha çok entelektüel bir okuyucuya hitap ettiği görülmektedir. Yayın yeri olarak Diyarbakir Vilayet Matbaası tercih edilmiş, gazetenin satış noktası ise Kitapçılar Kapısı civarında yer alan çeşitli mağazalar olmuştur. Bu durum, gazetenin hem resmi makamlarla temas halinde olduğu, hem de kent merkezindeki kültürel ve entelektüel çevreye kolay erişim sağladığı anlamına gelir. Yıllık abonelik ücretinin posta giderleriyle birlikte 32 kuruş olması da dönemin ekonomik yapısı ve okur profili hakkında fikir vermektedir (Issı, 2012).

Gazetenin dili, dönemine göre sadeleşme çabası gösteren ancak Osmanlıcadan tam anlamıyla kopmamış bir Osmanlı Türkçesiyle kaleme alınmıştır. İçerikte siyasi, sosyal ve kültürel meseleler önemli bir yer tutar. "Osmanlılık" teması başlangıçta yayın politikasını belirlerken, zamanla özellikle Ziya Gökalp'in etkisiyle İttihat ve Terakki fikriyatına yakınlaşmıştır. "Yeni Osmanlılık", "Yeni Türklük", "Devletin Gençleşmesi" gibi yazı başlıkları, bu ideolojik değişimin çizelgelerini ortaya koyar. Gazete de yazar çeşitliliği sınırlıdır. Yazıların çoğu imzasız yayımlanmış olsa da A.A mahlasıyla yazan Amir Adil, Pirinçizade Feyzi, Yüzbaşı Mazhar ve Şükrü Asena gibi isimler, gazetenin fikri omurgasını oluşturmuştur. Ayrıca Ziya Gökalp'in ilk on sayıda yer alan mahlaslı ve imzasız yazıları, gazetenin ideolojik ve edebi düzeyini yükseltmiştir (Beysanoğlu, 1956).

Peyman, Diyarbakır'da kamuoyunun oluşmasında, siyasi ve kültürel bilinçlenmede önemli bir aracı kurum olmuştur. Yerel entelektüellerin sesi olan gazete, sadece bir haber kaynağı olmayıp bireylerin toplumsal meseleler karşısındaki duyarlılıklarını besleyen bir mecra olmuştur. Bu anlamda, Diyarbakır'da modern anlamda basın geleneğinin başlamasında öncü bir rol üstlenmiştir.



Görsel 3: Peyman Gazetesi.

Dicle Gazetesi

Dicle Gazetesi, Diyarbakır'da, Osmanlı Devleti'nin son dönemlerinde özel bir matbaada basılmaya başlanmış olan önemli bir yayındır. Peyman Gazetesi'nin ardından yayımlanan ikinci özel gazete olarak dikkat çeker. Dicle'nin matbaada basılması, Diyarbakır'da basın tarihinin bir dönüm noktasını simgeler, çünkü bu, ilk özel matbaa olan Dicle Matbaası'nda gerçekleşmiştir. 13 Mart 1910'da yayın hayatına başlayan Dicle, haftalık bir süreliğe sahip olup, her pazartesi yayımlanmıştır. Gazete, dört yıl süresince yayımlanmış ve toplamda 89 sayı çıkmıştır. Ancak, 13 Mayıs 1913 tarihinden itibaren Dicle, yayın hayatına yeni bir başlıkla, "Dicle" adı altında devam etmiştir. Yazar kadrosunun değişmemesi, gazetenin siyasi ve toplumsal çizgisinin sürekliliğini göstermektedir. Dicle Gazetesi'nin dili, Osmanlıcılığa dayalı, halkı bilinçlendirme ve eğitime amacı güden bir üsluba sahipti. Bu bağlamda, gazetenin dili yalnızca haber vermekle kalmamış, aynı zamanda halkı milli duygularla bütünleştirmeyi amaçlayan bir araç olarak kullanılmıştır. Yazar kadrosunda yer alan Velibabazade Veli, Necdet, Timuçin. Agop Papazyan gibi isimlerin düşünsel yönelimleri, gazetenin yayın politikalarını etkileyen başlıca faktörlerdir. Her ne kadar Ziya Gökalp'in ismi bazı kaynaklarda anılsa da dönemin yerel tarihine dair yapılan araştırmalar, Gökalp'in bu gazeteyle hiçbir bağlantısı olmadığını ortaya koymuştur (Tütengil, 1954).

Gazetenin teması da geniş bir toplumsal spektrumu kapsayacak şekilde şekillendirmiştir. Dicle Gazetesi'nde yer alan yazılar, sadece siyasi gelişmeleri değil, aynı zamanda yerel sorunları da gündeme getirmiştir. Diyarbakır'a dair özellikle eğitim, kalkınma ve yönetimle ilgili çözüm önerileri sunan yazılar kaleme alınmıştır. Gazete, toplumun farklı kesimlerinin sorunlarına çözüm arayışlarını da içerdiğinden, toplum tahlili yapmayı hedefleyen bir yaklaşım benimsemiştir. Çiftçi, köylü ve aşiretler gibi toplum kesimlerinin dertlerine duyarlı bir yayın anlayışı izlenmiştir. Ancak gazetenin yayın sürecinde çeşitli mali zorluklar yaşanmış ve bu da gazetenin sürekliliğini etkilemiştir. Yazar kadrosu, gazetenin finansal sıkıntılarına karşı dayanışma gösterse de matbaanın teknik yetersizlikleri, adres değişiklikleri ve bayram gibi sebeplerden dolayı bazı sayılar yayımlanamamıştır. Bu tür zorluklar, gazetenin etkinliğini sınırlamış olsa da Dicle'nin bu zorluklarla başa çıkmak için düzenlediği çeşitli etkinlikler, yerel halkın gazetenin sürdürülebilirliğine olan katkısını da gözler önüne sermektedir. Dicle Gazetesi, Osmanlı Devleti'nin son yıllarında Diyarbakır'da yayınlanan en önemli gazetelerden biri olarak, toplumsal ve kültürel bir misyon üstlenmiştir. 90. Sayıdan itibaren yerini "Diyarbakır'da Dicle" gazetesine bırakmıştır (Bingöl, 2020).



Görsel 3: Dicle Gazetesi 1.sayfı.

Şark Yıldızı (Kevkeb Medinho) Gazetesi

Şark Yıldızı Gazetesi Osmanlı döneminde, özellikle Tanzimat sonrası yapılan gayrimüslimlere yönelik düzenlemeler ışığında, Diyarbakır'da Süryani Cemaati tarafından yayınlanmaya başlanmış önemli bir yayındır. Gayrimüslim cemaatlerin organize olma süreçleri ve toplumsal katılımlarının arttığı dönemde, Süryani Cemaati de kültürel ve toplumsal faaliyetler çerçevesinde basın hayatına adım atmıştır. Bu dönemin öne çıkan isimlerinden biri, Türk Süryaniliğinde önemli bir yer edinmiş olan Naum Faik (Palak) olup, aynı zamanda İntibah adlı bir cemiyet kurmuştur. Süryani toplumu, dönemin siyasi ve kültürel atmosferine uygun bir şekilde, kendilerini ifade etmek ve toplumsal sorunları dile getirmek amacıyla gazeteciliğe yönelmiştir. Bu bağlamda Şark Yıldızı, Süryani cemaatinin sesini duyurmak adına önemli bir mecra olmuştur (Şimşek, 2022).

Gazetenin başlangıçta bir dergi olarak çıkması planlanmış, ancak baskı zorlukları ve maddi sıkıntılar nedeniyle gazete formatında yayımlanmasına karar verilmiştir. 27 Nisan 1910'da ilk sayısı yayınlanan Şark Yıldızı 25x36 cm ebatlarında, çift sütun ve 8 sayfa olarak Süryanice harflerle basılmıştır (Kılıçarslan, 2015). Bununla birlikte, gazete Türkçe ve Arapça yazılara da yer vermiştir. Gazetenin yayın hayatı, dönemin zorluklarına rağmen 1912 yılında sona ermiştir. Yayın serüveninde, ilk yıl 26, ikinci yıl ise 17 sayı çıkabilmiştir. Şark Yıldızı'nın dili ve teması, Süryani Cemaati'nin hem yerel hem de Osmanlı İmparatorluğu içindeki kimliğini ve toplumsal varlığını ifade etme amacı taşıyordu. Gazetede, Süryanice yazılar ağırlıklı olmakla birlikte, Türkçe ve Arapça yazılarla da cemaatin daha geniş bir okuyucu kitlesine ulaşma hedefi güdülmüştür. Dilin kullanımı, cemaatin çok dilli ve çok kültürlü yapısını yansıtmaktadır. Bu çok dillilik, Osmanlı İmparatorluğu'ndaki etnik çeşitliliğin bir yansıması olarak, gazetenin tematik çeşitliliğine de zemin hazırlamıştır. Gazete, Süryani toplumunun kültürel, sosyal ve dini meselelerini ele alarak, bu topluluğun Osmanlı İmparatorluğu içinde sahip olduğu yerin altını çizmiştir (Şimşek, 2022).

Şark Yıldızı Gazetesinin teması, Süryani topluluğunun ihtiyaçlarına ve sorunlarına duyarlı bir yayın çizgisi izlemiştir. Gazetede, toplumun eğitimi, dini özgürlükleri, kültürel mirası ve Osmanlı İmparatorluğu'ndaki politik gelişmelerle olan ilişkileri gibi meseleler geniş yer bulmuştur. Süryani Cemaati'nin siyasi ve kültürel talepleri, gazetede yayımlanan yazılarda vurgulanmış, toplumsal bütünleşme ve milli kimlik oluşturma gayesiyle kamuoyuna duyurulmuştur. Bu yazılar, cemaatin kendi kimliğini koruma ve aynı zamanda Osmanlı İmparatorluğu içindeki yerini daha sağlamlaştırma amacını taşımaktadır. Gazetenin yayın hayatına son vermesinin sebepleri arasında, tıpkı diğer yerel yayınlar gibi, ekonomik sıkıntılar ve matbaanın sınırlı imkânları etkili olmuştur. Ayrıca gazetenin yayın sürecinde karşılaşılan baskı zorlukları da gazetenin sürekliliğini zorlaştıran önemli bir faktör olmuştur. Ancak Şark Yıldızı, kısa süreli yayın hayatına rağmen Süryani Cemaati'nin tarihindeki önemli bir basın girişimi olarak kaydedilmiştir (Tütengil, 1954).

Osmanlı Dönemi'nde Diyarbakır'da Yayımlanan Gazeteler

Gazete Adı	Yayın Tarihi	İmtiyaz Sahibi
Diyarbakır	1869	Resmî Gazete
Budnina	1875	Bulgar Yanko Koçev
Bahar	1898	Ziya Gökalp
Amid-i Sevda	1909	Mehmet Şükri Diyarbakiri
Peyman	1909	Ziya Gökalp
Mücahid	1911	Mehmed Tevfik
Şifuro	1913	Bişar Hilmi
Dicle-Diyarbakır'da Dicle	1910-1913	Attatzade Hakkı
Gazi	1919	Kürdistan Cemiyeti
Hukuk-Beşer	1919	Osman Nevres
İrade-i Milliye	1919	Sefahattin Ulusalark
Hakimiyet-i Milliye	1920	Nizamettin Nazif
Küçük Mecmua	1922	Ziya Gökalp

Sonuç

Diyarbakır'da basının gelişimi hem siyasal merkezden gelen yönlendirmeler hem de yerel toplulukların kendilerini ifade etme ihtiyaçları doğrultusunda şekillenmiştir. Yapılan araştırmada, 3 Ağustos 1869 tarihinde yayın hayatına başlayan *Diyarbakır Gazetesi*, Diyarbakır'ın ilk resmî gazetesi olarak öncelikli olarak devletin görüş ve kararlarını halka duyurma görevini üstlenmiştir. Bu gazete devlet ile halk arasında bir iletişim köprüsü işlevi görmüştür. 28 Haziran 1909 yılında yayımlanan Peyman Gazetesi ile birlikte özel girişimlere dayalı gazetecilik dönemi başlamış, böylece farklı fikirlerin ve toplumsal sorunların daha özgür bir biçimde tartışılabildiği bir ortam oluşmuştur.

Araştırmada ulaşılan diğer önemli bulgu ise 13 Mart 1910 tarihinde basılmaya başlayan *Dicle Gazetesi*'nin Diyarbakır'da ilk kez özel matbaa kullanılarak basılan gazete olmasıdır. Bu gelişme, teknik kapasitenin arttığını ve basının daha geniş kitlelere ulaşma imkanının doğduğunu göstermektedir. Ayrıca, 16 Temmuz 1910'da yayımlanan *Şark Yıldızı Gazetesi*, Diyarbakır'daki Süryani topluluğunun kendi kimliğini ve kültürel değerlerini ifade edebildiği ilk yayın organı olarak dikkat çekmektedir. Genel olarak Diyarbakır'da gazete yayıncılığı, sadece haber verme amacı taşımamış; aynı zamanda yerel kimliğin inşasında, çok kültürlü yapının

korunmasında ve toplumsal belleğin oluşmasında da belirleyici bir rol oynamıştır. Bu bağlamda basın faaliyetleri, dönemin politik ikliminin ve yerel toplumsal dinamiklerin anlaşılması açısından önemli bir kaynak niteliği taşımaktadır.

Çalışma, ilk basın faaliyetleri bakımından örnek bir kaynaktır. Osmanlı Dönemi'nde Diyarbakır'da yayımlanan gazetelerin isimleri yapılan araştırmada mevcuttur. Bu araştırmadan yola çıkarak daha geniş ve kapsamlı araştırmalar için Osmanlı Dönemi'nde yayımlanan diğer gazetelerin incelenmesi önerilir.

Kaynakça

- Atalay, T. (2006). Yerel bir tarihi kaynak olarak Diyarbakır Vilayet Gazetesi ve Ermeniler. *AÜİFD*, 1(4).
- Atalay, T. (2007). Diyar-ı Bekir Vilayet Gazetesi'nde Çapakçur ve Genç. *I. Bingöl Sempozyumu*, Bingöl Tarih ve Kültür Araştırmaları Dergisi Yayınları, 1, 105–115.
- Beysanoğlu, Ş. (1956). *Ziya Gökalp'ın ilk yazı hayatı*. Diyarbakır.
- Beysanoğlu, Ş. (1963). *Bütün cepheleleri ile Diyarbakır*. İstanbul: Şehir Matbaası.
- Beysanoğlu, Ş. (1970). *Basın ve yayın dünyamızda Diyarbakır*. Ankara.
- Beysanoğlu, Ş. (1998). *Anıtları ve kitabeleriyle Diyarbakır tarihi*. Ankara.
- Beysanoğlu, Ş. (t.y.). 100. yılında Diyarbakır basını, "Gazeteler", *Diyarbakır Gazetesi*, *Kara Amid Dergisi*, 2.
- Bingöl, Ş. (2020). İttihat ve Terakki döneminde Diyarbakır'da yerel basın: Dicle Gazetesi örneği (1911-1915). *Şarkiyat*, 12(1), 258–276.
- Bingöl, Ş. (2020). İttihat ve Terakki döneminde Diyarbakır'da yerel basın: Dicle Gazetesi örneği (1911-1915). *Dicle Gazetesi* 1. Sayı Görsel
- Diyarbakır. (1869, 26 Haziran). *Diyarbakır Gazetesi* (Sayı: 1). Osmanlıca Gazeteler Arşivi. <https://www.osmanlicagazeteler.org/Oku.php?id=8848>
- Girgin, A. (2001). *Türk basın tarihinde yerel gazetecilik*. İstanbul: İnkılap Yayınları.
- Issı, M. (2012). Peyman, Diyarbakır'ın ilk hususi gazetesi. *E-Şarkiyat İlmi Araştırmalar Dergisi*, 91–115.
- İlhan, M. M. (1992). Şevket Beysanoğlu, *Anıtları ve Kitabeleri ile Diyarbakır Tarihi*, 1. cilt: Başlangıçtan Akkoyunlular'a kadar, Ankara 1987; 2. cilt: Akkoyunlular'dan Cumhuriyete kadar, Ankara 1990: Diyarbakır Belediyesi yayınları [Kitap tanıtımı]. *Belleten*, 56(217), 1111–1114.
- Kaçmaz, A. (2012). *Osmanlı'dan günümüze Diyarbakır'da yerel basın* [Yüksek lisans tezi, Harran Üniversitesi]. Harran Üniversitesi Kurumsal Akademik Arşiv.
- Kılıç, N. (2019). Diyarbakır Vilayet Matbaası'nın yerel basın gelişimine katkısı (1868–1923). In *Tanzimat'tan Günümüze Diyarbakır* (Cilt 3, s. 371–391). Manas Yayıncılık.
- Kızılca, G. K. (2023). Osmanlı gazeteciliği ve ahaliye ulaşmak, ahaliyi görünür kılmak: Tasvir-i Efkâr örneği. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 78(1), 167–190.
- Şimşek M. (2022). *Suryaniler.Com*. (t.y.). *Diyarbakır'da Süryaniler ve Süryani Kültürü*. Erişim adresi: <http://www.suryaniler.com/kultur-sanat.asp?id=1419> (Erişim tarihi: 20 Nisan 2025)
- Ortaylı, İ. (1985). Tanzimat ve Meşrutiyet döneminde yerel yönetimler. In *Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Türkiye Ansiklopedisi* (Cilt 1, ss. 231–244). İletişim Yayınları.
- Öner, S. (2011). Türk basının ilk resmî gazetesi Takvim-i Vekâyi'de padişah portresine ilişkin haberler. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (151).
- Pasurun Sesi. (2021, 28 Ocak). Diyarbakır'da çıkan ilk özel gazete: Peyman. *Pasurun Sesi*. <https://www.pasurunsesi.com/diyarbakirda-cikan-ilk-ozel-gazete-peyman/>
- Tütengil, C. O. (1954). *Diyarbakır Basın Tarihi Üzerine Notlar*. İstanbul: İstanbul Matbaası.



15.09.2026

Yerel Medya Girişimciliği: Bolu Örneği Local Media Entrepreneurship: The Case of Bolu

Lara KIRMUSAOĞLU¹ Himmet KARADAL²

Geliş Tarihi (Received): 01.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 02.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Öz: Dijital teknolojilerin hızlı gelişimi, medya sektöründe köklü bir dönüşüm başlatarak medya girişimciliği kavramını hem akademik hem de pratik alanda kritik bir konuma taşımıştır. Reklam gelirlerindeki daralma ve dönüşen haber tüketim alışkanlıkları; yerel gündemi aktaran, kamusal iletişim alanını besleyen ve kent toplumsal hafızasını oluşturan yerel medyanın yeniden yapılanmasını zorunlu kılmıştır. Günümüzde yerel medya kuruluşları; ekonomik sürdürülebilirlik, nitelikli insan kaynağına erişim, dijital platformlara uyum ve artan rekabet koşulları gibi çok boyutlu sorunlarla karşı karşıyadır. Bu nedenle yerel medya girişimciliği, yalnızca bir yayıncılık faaliyeti değil; inovasyon, teknoloji, finans ve insan kaynakları yönetimini kapsayan bütüncül bir süreçtir. Bu çalışmanın temel amacı, yerel medya girişimciliğinin mevcut durumunu, karşılaştığı temel sorunları ve geleceğe yönelik stratejik yaklaşımları analiz etmektir. Nitel araştırma yöntemi çerçevesinde tasarlanan çalışmada, veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme tekniği tercih edilmiştir. Araştırmanın örneklemini, Bolu ilinde faaliyet gösteren gazete, dergi ve dijital yayıncılık temelli medya kuruluşlarının sahipleri ve karar verici konumundaki yöneticileri oluşturmaktadır. Görüşmeler vasıtasıyla elde edilen veriler, nitel veri analizi yöntemlerinden içerik analizi tekniği kullanılarak değerlendirilmiştir. Analiz sürecinde veriler tematik olarak sınıflandırılarak yerel medya girişimciliğinin ekonomik, yönetsel ve dijital dönüşüm boyutları detaylı biçimde ortaya konulmuştur. Sonuç olarak araştırma, Bolu ili örneği üzerinden yerel medyanın mevcut yapısını, finansal ve beşeri koşullarını, dijital dönüşüm süreçlerini ve girişimcilerin geliştirdiği çözüm stratejilerini incelemektedir. Çalışma, medya sahiplerinin sektörel algılarını ve sürdürülebilirlik yaklaşımlarını görünür kılarak hem yerel medya literatürüne hem de uygulamaya yönelik katkılar sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yerel medya, medya girişimciliği, yerel medya girişimciliği, Bolu.

&

Abstract: The rapid development of digital technologies has initiated a profound transformation in the media sector, elevating the concept of media entrepreneurship to a critical position in both academic and practical spheres. Shrinking advertising revenues and shifting news consumption habits have necessitated the restructuring of local media—an entity that conveys local agendas, nourishes the public sphere of communication, and shapes the collective social memory of the city. Today, local media organizations face multifaceted challenges, including economic sustainability, access to skilled human resources, adaptation to digital platforms, and intensifying competition. Consequently, local media entrepreneurship is not merely a publishing activity but a holistic process encompassing innovation, technology, finance, and human resource management. The primary objective of this study is to analyze the current state of local media entrepreneurship, the fundamental challenges it faces, and strategic approaches for the future. Designed within a qualitative research framework, the study employs semi-structured in-depth interviews as the data collection method. The research sample consists of owners and decision-making executives of media organizations—spanning newspapers, magazines, and digital publishing—operating in the province of Bolu. Data obtained through interviews were evaluated using content analysis, a qualitative data analysis technique. During the analysis process, data were thematically classified to elucidate the economic, managerial, and digital transformation dimensions of local media entrepreneurship in detail. Ultimately, the study examines the current structure, financial and human resource conditions, digital transformation processes, and solution strategies developed by entrepreneurs within the local media sector, using Bolu as a case study. The study contributes to both the local media literature and practice by shedding light on the sectoral perceptions and sustainability approaches of media owners.

Keywords: Local media, media entrepreneurship, local media entrepreneurship, Bolu.

Atıf/Cite as Kirmızaoğlu, L., & Karadal, H. (2026). *Local Media Entrepreneurship: The Case of Bolu*. BAİBÜİLEF-İĞ 2026: 3. Uluslararası İletişim Günleri Sempozyumu, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu, Türkiye.

İntihal-Plagiarizm/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Doktora Öğrencisi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, e-posta: kirmusaoglu.lara@gmail.com, ORCID: 0000-0002-8994-5486

² Prof. Dr., Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, e-posta: hkaradal@gmail.com, ORCID: 0000-0002-8050-5564

Giriş

Dijitalleşmenin medyaya getirdiği yenilik yalnızca teknik açıdan değil aynı zamanda haberin üretim şekli, içeriğini oluşturmaya, reklam modellerini, izleyici ya da etkileşim kurduğu bağlantılarıyla iletişim kurma şekline kadar medya ekosisteminde bir devrim yaratmıştır. Bu değişim ve dönüşüm, medya kuruluşlarının ekonomik olarak sürdürülebilirlik becerilerini, kurumsallaşma ve stratejik yönetim kapasitelerini de tekrar tekrar düşünüp yöntem geliştirmelerini gerekli kılmıştır (Achtenhagen, 2017, ss. 1-10).

Yerel medya var olduğu şehrin gündemini yerel halka aktaran, kamusal iletişimi besleyen ve toplumsal hafızanın oluşup gelişmesine katkıda bulunan önemli bir iletişim kurumu olarak bilinmektedir. Fakat güncel dijital çağımızda yerel medya kuruluşları, ekonomik bağlamda sürdürülebilirlik, nitelikli insan kaynağına erişim ve sürekli gelişen ve değişen platformlarla rekabet içinde olarak ortaya çıkan yapısal sorunlarla mücadele etmek zorunda kalmıştır. Abernathy'nin (2018, 2020) “haber çölü” kavramıyla tanımladığı üzere, yaşanan bu daha fazla üzerinin kapatılmaması gereken problemlerin çözümsüz kalması takdirde küçük ve orta ölçekli toplulukların güvenilir yerel bilgiye erişimi sınırlanır ve hatta yok olmaktadır.

Yerel medyayı yalnızca “yerel habercilik” olarak değerlendirmek sınırlı bir bakış açısı olmakla birlikte küçük toplulukların kendi var olduğu çevredeki bilgiye erişimleri de oldukça önemlidir. Günümüzde yerel medya sahipleri ve yöneticileri sorunların ortaya çıkardığı küçülme ile birlikte bir yandan gazeteci, bir yandan yayıncı, işletmeci, dijital içerik üreticisi ve girişimci şapkasını aynı anda takmak zorunda kalmaktadır (Horst ve Murschetz, 2019, ss. 1-26).

Bolu orta ölçekli bir il olarak basılı, dijital, görsel medyayı bünyesinde barındırmasıyla yerel medya ekosisteminin bütünlüklü şekilde incelemeye imkan sağlayan bir örnek alan niteliği taşımaktadır. Bu çalışmada, Bolu ilinde faaliyet gösteren yerel medya kuruluşlarını medya girişimciliği bağlamında incelemeyi amaçlanmış, medya girişimciliğinin güncel durumunu, karşılaşılan problemleri ve buna dair geliştirilmek istenen geleceğe dair stratejik yaklaşımların analiz edilmesi hedeflenmiştir.

Kavramsal Çerçeve ve Literatür

Medya Girişimciliği: Kavram ve Kapsam

Medya girişimciliği; medya pazarındaki boşlukları profesyonelce tespit edilip inovasyona uygun içerik ve dağıtım modelleri oluşturan ve sürdürülebilir iş modelleri kuran bir faaliyetir. Aslında bu tanımla birlikte medya girişimciliğinin sadece yayıncılık olarak basite indirgenemeyen bir faaliyet olmadığı, iş kolunun içerisinde inovasyon, insan kaynakları yönetimi, teknoloji ve finansal kaynakların stratejik yönetimi de bulunduğu için geniş perspektifte bir girişimcilik şekli olduğunun altı çizilmektedir (Khajeheian, 2017, ss. 91-113).

Horst ve Murschetz (2019) ise stratejik medya girişimciliği kavramını daha da geliştirerek ele almışlar ve bu alanın yalnızca fikir üretmekle sınırlı olamayacağını belirtmişlerdir. Onlara göre stratejik medya girişimciliği bir vizyon geliştirme, çeşitli fırsatları görüp değerlendirme ve bunları stratejik şekilde ele alıp planlama, insan kaynağını yönetme, ağ kurma, yaratıcılığın gelişmesine öncülük etme süreçleriyle açıklanması gerekmektedir. Yani medya girişimciliği durmadan değişen piyasa koşullarına dair sürdürülebilir stratejiler geliştirme becerisiyle direkt ilişkilidir (Horst & Murschetz, 2019, ss. 1-26).

Dolayısıyla medya girişimciliği kavramı, yerel medya kuruluşlarını anlamaya dair de oldukça kritik ve önemli kuramsal zemin açığa çıkarmaktadır. Günümüzde yerel medya sahipleri ya da yöneticilerinin sadece haber üretim öncüsü olmakla kalmayıp bununla birlikte reklam ilişkilerini yöneten, dijital platformlara oryante olmaya çalışan, insan kaynağı problemleriyle başa çıkmaya çalışan ve ekonomik sürdürülebilirlik stratejileri geliştiren girişimci aktörleri haline geldikleri görülmektedir (Achtenhagen, 2017, ss. 1-10; Horst & Murschetz, 2019, ss. 1-26).

Yerel Medya Girişimciliği: Dijital ağda Sorunlar ve Fırsatlar

Yerel medya bütünsel olarak değerlendirildiğinde ulusal ve uluslararası medyadan aslen tamamen ayrışan bir mantık üzerine inşa edilmiştir. Bir haberin değeri, coğrafi olarak haberi alana olan yakınlığıyla doğru orantılıdır. Yani bir belediyenin aldığı karar, ulusal medya için hiçbir haber değeri taşımayabilir; ancak o şehrin sakini bir vatandaş için direkt gündelik yaşamını etkileyen önemli bir bilgidir. Dolayısıyla yerel medya, ortak mekânda ya da yakın yaşıyan insanlar arasında anlam, bilgi ve haber sağlayan özgün bir iletişim kurumudur. Nielsen (2015), bu işlevi “kilit taşı medya” kavramıyla açıklamıştır. Ona göre; aynı bir kemerin kilit taşı gibi, yerel gazete ya da tv kanalı ortadan kalkarsa yerel bilgi alma ekosistemi de doğrudan çökecektir. Çünkü belediye meclisini, yerel seçimleri ve şehrin içerisinde meydana gelen yapısal sorunları takip eden başka bir kurum yoktur. Sonuç olarak da bir yerel medya kuruluşunun kapanması ekonomik iflastan ziyade demokratik bir yıkım olacaktır. Bu çerçeveden bakıldığında görölmektedir ki; o şehirde artık yerel yönetim denetlenemez, toplumsal sorunlar gösterilemez olduğunda vatandaşlar karar alma süreçlerinden kopmuş olacaktırlar.

Abernathy (2018, 2020), Amerika Birleşik Devletleri'ndeki yerel haber içeriği kaybını “haber çölü” ismiyle kavramsallaştırmış ve bu çöllerin özellikle ekonomik bakımdan çok daha sınırlı ve kırılğan bölgelerde arttığını ortaya koymuştur. Türkiye'nin yerel medya yapısı ABD ile tamamen aynı olmasa da de bu kavramsal çerçeve; Bolu gibi orta ölçekli şehirlerde yerel medya kuruluşlarının yaşıadığı çeşitli baskı ve problemleri araştırıp anlamlandırmak adına önemli bir araç sunmaktadır.

Yerel medyada dijitalle geçiş hem tehdit hem de fırsatlar sunmaktadır. Gulyas ve Hess (2023), dijital yerel gazeteciliği “topluluk”, “taahhüt” ve “devamlılık” olarak üç maddeyle ele almış ve başarılı olan dijital yerel girişimcilerin bunları dengeli şekilde yönettiklerini ortaya koymuşlardır. Öte yandan Waschková Císařová (2023), yerel basının dijitalle uyumlanma sürecini genellikle yüksek bir motivasyonla başlatıp zamanla sessizce bırakarak yok olduğu sonucuna varmışlardır. Wahl-Jorgensen (2023) ise, İngiltere'deki yerel girişim editörleriyle yaptığı derinlemesine görüşmeler sonucunda girişimcilerin karar alma süreçlerinde ekonomik koşullar kadar idealist olmalarının ve motivasyonların da belirleyici olduğunu göstermiştir.

Türkiye özelinde konuya dair literatür incelendiğinde; yerel medyanın dijital dönüşüm sürecindeki problemlerin bölgesel örnekler üzerinden ele alındığı görölmekle birlikte, dijitalleşmenin yerel medya için hem çeşitli fırsatlar sunduğu hem de yeni sorunlar ürettiğini göstermiştir.

Arvas, yerel basının dijital döneme geçişte basılı yayıncılığın küçölmesi, internet gazeteciliğine geçiş, reklam gelirlerinin ciddi şekilde daralması, dijitalde artan rekabet, resmi ilan sistemi ve yeni teknolojiye uyumlanma gibi problemlerin doğduğunu belirtmektedir. Ayrıca resmi ilan ve reklam gelirlerinden haksız kazanç elde etmek amacıyla kurulan “naylon gazete” tartışması öne çıkan sorun alanlarıdır. Dijitalle geçiş haberin üretiminde ve dağıtımında kolaylık sağlamasının yanı sıra bu süreç yerel medyanın sürdürülebilirliği açısından kritiktir (Arvas, 2019, ss. 97-110).

Yılar ve şen (2022) Elazığ örneğinde, Tunca ve ağlar (2022) Antalya örneğinde bu dönüşümü incelemiştir. Köseoğlu (2017) ise Tekirdağ örneği üzerinden dijital ortamda yerel basının yaşıadığı sorunları ele almışlardır.

Çelikbaş ve Özsoy'un çalışması, araştırmamızın doğrudan temas edeceği temel kaynaklardan biridir. Çünkü Bolu yerel medyasına dair bu araştırma, dijitalleşme sürecinin yerel medya üzerindeki etkilerini incelemiş olup avantajları ve dezavantajları olduğu sonucuna ulaşmıştır. Araştırmada bu dönüşümde haberin aktarımı ve yayılımı hız ve etkileşim oluşturmasına rağmen güvenirlilik konusunda problemlerin meydana geldiği belirtilmiştir (elikbaş ve Özsoy, 2022, ss. 1-33). Ancak mevcut çalışma yerel medya sahiplerini ve yöneticilerini girişimci aktörler olarak merkeze alan bir tartışma kurmamıştır.

Dolayısıyla görölmektedir ki; Bolu'daki yerel medyayı bir girişimcilik perspektifinden ve medya sahiplerinin stratejik yaklaşımları çerçevesinde ele almış bütönlüşek bir nitel araştırma literatürde yer almamaktadır. Bu alışma literatürdeki bu söz konusu boşluğu doldurup, katkı sunmayı hedeflemektedir.

Ekonomik Sürdürülebilirlik ve Gelir Modeli Sorunu

Yerel medya girişimciliğinde en problem yaşanan konulardan biri de ekonomik sürdürülebilirliktir. Dijitalleşme ile birlikte haberde üretimin artması ve dağıtım maliyetlerinde ise azalma meydana gelse de sürdürülebilirlik için gelir modeli oluşturmak konusunda zorluk yaşanmaktadır (Arvas, 2019, ss. 97-110).

Doğal olarak basılı gazete satışlarındaki azalma, reklamların dijital platformlara verilmesiyle buradan gelecek gelirlerin kıtlaşması, sosyal medya vasıtasıyla ücretsiz olarak haber tüketiminin artması ve yerel reklamların sınırlılığı yerel medyayı ekonomik olarak strese sokmaktadır (Çelikbaş ve Özsoy, 2022, ss. 1-33). Dolayısıyla yerel medya girişimciliği, sadece dijital mecra da var olmakla yetinmemekte, gelir çeşitliliğini artırma, yerel reklam verenlerle iyi ilişkiler içerisinde olabilmek dijital platformlarda da görünür olabilmek ve kalabilmekle de doğru orantılıdır (Horst ve Murschetz, 2019, ss. 1-26).

Bolu örneğinde bu durum kritik önemdedir. Bunun sebebi de ne yazık ki yerel medya kuruluşlarının ulusal yayın yapan medya şirketleri gibi geniş reklam havuzları ya da büyük sermaye kaynakları yoktur. Bu sebeple küçük şehirlerdeki medya organlarının mevcut gelir kaynaklarıyla yayıncılığa devam edebilmesi, gelir kaynaklarının tükenmemesi medya patronunun girişimciliğe dair becerileriyle de ilişkilidir.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmanın amacı, Bolu ilinde faaliyet göstermekte olan yerel medya kuruluşlarının mevcut durumunu medya girişimciliği bakış açısıyla analiz etmektir. Çalışmada yerel medya sahipleri, karar vericileri ya da yöneticilerin dijitalleşme, ekonomik sürdürülebilirlik, insan kaynağı, kurumsallaşma ve geleceğe dair stratejilerine ilişkin görüşlerinin ortaya konulması hedeflenmektedir.

Çalışmanın önemi, yerel medya literatüründe çoğunlukla dijitalleşme, yerel basın sorunları ve haber üretim pratikleri üzerinden ele alınan tartışmayı girişimcilik perspektifiyle genişletmesinden kaynaklanmaktadır. Türkiye’de yerel medya girişimciliğinin direkt merkeze alınarak yerel medyanın mevcut durumunu anlamlandırmayı hedefleyen çalışmaların sınırlılığı, Bolu ili örneği ile yapılacak bu araştırmayı anlamlı kılmaktadır.

Bu çalışma, daha önce Bolu yerel medyasının dijitalleşme sürecindeki sorunlarını ele alan araştırmalarla ilişki kurmakla birlikte onlardan farklı olarak yerel medya aktörlerini sadece çeşitli sorun ve problemlerle karşı karşıya olan kurumlar olarak değil, mevcut problemlere karşı çözüm üretmeye dair strateji geliştiren “yerel medya girişimcileri” olarak değerlendirmeyi önermektedir (Çelikbaş & Özsoy, 2022, ss. 1-33).

Araştırma Soruları

Bu çalışma kapsamında aşağıdaki araştırma sorularına yanıt aranmıştır:

1. Bolu’daki yerel medya sahipleri ve yöneticileri yerel medya girişimciliğini nasıl tanımlamaktadır?
2. Bolu’daki yerel medya kuruluşlarının temel gelir kaynakları nelerdir?
3. Medyanın dijitalleşmesi, yerel medya kuruluşlarının yayıncılık alışkanlıklarını ve gelir modellerini ne şekilde dönüştürmelerine sebebiyet vermiştir?
4. Yerel medya girişimcileri ekonomik olarak sürdürülebilirlik sağlamak için hangi stratejileri geliştirmektedir?
5. Yerel medya kuruluşlarında insan kaynağı, kurumsallaşma ve dijital beceri sorunları nasıl deneyimlenmektedir?
6. Bolu’daki yerel medya girişimcileri, yerel medyanın geleceğini nasıl görmektedir?

Araştırmanın Yöntemi

Bu alışma, Bolu’da faaliyet gösteren yerel medya kuruluşlarının sahipleri ya da yöneticilerinin yerel medya girişimciliğine dair yaşadıkları deneyimlerini, yerel medya kuruluşlarının mevcut durumunu, güncel yayın hayatındaki çeşitli problem alanlarını ve stratejik yaklaşımlarını anlamaya dair nitel bir araştırma çerçevesinde tasarlanmış ve gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırma yöntemi, çalışmada yer alan katılımcıların deneyimlerini ve anlamlandırma biçimlerini kendi bağlamıyla derinlemesine incelemeye imkân tanınması sebebiyle bu çalışmanın yapısına uygun görülmüştür (Creswell, 2013).

Araştırmada veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmeler araştırmacıya soruları yöneltmeden önce çalışması bağlamında belirlediği sorularla ilerleme olanağı sağlarken katılımcıların da kendi deneyimlerini detaylı şekilde ifade etmelerine vesile olan esnek bir veri toplama tekniğidir (Tong, Sainsbury ve Craig, 2007, ss. 349-357).

Araştırmada veriler Bolu ili yerel medya kuruluşu sahibi ya da yönetici konumundaki toplam 7 katılımcıdan elde edilmiştir. Örneklem seçimi amaçlı örnekleme yöntemi ile yapılmış olup farklı medya türlerinden karar verici mertebesindeki kişilere ulaşılarak onların perspektifinden sektörün bütünsel görünümünün elde edilmesi hedeflenmiştir.

Veri toplama süreci 24 Nisan 2026 tarihinde başlamış olup 8 Mayıs 2026 tarihine dek aralıklı şekilde sürmüş ve iki biçimde yürütülmüştür. Katılımcıların bir bölümüyle yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiş olup yüz yüze görüşme yapılamayan katılımcılardan ise aynı yarı yapılandırılmış görüşme formunu yazılı olarak doldurup araştırmacıya iletmeleri istenmiştir. Böylelikle araştırmada hem yüz yüze görüşmelerden elde edilen veriler hem de yazılı olarak iletilen görüşme formlarındaki cevaplar birlikte değerlendirilmiştir.

Katılımcılara araştırmanın amaı detaylı bir şekilde açıklanmış, çalışmaya katılımanın gönüllülük esasına dayalı olduğu belirtilmiş ve elde edilecek verilerin sadece akademik amaçlarla kullanılacağı özellikle ifade edilmiştir. Katılımcıların kimlik bilgileri yalnızca araştırmacının bilgisi dahilinde olmakla birlikte gizli tutulmuştur. Bulgular bölümünde katılımcılar K1, K2, K3, K4, K5, K6 ve K7 biçiminde kodlanarak anonimleştirilmiştir. Bu yaklaşım, nitel araştırmalarda katılımcı gizliliğinin korunması ve araştırma sürecinin çok daha şeffaf olarak raporlanması bakımından önem teşkil etmektedir (Tong vd., 2007, ss. 349-357).

Elde edilen veriler betimsel olarak düzenlendikten sonra içerik analizi tekniğiyle değerlendirilmiştir. İçerik analizi, nitel verilerde tekrar eden anlam motiflerini, kodları ve oluşan temaları sistematik biçimde tanımlamayı sağlayan bir analiz yöntemidir ve bu süreç hazırlık, düzenleme ve raporlama aşamaları ile ilerler (Elo ve Kyngs, 2008, ss. 107-115). Bu çalışmanın analiz sürecinde medyanın geldiği son noktada ekonomik sürdürülebilirlik, dijital dönüşüm, insan kaynağı, yerel medya girişimciliği ve yerel medyanın geleceğine ilişkin ağılar temel temalar olarak konumlanmıştır.

Bulgular

Bu bölümde araştırma kapsamında görüşülen yerel medya sahibi ya da karar verici/yönetici konumundaki yedi katılımcıdan elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiş ve elde edilen temalar sistematik bir şekilde değerlendirilmiştir. Katılımcılar etik ilkeler gözetilerek K1, K2, K3, K4, K5, K6 ve K7 biçiminde kodlanarak anonimleştirilmiş, kimlik bilgileri gizlenmiştir.

Bulgular, ilk olarak katılımcıların demografik ve mesleki profilleri üzerinden sunularak aktarılmış olup ardından verilerde tekrar eden ifadeler ve ortak temalar içerik analizi yaklaşımıyla değerlendirilmiştir. Analiz sürecinde ortaya altı ana tema çıkmış, bulgular bu temalar çerçevesinde tartışılmıştır:

Tema 1: İdealist Motivasyon ve Girişimci Kimlik İnaşası

Tema 2: Ekonomik Kırılğanlık ve Gelir Modeli Sorunsalı

Tema 3: Dijital Dönüşümün Yerel Medyada Fırsat ve Risk Karşılıkları

Tema 4: Sektöre Kontrolsüz Giriş ve Mesleki Kimliğin Aşınması

Tema 5: Küçük Şehir Dinamiği ve Toplumsal Yakınlığın İkili Etkisi

Tema 6: Yapay Zekaya İlişkin Bölünmüş Tutum

Katılımcıların Demografik Profili

Araştırmaya katılan yedi yerel medya girişimcisinin demografik özellikleri Tablo 1'de özetlenmiştir. Araştırmaya katılan kişilerin tamamı Bolu yerel medya alanında faaliyet gösteren medya girişimcilerinden oluşmaktadır. Katılımcıların çoğunluğunun uzun yıllara dayanan medya deneyimine sahip olması dikkat çekici olması ile birlikte, araştırmada elde edilen verilerin saha deneyimi bağlamında oldukça güçlü bir birikime dayandığını göstermektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik ve Mesleki Profili

Kod	Cinsiyet	Yaş	Deneyim	Eğitim	Faaliyet Alanı	Çalışan	Hukuki Statü
K1	Erkek	46-50	21-30 yıl	Yükseklisans	Gazete + Dijital	5	Kişi işl.
K2	Erkek	51-60	30+ yıl	Ortaöğretim	Dijital	1	Kişi işl.
K3	Erkek	60+	21-30 yıl	Ortaöğretim (Lise)	Gazete	3	Kişi işl.
K4	Erkek	51-60	21-30 yıl	Lisans (İşletme)	Dijital + Dergi	1	Kişi işl.
K5	Erkek	46-50	30+ yıl	Ortaöğretim	Dijital	0	Kişi işl.
K6	Erkek	46-50	21-30 yıl	Ortaöğretim	Dijital	3	Kişi işl.
K7	Erkek	46-50	21-30 yıl	Lisans (İİBF)	Dijital	2	Limited

Tablo 1 incelendiğinde katılımcıların tamamının erkek olduğu görülmektedir. Yedi katılımcının tümünün erkek olması, bu örneklemede kadın katılımcı yer almaması, Bolu yerel medya girişimciliği alanında karar verici konumların cinsiyet dağılımı açısından ayrıca incelenmesi gereken bir görünüm sergilemektedir. Katılımcıların büyük bir bölümünün 20 yıl üzeri medya deneyimine sahip olması, araştırmanın medyada oldukça fazla bir mesleki deneyime sahip temsillerle gerçekleştirildiğini göstermektedir. Öte yandan 21 yılın altında deneyime sahip katılımcının yokluğu yeni girişimcilerin sektörde olmadığına da bir işaret niteliğindedir.

Katılımcılar çoğunlukla dijital yayıncılık alanında faaliyettedir. Bunun yanında gazete ve dergi gibi geleneksel medya alanlarında faaliyet gösteren katılımcılar da araştırmamızda yer almaktadır.

Katılımcıların eğitimi bağlamında tablo incelendiğinde dört katılımcı ortaöğretim/lise, iki katılımcı lisans ve bir katılımcı yüksek lisans mezunu olduğu görülmektedir.

Lisans düzeyinde eğitim almış  girişimciden sadece birinin medya/iletişim alanından diplomasının olduğu diğer iki girişimcinin ise işletme bölümü kökenli olduğu görüşme ve anket sonularından bilinmektedir. Bu bulgu, Bolu rnekleminde yerel medya girişimcilerinin ağırlıklı olarak meslekte “alaylı” olarak nitelendirilebilecek kişiler olduğunu göstermekte ve formal iletişim eğitimi almış girişimcilerin oldukça sınırlı kaldığını ortaya koymaktadır.

Gelir kaynaklarının reklam gelirlerinden oluşması tüm katılımcılar için aynıdır. Bunun yanında bazı katılımcılar sponsorluk, dijital gelirler ve kamu desteklerini de gelir kaynağı olarak belirtmiştir. Bu durum, Bolu yerel medyasında ana gelir kaynağının hala reklam olduğunu göstermesiyle birlikte dijitalleşmenin bazı medya girişimcilerini alternatif gelir modellerine yönelttiğini de göstermektedir.

Girişimcilerin büyük bölümünün kişi işletmesi statüsünde olması yerel medya girişimciliğinin daha çok kk ölçekli ve bireysel girişimcilik modeli ile sürdürüldüğünü düşündürmektedir. Ayrıca kurumdaki çalışan sayılarının genel olarak çok az olması da bu medya kuruluşlarının sınırlı insan kaynağıyla yürütüldüğünü ortaya koymaktadır. Gelir düzeyi sorulduğunda ise katılımcıların altısı gelirlerini “düşük” ya da “ok düşük” olduğunu yalnızca bir katılımcı “orta” düzeyde olduğunu belirtmiştir.

Tüm bunlardan hareketle Tablo 1’de gösterilen demografik profil, Bolu yerel medya girişimciliğinin dört temel niteliğini şu şekilde göstermektedir;

- Toplumsal cinsiyet açısından tamamen erkek katılımcılardan oluşan bir yapı
- Yaş ve deneyim açısından sektörel olarak kuşak yenilenmesinin sınırlıkta kaldığı bir profil
- Eğitim açısından ağırlıklı olarak alaylı bir girişimci profili
- Mikro boyutunda kalmış, kurumsallaşmamış işletme yapısı

Tema 1: İdealist Motivasyon ve Girişimci Kimlik İnşası

Katılımcılara onları medya girişimcisi olmaya iten temel motivasyonun ne olduğu sorulduğunda verdikleri yanıtlar dikkat çekici biçimde ekonomik kayıdan uzaklaşmakta ve idealist motivasyonlara dayanmaktadır. Cevaplar büyük ölçüde yerel topluma karşı sorumluluk, şehir aidiyeti, gazetecilik ideali ve kamusal hizmet anlayışını yansıtmaktadır.

K5, motivasyonunu şehir kimliğine katkı sunma amacı üzerinden tanımlamaktadır:

“Beni medya girişimciliğine motive eden en önemli unsur, yaşadığım şehrin sesini daha güçlü duyurma işteğiydi. Yerel basının yalnızca haber veren bir mecra değil; halkın sorunlarını gündeme taşıyan, kamuoyunu bilgilendiren ve şehir hafızasını oluşturan çok önemli bir g olduğuna inanıyorum.” (K5)

K7’nin motivasyonu ise daha keskin bir biçimde vatanseverlik ve vatanına hissettiği borçluluk duygusuna yaslanmaktadır:

“Vatanıma ve o vatani oluşturan derelere, dağlara, ovalara, ormanlara ve halkıma karşı kendimi borçlu hissetmem.” (K7)

Aynı zamanda K7 benzer vurguyu sektöre girmek isteyenlere yönelik öneri kısmında da dile getirmiş ve bu sektörde ekonomik beklentilerin yerinin olmadığını açıkça vurgulamaktadır: “Yerel gazetecilik para kazanmak, zengin olmak için yapılacak bir meslek değildir” (K7).

Katılımcıların bazılarında mesleğe yönelişin bireysel ilgileri, gazeteciliğe dair tutkuları ve medyada gördükleri ve beğendikleri figürlerden etkilenmeleriyle olduğu grlmştir. Örneğin K4 ve K6 motivasyonlarını çocukluk ve gençlik dönemlerindeki tv ekranlarında ne çıkan tanınmış ve hayran oldukları isimlerden aldıklarını belirtmişlerdir. K4, 1990’lı yılların ana akım gazetecilerine ve çeşitli programlara şöyle atıf yapmaktadır:

“90’lı yıllarda sık sık Mehmet Ali Birand’ın 32. Gün programını seyreder, BOOM MÜZİK, HEY ve NOKTA gibi dergileri takip ederdim. Ayrıca etin Altan, Uğur Mumcu ve İsmail Cem İpekçi gibi köşe yazarlarının yazıları da bu mesleği seçmemde etkili oldu.” (K4)

K6'nın motivasyonu da benzer hayranlık üzerinden şekillenmektedir: *"Gazetecilere hep hayranlıkla bakardım, yazdıkları köşe yazılarını özenle okurdum"* (K6).

K1'in motivasyonunun aile ve benzer şekilde gıpta ettiği medya figürleri üzerinden geliştiğini, baba etkisi ve Bolu'nun yerel medya isimleri ile kurulan ilişkinin belirleyici olduğunu ortaya koymaktadır.

Yerel medya girişimcilerinden alınan yanıtlar doğrultusunda, kendilerini salt ekonomik aktörler olarak değil; yerel toplumla bağ kuran, yerel sorunları izleyen ve kamusal sorumluluk bilinciyle toplumsal, kültürel, ahlaki ve kuşaklar arası sorumluluk taşıyan kimlikler olarak tanımladıkları görülmektedir.

Tema 2: Ekonomik Kırılganlık ve Gelir Modeli Sorunsalı

Katılımcıların cevapları doğrultusunda Bolu yerel medya girişimciliğinde ekonomik sürdürülebilirliğin en altının belirgin şekilde çizildiği problem alanlarından biri olduğu görülmektedir. Gelir düzeyi sorulduğunda katılımcıların altısı gelirlerini "düşük" ya da "çok düşük" olarak değerlendirmiş, yalnızca bir katılımcı gelir düzeyini "orta" seviye olarak belirtmiştir.

Gelir kaynaklarına ilişkin cevaplar, yerel medya kuruluşlarının önemli ölçüde reklama bağımlı olduğunu ortaya koymaktadır.

K3 yaşanan sorunu en kestirme ve net şekilde özetlemektedir: *"Maddi sorunlar en büyük engel"* (K3). K2 de benzer biçimde maddi sıkıntıların olduğunu vurgulayarak girişimci olarak karşılaşılan temel sorunun gelir yetersizliği olduğunu vurgulamıştır. K5 ise ekonomik yönden yaşanan sorunsalı dijital dönüşüm baskısıyla birlikte ele almaktadır:

"Yerel medya girişimcisi olarak en büyük sorunlarımızın başında ekonomik sürdürülebilirlik geliyor. Artan maliyetler, reklam gelirlerinin azalması ve dijital platformların geleneksel medyaya olan etkisi yerel basını ciddi anlamda zorluyor. Özellikle küçük şehirlerde yerel medya kuruluşlarının ayakta kalabilmesi büyük emek ve fedakârlık gerektiriyor." (K5)

K6, ekonomik kırılganlığın nitelikli ve bilgili insan kaynağı yetersizliğiyle bir zincirin halkaları gibi nasıl iç içe geçtiğini açıkça şöyle belirtmektedir:

"Maddi imkanı yüksek olan bir meslek olsa çok daha farklı yerlerde olabilir ve de çok nitelikli insanlar çalışabilir. Maddi geliri düşük olmasından kaynaklı çoğu zaman bilgisayar kullanmayı bilen insan bile gazeteci yapılıyor." (K6)

K6'nın bu ifadesi yalnızca finansal bir tespitten ibaret görülmemelidir. Bu ifade aynı zamanda mesleki kalitenin ekonomik zeminle kritik bağına ortaya koyan bir gözlemdir. Bu söylem açısından medya işindeki düşük gelir, meslekteki nitelikli istihdamı engellemekte ve bu da gazeteciliğin kalitesini düşürerek dolaylı olarak okur-izleyici-takipçi güveninin zedelenmesine vesile olabilmektedir.

Çözüm önerileri açısından katılımcıların gelir çeşitlendirmesine vurgu yaptığı görülmektedir. K4 ve K5, abonelik sistemleri, dijital reklam ağları, içerik ortaklıkları ve sponsorluk modellerini öne çıkarmıştır. K4, yerel medyada çoklu gelir modellerine geçilmesi gerektiğini; abonelik sistemleri, dijital reklam ağları ve içerik ortaklıklarıyla gelirlerin çeşitlendirilmesini önermektedir. Yine aynı katılımcı kamu ve özel sektör desteklerinin daha şeffaf ve adil hale getirilmesi gerektiğini de belirtmektedir.

K5 ise internet haberciliği, sosyal medya yayıncılığı, video içerikleri ve mobil platformlara yönelik yatırımların artırılması gerektiğinin altını çizmiştir. Bu bağlamda yerel medyanın yenilikçi ve dijital iş modellerine evrilişini kurumsal bir strateji olarak konumlandırmaktadır:

"Yerel medya kuruluşları dijital gelir modellerini geliştirmeli ve yeni nesil okuyucu alışkanlıklarına uygun yayın anlayışı benimsemeli. (...) Yerel işletmelerin de şehir medyasına daha fazla destek vermesi gerekiyor."

Çünkü gl bir yerel medya, aslında gl bir şehir demektir.” (K5)

Katılımcıların cevaplarından yola çıkılarak; reklam gelirlerine olan bağımlılık, alternatif gelir modellerinin sınırlılığı, dijital dönüşüm ve yenilenme için gereken yatırım gerekliliği, çalışan sayısının azlığı ve nitelikli personel istihdamındaki zorluklar birbirini tetikleyen ve yerel medya girişimciliğinin önünde duran sorunların başındadır. Yani yerel medya girişimciliğinde ekonomik kırılganlık yalnızca gelir düzeyinin azlığıyla açıklanabilecek kısıtlı bir problem olmamakla birlikte aynı zamanda kurumsallaşma, dijitalleşme, çalıştıracak insan kaynağı ve mesleki standartlar üzerinde belirleyici etkisi olan yapısal problem olarak değerlendirilebilir.

Tema 3: Dijital Dönüşümün Yerel Medyada Fırsat ve Risk Karşılıkları

Katılımcı görüşlerinde ne çıkan üçüncü tema, dijital dönüşümün yerel medya kuruluşları üzerindeki fırsat ve risk bağlamlarındaki etkisidir. Çalışmada yedi katılımcının altısı dijital yayıncılığa dayalı faaliyette iken, sadece bir katılımcının (K3) basılı gazete üzerinden işini sürdürmektedir. Dolayısıyla dijitalleşme yerel medya girişimcileri tarafından tercihten çok adeta zorunlu bir dönüşüm olmuştur.

K5 dijital dönüşümün zorunluluk boyutunu en açık biçimde ifade etmektedir:

“Artık okuyucu habere çok hızlı ulaşmak istiyor. Bu nedenle sadece basılı yayıncılık değil; internet sitesi, sosyal medya ve dijital içerik üretimi de büyük önem taşıyor. Yerel medya kuruluşlarının teknolojiye yatırım yapması gerekiyor ancak ekonomik şartlar bunu her zaman kolaylaştırmıyor.” (K5)

Bu ifade doğrultusunda K5 dijital dönüşümün iki yönlü olarak özetlemektedir. Yani bu dönüşüm hem kaçınılmaz bir gereklilik hem de ekonomik açıdan külfetli bir yatırım alanı olarak açıklanabilir.

Dijitalleşmenin getirdiği fırsatlar bağlamında katılımcılar dijital dönüşümün üç temel kazanımını vurgulamışlardır. Bunlar; geniş kitlelere erişim, düşük maliyetli içerik üretimi ve güncel içerik formatlarıdır. K4 sağlanan bu kazanımları sıralamıştır:

“Dijital medyanın gelişmesiyle daha geniş kitlelere ulaşma imkanı, sosyal medya ve online platformlarla düşük maliyetli yayıncılık, yerel içeriklere artan ilgi ve kamu/özel iş birlikleri potansiyeli.” (K4)

K5 ise video içeriklerin, canlı yayınların ve dijital reklam modellerinin yerel basın için yeni büyüme alanları oluşturduğunu söylemiştir.

K2 ise dijital dönüşümü yerel medya açısından daha derin bir boyutta ele almıştır. K2, dijitalleşmenin yerel medyanın coğrafi sınırlarını aşmasına imkân sağladığını fakat bu durumun yerel medyanın "yerellik" kimliğini sorgulanır hale getirdiğini vurgulamıştır: *“Yerelden dünyaya yayın/haber yapıılıyor! Yerel medya sınırını açtı! Yerelliği tartışılır!” (K2)*

Risk karşılığına bakıldığında katılımcılar üç ana tehdit alanını ne çıkarmaktadır. Bunlardan ilki dijital platformların sebebiyet verdiği bilgi kirliliğidir. K5 bu noktayı şöyle ifade etmektedir: *“Ekonomik krizler, azalan reklam gelirleri ve sosyal medyada yayınlan doğrulanmamış bilgi kirliliği yerel basın için en büyük tehditleri oluşturmaktadır” (K5)*. İkincisi, ulusal ya da geniş çaplı olan büyük dijital platformlarla yerel medya arasındaki dengesiz rekabettir. K4 bunu *“büyük ulusal medya kuruluşları ve dijital platformlarla rekabet” (K4)* biçiminde tanımlamakta; K7’de sosyal medyayı doğrudan başlıca tehdit olarak konumlandırmaktadır. Üçüncüsü, dijital dönüşümün geleneksel gelir modellerinin azalmasına sebep olarak ve yerel medyayı ekonomik açıdan zorlayarak daha da hassas hale getirmesidir ki bu durum Tema 2 kapsamında ele alınmıştır.

Katılımcılar, dijitale evrilme ve adapte olabilme stratejileri bağlamında çoklu kanal yayıncılığı (X, YouTube, Instagram entegrasyonu), çoklu gelir modellerine geçiş, video ve canlı yayın formatlarına yatırım ve geniş gazetecilerin dijital becerilerinin geliştirilmesi gibi çıkarımlarını öneri olarak sunmuşlardır. K1, yerel medyanın artık “yeni medya anlayışı” çerçevesinde sosyal medyayı bütünleşik biçimde içermesi gerektiğini özellikle belirtmiş olup kapsamlı bir sosyal medya ekosistemi yaratmanın artık mecburiyet olduğunu söylemiştir.

Tema 4: Sektöre Kontrolsüz Giriş ve Mesleki Kimliğin Aşınması

Katılımcı görüşlerinde öne çıkan en dikkat çekici, vurgulayıcı ve özgün vurgulanmış olan temalardan biri; dijitalleşmenin medyaya girişi filtresizleştirdiği ve mesleki yeterlilik için atılması gereken adımları neredeyse tamamen ortadan kaldırması ve bunun mesleki kimlikte yarattığı aşınmadır.

K7'nin bu konuda hakkındaki sözleri hem hem problemin tespiti hem de çözüm önerisi açısından araştırmanın en zengin verilerinden birini sunmaktadır:

“Sektörle alakası olmamasına rağmen çok kişinin bir site açarak sektöre rahatlıkla giriş yapması (en büyük sorundur). (...) Bunun çözümü için Basın İlan Kurumunun köklü değişiklik yapması gerekmektedir. Her isteyen gazeteci olmasının önü alınmalıdır. Bunun için Avukatlar ve Barolar örnek alınabilir. Gazete veya internet sitesi açabilmek ruhsata bağlanmalıdır. Bölüm mezunu kişilere en az 2 yıl staj, bölüm dışı alaylı yetişenler için 4 yıl gibi staj süresi konulmalı ve bu staj süresi sonrası Basın İlan Kurumu tarafından ruhsat verilmelidir.” (K7)

K7'nin bu yaklaşımı, yerel medyada mesleki standardizasyon ve kurumsal denetim beklentisinin var olduğunu göstermektedir. K7'nin ifadeleri doğrultusunda vurguladığı yerel medya girişimciliğinin gelişmesi için sektörün kontrol altına alınması, eğitim ve kalitenin artırılması gerekliliği kritik bir veri oluşturmaktadır. Bu bağlamda mesleki kimlik aşınmasının yalnızca bireysel yeterlilikle değil, sektörün genel düzenlenme biçimiyle de ilişkilendirildiği ortadadır.

K1 de aynı sorunsalı farklı bir versiyonla dile getirerek “meslek yasası” çıkarılmasının gerekliliğini ve sektöre giriş için mutlaka bu mesleğin eğitimini alma koşulu konulmasının zorunluluğunu belirtmiştir. Girişimcinin bu belirtisi, Türkiye’de yerel medya literatüründe sıklıkla tartışılan “nylon gazete” olgusuyla (Arvas, 2019, s. 97-110) direkt ilişkili bir problem durumudur. Sektöre giriş için belli kuralların bulunmaması, resmi ilan ve reklam gelirlerinden pay elde etmek amacıyla hiçbir şekilde içerik üretmeyen ya da oldukça düşük nitelikli içerik üreten yayın organlarının artmasına sebebiyet vermektedir. Bu durum hem medya çalışanlarının mesleki itibarını zedelemekte hem de nitelikli atfedilen gerçek girişimcilerin kaynaklara erişiminde olumsuz durumlar yaşamasına neden olmaktadır.

Ayrıca K5, yerel basında çalışan nitelikli personel bulmanın ve yetiştirmenin önemli bir problem olduğunu belirtmektedir. Katılımcıya göre yerelde bu işi profesyonel biçimde sürdürebilecek insan kaynağını korumak zaman geçtikçe daha da zorlaşmaktadır. Bu bağlamda katılımcı üniversiteler ve iletişim fakülteleriyle daha fazla iş birliği yapılmasını, genç gazetecilerin yerel medyada deneyim kazanabileceği staj ve mesleki eğitim programlarının oluşturulmasını önermektedir. Bu yaklaşım, meslekte çalışan bulma probleminin yalnızca personel eksikliği anlamında değil, mesleki eğitim yetersizliği ve sektörel devamlılık sorunu olarak da öne çıktığını göstermektedir.

Katılımcıların bu konudaki cevapları birlikte değerlendirildiğinde; Bolu yerel medya girişimciliğinde mesleki kimliğin korunması ve nitelikli insan kaynağına erişim temel bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır. Katılımcı girişimciler, yerel medyada gazeteciliğin yalnızca haber yazmak ya da dijital yayın yapma becerisine indirgenemeyeceğini vurgulamış olup, mesleki olarak bilginin, etik sorumluluğun, saha deneyiminin gerektiği, eğitim ve toplumsal duyarlılığın mecburiyet arz ettiği bir meslek olduğunu vurgulamaktadır. Bu yüzdendir ki medya sektörüne kontrolsüz giriş, nitelikli personel kıtlığı ve eğitim yetersizliği, yerel medya girişimciliğinin sürdürülebilirliği kadar yerel haberciliğin kalitesi anlamında da problem yaratmaktadır.

Tema 5: Küçük Şehir Dinamiği ve Toplumsal Yakınlığın İkili Etkisi

Bolu örnekleminin ortaya çıkardığı beşinci tema, küçük ve orta ölçekli şehirlerdeki dinamiklerin yerel medya girişimciliği üzerindeki ikili etkisidir. Bu tema katılımcıların cevaplarında hem oldukça güçlü bir avantaj hem de baskı üreten bir risk olarak yer bulmaktadır.

Olumlu yn açısından katılımcılar, küçük şehirde habere ve haber kaynağına erişim kolaylığını vurgulamışlardır. K7 bu durumu “*Haber kaynağına çabuk ulaşım. Halk zerindeki etkisi*” şeklinde özetlemektedir. K6 ise şehirde tanınırlığı direkt bir fırsat olarak değerlendirmektedir: “*Toplumun her kesimindeki isimlere ulaşmanın kolaylığı var. Bunun dışında şehirde popüler kişi oluyorsunuz*”.

K5’in yerel medyayı “şehrin nabzını tutan”, “insanların gündelik yaşamına dokunan” ve “toplumla güçlü bağ kuran” bir yapı olarak dile getirmesi de kk şehir dinamiğinin yerel medya üzerindeki avantaj unsurunu desteklemektedir. Bu bağlamda yerel medya girişimciliği yerel toplumla sürekli temas halinde olmayı gerektiren sosyal bir ilişki alanı olarak da değerlendirilebilir.

Yapılan görüşmeler birlikte ele alındığında kk şehir yapısının yerel medya girişimciliği üzerinde çift yönlü bir etki oluşturduğu görülmektedir.

Yerel medyanın kamuya yakınlığı bu durumda ne çıkmakla birlikte aynı yakınlık editoryal bağımsızlık ve mesleki tarafsızlık konumunda ciddi kısıtlama da getirmektedir. K7’nin bu yöndeki ifadesi problemi doğrudan tanımlar niteliktedir:

“Bugün eleştirdiğin bürokrat veya siyasetiyle yarın aynı ortamda bulunmak zorunluluğu. Kk şehir olmanın getirdiği hısm, akraba tanışıklık, hatır koyma gibi tutumlar.” (K7)

K6 ise yaşanan sorunu somut bir editoryal müdahale örneğiyle dile getirmiş, zorlu durumlarla karşılaşıldığını vurgulamıştır:

“Yazdığın bir haberde kolay ulaşılıp o haberin kaldırılmasıyla ilgili alınan telefonlar. Kk şehirlerde gazetecilik yapmak bir hayli zor.” (K6)

Bu durum, yerel medya girişimcilerinin büyük şehirlerin gazetecilik faaliyetlerinden farklılık gösterdiğini ve haberin kaynağı, siyasetçi, bürokrat ve yerel aktörlerle çok daha doğrudan iletişimle çalıştığını göstermektedir.

Görünen odur ki; yerel medya girişimcisinin şehirdeki insanların bilgi ihtiyaını karşılama sorumluluğunun yanında bir de eleştirdiği öznelerle gündelik yaşam içerisinde yüz yüze kalmak gibi zorunluluğu oluşmaktadır. Bu mecburi yakınlık hem mesleki tarafsızlığı hem de ekonomik ilişki dinamiklerini (reklam veren-medya ilişkisi) doğrudan etkilemektedir. Söz konusu durum Bolu gibi çok büyük olmayan şehirlerde yerel medyanın maruz kaldığı kısıtlılığın boyutunu anlamak için oldukça önemli bir ereve sunmaktadır.

Kk şehrin avantajı olarak haber kaynaklarına erişim, toplumsal görünürlük ve yerel etki alanı gösterilebilir. Ancak aynı şehirde sosyal baskı, yakın ilişkiler ağı ve doğrudan müdahale girişimlerinin kolay olması da gazetecilik refleksine dezavantaj oluşturabilmektedir.

Tema 6: Yapay Zekaya İlişkin Bölünmüş Tutum

Katılımcı görüşlerinin incelemesinde ne çıkan altıncı tema yapay zekanın yerel medya sektörüne etkisine dair farklılık gösteren algı ve tutumdur. Katılımcıların tamamı yapay zekanın medya sektörüne etkisini “yüksek” ya da “ok yüksek” olarak değerlendirmelerine rağmen etkinin olumlu-olumsuz yönüne dair düşünceler farklılık göstermektedir.

Kullanım düzeyi açısından bir katılımcı (K7) yapay zekayı hiç kullanmadığını ve hatta kullanımına karşı olduğunu, üç katılımcı (K1, K3, K4) az, üç katılımcı (K2, K5, K6) ise orta düzeyde kullandığını belirtmiştir. Dolayısıyla üç farklı tutum gözlenmektedir.

Birinci tutum, yapay zekayı destekleyici bir araç olarak konumlandırmaktadır. K4 bu yaklaşımına şöyle atıfta bulunmaktadır:

"Yapay zekanın medya sektöründe destekleyici bir araç olarak konumlandığını, ancak karar verici ve editöryal süreçlerde insan faktörünün hala belirleyici olduğunu düşünüyorum." (K4)

K5 de benzer savı savunmakta ve "yapay zekânın, gazeteciliğin yerine değil gazetecilere destek sağlayan bir araç olarak kullanılması gerekir" ifadesini kullanmıştır. K2 de yapay zekayı meslekte orta düzeyde kullandığını belirtmekle birlikte bir uyarıyı da dile getirmiştir. Ona göre yapay zekanın kullanımında etik bir denetim mekanizmasına ihtiyaç vardır ve bu gerekliliği "yanlış bilgi ile her şey verilebilir, kişi kontrolü olmalı" cümlesiyle belirtmiştir. Dolayısıyla yapay zeka aracının insan denetimi olmadan kullanılmasının riskine de dikkat çekmiştir.

İkinci tutum ise, yapay zekayı işlevsel olarak kullanılmasını doğrularken işten edici bir tehdit unsuru olduğudur. K6'nın ifadesi bu durumu net bir şekilde özetlemektedir:

"Önceden 10 kişinin yaptığı işi şimdi saniyeler içerisinde yapabiliyor. Sektörde çoğu kişinin işini elinden alıyor ancak o işi saniyeler içerisinde sizinle paylaşıyor." (K6)

K6'nın bu ifadesinde verimlilik kazancı ile istihdam kaybı arasındaki ters orantı açıkça görülmektedir. Aynı katılımcı, yapay zekaya dair yaptığı "onlarca kişinin işini elinden alacak" (K6) tespitini de tehditler kısmında belirtmektedir.

K1 ise durumu farklı bir açıdan ama benzer bir uyarıyla dile getirmiş olup yapay zekanın aşırı düzeyde kullanımının "tembellik" ve "yaratıcılığı yok etme" riski taşıdığını vurgulamaktadır.

Üçüncü tutum kalıbı ise yapay zekayı yerel gazeteciliğe direkt tehdit oluşturduğunu savunmaktadır. Bu tutuma en güçlü atf K7'den yapılabilir:

"Yapay zekanın kullanımına karşı olan birisi olarak, yapay zekanın özellikle yerel medyayı olumsuz etkilediğini ve gazeteciliği öldürdüğünü düşünüyorum. Felsefe ve sosyoloji olmadan yapılan yerel gazetecilik tetikçiliğe ve yandaşlığa dönüşür. Yerel gazetecilik ruh ister, duygu ister." (K7)

K7'nin değerlendirmesi incelendiğinde, yorumunun sadece bir yapay zekâ araç kullanımı eleştirisi olmadığı, mevcut duruma ilişkin felsefi bir odakla bakış açısı sunmaktadır. Bu yaklaşıma göre yerel gazetecilik; temelinde coğrafya, toplum ve duygu yatan bir bilgi üretimi düzeneğidir ve yapay zekanın matematiksel mantığı bunun kökenine zarar vermektedir. K7, günümüzdeki yapay zekâ avantajlarını da "yarının tehdidi" olarak değerlendirmekte ve uzun vadede çıkacak olumsuz sonuçlara dikkat çekmektedir.

Bu üç tutum özelinde, Bolu ilindeki medya girişimcilerinin yapay zekâ yaklaşımlarının homojen olmadığını göstermekle birlikte, bu konuda henüz oturmuş bir mesleki uzlaşa sağlanamadığını da göstermektedir. Katılımcılar yapay zekanın haber üretimi, içerik düzenleme, reklam ve dijital yayıncılık süreçlerinde hız ve verimlilik sağladığını kabul etmekle birlikte; aynı teknolojinin yanlış bilgi üretimi, özgün haberciliğin zayıflaması, insan emeğinin değersizleşmesi ve gazeteciliğin etik boyutunun zarar görmesi gibi negatif boyutlar taşıdığının da altını çizmektedirler. Bu sebeplerle yapay zekâ, yerel medya girişimciliğinde sadece bir yenilik olarak değil aynı zamanda gazetecilik pratiğinin geleceği, mesleki kimlik ve etik sorumluluklar bağlamında değerlendirmeye alınıp tartışılması gereken dönüşüm alanı olarak değerlendirilmektedir.

Tartışma

Bu araştırma, Bolu örneği üzerinden yerel medya girişimciliğinin sadece haber üretimiyle sınırlı görülmemesi gerektiğini, ekonomik sürdürülebilirlik, dijital dönüşüm, insan kaynağı yönetimi, etik sorumluluk ve yerel toplumsal ilişkiler ağı içinde birbirinden kopamayacak halkaların oluşturduğu bir girişimcilik alanı olduğunu göstermektedir. Araştırmadan elde edilen bulgular neticesinde yerel medya girişimcilerinin kendilerini yalnızca işletme sahibi titrinde değil aynı zamanda ciddi kamusal sorumlulukları olan yerel gazeteci aktörler olarak konumlandıklarını göstermektedir. Bu durumda medya girişimciliği yalnızca işveren ya da ekonomik fırsat sağlayan kişiler olarak görülememekle birlikte, toplumsal ve kültürel boyutlarını da görünür hale getirmektedir.

Katılımcıların önemli bir bölümü yerel medyayı “şehrin sesi”, “yerel hafıza” ve “kamusal sorumluluk” olarak tanımlamıştır. Bu bulgu, Nielsen’in (2015) yerel medyayı “kilit taşı medya” olarak değerlendiren yaklaşımıyla örtüşmektedir. Nielsen’e göre yerel medya kuruluşları yerel demokrasinin, kamusal denetimin ve toplumsal bilginin devamlılığını sağlaması açısından önemli kurumlar olmuştur. Araştırmada yer alan yerel medya girişimcisi katılımcıların yerel medyayı şehir kimliği ve bulundukları topluma sorumluluk bağlamında değerlendirmeleri de yaklaşımı desteklemektedir.

Araştırmanın en belirgin bulgularından biri ekonomik kırılganlık problemidir. Katılımcıların büyük bölümü gelir düzeylerini “düşük” veya “çok düşük” olarak değerlendirmişlerdir. Kurumlarının reklam gelirlerine olan bağımlılıkları, dijital platformlarla rekabetin zorluğu ve finansal kaynakların oldukça yetersiz oluşu yerel medya girişimciliğinin temel problemleri arasında gösterilmiştir. Bu bulgu, yerel medyanın dijital çağa geçiş ile birlikte yaşadıkları ekonomik krizi ortaya koyan çalışmalarla benzerlik göstermektedir (Arvas, 2019; Çelikbaş ve Özsoy, 2022). Aynı zamanda Abernathy’nin (2018; 2020) “haber çölü” yaklaşımıyla da ilişkilendirilebilir. Abernathy’ye göre ekonomik sağlamlığını ve sürdürülebilirliğini kaybeden yerel medya kuruluşlarının bu denli zayıflaması, şehrin insanların güvenilir yerel bilgiye erişimini de doğrudan sınırlamaktadır. Bolu örneğinde elde edilen bulgular da ekonomik kırılganlığın aynı zamanda yerel haberciliğin niteliği, kalitesi ve devamlılığı üzerinde belirleyici etkiler oluşturduğunu göstermektedir.

Çalışmada öne çıkan bir diğer önemli bulgu, dijital dönüşümün yerel medya açısından çift yönlü bir yapı oluşturmıştır. Katılımcılar dijital platformların daha geniş kitlelere ulaşma, içerikleri daha kolay ve düşük maliyetli üretme, yeni yayın formatları geliştirme açısından önemli avantajlar sağladığını belirtirken aynı zamanda bilgi kirliliği, doğrulanmamış içeriğin paylaşım yoluyla dolaşımı ve büyük dijital platformlarla rekabet gibi riskleri de vurgulamıştır. Bu durum, Gulyas ve Hess’in (2023) dijital yerel gazeteciliğin sürdürülebilirliğinde “topluluk”, “devamlılık” ve “bağlılık” unsurlarını öne çıkaran ve denge kurmayı öneren yaklaşımıyla ilişkilendirilebilir. Araştırmadan elde edilen bulgular, yerel medya girişimcilerinin dijitalleşmeyi yalnızca teknik bir dönüşüm değil; kaçınılmaz bir zorunluluk ve aynı zamanda ekonomik ve mesleki bağlamda yeniden yapılanma süreci olarak değerlendirdiklerini göstermektedir.

Katılımcıların önemli bir kısmı sektöre kontrolsüz girişin yerel gazeteciliğin niteliğini ve saygınlığını zayıflatıldığını dile getirmiş olup nitelikli personel eksikliği, eğitim yetersizliği ve gazetecilik mesleğinde standardizasyon kurulmaması sorunu üzerinde durmuştur. Dolayısıyla yerel medya girişimcileri profesyonel kimlik ve mesleki meşruiyet problemiyle de karşı karşıyadır. Özellikle girişimci katılımcıların “her isteyenin gazeteci olması”, “site açmanın kolaylaşması” ve “mesleki standart eksikliği” gibi kullandıkları ifadeler mesleki itibarın zedelendiğini vurgulamakla birlikte, medyada dijitalleşmeyle gelen denetimsiz genişlemeye dair memnuniyetsiz ve eleştirel belirteçleri ortaya koymaktadır. Bu durum Arvas’ın (2019) yerel basında “naylon gazete” ve düşük nitelikli yayıncılık sorununa ilişkin değerlendirmeleriyle benzerlik göstermektedir.

Araştırmanın dikkat çekici sonuçlarından biri de küçük şehirdeki iletişimsel dinamiklerin yerel medya üzerindeki etkisidir. Katılımcılar küçük şehir yapısının haber kaynaklarına erişim ve toplumsal görünürlükleri açısından avantaj sağladığını belirtmişlerdir. Ancak bu durumun dezavantajları da vardır; küçük şehirdeki olası yerel siyaset, tanışıklık ilişkileri haberin aktarımındaki özgürlüğe kısıtlama getirirken ortaya çıkan sosyal baskı gazetecilik pratiğini zorlaştırmaktadır. Yerel medya girişimcilerinin içinde faaliyet gösterdiği toplumsal yapı ile doğrudan ve yakın ilişkiler içerisinde olma durumu mesleğin icra edilmesinde baskı yaratmaktadır. Özellikle eleştirilen kişiyle aynı sosyal çevrede bulunma zorunluluğu ve yapılan haberin kaldırmasına dair istek ve taleplerine ilişkin ifadeleri doğrultusunda gazeteciliğin bu denli küçük şehirlerde çok daha yoğun sosyal ilişki ağları içerisinde yürütüldüğünü göstermektedir.

Çalışmada öne çıkan en güncel tartışma alanlarından biri ise yerel medya girişimcilerinin yapay zekâ teknolojilerine ilişkin farklılaşan tutumlarıdır. Katılımcılar yapay zekanın hız, verimlilik ve içerik üretimi açısından avantajları olduğunu kabul etmekle birlikte kullanımların üzerindeki denetim vurgusu dikkat çekmektedir. Katılımcılar yapay zekâ kullanımı ile gazeteciliğin etik boyutu, özgünlük, insan emeği ve mesleki kimlik açısından çeşitli riskler taşıdığını da vurgulamıştır.

Özellikle yapay zekanın gazetecilerinin mesleğini elinden alma riski gözetilmiş olup yeni medya girişimcilerinin önemli kaygılarından biri haline gelmiştir. Bazı katılımcıların yapay zekayı “gazeteciliğin ruhunu zayıflatan” bir unsur olarak değerlendirmesi dikkat çekicidir. Bu durum, yapay zekanın medya alanında yalnızca teknik bir yenilik değil; aynı zamanda gazetecilik mesleğinin icra edilmesindeki anlamı ve geleceği üzerine etik bir tartışma alanı oluşturduğunu göstermektedir.

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışma, Bolu ilinde yerel medya kuruluşlarının sahibi ya da yönetici konumundaki yedi katılımcıyla gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmeler aracılığıyla yerel medya girişimciliğinin mevcut durumunu, karşılaşılan temel sorunları ve sürdürülebilirlik stratejilerini incelemiştir. Bu araştırmayı mevcut yerel medya çalışmalarından ayıran ana özellik, yerel medyayı yalnızca “yerel basının sorunları” çerçevesinde değil doğrudan medya girişimciliği perspektifiyle ele almasıdır.

Çalışma, Bolu örneği üzerinden yerel medya sahipleri ve yöneticilerini yalnızca haber üreten ve iş sağlayan profesyoneller sınırlılığında ele almaktan ziyade ekonomik sürdürülebilirlik, dijital dönüşüm, insan kaynağı yönetimi, teknolojik değişim ve yerel toplumsal ilişkiler ağı içerisinde strateji geliştiren girişimciler olarak değerlendirmektedir. Ayrıca araştırma, küçük şehir dinamiklerinin gazetecilik pratiği üzerindeki etkisini ve yerel medya girişimcilerinin yapay zekaya ilişkin etik, mesleki ve teknolojik yaklaşımlarını saha verileri üzerinden ortaya koyarak Türkiye’deki yerel medya girişimciliği literatürüne özgün katkı sunmayı hedeflemiştir.

İçerik analizi yöntemiyle elde edilen bulgular altı ana tema etrafında şekillenmiştir:

- (i) İdealist Motivasyon ve Girişimci Kimlik İnşası
- (ii) Ekonomik Kırılganlık ve Gelir Modeli Sorunsalı
- (iii) Dijital Dönüşümün Yerel Medyada Fırsat ve Risk Karşılıkları
- (iv) Sektöre Kontrolsüz Giriş ve Mesleki Kimliğin Aşınması
- (v) Küçük Şehir Dinamiği ve Toplumsal Yakınlığın İkili Etkisi
- (vi)Yapay Zekaya İlişkin Bölünmüş Tutum

Bulgular bağlamında elde ettiğimiz bu altı tema, Bolu yerel medya girişimciliğinin ekonomik mücadele, istihdam, kimlik, toplumsal sorumluluk, teknolojik dönüşüm gibi birçok boyutun kesiştiği karmaşık ve irdelenmesi gereken bir alan olduğunu ortaya koymuştur.

Araştırmadan elde edilen bulgular doğrultusunda yerel medya girişimciliğinin sürdürülebilirliği için dijital dönüşüme yönelik teknik ve ekonomik destek mekanizmalarının geliştirilmesi, yerel medya kuruluşlarının alternatif gelir modellerine yönelmesi ve mesleki eğitimle sektör arasındaki bağın güçlendirilmesi önem taşımaktadır.

Araştırma bulguları, yerel medya sektörüne kontrolsüz, niteliksiz ve mesleki formasyondan yoksun girişlerin haberciliğin kalitesini ve toplumsal saygınlığını ciddi biçimde zayıflattığını ortaya koymaktadır. Dijitalleşmenin sunduğu düşük maliyetli yayıncılık olanakları bir yandan demokratikleşme illüzyonu yaratırken, diğer yandan dezenformasyon, telif ihlalleri ve kopyala-yapıştır haberciliği körüklemektedir.

Katılımcıların ısrarla altını çizdiği meslek yasası ihtiyacı, gazeteciliğe giriş koşullarının standartlaştırılması, zorunlu staj uygulamaları, mesleki yeterlilik sertifikasyonu ve medya kuruluşlarının bağımsız kurullarca denetlenmesi önerileri, sektörün geleceği açısından hayati birer zorunluluk olarak belirlemektedir.

Katılımcı değerlendirmeleri; yerel medya girişimciliğinin yalnızca finansal kârlılık ve ekonomik sürdürülebilirlik ekseninde ele alınamayacağını, mesleki meşruiyet, yayın etiği ve kurumsal profesyonelleşme

sorunlarıyla doğrudan ilintili olduğunu göstermektedir. Bu doğrultuda yerel yayın organları, sadece ticari saiklerle hareket eden iktisadi işletmeler olarak değil; habercilik etiğini temele alan, yerel kamusal alanın demokratik devamlılığını sağlayan ve kentin kolektif toplumsal hafızasını inşa eden stratejik yapılar şeklinde yeniden konumlandırılmalıdır.

Çalışmanın sunduğu en özgün ve derinlikli teorik katkılardan biri, katılımcı K2'nin "Yerelden dünyaya yayın yapıyor! Yerel medya sınırını açtı! Yerelliği tartışılır!" şeklindeki doğrudan ifadesinde somutlaşmaktadır. Bu çarpıcı tespit, Nielsen'in (2015) yerel yayıncılığı kavramsallaştırırken merkeze aldığı ve mekânsal gmklğe/bağımlılığa dayandırdığı "kilit taşı medya" (keystone media) kuramının temel varsayımlarını dijital çağın gerçekliği karşısında sorunsallaştırmaktadır. Ağ toplumunun sunduğu olanaklar sayesinde yerel medya kuruluşları, artık coğrafi olarak sınırlandırılmış geleneksel bir okuyucu kitlesine bağımlı değildir. Yerel haberlerin ulusal veya uluslararası alanda görünür kılınması için ana akım TV kanallarına ya da merkezi haber ajanslarına erişme zorunluluğu ortadan kalkmıştır. Dijitalleşmenin tetiklediği bu "kre-yerelleşme" (glocalization) süreci, yerel bir olayın anında küresel bir yankı bulmasına imkân tanımaktadır. Dolayısıyla söz konusu bulgu, iletişim literatüründe "yerel" olmanın coğrafi, kültürel ve işlevsel tanımlayıcı kıstaslarını yeniden tartışmaya açmakta ve dijital habercilik ikliminde yerellik olgusunun kuramsal olarak sil baştan ele alınması gerektiğine işaret etmektedir.

Yönetsel ve idari düzenlemeler boyutunda ise katılımcı K7'nin önerdiği Basın İlan Kurumu (BİK) merkezli ruhsatlandırma ve sertifikasyon sistemi, sektördeki niteliksizleşme krizine karşı nitelikli bir çözüm modeli sunmaktadır. Kamusal ilan ve reklam gelirlerinin; yalnızca düzenli, etik, özgün ve telif haklarına saygılı içerik üreten yayın organlarına aktarılması, sektörde haksız rekabet yaratan ve kamuoyunda "naylon gazete/site" olarak bilinen işlevsiz yapıları piyasadan eleyecektir. Ayrıca kamu desteklerinin yalnızca basılı tiraj veya sayfa gösterimi gibi niceliksel göstergelerle kısıtlanmayıp; içerik kalitesi, araştırmacı habercilik, kamusal denetim işlevi ve toplumsal fayda gibi niteliksel kriterler üzerinden çeşitlendirilmesi stratejik bir zorunluluk haline gelmiştir. Bu tür bir teşvik yapısı, yerel girişimcileri sadece reklama bağımlı olmaktan kurtararak veri haberciliği ve dijital abonelik gibi sürdürülebilir iş modellerine yönlendirecektir.

Son olarak araştırma, yerel medya sektöründe iletişim eğitimi almış girişimci ve nitelikli insan kaynağı profilinin oldukça sınırlı olduğunu açıkça ortaya koymaktadır. Bu tablo, akademi ile yerel medya sektörü arasında süregelen yapısal kopukluğun bir yansımasıdır. Sorunun aşılması adına, üniversitelerin iletişim fakülteleri ile yerel medya kuruluşları arasında doğrudan ve sürdürülebilir stratejik iş birliği mekanizmaları kurulmalıdır. Öğrencileri doğrudan saha pratikleriyle buluşturan uzun dönemli staj programları, yerel haber odalarıyla entegre kuluçka merkezleri ve sürekli eğitim sertifika projeleri hayata geçirilmelidir. Akademinin teorik, etik ve teknolojik birikimi ile yerel girişimcilerin saha tecrübesinin harmanlanması, bir yandan iletişim mezunlarının nitelikli istihdamını artıracak, diğer yandan yerel medyanın dijital dönüşüm süreçlerine kurumsal ve vizyoner bir kimlik kazandıracaktır.

Kaynakça

- Achtenhagen, L. (2017). Media entrepreneurship – Taking stock and moving forward. *The International Journal on Media Management*, 19(1), 1-10. DOI: 10.1080/14241277.2017.1298941
- Abernathy, P. M. (2018). The expanding news desert. Center for Innovation and Sustainability in Local Media, School of Media and Journalism, University of North Carolina at Chapel Hill.
- Abernathy, P. M. (2020). News deserts and ghost newspapers: Will local news survive? Center for Innovation and Sustainability in Local Media, University of North Carolina at Chapel Hill.
- Abernathy, P. M. ve Stonbely, S. (2018). The strategic digital media entrepreneur. Wiley Blackwell.
- Horst, S.-O., & Hitters, E. (2020). Digital media entrepreneurship: Implications for strategic identity work and knowledge sharing of beginning entrepreneurs. *Nordic Journal of Media Management*, 1(1), 23-44. DOI: 10.5278/njmm.2597-0445.3612
- Khajeheian, D. (2017). Media entrepreneurship: A consensual definition. *AD-minister*, 30, 91-113.
- Horst, S.-O., & Murschetz, P. C. (2019). Strategic media entrepreneurship: Theory development and problematization. *Journal of Media Management and Entrepreneurship*, 1(1), 1-26. DOI: 10.4018/JMME.2019010101
- Nielsen, R. K. (2015). Local newspapers as keystone media: The increased importance of diminished newspapers for local political information environments. İçinde R. K. Nielsen (Ed.), *Local journalism: The decline of newspapers and the rise of digital media* (s. 51-72). I.B. Tauris.
- Gulyas, A. ve Hess, K. (2023). The three 'C's of digital local journalism: Community, commitment and continuity. *Digital Journalism*, 12(1), 6-12.
- Wahl-Jorgensen, K. (2023). Origin stories of local journalism entrepreneurs. *Journalism*, 24(10), 2118-2135.
- Waschková Císařová, L. (2023). We were innovators, but we gave up: The muted digital transition of local newspapers. *Digital Journalism*, 12(1), 83-100.
- Arvas, İ. S. (2019). Dijital haberleşme çağında yerel basının karşılaştığı sorunlar. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), 97-110. DOI: 10.17680/erciyesiletisim.459851
- Çelikbaş, S., & Özsoy, S. (2022). Dijitalleşme sürecinde yerel medyanın sorunları: Bolu örneği. *SDÜ İFADE*, 4(1), 1-33.
- Köseoğlu, A. (2017). Dijital ortamda yerel basın: Tekirdağ örneği üzerinden bir inceleme. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi*, 33-56.
- Tunca, L. ve Çağlar, N. (2022). Yerel gazetelerde dijital dönüşüm: Antalya yerel gazeteleri üzerinden bir inceleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 13(34), 603-618.
- Yılar, Ö. E. ve Şen, A. F. (2022). Yerel medyanın dijitalleşmesi ve değişen gazetecilik pratikleri: Elâzığ örneği. *Asya Studies*, 6(21), 209-238.
- Creswell, J. W. (2013). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage.
- Tong, A., Sainsbury, P., & Craig, J. (2007). Consolidated criteria for reporting qualitative research (COREQ): A 32-item checklist for interviews and focus groups. *International Journal for Quality in Health Care*, 19(6), 349-357. <https://doi.org/10.1093/intqhc/mzm042>
- Elo, S., & Kyngäs, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of Advanced Nursing*, 62(1), 107-115. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2007.04569.x>



BAİBÜİLEF-İĞ
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Günleri
Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication Communication Days

15.09.2026



Bolu İlinde X, Y ve Z Kuşaklarının Dijital Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Bağımlılık Düzeylerinin Karşılaştırılması

Comparison of Digital Media Usage Habits and Addiction Levels of Generations X, Y, and Z in Bolu Province

Selin KIVRAK¹

Geliş Tarihi (Received): 15.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 16.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Öz: Bu çalışma, Bolu ilinde yaşayan X, Y ve Z kuşaklarının dijital medya kullanım alışkanlıklarını, yoğunluklarını ve bağımlılık göstergelerini karşılaştırmalı olarak incelemektedir. Nicel araştırma yönteminin benimsendiği çalışmada, veri toplama aracı olarak anket kullanılmış ve örnekleme Bolu'da ikamet eden 259 katılımcı oluşturulmuştur. Veriler SPSS programı aracılığıyla frekans analizi, bağımsız örneklem t-testi, ANOVA, Ki-kare bağımsızlık testi ve Cramer's V katsayısı ile analiz edilmiştir. Katılımcıların %49,8'ini Z kuşağı, %30,1'ini X kuşağı ve %20,1'ini Y kuşağı oluşturmaktadır. Bulgulara göre katılımcıların %88,4'ü dijital medyaya akıllı telefonla erişmekte, en sık tercih edilen platform %55,6 ile Instagram olmaktadır. Kullanım süresinin %43,2 oranında günde 4-6 saat arasında değiştiği, yoğunluğun akşam saatlerinde toplandığı ve temel amacın %38,2 ile eğlence olduğu belirlenmiştir. Analiz sonucunda X, Y ve Z kuşakları arasında günlük kullanım süresi ve bağımlılık göstergeleri bakımından anlamlı farklılıklar saptanmıştır. Kuşak ile tercih edilen platform ($\chi^2(10, N = 259) = 75,825; p < ,001; Cramer's V = ,383$) ve kullanım amacı ($\chi^2(8, N = 258) = 85,105; p < ,001; Cramer's V = ,406$) arasında anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Buna karşılık, dijital medya alışkanlıkları ve bağımlılık göstergelerinin cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Sonuç olarak araştırma, dijital medyanın günlük yaşamdaki önemini vurgulamakta; kullanım süresi, bağımlılık göstergeleri, platform tercihleri ve kullanım amaçlarının kuşaklara göre farklılaştığını ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Medya, Dijital Medya Bağımlılığı, X Kuşağı, Y Kuşağı, Z Kuşağı

&

Abstract: This study comparatively examines the digital media usage habits, intensity, and addiction indicators of Generations X, Y, and Z living in the province of Bolu. Adopting a quantitative research method, the study utilized a survey for data collection, with a sample consisting of 259 participants residing in Bolu. The data were analyzed using the SPSS program through frequency analysis, independent samples t-test, ANOVA, the Chi-square test of independence, and the Cramer's V coefficient. The participants comprised 49.8% Generation Z, 30.1% Generation X, and 20.1% Generation Y. Findings indicate that 88.4% of participants access digital media via smartphones, with Instagram being the most preferred platform (55.6%). It was determined that daily usage duration ranged between 4 and 6 hours for 43.2% of participants, usage intensity peaked during evening hours, and the primary purpose was entertainment (38.2%). The analysis revealed significant differences among Generations X, Y, and Z regarding daily usage duration and addiction indicators. Significant associations were found between generation and preferred platform ($\chi^2(10, N=259)=75.825; p<.001; Cramer's V=.383$) as well as purpose of use ($\chi^2(8, N=258)=85.105; p<.001; Cramer's V=.406$). Conversely, no significant differences were found in digital media habits and addiction indicators based on gender. In conclusion, the study highlights the importance of digital media in daily life; ...reveals that duration of use, indicators of addiction, platform preferences, and purposes of use differ across generations.

Keywords: Digital Media, Digital Media Addiction, Generation X, Generation Y, Generation Z

Atıf/Cite as Kıvrak, S. (2026). *Comparison of Digital Media Usage Habits and Addiction Levels of Generations X, Y, and Z in Bolu Province*. BAİBÜİLEF-İĞ 2026: 3. Uluslararası İletişim Günleri Sempozyumu, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu, Türkiye.

İntihal-Plagiarizm/Etik-Ethik: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gazetecilik Yüksek Lisans Programı, e-posta: selinnkivrak14@gmail.com, ORCID: 0009-0001-5997-1990

1. Giriş

Dijital teknolojilerde yaşanan gelişmeler, bireylerin iletişim kurma, bilgiye erişme, eğlenme ve gündelik yaşamlarını sürdürme biçimlerinde önemli değişikliklere yol açmıştır. İnternetin ve mobil teknolojilerin yaygınlaşmasıyla birlikte dijital medya, günlük yaşamın önemli bir parçası hâline gelmiş; bireylerin medya kullanım alışkanlıkları da bu dönüşüm doğrultusunda değişmiştir. Sosyal medya platformları, çevrim içi haber kaynakları, video paylaşım platformları ve diğer dijital ortamlar bireylere bilgi edinme, iletişim kurma, eğlenme ve içerik üretme gibi farklı olanaklar sunmaktadır.

Dijital medya kullanım alışkanlıkları bireylerin yaşlarına, ihtiyaçlarına ve içinde yetiştikleri teknolojik çevreye bağlı olarak farklılık gösterebilmektedir. Bu noktada kuşak kavramı, farklı dönemlerde dünyaya gelen bireylerin dijital teknolojilerle kurdukları ilişkinin değerlendirilmesinde önemli bir çerçeve sunmaktadır. X, Y ve Z kuşaklarının dijital teknolojilerle farklı yaşam dönemlerinde karşılaşmış olmaları; dijital medya kullanım süreleri, platform tercihleri ve kullanım amaçları bakımından farklılıkların ortaya çıkmasına neden olabilmektedir.

Kuşakların dijital medya kullanım biçimlerini karşılaştıran araştırmalar da bu farklılaşmaya işaret etmektedir. Tutgun-Ünal ve Deniz (2020), farklı kuşakların sosyal medya kullanım düzeyleri ve tercihlerini inceledikleri çalışmalarında kuşaklara göre platform tercihlerinin ve kullanım biçimlerinin farklılaşabildiğini ortaya koymuştur. Araştırmada Y kuşağında Instagram kullanımının öne çıktığı, Z kuşağında ise Instagram ve YouTube tercihlerinin daha belirgin olduğu görülmüştür. Benzer şekilde Alptekin, Türkmen ve Arslantaş (2021) tarafından gerçekleştirilen araştırmada da kuşakların internet ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarında farklılıklar bulunduğu; X kuşağında Facebook'un, Y ve Z kuşaklarında ise Instagram'ın öne çıktığı belirlenmiştir.

Dijital medyanın gündelik yaşam içerisindeki kullanımının yoğunlaşması, bireylerin dijital medya ile kurdukları ilişkinin yalnızca kullanım alışkanlıkları açısından değil, problemli kullanım ve bağımlılık eğilimleri bakımından da değerlendirilmesini gerekli hâle getirmiştir. İnternet bağımlılığına ilişkin ilk çalışmalar, internet kullanımının kontrol edilememesi ve kullanımın bireyin günlük yaşamını olumsuz etkilemesi üzerinde durmuştur. Young (1998), problemli internet kullanımını davranışsal bağımlılık çerçevesinde ele almış ve aşırı kullanımın bireyin sosyal yaşamı ve günlük sorumlulukları üzerinde çeşitli olumsuzluklara yol açabileceğine dikkat çekmiştir.

Dijital medya kullanımına ilişkin bağımlılık eğilimlerinin yalnızca bireylerin çevrim içi ortamda geçirdikleri süre üzerinden değerlendirilmesi yeterli değildir. Kullanım süresini kontrol etmekte güçlük yaşama, dijital medyaya erişilemediğinde huzursuzluk hissetme, günlük sorumlulukların aksaması, uyku ve dikkat üzerinde ortaya çıkabilecek etkiler ve dijital medya kullanımını sınırlandırmada yaşanan güçlükler de bu kapsamda değerlendirilebilecek göstergeler arasındadır. Bu nedenle dijital medya kullanımının farklı kuşaklar açısından ele alınmasında kullanım süresi, platform tercihi ve kullanım amacı gibi alışkanlıkların yanı sıra bağımlılıkla ilişkili davranışsal göstergelerin de incelenmesi önem taşımaktadır.

Bu doğrultuda araştırmanın temel amacı, Bolu ilinde yaşayan X, Y ve Z kuşaklarının dijital medya kullanım alışkanlıklarını ve dijital medya bağımlılık düzeylerini karşılaştırmalı olarak incelemektir. Araştırma kapsamında kuşakların günlük dijital medya kullanım süreleri, tercih ettikleri dijital medya platformları, dijital medya kullanım amaçları ve dijital medya bağımlılığına ilişkin göstergeleri ele alınmaktadır. Araştırmanın farklı kuşakların dijital medya ile kurdukları ilişkiyi karşılaştırmalı olarak ortaya koyması ve Bolu ili özelinde elde edilen bulgular aracılığıyla ilgili literatüre katkı sağlaması amaçlanmaktadır.

1.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın temel amacı, Bolu ilinde yaşayan X, Y ve Z kuşaklarının dijital medya kullanım alışkanlıklarını ve dijital medya bağımlılık düzeylerini karşılaştırmalı olarak incelemektir. Çalışma kapsamında kuşakların dijital medya kullanım süreleri, tercih ettikleri dijital platformlar, kullanım amaçları ve dijital medya bağımlılığına ilişkin göstergeleri analiz edilmektedir.

1.2. Araştırmanın Önemi

Dijital medya, günümüzde farklı kuşakları etkileyen temel iletişim ve etkileşim alanlarından biri hâline gelmiştir. Bununla birlikte dijital medya kullanım biçimleri, bireylerin ait oldukları kuşaklara göre farklılaşabilmekte; kullanım süresi, platform ve içerik tercihleri ile bağımlılık eğilimleri kuşaklar arasında farklılık gösterebilmektedir. Bu nedenle dijital medya bağımlılığının kuşaklar arası bir bakış açısıyla ele alınması, konunun daha bütüncül biçimde anlaşılması açısından önem taşımaktadır.

Bu araştırma, Bolu ili özelinde X, Y ve Z kuşaklarının dijital medya kullanım alışkanlıklarını ve bağımlılık düzeylerini karşılaştırmalı olarak ele alması bakımından önem taşımaktadır. Literatürde dijital medya bağımlılığı ve kuşakların dijital medya kullanımına ilişkin çeşitli çalışmalar bulunmakla birlikte, farklı kuşakları yerel ölçekte karşılaştırmalı olarak ele alan çalışmaların görece sınırlı olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda araştırmanın, X, Y ve Z kuşaklarının dijital medya kullanım biçimleri ve bağımlılık düzeyleri arasındaki farklılıkların ortaya konulmasına katkı sağlaması beklenmektedir.

1.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırmanın örneklemini ağırlıklı olarak Bolu ilinde ikamet eden X, Y ve Z kuşaklarına mensup katılımcılardan oluşmaktadır. Katılımcıların %93'ü Bolu ilinde, %7'si ise farklı illerde ikamet etmektedir. Bu nedenle araştırmadan elde edilen bulguların Türkiye geneline genellenmesinde dikkatli olunmalıdır. Araştırmada kullanılan veriler katılımcıların anket sorularına verdikleri öz-bildirimlere dayanmakta olup, bu durum katılımcıların algı ve beyanlarından kaynaklanabilecek sınırlılıkları beraberinde getirmektedir. Ayrıca çalışma belirli bir zaman diliminde gerçekleştirilmiş olduğundan, dijital medya kullanım alışkanlıklarının zaman içerisindeki değişimini kapsamamaktadır.

2. Literatür Taraması

2.1. X, Y ve Z Kuşaklarının Dijital Medya Kullanım Alışkanlıkları

Kuşak kavramı, benzer dönemlerde dünyaya gelen ve yaşadıkları dönemin toplumsal, ekonomik, kültürel ve teknolojik koşullarından ortak biçimde etkilenen bireyleri ifade etmektedir. Aynı dönemde yaşayan bireylerin ortak özellikler gösterebildiğini belirten Adıgüzel vd. (2014), kuşakların algı, beklenti, öncelik ve davranışlarının içinde bulundukları dönemin koşulları doğrultusunda farklılaşabildiğine dikkat çekmektedir. Bu bağlamda bireylerin yetiştikleri dönemin özellikleri, yaşam biçimleri ve iletişim pratiklerinin yanı sıra medya kullanım alışkanlıklarının şekillenmesinde de etkili olabilmektedir. Özellikle iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, farklı kuşakların medya araçlarıyla farklı yaşam dönemlerinde karşılaşmasına ve bu araçları farklı biçimlerde benimsemesine neden olmuştur.

Geleneksel medya araçlarından dijital medya ortamlarına geçişle birlikte bireylerin bilgiye erişme, iletişim kurma ve medya içeriklerini tüketme biçimleri önemli ölçüde değişmiştir. İnternetin yaygınlaşması, mobil teknolojilerin gelişmesi ve sosyal medya platformlarının gündelik yaşamın bir parçası haline gelmesi, medya kullanımını zaman ve mekân sınırlılıklarından büyük ölçüde bağımsız hale getirmiştir. Ancak bu teknolojik dönüşüm bütün kuşaklar tarafından aynı yaşam döneminde deneyimlenmemiştir. Bu durum X, Y ve Z kuşaklarının dijital medya ile kurdukları ilişkinin farklılaşmasında etkili olmuştur.

X kuşağı, geleneksel medya araçlarının daha yaygın olduğu bir dönemde yetişmiş ve bilgisayar, internet ve mobil teknolojilerle yaşamının ilerleyen dönemlerinde karşılaşmıştır. Y kuşağı ise bilgisayar ve internet teknolojilerinin giderek yaygınlaştığı bir dönemde yetişmiş ve hem geleneksel hem de dijital medya ortamlarını deneyimlemiştir. Z kuşağı ise internet, mobil teknolojiler ve sosyal medya platformlarının yaygın olduğu bir iletişim ortamında büyümüş ve dijital teknolojilerle daha erken yaşlarda etkileşim kurmuştur. Kuşakların teknolojiyle karşılaşma dönemlerindeki bu farklılıklar, dijital medya kullanım biçimlerinin ve tercihlerinin de farklılaşmasına zemin hazırlamaktadır (Ökten, 2025).

Kuşakların sosyal medya kullanım alışkanlıklarını karşılaştıran araştırmalar, X, Y ve Z kuşaklarının platform tercihleri ve kullanım biçimleri bakımından farklılaşabildiğini göstermektedir. Tutgun-Ünal ve Deniz (2020), farklı kuşakların sosyal medya kullanım düzeyleri ve tercihlerini inceledikleri araştırmada kuşakların sosyal

medya kullanım biçimleri ve platform tercihleri bakımından farklı özellikler gösterdiklerini ortaya koymuştur. Araştırmada Y kuşağında Instagram kullanımının öne çıktığı, Z kuşağında ise Instagram ve YouTube tercihlerinin arttığı belirlenmiştir. Ayrıca sosyal medyayı günlük üç saatten fazla kullanan bireylerin daha az kullananlara göre sosyal medya kullanımında daha yüksek süreklilik gösterdikleri tespit edilmiştir. Benzer şekilde Alptekin vd. (2021) tarafından gerçekleştirilen araştırmada da kuşakların sosyal medya kullanım tercihleri bakımından farklılaştığı belirlenmiştir. Araştırmada X kuşağında Facebook kullanımının, Y ve Z kuşaklarında ise Instagram kullanımının öne çıktığı görülmüştür. İçerik tercihleri açısından X kuşağında haber içeriklerinin daha fazla öne çıktığı belirlenirken, Y ve Z kuşaklarının sosyal medya kullanımında daha yüksek süreklilik gösterdikleri ve kendilerini bu konuda daha yetkin değerlendirdikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Kuşakların genel medya kullanım alışkanlıklarını ele alan Özdemir (2021) de X, Y ve Z kuşaklarının medya tercihleri ve internet kullanım amaçları bakımından farklılıklar gösterebildiğini ortaya koymuştur. Araştırmada X kuşağında haber ve bilgi edinme amaçlı internet kullanımının, Y ve Z kuşaklarında ise sosyal medya ve eğlence amaçlı kullanımın daha fazla öne çıktığı belirlenmiştir. Bu bulgular, kuşaklar arasındaki farklılaşmanın yalnızca kullanılan medya araçlarıyla sınırlı olmadığını, dijital medyanın hangi amaçlarla kullanıldığı açısından da görülebildiğini göstermektedir.

Sonuç olarak farklı teknolojik dönemlerde yetişen X, Y ve Z kuşaklarının dijital medya ile kurdukları ilişkinin kullanım biçimleri ve tercihleri bakımından farklılaşabildiği görülmektedir. Literatürdeki çalışmalar özellikle platform tercihleri, kullanım süreleri, içerik tercihleri ve kullanım amaçları açısından kuşaklar arasında farklılıkların bulunabileceğine işaret etmektedir. Bu doğrultuda dijital medya kullanım süresi, tercih edilen platform ve kullanım amacı gibi değişkenlerin kuşaklar açısından karşılaştırmalı olarak incelenmesi, farklı kuşakların dijital medya kullanım alışkanlıklarının anlaşılması açısından önem taşımaktadır.

2.2. Dijital Medya Bağımlılığı ve Kuşaklar Arası Farklılıklar

Dijital medya araçlarının gündelik yaşamda giderek daha fazla yer edinmesi, bireylerin iletişim kurma, bilgi edinme, eğlenme ve sosyal etkileşimde bulunma biçimlerini önemli ölçüde değiştirmiştir. İnternet ve sosyal medya platformlarının yaygınlaşmasıyla birlikte bu ortamlarda geçirilen sürenin artması, dijital medya kullanımının bireylerin gündelik yaşamları üzerindeki etkilerini de önemli bir araştırma konusu haline getirmiştir. Özellikle bireyin dijital medya kullanımını kontrol etmekte güçlük yaşaması, kullanım süresinin giderek artması ve kullanımın günlük sorumluluklar ile sosyal yaşamı etkilemeye başlaması, bağımlılıkla ilişkili kullanım davranışlarının tartışılmasını beraberinde getirmiştir. Sosyal medya bağımlılığı, problemli veya kontrol edilmesi güç sosyal medya kullanımıyla ilişkilendirilen davranışsal bir bağımlılık biçimi olarak ele alınmaktadır. Bayramoğlu ve Gültekin (2023), sosyal medya bağımlılığını bireyin internet ve sosyal medya kullanımı üzerindeki kontrolünü kaybetmesiyle ilişkilendirmekte; sorunlu ve takıntılı sosyal medya kullanımı gibi kavramların da bu olguyu açıklamak amacıyla kullanıldığını belirtmektedir. Bu açıdan sosyal medya bağımlılığının değerlendirilmesinde yalnızca sosyal medyada geçirilen sürenin değil, bireyin kullanım davranışını kontrol edebilmesi ve kullanımın gündelik yaşam üzerindeki etkilerinin de dikkate alınması önem taşımaktadır. Sosyal medya kullanım süresi ile bağımlılık arasındaki ilişki farklı araştırmalarda incelenmiştir. Uslu (2021), Türkiye genelinde 5.176 internet kullanıcısıyla gerçekleştirdiği araştırmada sosyal medya bağımlılığını yaş, cinsiyet, eğitim ve meslek gibi çeşitli demografik değişkenlerin yanı sıra sosyal medya kullanım alışkanlıkları açısından ele almıştır. Araştırmada sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medya kullanım süresi arasında ilişki bulunduğu ve bağımlılık düzeylerinin yaş grupları bakımından farklılaşabildiği belirlenmiştir. Bu bulgular, sosyal medya kullanımının değerlendirilmesinde kullanım süresi ve yaş değişkenlerinin önemli olabileceğini göstermektedir.

Özellikle dijital teknolojilerle erken yaşlardan itibaren etkileşim içerisinde bulunan Z kuşağı, sosyal medya bağımlılığına yönelik araştırmalarda üzerinde durulan gruplardan biridir. Bayramoğlu ve Gültekin (2023), 555 Z kuşağı üniversite öğrencisiyle gerçekleştirdikleri araştırmada katılımcıların sosyal medya kullanım alışkanlıkları ile sosyal medya bağımlılıklarını incelemiştir. Araştırmada katılımcıların %42,5'inin sosyal medyayı günlük dört saatten fazla kullandığı belirlenmiş ve sosyal medyada geçirilen sürenin sosyal medya bağımlılığı üzerinde düşük düzeyde ancak anlamlı ve pozitif bir etkisinin bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç, kullanım süresinin sosyal medya bağımlılığıyla ilişkili göstergelerden biri olabileceğine işaret etmektedir.

Kuşaklar arasındaki farklılıkların değerlendirilmesinde yalnızca hangi kuşağın dijital medyayı daha yoğun kullandığına odaklanmak yeterli değildir. Kullanım süresinin yanı sıra bireyin dijital medya kullanımını kontrol etmede yaşadığı güçlükler, dijital medyaya erişemediğinde hissettiği huzursuzluk, günlük sorumlulukların aksaması, uyku ve dikkat üzerindeki etkiler ile kullanımı sınırlandırmaya yönelik davranışlar da problemli kullanımın değerlendirilmesinde önem taşımaktadır. Dolayısıyla farklı kuşakların dijital medya ile kurdukları ilişkinin çok boyutlu olarak ele alınması gerekmektedir.

Bu doğrultuda X, Y ve Z kuşaklarının dijital medya kullanım alışkanlıklarıyla birlikte bağımlılıkla ilişkili göstergeler açısından karşılaştırılması, kuşaklar arasındaki farklılıkların daha kapsamlı biçimde anlaşılmasına katkı sağlayabilir. Özellikle kullanım süresini kontrol etme, dijital medyaya erişilemediğinde yaşanan huzursuzluk, günlük sorumlulukların aksaması, uyku ve dikkat üzerindeki etkiler gibi göstergelerin kuşaklar açısından incelenmesi, dijital medya kullanımının yalnızca sıklık ve süre bakımından değil, bireylerin gündelik yaşamları üzerindeki etkileri bakımından da değerlendirilmesine olanak sağlamaktadır.

3. Yöntem

Bu araştırma, nicel araştırma yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmada veri toplama tekniği olarak anket yöntemi tercih edilmiştir. Nicel yöntem, X, Y ve Z kuşaklarının dijital medya kullanım alışkanlıkları ve dijital medya bağımlılık düzeyleri arasındaki farklılıkların istatistiksel olarak karşılaştırılmasına olanak sağlaması açısından uygun görülmüştür.

Araştırmada kullanılan anket formu; katılımcıların demografik özelliklerini, dijital medya kullanım alışkanlıklarını, dijital medya bağımlılığına ilişkin değerlendirmelerini ve dijital medya kullanımının sosyal ve psikolojik etkilerine yönelik görüşlerini belirlemeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. Elde edilen veriler SPSS programı aracılığıyla analiz edilmiş ve kuşaklar arası karşılaştırmalar gerçekleştirilmiştir.

3.1. Evren ve Örneklem

Araştırmanın çalışma evrenini X, Y ve Z kuşaklarına mensup bireyler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemi ise ağırlıklı olarak Bolu ilinde ikamet eden, X, Y ve Z kuşaklarına mensup ve araştırmaya gönüllü olarak katılan toplam 259 kişi oluşturmaktadır. Katılımcıların %93'ü Bolu ilinde, %7'si ise farklı illerde ikamet etmektedir.

Örneklemde yer alan katılımcıların %49,8'i (n=129) Z kuşağı, %30,1'i (n=78) X kuşağı ve %20,1'i (n=52) Y kuşağı içerisinde yer almaktadır. Araştırmaya katılım gönüllülük esasına dayalı olarak gerçekleştirilmiş ve veriler çevrim içi anket formu aracılığıyla toplanmıştır. Kuşak gruplarının örneklem içerisindeki sayısal dağılımlarının eşit olmaması araştırmanın sınırlılıklarından biri olarak değerlendirilmiştir.

3.2. Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından hazırlanan yapılandırılmış bir anket formu kullanılmıştır. Anket formu, araştırmanın amacı ve araştırma kapsamında ele alınan değişkenler doğrultusunda oluşturulmuştur. Toplam 37 maddeden oluşan anket formunun ilk beş sorusu katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yöneliktir. Bu bölümde yaş, cinsiyet, eğitim durumu, meslek ve ikamet edilen şehir bilgilerine yer verilmiştir.

Anket formunun 6–12. soruları katılımcıların dijital medya kullanım alışkanlıklarını belirlemeye yönelik olarak hazırlanmıştır. Bu kapsamda günlük dijital medya kullanım süresi, dijital medyaya erişimde en sık kullanılan cihaz, dijital medyanın yoğun olarak kullanıldığı zaman dilimi, en sık tercih edilen dijital medya platformu, dijital medya kullanım amacı, dijital medya hesaplarını kontrol etme sıklığı ve aynı anda birden fazla dijital medya platformunu kullanma durumu ele alınmıştır.

Anket formunun 13–37. maddeleri ise katılımcıların dijital medya kullanımına ve bağımlılıkla ilişkili eğilimlerine yönelik değerlendirmelerini belirlemeyi amaçlayan likert tipi ifadelerden oluşmaktadır. Bu maddelerde dijital medya kullanım süresini kontrol etme, dijital medyaya erişilemediğinde hissedilen huzursuzluk, günlük sorumlulukların aksaması, uyku ve dikkat üzerindeki etkiler, zihinsel yorgunluk, sosyal

ilişkiler ve dijital medya kullanımını sınırlandırmaya yönelik davranışlar gibi çeşitli göstergeler ele alınmıştır. Likert tipi maddeler 1 = **Kesinlikle katılıyorum**, 2 = **Katılıyorum**, 3 = **Kararsızım**, 4 = **Katılmıyorum** ve 5 = **Kesinlikle katılmıyorum** şeklinde kodlanmıştır.

3.3. Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında elde edilen veriler SPSS programı kullanılarak analiz edilmiştir. Katılımcıların demografik özellikleri ve dijital medya kullanım alışkanlıklarının belirlenmesinde frekans ve yüzde dağılımlarından yararlanılmıştır. Dijital medya kullanımına ve bağımlılıkla ilişkili göstergelere yönelik değerlendirmelerin cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığının belirlenmesi amacıyla bağımsız örneklem t-testi uygulanmıştır.

X, Y ve Z kuşaklarının dijital medya kullanım süreleri ile dijital medya bağımlılığına ilişkin göstergeler bakımından farklılaşıp farklılaşmadığının belirlenmesinde tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Kuşak ile tercih edilen dijital medya platformu ve dijital medya kullanım amacı arasındaki ilişkilerin belirlenmesinde Ki-kare bağımsızlık testinden yararlanılmıştır. İlişkinin gücünün değerlendirilmesinde ise Cramer's V katsayısı kullanılmıştır. Araştırmada istatistiksel anlamlılık düzeyi $p < 0,05$ olarak kabul edilmiştir.

3.4. Hipotezler

Araştırma kapsamında toplam 4 hipotez oluşturulmuştur.

H1: X, Y ve Z kuşakları arasında dijital medya kullanım süresi açısından anlamlı bir fark vardır.

H2: Dijital medya bağımlılığına ilişkin göstergeler X, Y ve Z kuşaklarına göre anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

H3: Kuşak ile tercih edilen dijital medya platformu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H4: Kuşak ile dijital medya kullanım amacı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

4. Bulgular

4.1. Demografik Bulgular ve Frekans Analizleri

Tablo 1. Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı:

Cinsiyet	n	%
Kadın	151	58,3
Erkek	108	41,7
Toplam	259	100,0

Araştırmaya katılan bireylerin %58,3'ü kadın (n=151), %41,7'si erkekten (n = 108) oluşmaktadır. Katılımcıların tamamı cinsiyet değişkenine ilişkin soruyu yanıtlamış olup veri setinde eksik gözlem bulunmamaktadır. Bu dağılım, araştırma örnekleminin cinsiyet açısından görece dengeli bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 2. Katılımcıların Kuşaklara Göre Dağılımı:

Kuşak (Doğum Yılı)	n	%
X Kuşağı (1965–1980)	78	30,1

Kuşak (Doğum Yılı)	n	%
Y Kuşağı (1981–1996)	52	20,1
Z Kuşağı (1997–2012)	129	49,8
Toplam	259	100,0

Araştırmaya katılan bireylerin %49,8'i Z kuşağı (n = 129), %30,1'i X kuşağı (n = 78) ve %20,1'i Y kuşağından (n = 52) oluşmaktadır. Bulgular, örneklemin ağırlıklı olarak Z kuşağı bireylerden oluştuğunu göstermektedir.

Tablo 3. Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı:

Eğitim Durumu	n	%
İlkokul	15	5,8
Ortaokul	6	2,3
Lise	93	35,9
Ön Lisans	43	16,6
Lisans	91	35,1
Lisansüstü	11	4,2
Toplam	259	100,0

Araştırmaya katılan bireylerin %35,9'u lise (n = 93) ve %35,1'i lisans (n = 91) mezunudur. Ön lisans mezunlarının oranı %16,6 (n = 43) iken, lisansüstü eğitim düzeyine sahip katılımcıların oranı %4,2 (n = 11) olarak belirlenmiştir. İlkokul ve ortaokul mezunlarının toplam oranı ise %8,1'dir. Bu bulgular, örneklemin büyük ölçüde orta ve yükseköğretim düzeyine sahip bireylerden oluştuğunu göstermektedir.

Tablo 4. Katılımcıların Yaşadıkları Yere Göre Dağılımı:

Yaşanılan Şehir	n	%
Bolu	240	93,0
İstanbul	2	0,8
Ankara	3	1,2
Diğer	13	5,0
Toplam (Geçerli)	258	100,0

Araştırmaya katılan bireylerin büyük çoğunluğunun Bolu'da yaşadığı görülmektedir (%93,0; n = 240). Diğer illerde yaşayan katılımcıların oranı %5,0 (n = 13) iken, İstanbul (%0,8; n = 2) ve Ankara (%1,2; n = 3) illerinde yaşayan katılımcıların oranları oldukça düşüktür. Ayrıca bir katılımcının (%0,4) yaşadığı şehir sorusunu yanıtlamadığı belirlenmiştir.

Tablo 5. Katılımcıların Çalışma Durumlarına Göre Dağılımı:

Çalışma Durumu	n	%
Çalışıyor	119	45,9
Çalışmıyor	62	23,9
Öğrenci	78	30,1
Toplam	259	100,0

Araştırmaya katılan bireylerin %45,9'u çalıştığını (n = 119), %30,1'i öğrenci olduğunu (n = 78) ve %23,9'u çalışmadığını (n = 62) belirtmiştir. Bulgular, örneklemin yaklaşık yarısının aktif olarak çalışma hayatında yer aldığını, önemli bir bölümünün ise öğrenci grubundan oluştuğunu göstermektedir.

4.2. Dijital Medya Kullanım Yoğunluğuna İlişkin Bulgular

Tablo 6. Katılımcıların Günlük Dijital Medya Kullanım Sürelerine Göre Dağılımı:

Günlük Dijital Medya Kullanım Süresi	n	%
1 saatten az	30	11,6
1-3 saat	96	37,1
4-6 saat	112	43,2
7 saat ve üzeri	21	8,1
Toplam	259	100,0

Katılımcıların günlük dijital medya kullanım süreleri incelendiğinde, %43,2'sinin günde 4-6 saat arasında dijital medya kullandığı (n = 112) görülmektedir. Bunu %37,1 ile 1-3 saat arası kullanım (n = 96) izlemektedir. Günde 1 saatten az dijital medya kullanan katılımcıların oranı %11,6 (n = 30) iken, 7 saat ve üzeri kullanım bildiren katılımcıların oranı %8,1 (n = 21) olarak belirlenmiştir.

Tablo 7. Katılımcıların Dijital Medyaya Erişim Sağladıkları Cihaza Göre Dağılımı:

Dijital Medyaya Erişim Cihazı	n	%
Akıllı Telefon	229	88,4
Tablet	5	1,9
Bilgisayar	25	9,7

Dijital Medyaya Erişim Cihazı	n	%
Toplam	259	100,0

Katılımcıların dijital medyaya erişim sağladıkları cihazlar incelendiğinde, büyük çoğunluğun akıllı telefon kullandığı görülmektedir (%88,4; n = 229). Bilgisayar üzerinden dijital medyaya erişim sağlayan katılımcıların oranı %9,7 (n = 25) iken, tablet kullanımının oldukça düşük olduğu (%1,9; n = 5) belirlenmiştir. Bu bulgu, dijital medya erişiminde mobil cihazların baskın konumda olduğunu göstermektedir.

Tablo 8. Katılımcıların Dijital Medyayı En Sık Kullandıkları Zaman Dilimine Göre Dağılımı:

Dijital Medya Kullanım Zamanı	n	%
Sabah (06.00–12.00)	8	3,1
Öğle (12.00–18.00)	30	11,6
Akşam (18.00–24.00)	161	62,2
Gece (24.00–06.00)	60	23,2
Toplam	259	100,0

Katılımcıların dijital medyayı en sık kullandıkları zaman dilimleri incelendiğinde, büyük çoğunluğun akşam saatlerinde (18.00–24.00) dijital medyayı kullandığı görülmektedir (%62,2; n = 161). Gece saatlerinde (24.00–06.00) dijital medya kullanım oranı %23,2 (n = 60) ile ikinci sırada yer alırken, öğle saatlerinde kullanım %11,6 (n = 30) ve sabah saatlerinde kullanım ise %3,1 (n = 8) ile oldukça düşük düzeydedir. Bu bulgu, dijital medya kullanımının günün ilerleyen saatlerinde yoğunlaştığını göstermektedir.

4.3. Dijital Medya Kullanım Alışkanlıklarına İlişkin Bulgular

Tablo 9. Katılımcıların En Sık Kullandıkları Dijital Medya Platformlarına Göre Dağılımı:

Dijital Medya Platformu	n	%
Facebook	31	12,0
Instagram	144	55,6
TikTok	30	11,6
X (Twitter)	12	4,6
YouTube	31	12,0
Diğer	11	4,2
Toplam	259	100,0

Katılımcıların en sık kullandıkları dijital medya platformları incelendiğinde, Instagram'ın açık ara en fazla tercih edilen platform olduğu görülmektedir (%55,6; n = 144). Facebook (%12,0; n = 31) ve YouTube (%12,0; n = 31) eşit oranlarda tercih edilirken, TikTok kullanım oranı %11,6 (n = 30) olarak belirlenmiştir. X (Twitter) kullanan katılımcıların oranı %4,6 (n = 12), diğer platformları tercih eden katılımcıların oranı ise %4,2 (n = 11) olarak belirlenmiştir. Bu bulgular, katılımcıların platform tercihlerinde Instagram'ın belirgin biçimde öne çıktığını göstermektedir.

Tablo 10. Katılımcıların Dijital Medyayı Kullanım Amaçlarına Göre Dağılımı:

Dijital Medya Kullanım Amacı	n	%
Bilgi edinme	33	12,7
Eğitim	5	1,9
Eğlence	99	38,2
Haber alma	56	21,6
İş	5	1,9
Profesyonel amaçlar	2	0,8
Sosyal etkileşim	58	22,4
Diğer	1	0,4
Toplam	259	100,0

Katılımcıların dijital medyayı kullanım amaçları incelendiğinde, en yaygın kullanım amacının eğlence olduğu görülmektedir (%38,2; n = 99). Bunu sosyal etkileşim (%22,4; n = 58) ve haber alma (%21,6; n = 56) izlemektedir. Bilgi edinme amacıyla dijital medya kullanan katılımcıların oranı %12,7 (n = 33) iken, eğitim (%1,9; n = 5), iş (%1,9; n = 5) ve profesyonel amaçlı kullanım (%0,8; n = 2) daha düşük oranlarda kalmıştır. Diğer kategorisinde değerlendirilen yanıtın oranı ise %0,4'tür (n = 1). Bu bulgular, dijital medyanın katılımcılar tarafından ağırlıklı olarak eğlence, sosyal etkileşim ve haber alma amaçlarıyla kullanıldığını göstermektedir.

Tablo 11. Katılımcıların Gün İçerisinde Dijital Medyayı Kontrol Etme Sıklıklarına Göre Dağılımı:

Dijital Medyayı Kontrol Etme Sıklığı	n	%
Sık sık (günde birçok kez)	143	55,2
Ara sıra (günde birkaç kez)	86	33,2
Nadiren	7	2,7
Sürekli	23	8,9
Toplam	259	100,0

Katılımcıların gün içerisinde dijital medyayı kontrol etme sıklıkları incelendiğinde, %55,2'sinin dijital medyayı günde birçok kez kontrol ettiği (n = 143) görülmektedir. Bunun yanında, katılımcıların %33,2'si dijital medyayı günde birkaç kez kontrol ettiğini belirtmiştir (n = 86). Dijital medyayı nadiren kontrol eden katılımcıların oranı %2,7 (n = 7) ile oldukça düşük düzeyde kalırken, dijital medyayı sürekli kontrol ettiğini ifade edenlerin oranı %8,9 (n = 23) olarak belirlenmiştir.

Tablo 12. Katılımcıların Aynı Anda Birden Fazla Dijital Medya Platformu Kullanma Durumlarına Göre Dağılımı:

Aynı Anda Birden Fazla Platform Kullanma Durumu	n	%
Hiçbir zaman	107	41,3
Nadiren	88	34,0
Sık sık	41	15,8
Her zaman	23	8,9
Toplam	259	100,0

Katılımcıların aynı anda birden fazla dijital medya platformu kullanma durumları incelendiğinde, %41,3'ünün hiçbir zaman eşzamanlı platform kullanmadığı (n = 107) görülmektedir. Bununla birlikte, katılımcıların %34,0'ı nadiren (n = 88) ve %15,8'i sık sık (n = 41) aynı anda birden fazla dijital medya platformu kullandığını belirtmiştir. Eşzamanlı platform kullanımını her zaman gerçekleştirdiğini ifade eden katılımcıların oranı ise %8,9 (n = 23) olarak belirlenmiştir.

4.4. Dijital Medya Bağımlılığına ve Kullanım Algılarına İlişkin Betimleyici Bulgular

Tablo 13. Dijital Medya Bağımlılığına ve Kullanım Algılarına İlişkin Likert Tipi Maddelerin Frekans Dağılımı: (n=259)

Madde No	İfade (Özet)	1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)
13	Günlük yaşamın önemli parçası	29,7	41,7	12,4	14,3	1,9
14	Zamanın nasıl geçtiğini fark etmem	27,8	43,2	7,7	17,8	3,5
15	Süreyi kontrol etmekte zorlanırım	17,0	26,3	17,0	32,8	6,9
16	Erişemeyince huzursuz olurum	8,5	26,3	15,8	39,0	10,4
17	Günlük sorumluluklar aksar	8,9	19,7	12,7	43,6	15,1
18	Planladığımdan uzun süre kullanırım	12,7	34,7	13,9	31,7	6,9
19	Uyku düzenimi olumsuz etkiler	12,0	27,0	12,7	36,7	11,6
20	Dikkat süremi olumsuz etkiler	16,6	28,6	17,0	30,1	7,7

Madde No	İfade (Özet)	1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)
21	Zihinsel yorgunluk hissedirim	13,1	33,6	18,1	29,3	5,8
22	Yüz yüze iletişimi azaltır	12,4	29,7	13,5	34,0	10,4
23	İçerikler ruh halimi etkiler	11,2	40,2	19,7	21,6	7,3
24	Kendimi başkalarıyla kıyaslarım	8,5	21,6	18,9	36,7	14,3
25	Kötü hissedince dijital medyaya yönelirim	8,1	37,5	14,7	30,1	9,7
26	Kullanımım zamanla arttı	14,7	42,1	15,4	21,6	6,2
27	Dijital medya olmadan zorlanırım	6,2	17,0	18,5	43,2	15,1
28	Kullanımı azaltmam gerekir	19,3	39,8	13,9	20,8	6,2
29	Kullanımım üzerinde kontrolüm var	15,4	44,8	20,5	15,8	3,5
30	Sınır koymak benim için zor	5,4	22,4	18,5	42,5	11,2
31	Bilgilendirici içerikler faydalı	23,2	57,1	11,2	6,6	1,9
32	Bağımlılık toplumsal bir sorundur	49,4	38,2	6,9	3,9	1,5
33	Kuşaklara göre farklılık vardır	46,3	40,9	8,1	4,2	0,4
34	Kendi kuşağım bilinçli kullanır	12,4	20,5	29,0	28,6	9,7
35	X kuşağı daha kontrollüdür	17,8	28,6	30,1	17,4	6,2
36	Y kuşağı yoğun kullanır	17,0	42,5	29,0	9,7	1,9
37	Z kuşağı daha bağımlıdır	47,5	34,4	10,8	4,2	3,1

Not: Likert tipi maddeler 1 = Kesinlikle katılıyorum, 2 = Katılıyorum, 3 = Kararsızım, 4 = Katılmıyorum ve 5 = Kesinlikle katılmıyorum şeklinde kodlanmıştır.

Dijital medya bağımlılığına ve kullanım algılarına ilişkin maddelerin frekans dağılımları incelendiğinde, katılımcıların önemli bir bölümünün dijital medya kullanırken zamanın nasıl geçtiğini fark etmedikleri görülmektedir. Bununla birlikte, dijital medyada planlanandan daha uzun süre kalmaya ilişkin yanıtların daha farklı dağıldığı belirlenmiştir. Bu bulgular, dijital medya kullanımının gündelik yaşam rutinleriyle iç içe geçtiğini göstermektedir.

Dijital medya kullanımının kontrolüne yönelik maddeler incelendiğinde, katılımcıların bir bölümünün dijital medyada geçirdikleri süreyi kontrol etmekte zorlandığı görülmektedir. Bununla birlikte, dijital medya kullanımına sınır koymanın zor olduğunu ve dijital medyaya erişilemediğinde huzursuzluk yaşadığını belirten katılımcıların oranının, bu ifadelerle katılmayanların oranından daha düşük olduğu görülmektedir. Bu bulgular, dijital medya kullanımının kontrolüne ilişkin katılımcılar arasında farklı eğilimlerin bulunduğunu göstermektedir.

Dijital medya kullanımının günlük yaşam üzerindeki etkileri değerlendirildiğinde, katılımcıların çoğunluğunun dijital medya kullanımı nedeniyle günlük sorumluluklarının aksadığı görüşüne katılmadığı görülmektedir. Uyku düzeni, dikkat süresi, zihinsel yorgunluk ve yüz yüze iletişim üzerindeki etkilere ilişkin yanıtların ise katılımcılar arasında farklılık gösterdiği belirlenmiştir.

Bu bulgular, dijital medya kullanımının günlük yaşam üzerindeki etkilerinin katılımcılar tarafından farklı biçimlerde değerlendirildiğini göstermektedir.

Duygusal etkiler açısından bakıldığında, katılımcıların yarısından fazlasının dijital medyada karşılaştıkları içeriklerin ruh hâllerini etkilediği görüşüne katıldığı görülmektedir. Katılımcıların çoğunluğu, dijital medyadaki içeriklerin kendilerini başkalarıyla kıyaslamalarına neden olduğu görüşüne katılmazken, kendilerini kötü hissettiklerinde dijital medyaya yönelmeye ilişkin yanıtların daha farklı dağıldığı görülmektedir. Bu bulgular, dijital medyanın duygusal etkilerine ilişkin katılımcı değerlendirmelerinin maddelere göre farklılaştığını göstermektedir.

Kullanım eğilimlerine ilişkin maddeler incelendiğinde, katılımcıların yarısından fazlasının dijital medya kullanımlarının zamanla arttığını düşündüğü ve dijital medya kullanımlarını azaltmaları gerektiği görüşüne katıldığı görülmektedir. Buna karşılık, katılımcıların çoğunluğu dijital medya olmadan günlük yaşamlarını sürdürmekte zorlandıkları görüşüne katılmamaktadır. Katılımcıların çoğunluğu ayrıca dijital medya kullanımları üzerinde kontrole sahip olduklarını belirtmiştir. Bu bulgular, katılımcıların dijital medya kullanımına ilişkin değerlendirmelerinin farklı göstergeler açısından değişiklik gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Toplumsal ve kuşaklara ilişkin algılar değerlendirildiğinde, katılımcıların büyük çoğunluğunun dijital medya bağımlılığını toplumsal bir sorun olarak gördüğü ve dijital medya kullanımının kuşaklara göre farklılık gösterdiğini düşündüğü görülmektedir. Katılımcıların %46,4'ü X kuşağının dijital medyayı daha kontrollü kullandığı görüşüne katılırken, %30,1'i bu konuda kararsız kalmıştır. Y kuşağının dijital medyayı yoğun kullandığı görüşüne katılanların oranı %59,5'tir. Z kuşağının dijital medyaya daha bağımlı olduğu görüşüne ise katılımcıların %81,9'u katılmıştır. Bu bulgular, katılımcıların dijital medya kullanımına ilişkin kuşaksal değerlendirmelerinde belirgin eğilimler bulunduğunu göstermektedir.

Tablo 14. Cinsiyete Göre Dijital Medya Kullanımı ve Dijital Medya Bağımlılığına İlişkin t-Testi Sonuçları:

Madde	t	df	p (Sig. 2-tailed)
Dijital medya kullanımı günlük yaşam rutininin önemli bir parçasıdır	1,222	257	,223
Dijital medya kullanımı sırasında zamanın nasıl geçtiğini fark etmediğim olur	-,007	257	,995
Dijital medyada geçirdiğim süreyi kontrol etmekte zorlanırım	-,976	257	,330
Dijital medyaya erişemediğimde huzursuz veya gergin hissederim	,099	257	,921
Dijital medya kullanımı nedeniyle günlük sorumluluklarımı aksattığım olur	-1,440	257	,151
Dijital medyada planladığımdan daha uzun zaman geçiririm	-,719	257	,473

Madde	t	df	p (Sig. 2-tailed)
Dijital medya kullanımı uyku düzenimi olumsuz etkiler	-,241	257	,810
Dijital medya kullanımı dikkat süresi olumsuz etkiler	-,1477	257	,141
Dijital medya kullandıktan sonra zihinsel yorgunluk hissedirim	-,1348	257	,179
Dijital medya yüz yüze iletişime ayırdığım zamanı azaltmaktadır	1,358	257	,176
Dijital medyada görülen içerikler ruh hâlini etkiler	-,1147	257	,252
Dijital medyada görülen içerikler kendini başkalarıyla kıyaslamaya neden olur	,713	257	,476
Kendini kötü hissettiğinde dijital medyaya yönelme	-,1889	257	,060
Dijital medya kullanımının zamanla artması	,714	257	,476
Dijital medya olmadan günlük hayatı sürdürmekte zorlanma	,396	257	,692
Dijital medya kullanımını azaltma gerekliliği düşüncesi	,233	257	,816
Dijital medya kullanımı üzerinde kontrol algısı	1,560	257	,120
Dijital medya kullanımına sınır koymanın zorluğu	,250	257	,803
Dijital medya bağımlılığının toplumsal bir sorun olduğu görüşü	-,1226	257	,221
Dijital medya kullanımının kuşaklara göre farklılaştığı görüşü	-,593	257	,554
Z kuşağının dijital medyaya daha bağımlı olduğu görüşü	,071	257	,943

Tablo 14'te yer alan bağımsız örneklem t-testi sonuçları incelendiğinde, dijital medya kullanımı ve dijital medya bağımlılığına ilişkin ifadelerin hiçbirinde cinsiyet değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($p > .05$). Elde edilen bulgulara göre dijital medyanın günlük yaşamın önemli bir parçası olarak görülmesi, dijital medya kullanım süresini kontrol etmede yaşanan zorluklar, dijital medyaya erişilemediğinde hissedilen huzursuzluk ve dijital medya kullanımının günlük yaşam üzerindeki etkileri açısından kadın ve erkek katılımcılar arasında benzer eğilimler bulunmaktadır. Aynı şekilde, dijital medyanın uyku düzeni, dikkat süresi ve zihinsel yorgunluk üzerindeki etkilerine ilişkin değerlendirmelerde de cinsiyete bağlı anlamlı bir fark tespit edilmemiştir. Bu doğrultuda, örneklemde dijital medya kullanımı ve bağımlılığı değerlendirmelerinin cinsiyete göre belirgin farklılaşmadığı söylenebilir.

Tablo 15. Kuşaklara Göre Dijital Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Bağımlılık Düzeylerine İlişkin Tek Yönlü ANOVA Sonuçları:

Değişken	F	p
Günlük dijital medya kullanım süresi	28,784	,001*
Dijital medyayı kontrol etme sıklığı	9,790	,001*
Aynı anda birden fazla platform kullanımı	5,916	,003*
Dijital medyanın günlük yaşamın parçası olması	6,199	,002*
Dijital medyada geçirilen süreyi kontrol etmede zorlanma	9,539	,001*
Dijital medyaya erişemediğinde huzursuz hissetme	3,520	,031*
Günlük sorumlulukları aksatma	10,620	,001*
Planlanandan uzun süre dijital medyada kalma	12,209	,001*
Uyku düzeninin olumsuz etkilenmesi	14,238	,001*
Dikkat süresinin olumsuz etkilenmesi	17,193	,001*
Zihinsel yorgunluk hissetme	11,737	,001*
Dijital içeriklerin ruh halini etkilemesi	3,240	,041*
Dijital içeriklerin kıyaslamaya neden olması	4,671	,010*
Kötü hissedildiğinde dijital medyaya yönelme	8,386	,001*
Dijital medya olmadan günlük hayatı sürdürmede zorlanma	10,962	,001*
Dijital medya kullanımına sınır koymanın zor olması	9,324	,001*
Kendi kuşağının dijital medyayı bilinçli kullandığı düşüncesi	6,339	,002*
Y kuşağının dijital medyayı yoğun kullanması	3,097	,047*

Tablo 15'te kuşaklara göre dijital medya kullanım alışkanlıkları ve dijital medya bağımlılığına ilişkin değişkenler için yapılan tek yönlü ANOVA analizinin sonuçları yer almaktadır. Analiz sonuçlarına göre bazı değişkenlerde kuşaklar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar olduğu görülmektedir ($p < ,05$). Özellikle günlük dijital medya kullanım süresi, gün içinde dijital medyayı kontrol etme sıklığı, aynı anda birden fazla dijital medya platformu kullanma durumu ve dijital medyanın günlük yaşamın önemli bir parçası olarak görülmesi değişkenlerinde kuşaklara göre farklılıklar tespit edilmiştir. Bunun yanında, dijital medya kullanım süresini kontrol etmekte zorlanma, dijital medyaya erişilemediğinde huzursuzluk hissi ve dijital

medya kullanımı nedeniyle günlük sorumlulukların aksatılması gibi bağımlılıkla ilişkili değişkenlerde de kuşaklar arasında anlamlı farklar bulunmaktadır. Ayrıca dijital medya kullanımının uyku düzeni, dikkat süresi ve zihinsel yorgunluk üzerindeki etkilerine ilişkin değişkenlerde de kuşaklar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar olduğu görülmektedir. Bu durum, dijital medya kullanımının etkilerinin kuşaklara göre farklı şekillerde deneyimlenebildiğini göstermektedir. Anlamlı farklılık bulunan değişkenlerde, farkın hangi kuşaklar arasında olduğunu belirlemek amacıyla post hoc analizi yapılmadığından, sonuçlar kuşaklar arası genel farklılıklar çerçevesinde değerlendirilmiştir.

Tablo 16. Araştırma Hipotezleri ve Desteklenme Durumları:

Hipotez No	Hipotez	Kullanılan Analiz	Desteklenme Durumu
H1	X, Y ve Z kuşakları arasında dijital medya kullanım süresi açısından anlamlı bir fark vardır.	Tek Yönlü ANOVA	Desteklenmiştir
H2	X, Y ve Z kuşakları arasında dijital medya bağımlılık düzeyi açısından anlamlı bir fark vardır.	Tek Yönlü ANOVA	Desteklenmiştir
H3	Kuşak ile tercih edilen dijital medya platformu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Ki-kare Bağımsızlık Testi	Desteklenmiştir
H4	Kuşak ile dijital medya kullanım amacı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Ki-kare Bağımsızlık Testi	Desteklenmiştir

Araştırma kapsamında oluşturulan hipotezlerin test edilmesi amacıyla yapılan analizler sonucunda, kuşaklar arasında dijital medya kullanımına ve dijital medya bağımlılığına ilişkin anlamlı farklılıklar olduğu görülmüştür. Öncelikle X, Y ve Z kuşakları arasında günlük dijital medya kullanım süresi bakımından anlamlı bir fark bulunması, kuşakların dijital medyayı kullanım yoğunluklarının birbirinden farklı olduğunu göstermektedir. Bu nedenle H1 hipotezi desteklenmiştir.

Benzer şekilde, dijital medya bağımlılık düzeyinin kuşaklara göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Dijital medyada geçirilen sürenin kontrol edilmesinde yaşanan zorluklar, dijital medyaya erişilemediğinde hissedilen huzursuzluk ve günlük yaşamın olumsuz etkilenmesi gibi bağımlılıkla ilişkili göstergelerin kuşaklara göre değişmesi, H2 hipotezinin desteklendiğini ortaya koymaktadır.

Kuşak ile tercih edilen dijital medya platformu arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla gerçekleştirilen Ki-kare bağımsızlık testi sonucunda iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir ($\chi^2(10, N = 259) = 75,825, p < ,001$). X kuşağında Instagram (%37,2) ve Facebook (%32,1) öne çıkarken, Y kuşağında Instagram (%69,2) en fazla tercih edilen platform olmuştur. Z kuşağında ise Instagram (%61,2) ilk sırada yer alırken TikTok (%21,7) ikinci sırada yer almaktadır. Ayrıca **Cramer's V değerinin ,383 olması**, kuşak ile tercih edilen dijital medya platformu arasında orta düzeyde bir ilişkiye işaret etmektedir. Bu doğrultuda H3 hipotezi desteklenmiştir.

Kuşak ile dijital medya kullanım amacı arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla gerçekleştirilen Ki-kare bağımsızlık testi sonucunda da istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki saptanmıştır ($\chi^2(8, N = 258) = 85,105, p < ,001$). X kuşağında haber alma amacı (%42,3) öne çıkarken, Y kuşağında haber alma (%30,8) ve eğlence (%28,8) amaçlarının birbirine yakın oranlarda olduğu görülmüştür. Z kuşağında ise eğlence (%54,7) ve sosyal etkileşim (%32,0) amaçları öne çıkmıştır. **Cramer's V değerinin ,406 olması**, kuşak ile dijital medya kullanım amacı arasında orta düzeyde bir ilişki bulunduğunu göstermektedir. Bu nedenle H4 hipotezi de desteklenmiştir.

Genel olarak değerlendirildiğinde araştırma bulguları, dijital medya kullanım süresinin, bağımlılık düzeyinin, tercih edilen dijital medya platformlarının ve dijital medya kullanım amaçlarının kuşaklara göre farklılaşabildiğini ortaya koymaktadır.

5. Sonuç ve Öneriler

5.1. Sonuç

Bu araştırmada, X, Y ve Z kuşaklarının dijital medya kullanım alışkanlıkları, kullanım yoğunlukları ve dijital medya bağımlılığına ilişkin algıları incelenmiştir. Araştırma bulguları, dijital medyanın katılımcıların günlük yaşamlarında önemli bir yer tuttuğunu ve kullanım biçimlerinin kuşaklara göre farklılaştığını ortaya koymaktadır.

Betimleyici bulgular, katılımcıların önemli bir bölümünün dijital medyayı yoğun biçimde kullandığını ve kullanımın özellikle akşam ve gece saatlerinde yoğunlaştığını göstermektedir. Dijital medyaya erişimde akıllı telefonların baskın araç olması, dijital medya kullanımının büyük ölçüde mobil cihazlar üzerinden gerçekleştiğini ortaya koymaktadır. Ayrıca katılımcıların dijital medyayı ağırlıklı olarak eğlence, sosyal etkileşim ve haber alma amaçlarıyla kullandıkları belirlenmiştir.

Dijital medya bağımlılığına ve kullanım algılarına ilişkin bulgular, katılımcıların dijital medya kullanımına yönelik değerlendirmelerinin farklı göstergeler açısından değiştiğini ortaya koymaktadır. Katılımcıların önemli bir bölümünün dijital medya kullanırken zamanın nasıl geçtiğini fark etmediği görülürken, kullanım süresini kontrol etme, planlanandan daha uzun süre dijital medyada kalma ve dijital medyaya erişilemediğinde huzursuzluk hissetme gibi göstergelerde yanıtların farklılaştığı belirlenmiştir. Bunun yanında uyku düzeni, dikkat süresi, zihinsel yorgunluk ve günlük yaşam üzerindeki etkilere ilişkin değerlendirmelerin de katılımcılar arasında farklılık gösterdiği görülmüştür.

Cinsiyet değişkenine göre yapılan analizler sonucunda, dijital medya kullanımı ve dijital medya bağımlılığına ilişkin ifadelerin hiçbirinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Bu bulgu, araştırma örneklemini kapsamında kadın ve erkek katılımcıların dijital medya kullanımına ve bağımlılıkla ilişkili göstergelere yönelik değerlendirmelerinde benzer eğilimler bulunduğunu göstermektedir.

Kuşaklara göre yapılan analizler, dijital medya kullanımının farklı boyutlarında kuşaklar arasında anlamlı farklılıklar bulunduğunu ortaya koymuştur. Dijital medya kullanım süresi ve bağımlılık düzeyinin yanı sıra, tercih edilen dijital medya platformları ile kullanım amaçlarının da kuşaklara göre farklılaştığı belirlenmiştir. Özellikle platform tercihleri ve kullanım amaçlarına yönelik gerçekleştirilen Ki-kare analizleri, kuşak ile bu değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler bulunduğunu göstermiştir. Elde edilen bulgular, farklı kuşakların dijital medyayı yalnızca farklı yoğunluklarda kullanmadığını, aynı zamanda dijital medya ortamlarını tercih etme ve bu ortamları kullanma amaçları bakımından da birbirinden ayrıldığını ortaya koymaktadır. Bu durum, dijital medya kullanım alışkanlıklarının kuşaksal özelliklerle ilişkili bir yapı sergilediğini göstermektedir.

5.2. Öneriler

Araştırma bulgularından hareketle aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir:

- 1) Dijital medya kullanımının kuşaklara göre farklılaştığı göz önünde bulundurularak, kuşaklara özgü dijital medya farkındalık ve bilinçlendirme programları hazırlanabilir. Özellikle genç kuşaklara yönelik dijital denge ve zaman yönetimi odaklı çalışmalar önem taşımaktadır.
- 2) Gelecek araştırmalarda, dijital medya bağımlılığı ile psikolojik iyi oluş, akademik başarı ve sosyal ilişkiler arasındaki ilişkiler, nicel ve nitel yöntemlerin birlikte kullanıldığı çalışmalarla daha ayrıntılı biçimde incelenebilir.
- 3) Bu araştırmanın örnekleminin büyük ölçüde tek bir şehirle sınırlı olması nedeniyle, ileride yapılacak çalışmalarda farklı şehir ve bölgeleri kapsayan daha geniş örneklemlerle araştırmanın tekrarlanması önerilmektedir.

6. Kaynaklar

- Adıgüzel, O., Batur, H. Z., & Ekşili, N. (2014). Kuşakların değişen yüzü ve Y kuşağı ile ortaya çıkan yeni çalışma tarzı: Mobil yakalılar. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (19), 165–182.
- Alptekin, G., Türkmen, D., & Arslantaş, H. A. (2021). Baby Boomers, X, Y, Z kuşaklarının sosyal medya kullanım düzeyleri ve tercihleri. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 1(51), 253–278.
- Bayramoğlu, G., & Gültekin, F. (2023). Z kuşağının sosyal medya bağımlılığının yaşam doyumu üzerine etkisi. *Turkuaz Uluslararası Sosyo-Ekonomik Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 5(1), 27–53.
- Ökten, B. (2025). X, Y ve Z kuşağının dijital tüketim eğilimleri: Sosyal medya ve bilinçli harcama perspektifi. *Journal of Internet Applications and Management*, 16(1), 31–53.
- Özdemir, Ş. (2021). Sosyal medya çağında kuşakların medya kullanım alışkanlıklarının incelenmesi. *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 9(20), 281–308.
- Tutgun-Ünal, A., & Deniz, L. (2020). Sosyal medya kuşaklarının sosyal medya kullanım seviyeleri ve tercihleri. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15(22), 1289–1319.
- Uslu, M. (2021). Türkiye’de sosyal medya bağımlılığı ve kullanımı araştırması. *Turkish Academic Research Review*, 6(2), 370–396.
- Young, K. S. (1998). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *CyberPsychology & Behavior*, 1(3), 237–244.



BAİBÜİLEF-İG
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Günleri
 Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication Communication Days



15.09.2026

Sosyal Medya Bağlamında Gözetimin Normalleşmesi: Öz/ İzleme Pratikleri Üzerine Bir İnceleme The Normalization of Surveillance in the Context of Social Media: An Analysis of Self-Monitoring Practices

Dilan KÖYMEN¹

Geliş Tarihi (Received): 15.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 16.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Öz: Üretken yapay zekâ teknolojilerinin reklamcılık sektöründe yaygın olarak kullanılması, reklam üretim süreçlerini hızlandırırken yapay zekâ ile üretilen reklamlara yönelik doygunluk ve yorgunluk tartışmalarını da beraberinde getirmiştir. Bu çalışma, reklam profesyonellerinin yapay zekâ ile üretilen reklamlara yönelik yorgunluğu nasıl değerlendirdiklerini ve reklam üretiminde insan dokunuşuna ve “insan eliyle üretim” söylemine nasıl yaklaştıklarını incelemektedir. Nitel araştırma yaklaşımıyla tasarlanmış olan bu çalışmada, amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme tekniği kullanılarak reklamcılık sektöründe çalışan ve üretken yapay zekâ araçlarını aktif olarak kullanan 15 reklam profesyoneliyle yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerden elde edilen veriler tematik analiz ve betimsel analiz tekniğiyle incelenmiştir. Bulgular, yapay zekâ reklam yorgunluğunun yalnızca reklam sayısının artmasından kaynaklanmadığını göstermektedir. Benzer görsel özelliklerin tekrarlanması, bu içeriklerle sık karşılaşılması ve yapay zekânın başlangıçtaki yenilik etkisini kaybetmesi de yapay zekâ reklam yorgunluğunun ortaya çıkmasında etkili olmaktadır. Ayrıca katılımcılara göre yapay zekâ ile üretilen reklamlar giderek daha fazla birbirine benzemekte ve hedef kitleyle duygusal bağ kurmakta zorlanmaktadır. Yapay zekâ içeriklerinin pürüzsüz ve kusursuz şekline karşılık, düzensizlikler, kusurlar ve el emeğini yansıtan diğer unsurlar ise reklamın insan katkısıyla hazırlandığını hissettirmektedir. Bu nedenle insan dokunuşu reklam üretiminde önemli olarak görülmektedir. İnsan eliyle üretim söylemi ise markaların rekabette farklılaşmasını sağlayabilecek bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Sonuç olarak çalışma, yapay zekânın reklamcılıkta yalnızca üretim süreçlerini değil, özgünlük, değer ve emek algısını da yeniden biçimlendirdiğini göstermektedir. Bu yönüyle çalışma, yapay zekâ reklam yorgunluğu ve reklam üretiminde insan dokunuşunun yeniden önem kazanması konusunda reklam profesyonellerinin görüşlerini ortaya koyarak alanyazına katkı sağlamaktadır.

Anahtar kelimeler: Reklamcılık, Yapay zekâ, Pazarlama, Özgünlük, İnsan Üretimi

&

Abstract: The widespread use of generative artificial intelligence technologies in the advertising industry has accelerated advertising production processes while also giving rise to discussions about saturation and fatigue toward AI-generated advertisements. This study examines how advertising professionals evaluate fatigue toward AI-generated advertisements and how they approach the human touch and the discourse of “human-made production” in advertising. Designed as a qualitative study, the research used criterion sampling, a form of purposive sampling. Semi-structured interviews were conducted with 15 advertising professionals who worked in the industry and actively used generative AI tools. The data obtained from the interviews were examined using thematic and descriptive analysis. The findings show that AI advertising fatigue does not result solely from the growing number of advertisements. The repetition of similar visual features, frequent exposure to AI-generated content, and the decline of AI’s initial novelty effect also contribute to this fatigue. According to the participants, AI-generated advertisements are becoming increasingly similar and have difficulty establishing an emotional connection with target audiences. In contrast to the smooth and flawless appearance of AI-generated content, irregularities, imperfections, and other elements that reflect human labor make the human contribution to the content more noticeable. Therefore, the human touch is regarded as an important part of advertising production. The discourse of human-made production is also considered a factor that may help brands differentiate themselves from their competitors. Overall, the study shows that AI is reshaping not only advertising production processes but also perceptions of originality, value, and labor. In this respect, the study contributes to the literature by presenting advertising professionals’ views on AI advertising fatigue and the renewed importance of the human touch in advertising production.

Keywords: Advertising, Artificial Intelligence, Marketing, Originality, Human Creation

Atıf/Cite as Köymen, D. (2026). *The Normalization of Surveillance in the Context of Social Media: An Analysis of Self-Monitoring Practices*. BAİBÜİLEF-İG 2026, BAİBÜ, Bolu.

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gazetecilik Yüksek Lisans Programı, e-posta: dilannkoymen@gmail.com, ORCID: 0009-0003-6242-2583

Giriş

Günümüzden bu yana insan merak edilen, araştırılan bir unsur olmuştur. Bu merak gelişen teknoloji ile sadece bireysel değil başkalarının da ne yaptığı veya nasıl hayatını yaşadığı sorusu gelişmiş, kişiler başkalarının ne yaptığını bilmek ve kendi yaşamsal düzenini ona göre inşa etmeye çalışmaktadır. Gözetim işte bu noktada karşımıza çıkmaktadır. Gözetim kavramının genel yapısına baktığımızda ilk akla gelen tanımdan yola çıkılmalıdır. Gözetim kavramı TDK'ye göre "Gözetmek işi; nezaret, himaye altına almak" anlamında kullanılmaktadır. Gözetim kavramı tarihsel olarak bakıldığında çok eskiye dayanmakta olup; çok sayıda bilim insanları gözetim kavramı ve olgusunu farkı şekillerde yorumlamış ve değerlendirmiştir. Gözetim kavramı ele alındığında modernite kavramı karşımıza çıkmaktadır. Gözetimin, modernitenin temel boyutlarından biri olduğu yaygın olarak kabul edilmektedir. Ancak modernite olduğu yerde durmaz. Bu nedenle, ne tür bir moderniteden bahsettiğimiz sorusunu da sormalıyız. Bugünkü durumu "geç" modernite, "postmodernite" veya daha renkli bir biçimde, "akışkan" modernite olarak tanımlayabiliriz. Zygmunt Bauman, modernitenin birtakım yeni ve değişik yollarla (Marx ve Engels'in "katı olan her şey buharlaşıyor" anlayışının da ötesinde) akışkan olduğunu dile getirmiştir. (Akışkan Gözetim Söyleşi Bauman & Lyon) Gözetime; genel çerçevede bakıldığında modernitenin daimî aracı olduğu, gelişen teknoloji ile bu durumun daha da yaygınlaştığı amaç niteliğinden çok araç olarak kullanılmasıdır. Öyle ki iktidar sahipleri ve güç mekanizmasını elinde tutan kişiler gözetimin halkın denetimi, izlenmesi, kişisel veya kendi amaçları için kullanmaktadır. Gözetim denildiğinde ilk akla gelen isimlerden biri Michael Foucault ve Jeremy Bentham'dır.

Gözetlenen birey çoğu zaman durumun farkında değildir. Sadece anlık duygusunu tatmin etmek veya kendini ön plana çıkarma isteğinde olma çalışabilir.

Çünkü modernlik algısı gözetimin hayatın merkezine konmaya çalışması, bireylerin bu durumu normalleştirilmesi hatta gözetim olmadığında kendilerini boşlukta hissedeceklerini söyleyebiliriz. Bireyin toplumdaki yeri her ne olursa olsun ön planda olmak izlenmek, dinlenmek istemesi aslında hayatında kilit anahtarını oluşturmaktadır. Bunlardan mahrum kalan birey kendini öz/kişisel olarak bir yoksunlukta hissetmekte ve çeşitli kalıplara kendini sokmaktadır. Gözetim modernliğin bir parçası olmuş ve birçok yazar ve düşünür aslında bu durumun ortaya çıkını detaylı analizlerle anlatmıştır. Sosyal medya, insanın sosyal bir varlık olmasından doğan "sosyalleşme", "ait olma", "değer görme", "dikkate alınma", "haberdar olma", "ilgi çekme", "eğlenme" ve benzeri birçok ihtiyacına yanıt veren etkili bir iletişim aracıdır. Sosyal medya kullanıcıları hayatları hakkında birçok bilgi, görüntü, fotoğraf ve detayı sosyal ağlara gönüllü olarak yüklemekte ve bu bilgileri düzenli olarak güncellemektedirler. Bu durum sosyal medyayı, gözetimi ve denetimi kolaylaştıran bir araç hâline getirmiştir (Şakir Eşittir 2013). Fark edilir olmak, yaşamın olağan akışında olan bir durum olarak gözetim normalleştirilmektedir. Bilinçli bilinçsiz gözetim altında tutulan birey adeta bir fanusta yaşam sürmektedir. Çünkü sanılanın aksine gözetim bireye, kişilere haz katmaz. Onları sınırlandırır ve denetler. Denetimde olan her birey kişisel alan ve özgürlükleri ile bir mücadele içine de girmektedir. Bireyleri bir arada tutup denetlemek, gözlemlemek sadece iktidar sahiplerinin yapmış olduğu bir eylemden çıkmıştır. Kişi hem gözetlenmekten hem de gözetmekten kendini mahrum bırakmamaktadır. Bireylerin hayat yaşantısında yapmış oldukları eylemler elbette onların gündelik yaşantısını etkilemektedir. Fakat birey sosyal medya gibi metalaşmış bir aracı kullandığında durum hiç de böyle olmamaktadır.

Gözetim Kavramı

Gözetim kavramı aslında birçok şeyi barındırır. Gözetim kişileri, bireyleri denetlemek kontrol altında tutmak için güç ve iktidar sahipleri tarafından kullanılmaktadır. Gelişen teknoloji ile bu durum pek kolaydır. Birey adım attığı her anda hatta gündelik hayatın bir parçası ise gözetlemeye tabi tutulur. Farkında olup olmayacağı kişinin aslında sosyal medya veya teknolojik araçları ne kadar sıklıkla kullandığında anlaşılır. Gözetimi eleştirenler ve gözetimin olması gerektiğini savunan aydınlar vardır. Gözetimi eleştirenler çoğunlukla güç ve iktidar sahiplerinin kişilerin hak ve fiili ehliyetini yönetme, denetleme, izleme gibi durumlarda bulunduklarını söylerler. Bunların aslında toplumun denetimi ve daha güvende olması ya da kendi ellerinde genel bir güç olması için yaparlar. Algı merkezini ellerinde tutan güç sahipleri kişileri veya toplumu bir olaya ya da fikre karşı rahatlıkla kanallı edebilmektedir. Gözetimin gerekliliğini savunanlarda durum tam tersidir.

Aslında onlarda eleştirenlerle bir ortak noktada buluşmaktadırlar. O ortak nokta “güvenlik” ‘tir. Gözetimin zaten hep varoluşunu ve gözetlenen kişinin aslında onun iyi çıkarları ve toplumun yararına olduğu düşünülür. Gözetim aslında bir toplumu sınırlandırır. Kişi denetlendiğinin farkında olursa daha az hata ve yanlış yapacağı bilincine sahip olmaktadır. Güç ve iktidar sahipleri bunu kişinin lehine kullanmakta ve tüm bilgileri ellerinde tutmaktadır. Gözetimin en fazla yapıldığı yerlerden birileri hapishanelerdir. Hapishanede olan mahkûmlar sürekli bir denetim halinde olmakta gündelik yaşam şekillerine sınır getirilmektedir. Hal böyle olunca mahkûm gözetlendiğini elbette bilmekte ve ona göre hareket etmektedir. Bu hapishane gözetimi eskilere dayanmakta olup aslında gözetimin tarihçesi açısından çok önemli yer tutmaktadır.

Gözetim toplumu, bireylerin özel yaşamlarına ait her türlü ayrıntının devletlere ve büyük şirketlere ait bilgisayarların veri tabanları içinde toplanması, saklanması ve işlenmesidir (Tümürtakan 2010). “Gözetim toplumu” kavramını ilk olarak kullanan Gary T. Marx göre; çağdaş toplumlarda elektronikleşme “yeni gözetim” anlayışını ortaya çıkarmıştır (Tümürtakan 2010). Gözetim genel hatları ile bakıldığında kişilerin ve oluşturdukları toplumların denetim altında tutulması için yapıldığını, bunu yaparken güç otoritesini sıkça kullanıldığını ama temel kavramın güven çatısı altında toplandığını anlamak mümkündür. Gözetlenen bireylerden bilgiler toplanır, izlenir hatta depolanmaktadır. Bu sebeple kişi kendinden üst bir otoriteye güvenme eğilimini taşır. Birey elbette izlendiğinin takip edildiğinin farkındadır. Hatta bu durum ona gerekli bir şeymiş gibi gelmektedir. Sahip olduğu herhangi bir teknolojik aletle bu duygusu onu daha ön planda olmaya iter. Ön planda olma ya da başkalarının onu izlemesi durumunu yadırgamaz hatta içselleştirir. Eksikliğini hissettiği anda ise yaşadığı durum onu ön planda olamayan, başarısız diğerlerine benzemeyen biriymiş gibi algılanmasına yol açar. Gözetimin normalleşmesi aslında teknolojinin gelişimiyle eş zamanlıdır. Çünkü gelişen teknolojiye bireyler uyum sağlamak durumunda kalmaktadır. Gözetimde olan birey belli bir süreden sonra kayıtsız kalma eğilimini göstermektedir. Olası yaşanan olaylar, trajediler veya hadiseler için artık tepki veremez ya da vermek istemez, dış dünyadan bilgi almak ister fakat olaylara dahil olmaktan kaçınır. Bu durumu Zygmunt Bauman şöyle açıklamaktadır. “Burada gözetim etiğine uymayan iki temel mesele ortaya çıkar. Bauman’ın “kayıtsızlaştırma” (adiaphorization) olarak adlandırdığı, sistemlerin ve süreçlerin her türlü ahlaki değerlendirmeden ayrılması yönünde endişe verici gidiştir.” (Akışkan Gözetim Söyleşi Bauman & Lyon)

Panoptikon ve Sinoptikon Kavramı

Bu bölümde panoptikon ve sinoptikon kavramlarının ne olduğu açıklanmaya çalışılmıştır. Gündelik hayatımızda yer kaplayan kitle iletişim araçları bizlere gözetlenme olgusunu ve bunun durumlarını sıkça hatırlatmaktadır. Gözetim kavramının sıkça kullanıldığı bu zamanda asıl gözetimin ne şekillerde olduğunu ve hangi kavramlardan yararlandığını, gözetim kavramının alt başlıkları hatta temelinde hangi unsurların yer aldığını tam anlamıyla anlatabilmemiz için; panoptikon ve sinoptikon kavramlarının ne olduğunu bilmek gerekir. Panoptikon kavramı aslında en çok Jeremy Bentham tarafından bilinmekte olup hala tartışmalarını günümüzde bu kavram devam ettirmektedir. Panoptikon; Panoptikon öncelikle Foucault’nun görünmeden gözetim (panopticism) kavramı ile ünlü olmuştur. Sosyal kontrolün önemli bir formu olarak Foucault’un panoptikon teorik kavramı gözetimin modern şeklini açıklamak için geliştirilmiştir (Kavut, S. (2023)). Pan ve opticon kelimelerinin bir araya gelmesiyle oluşan panoptikon kısaca; bütünü gözetlemek, gözlem altında tutmak anlamına gelmektedir. Jeremy Bentham’ın inşa ettiği hapishane modelinde bir gözetleme merkezinden tüm hapishane mahkûmları daima tümünü görerek gözetlenmesiyle oluşturmuş bir hapishane inşa modelidir. Bentham’ın ‘panoptikon’ adını verdiği ‘görünmeden görmeye’ dayalı ideal hapishane metaforunu, gözetim toplumu kavramını açıklamak için şu şekilde kullanmıştır:

Çevrede halka şeklinde bir bina; ortada bir kule, kulede açılmış olan geniş pencereler, halkanın iç cephesine bakmaktadır. Çevre bina hücrelere ayrılmıştır, hücrelerin her biri bina boyunca derinlemesine uzanır. Bu hücrelerin iki penceresi vardır: Biri içeriye doğru açıktır, kulenin pencerelerine denk düşer; diğeri dışarıya bakarak, ışığın bir baştan bir başa hücreyi kat etmesini sağlar. Bu durumda merkezi kuleye bir gözlemci yerleştirmek ve her bir hücreye bir deli, bir hasta, bir mahkûm, bir işçi ya da bir öğrenci kapatmak yeterlidir. Önden ışıktandırma sayesinde, daha iyi yakalar ki, karanlık eninde sonunda koruyucudur. (Bauman, Z. & Lyon, D. (2013).

Günümüzde iktidarların işleyiş mekanizmasını kavramak için Bentham tarafından ortaya atılan ve Foucault'nun söyleminde derinlik kazanan panoptikon metaforu, bilgi iletişim teknolojileri ile kuşatılmış bugünün dünyasını yorumlamada pratik bir kavrayış sunmaktadır. (Okmeydan, S. B. (2017). İşte bu modelden azınlığın çoğunluğu izlemesi fikri doğmuştur. Çünkü azınlık olarak adlandırılan hatta güç ve iktidar sahipleri yani hapishanedeki memurlar çoğunluğu izlemektedir. Bu izleme mahkumlar üzerinde bir baskı ve kontrol oluşturmaktadır. Bu hapishane modelinin günümüze kadar gelmesinin ve bir kavram olarak gözetimin temelini oluşturmasını garipsememek gerekir. Zira iktidar ve güç sahipleri, aydınlar, çoğunluğu tıpkı bu hapishane modelinde olduğu gibi kontrol etmekte ve izlemektedirler. Sinoptikon kavramı ise; çoğunluğun azınlığı izlemesi şeklinde tanımlanabilir. İlk kez bu kavram Thomas Mathiesen tarafından ortaya çıkmıştır. Çoğunluğun azınlığı izlemesi panoptikon kavramına göre farklı veya tersmiş gibi gelse de aslında kavramsal kökte gözetlenmek durumu vardır. Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması, kişilerin ve toplulukların bunları daha sık kullanması hatta ilerleyen teknolojiye bu iki kavramın önüne geçmek güçtür diyebiliriz. Aslında amaç birbirini bilmeyen tanımayan insanların adeta onları yakından tanıyormuş gibi izlemesi ve gözetlemesidir. Kişiler kendi olmayan hayatlarında peşine düşüp incelemek ve bilgi sahibi olmak istemektedir. Başta da belirtildiği gibi gözetim kavramı her an hayatımızın bir parçası ve akışındadır. Zygmunt Bauman'ın kitabının ismine de neden akışkan ifadesini de buradan anlayabiliriz. İletişim ve insan hep akış halinde olduğu için gözetimde haliyle akışkan olmaktadır. Akışta bulunan her şey hatta gözetim bile yeri geldiğinde kontrol edilmeli ve incelenmelidir.

Gözetimin Sosyolojik Yorumu (Elektronik Göz)

Sosyolojik olarak gözetim kavramını ele aldığımızda aslında insanın kendisi ile karşılaşmaktayız. Çünkü insan her daim karmaşık ve incelenmesi yorum yapılması bir türdür. Durum böyle iken insanın kendi eliyle ürettiği teknolojik aygıtlar ve araçlar nasıl olurda insanın kendisine dönen bir tehdit unsuru olarak adlandırılır? Bu bölümde gözetim kavramının kişiler ve bireyler hatta toplumlar üzerindeki etkileri elektronik göz kavramının ve gözetimin sosyolojik açıdan yorumu ele alınıp açıklanmaya çalışılmıştır.

“ELEKTRONİK GÖZ”

Göz dediğimiz şey canlıların bir organı olarak adlandırılırken teknolojik aygıtların da birer elektronik göz olduğu akıllara gelmez. İşte bu durumda yine izlemek, izlenilmek, gözetlemek ve gözetim altında tutulmak kavramları karşımıza çıkmaktadır. Kitle iletişim araçlarının aktardıklarını, kişilerin neyi nereden ne şekilde takip ettiği herkes tarafından değişir. Bu durum algılama ve yorumlama farklılıklarını da devreye sokar. Teknolojik çağın getirdikleri ile algılama ve yaklaşım tarzlarında da değişime ve dönüşüme yol açmıştır. Elektronik göz dediğimiz kavramda bu noktada devreye girer. Elektronik göz; Elektronik göz” terimi, sosyolojik ve medya araştırmaları bağlamında, Sosyal medya platformları, mobil cihazlar ve diğer dijital araçlarla, bireylerin davranışları, tercihleri yahut etkileşimleri sürekli olarak izlenebilir hale gelmiştir. (Akbaş, A. 2024) Bu kavram elektronik çağın önemli unsurlarındandır.

Medya kuruluşları ve medya sektörünün öncüleri bu etkili kavramın bilincindedir. Kişiyi istenilenin verilmesi yine güç ve iktidar sahiplerinin tekelindedir. Bu gücü elinde tutan kuruluşlar derin bir algı ve algılanma mekanizmasını geliştirerek bilinçli bir şekilde gözetimin tüm haklarını ve planlarını ellerinde tutarlar.

Algının her şey olduğunu bildiklerinden algılanma kapasitelerini kendi çıkarları için yaparlar. Bu durumda birey çıkarın ve olası gelecek neticenin farkında olarak veya olmayarak bir çeşit etki – tepki görevi görür. Çünkü gözetlendiğinin farkında olan birey uyanış içinde olur ve kendi çabaları ile bu durumu engellemek isteyebilir. Ama yine de istemsiz veya farkında olmadan gözetlenen birey kendini teknolojinin dipsiz kuyusuna bırakır. Elektronik ortamlarda ve cihazlarda bireyin denetlenmesi, gözetlenmesi bu gücü elinde tutan kişiler için önemlidir. Çünkü pazarlama algısı veya değişik bilinç aktarımı yöntemleri ile bireyleri toplumları bir olaya, bir ürüne hatta hayatlarındaki kendilerine yani; özlere bile çok rahat biçimde pazarlamaktadırlar. Bu durum bireylerin devamlı gözetlenmesine yol açar. İlerleyen teknolojinin getirdiği şeylerin tam merkezinde olan kişi herhangi bir araç ve yöntemle kolayca gözetlenebilir. Denetim altında olmadığını sanan her bireyde sosyolojik açıdan elektronik göz haline gelir. Kişinin kendi isteği ve bilincinde uyandırdığı imge ve mesajları elektronik göz durumunda çok rahat bir şekilde hayatına alır.

Sosyolojik Olarak “Gözetim Kavramı”

Elektronik göz kavramının medya çalışmaları alanında incelenmesine yol açmakta ve bu durumun nedenleri araştırılmaktadır. Gözetimin hayat akışında var olduğunu bildiğimize göre yine gözetimin getirdiği temel neden ve sorunlar teknoloji ile paralel gitmektedir. Gelişen teknolojinin odak noktası bireyin başkalarının hayatını algılama ve yorumlama bu algıda kendini gördüğü yer ve tutum önemlidir. Gözetimin sosyolojik açıdan ele aldığımızda izlenme ve yorumlama biçimlerinin sonuçlarını herkes genel olarak farklı bir kod çözümlemesi ile ele almaktadır. Çağın getirdiklerine ayak uydurmaya çalışan herkes bu durumdan etkilenir ve algısını o yönde oluşturur.

Sosyolojinin temel unsuru olan insan teknolojinin getirdiği tüm sorumlulukları ele almayı bilinçsizce kabul eder ve kendini sosyal medya, televizyon, internet veya diğer teknolojik ürünlerin içerisinde bulmaktadır.

Gözetim her ne kadar eleştirilse de bireyi bazı durumları yaşamaması için de önemlidir diyebiliriz. Ama bu durum yine kişinin rızası ile olmalıdır. Rıza ve bilgi halinde olmayan birey internet veya diğer platformlarda kendini ne kadar güvende hissettiği de önemli bir soru oluşturur. Farkında olmanın farkında olmak kavramı bu noktada önem arz etmektedir. Farkındalığın veya farklılığın ne olduğunu bilen kişiler için gözetim hangi şartlarda ve koşullarda yapılırsa yapılsın algı ve tutum birincil koşul olarak yer almaktadır. Önde ve ön planda olmak isteyen kişi için tüm olası problemlerinde beraberinde getirebilir. Dijital çağın getirdiği sorumluluklar ve sorunların birey ne kadar farkında ise işte o noktada gözetimin denetlenmesi ve gözetleyen gücü ellerinde tutan iktidar sahiplerinin yine farklı stratejiler ile bireye aktarmak istedikleri mesajı ve kodu çok rahat biçimde aktaracaktır. Medya ve teknoloji çağının tam merkezinde olduğumuzdan dolayı kişilerin nelerden etkilendiği ve ne şekilde hangi araç ve kanallar ile gözetlendiğini de anlamak ve analiz etmek zor olabilmektedir. Bireyin kontrolünü ele alması ve kendi özünü bulmasına yarayan bir süreç olarak bu durum teknoloji geliştikçe devam etme niteliğini taşır. Gözetimin merkezinde olan kişi algılama ve yorumlama kapasitesine göre ona aktarılan mesajın ya öznesi ya da farkında olmadan sorunu haline gelebilmektedir. Sosyolojinin insan disiplini olduğu bilindiğine göre yine insan tutum, davranış ve algılayış olarak teknolojinin ve diğer kitle iletişim araçlarının en önemli unsuru olduğu özelliğini taşır. Bireye gündelik olarak kullandığı bir teknolojik aygıt onun çevresinin daha sonra yaşadığı toplumun demografisini değiştirebilir. Bağlı bulunduğu coğrafya ve yaşam koşulları algılama ve yorumlama mekanizmasına da etki göstermektedir. Tüm bu etkilerin ışığında teknolojik çağın getirdiği tüm durumlardan yararlanmak zorunda kalabilirler.

Gözetim Toplumu

Bilgi ve Enformasyonun Aktarımı

Bugün teknoloji alanında ortaya çıkan yenilikler genelde olumlu bir değişimi ifade etmekle birlikte, toplumsal alanda bazı radikal dönüşümlere de yol açmakta; enformasyon toplumu gibi iyimserlik kokan kavramlar, iktidarların ve egemen kesimlerin toplum üzerindeki denetimi ele geçirme amaçlı uygulamalarıyla birlikte gözetim toplumunun habercileri haline gelmektedir. Orwell ve Foucault gibi düşünürlerin gözetim üzerine kurulu disiplinler toplumları, telekomünikasyon ve uydu çağının teknolojik olanaklarıyla daha da belirginleşmekte ve netlik kazanmaktadır. Bu durum aynı zamanda, gözetim toplumunun çok yakın olduğu yönündeki öngörülerini de yansıtmaktadır. Nihai aşamada, enformasyon teknolojileri ile ‘yeni ekonominin karakterize ettiği enformasyon kapitalizminin, insanlığa sadece sanal bir özgürlük sunacağı görüşleri giderek yaygınlaşmaktadır. Günümüzde enformasyon teknolojilerini üretme gücüne sahip olan gelişmiş ülkeler, bir yandan bu teknolojileri ihraç ederek ekonomilerinde büyük atılımlar gerçekleştirirken, diğer yandan da bu teknolojilere dayalı gözetim sistemleri aracılığıyla küresel liderliğe oynamaktadırlar. Dolgun, U. (2004/ 2(1), 55-74.)

Gözetim kavramının olduğu yerde enformasyon ve bilgi akışının olması kaçınılmazdır. Bilgi üretmek ve aktarmak gelişen yeni teknolojik çağ ile fazlasıyla önem teşkil etmektedir. Enformasyon için kullanılan araçların çoğu artık netliğini ve güvenilirliğini kaybetme noktasına da gelmiştir. Çünkü edinilen bilginin hangi kaynak ve hangi aracı ile net bilinmemesi ve bu mesajı, enformasyonu yanlış anlamaya yorumlamaya açık hale getirmektedir.

Artık sadece bilgi edinme ve enformasyonun doğrudan alımı o kadar da önemli olmaya bilir. Kişi bir kimlik gizleyerek sosyal medyada var olabilir ve bilgi aktarımını sadece kendi üzerinden yaparak bir nevi gözetleyen kısmına geçiş yapmak istemektedir. Bunun sonucunda birey hem gözetlenen hem enformasyon alan, bilgi alan ve aktaran ve göz önünde duran bir araç işlevi görmektedir. Yüzyılların geçmesi ile gözetim kavramı işlevselliğini kaybetmemiş hatta bir toplum olarak adlandırılmasına yol açmıştır. Gözetim toplumu genel çerçevede incelendiğinde enformasyonun ve teknolojiyi kullanmanın ana merkezi olmuştur. Gözetimin türü şekli ne şekilde yapıldığı çoğu kez farkında olunmasa da birey içten içe bunun olduğunu bilmektedir. Enformasyonel akışın çok yoğun olduğu yerlerde bilgi kirliliği yaygın olmakta olup kaynak güvenilirliğini de sarsmaktadır. Gözetim kavramından yola çıkarak aslında bireyler kaynağın güvenliğini araştırmalı aynı zamanda açık mı kapalı mı gözetime tabi olduklarının farkına varmalılardır. Gözetlenen her unsur aynı zamanda denetlemeye ve eleştiriye de açık olmalıdır. İzlenen, görülen, işitilen her mesajın içeriği ve nasıl iletildiği de önemlidir. Gözetim toplumlarının gelişmişlik düzeyi de etken faktörler arasındadır. Bir toplum teknoloji açısından ne kadar gelişmiş ve inovatif fikirler çalışmalar üretiyorsa o toplumun enformasyona ulaşması ve bunu yorumlaması da bir o kadar farklı olacaktır. Tüm bunların ışığında üretilen şeyler yine gözetimin sıklığını da beraberinde getirmektedir. Gözetim artık teknoloji ile eş güdümlü olarak hayatımızda var olmaktadır.

Günümüzde “Gözetim” Bilinci ve İşleyişi

Günümüzde gözetim çeşitli araçlar ile yapılmaktadır. Artık bu durum güç ve iktidar sahiplerinin, medya ajans ve kurumların ellerinde tuttukları bir otorite merkezi haline gelmiştir. Bu bölümde günümüzde gözetimin nasıl yapıldığı ve genellikle hangi araçlar üzerinden kullanıcılar ile etkileşime geçtiği aynı zamanda kişilerin bu araçları nasıl kullandıklarına değinilmiştir.

Teknolojinin hız kazanması ile bireylerin var olma bilinci ve gündemden haberdar olma isteği giderek artmış bunun sonucunda da kitle iletişim araçlarının yaygın kullanımına yol açmıştır. Günümüzde her şeyin gözetlendiğini bildiğimize göre örneğin hiçbir şey yapmadan internette gezinmek ya da bir ATM’den para çekmek gibi basit bir eylem bile gözetlenmeye açıktır. İlk örnekte kişi hangi teknolojik aygıtı kullanırsa kullansın donanımsal ve yazılımsal olarak hatta kullandığı telefon modelinden, girdiği uygulamaya kadar farkında olmadan denetlenir. Bu denetlenme esnasında verileri gücün kaynağında yani gözetimi yapanların elindedir. İkinci örnekte ise ATM’den çektiğiniz para hem para çekme esnasında bir kamera yardımıyla sizi izler. Bununla da kalmaz telefonunuza yapmış olduğunuz işlemin detayları en ince ayrıntısına kadar size bildirilmektedir. İşte bu iki örnekte de gözetleme olgusu farklı açılardan değerlendirilmelidir. Birinde sadece bir internet gezintisi olarak yapılmakta olan bir eylem ve bu eylemin karşılığında gözetlendiğinin bile farkında olmayan birey. Diğerinde ise birey gözetlendiğinin denetlendiğinin bilincindedir. Peki asıl soru şu olmalıdır verilen örnekteki her iki bireyde gözetleme kavramını nasıl ele almalı ve değerlendirilmelidir? Yanıtlar elbette farklı olacaktır. İlk örnekte gözetlendiğini bilen birey belki de hiç internette gezinmeyecek ya da bundan tereddüt duyacaktır. İkinci örnekte ise bireyin gözetlenmediğini kameraların olmadığını hatta kendisine bir bilgilendirme yapmayan bankayı ne derece güvenli bulacaktır? Bu iki yaklaşımda gözetim kavramının ana sorularını oluşturmaktadır. Gözetim kavramına eleştirel olarak yaklaşmak veya pozitif açıdan değerlendirmek yine de gözetimin normunu değiştirmemektedir.

Gözetimin yapılması bireylerin etkin ve yeterliliğini ne derecede etkilediği de önemli sorulardan birisidir. Çünkü gözetim yapılan araç hangi yolla veya mesajla aktarılsa kişinin onu algılama ve yorumlama biçimini de şekillendirir. Hayatın olan akışında gözetim unsuru temel hatlarıyla hep karşımızda olacaktır. Birey gözetimin görüş alanında sınırları dahilinde işleyiş sürdürecektir.

Dijital Gözetimin Temelili

Teknoloji ve dijital çağın en temel unsuru anda olmak iken dijital gözetim kaçınılmaz olmaktadır. Dijital gözetim günümüzün bir parçası haline gelişmiştir. Kullanılan alet her ne olursa olsun gözetim ve gözetleme temel unsurları oluşturur. Bu durumda medyasal olarak baskıyı oluşturmaktadır. Bu baskı gözetlenen ve gözetleyeni de denetler niteliktedir. Güç ve iktidar sahipleri her zaman olduğu gibi bunu da düşünmektedirler. Gözetlenme unsuru medya tekelinde hâkim olmaya devam ettiği sürece baskı ve otorite değişmeden sadece olan şeyi kamufle ederek gözetlemeye devam etmektedirler. İnternet çağının götürdüğü gizlilik ilkesi aslında

gözetleme kavramıyla zıt olmaktadır. Kullanıcı her ne kadar farkında olsun olmasın eğer internet çağında aktif bir rol oynuyorsa gözetlendiğini gibi bir unsuru yok saymamalıdır. Web 2.0 teknolojisinin iletişim mecralarına entegre olması ile sosyal ağlar için bir şemsiye kavram ortaya çıkmaktadır. Sosyal medya teknolojilerinin büyük bir kısmı 2005 yılından sonra etkin olarak ortaya çıkmıştır. Popülerleşme düşüncesi geleneksel medya ile bulanıklaşarak toplumsal yaşamı giderek daha fazla şekillendirmeye başladı. Sosyal medyanın dijital kültürü toplumsal, ekonomik ve siyasal yaşama hızlı bir şekilde uyum sağlamıştır. (Parçal, C. 2018)

Bu uyum bireyler arasındaki etkin faktör görevliliğini üstlenmektedir Her alanda olan insanın yanında artık onun olmadığı zamanlarda bile etkin bir şekilde olan internet ve sosyal medya devreye girmektedir. Sosyal medya dijital gözetimin en temel unsurudur. Sosyal medyanın teknoloji ile kalkınması gelişmesi genel hatlarıyla insan yaşamını biçimlendirmektedir. Sosyal medya kullanıcı “anda kal” düşüncesi ile aslında dijital olarak gözetimin tam merkezinde durmaktadır. Bu anda kalış her türlü etkiyi ve temel nedeneler de içinde barındırır. Kişi bu durumun parçası olmak istemese bile çalıştığı yerdeki ondan üst mevkisindeki kişiler yine onu gözetleyecek, sosyal medya hesaplarına bakacak ve işte gözetlendiğini bilmeden gözetleme kavramının baş kahramanı olacaktır. Dijital gözetim elektronik gözün getirdiklerine paralel bir biçimde kalkınmaya ve ilerlemeye devam etmektedir. Çağın getirdikleri ve farkındalığın azalışı ile beraber oluşacak durum ya da problemlerin çoğu zaman kayıtsız kalmaya çalışılmaktadır. Gözetim unsuru teknolojik determinizm ile medyanın teknolojinin gelişimiyle paralel bir eğim açısı oluşturur. Teknolojinin ve dijital gözetimin en hassas noktası kişilerin bir uyanış içinde olması halidir. Güç ve iktidar sahipleri bu uyanışı istemez. Bilinç olarak dijital ve teknolojiyi sadece bir araç olarak kullanan birey kendi kalıp yargılarının dışına çıkmayacağı için gözetlenme unsurunun az olacağını düşünür. Ama durumun hiç öyle olmadığını anlaması gerekmektedir. Örneğin sosyal medya da bir profil oluştururken bile kişi kendi kimliğini gizleyerek bunu yapabilir. Fakat bu yine kişinin kullandığı teknolojik araç ve hangi sosyal medya platformu olursa olsun verileri ve gizliliği tam anlamıyla yine güç ve iktidar sahiplerinin elinde olmaktadır. Güç ve iktidar sahipleri dijitalleşme ile yaptığı bu çalışmalara her geçen gün yenisini eklemekte ve hız kazanmaktadır. Dijitalin getirdiği yeniliklere uyum sağlamak aslında bireyin yapması gereken bir eylem olarak adlandırılabilir. Çağa ayak uydurmaya çalışan her birey dijitalin getirdiği sorun ve sorumlulukların bilincinde olmalı ve gözetlendiğinin daimî bilgisi halinde olmalıdır. Dijitalin getirdiği nice olumsuzlukla beraber elbette olumlu tarafları da vardır. Gelişen ve gelişmekte olan her toplum için en önemli unsur tam bu noktada dijitali, enformasyonu nasıl kullandığıdır. Kullandığı şekil ve yöntemle bir toplumun ilerleme hızı teknoloji ile hızla artacaktır. Bu artış yenilik ve süreklilik kazandıracak aynı zamanda toplumun dijital ve teknolojideki bağlantılarını, yeniliklerine ışık tutacaktır

Sosyal Medyanın Hayatımızdaki Yeri

İnternetin yaygınlaşması ile sosyal medya kullanımı giderek artmaktadır. Sosyal medya kullanıcıları sayısının önlenemez artışı kişilerin elektronikleştiğinin de bir göstergesi olma niteliğini taşır. Sosyal medya pazarı sanılanın aksine sadece belli başlı uygulamalarla sınırlı kalmaz sürekli kendini yeniler ve günceller. Kişilerde bu hıza ayak uydurmaya çalışır.

Sosyal Ağ Sosyal Çağ

İçinde bulunan toplumun en temel öğeleri ve öğretilerinden biri sosyal olmaktır. Artık bu kavram soyut bir biçimde kendini göstermektedir. Yani bireyler sadece rutin hayat akışında değil aynı zamanda internet ortamında da sosyal olmayı amaçlamaktadır. Sosyal olma kavramı bir statü gösterisi haline gelmiştir. Çünkü kişiler sosyal medya kullanım durumlarına göre en nitelikli ve hızlı bilgili oradan aldıklarını sanmaktadır. Cazip gelen bu durum kişinin kendi hayatında aktif rol oynamakta ve sanal hayatta onu aktif kılmaktadır. Sosyal ağ ve sosyal çağ kavramları birbirini destekler niteliktedir. Çağ dönüşür bir basamak atlar. Aynı zamanda gelişen çağ ve çağın getirdikleri toplumun dinamiklerini de oluşturur. Sosyal ağ ise bu dinamiklerin yapı taşı oluşturmaktadır. Bu durum sosyal ağ ve sosyal çağın ayrılmaz bir yapboz olma niteliğini taşır. Birey işte bu yapbozun anahtar noktasıdır. Bunun farkında olan bireyin işleyişi ve tutumu elbette farklı olacaktır ama eğer durumun farkında değilse ya da farkında olmak istemiyorsa işte bu noktada da kişinin yine gözetlenme algısı hatta göz önünde olma durumu ön plana çıkar. Sosyal ağın belirleyici unsurlarından bir tanesi de akışın içinde olmaktır. Ağ toplumu denen kavramın bu durumda akla gelmemesi imkansızdır. Zira toplumların bir komün olarak hareket etmesinin en temel sebebi herkese ayak uydurmak dikkat çekmemeye çalışmaktır. Örneğin sosyal medya içeriklerinin birçoğuna baktığımız zaman tek tipleşme yani mono tipleşme

ön plandadır. Başkasına benzeme algısı ya da başkasının hayatından haber alma ve bu haberde içerikte kendine bir pay çıkarma algısı ve bilinci kişileri istemsiz de olsa bu yola sürükler ve kendini sosyal ağın ve çağın baş anahtarı olarak görür. Yine gözetim algısı ve kavramı bu noktada devreye girer. Sosyal medyada diğer kişiler gözetlenirken, gözetleyen kişiler de psikolojik olarak etkilenmektedirler. İnsanlar, başkalarının kendisinden daha mutlu olduğunu, her sabah uyandığında telefonundan görüyor ve büyük hayal kırıklıkları yaşamaktadırlar. Dikizledikçe kendilerini daha çok kıyaslamakta ve kıyasladıkça daha çok stresli ve mutsuz olmaktadır. Referans noktaları sosyal medya sayesinde değişmektedir. Bu bağlamda sosyal medyanın toplum hayatının tam merkezinde olduğu ve gündem oluşturduğu ifade edilmektedir. (Parçal, C. 2018)

Sosyal Medyada Öz/ Kişisel Değer Tanımı

Sosyal medyada kişilerin değer tanımları kullandıkları platformlara ve oluşturdukları bakış açılarına göre şekillenmektedir. Değer tanımı “Türk Dil Kurumu’nun sözlüğünde; Bir ulusun sahip olduğu sosyal, kültürel, ekonomik ve bilimsel değerlerini kapsayan maddi ve manevi öğelerin bütünü” ve “Bir şeyin önemini belirlemeye yarayan soyut ölçü, bir şeyin değdiği karşılık, kıymet, yüksek ve yararlı bir nitelik” (TDK, 2010) olarak tanımlanmıştır. Bu tanımla birlikte kişisel değer ile sosyokültürel değer tanımı arasında bir köprü bulunmaktadır.

Öz/ Kişisel değer kavramına baktığımızda ise sosyal medya da bu kavram kişilerin benlik algısına ve var oldukları ortamlara göre şekillenmektedir. Değer kavramının en önemli parçası, kendi değerinin yani özünün farkında olmaktır. Öz bir insanı oluşturan en önemli yapıtaşdır. Günümüzde Web 2.0’a geçmemiz ve teknolojinin ilerlemesi ile sosyal medya unsuru bu öz kavramını değiştirmek ve şekillendirmek üzere tasarlanmıştır. Kullanıcı bazen bu durumun farkında bazen de farkında olmayarak kendi benliğini, özünü sorgular hale gelmektedir. Örneğin Instagram’da gördüğü bir reels ya da gönderi üzerine “Ben neden böyle görünmüyorum ya da ben neden o hayatı yaşamıyorum” gibi hem kimliğini zedeleyici hem de kendini, özünü sorgulayıcı düşünce kalıplarına girmektedir. Hal böyle olduğunda sorgulama ve kendini sürekli eleştirme kavramı da ortaya çıkmaktadır. Eleştiri veya sorgulayıcı tarzdaki tüm düşünceler sosyal medyayı aktif olarak kullanan bireyler arasında bir kıyas yapma, kendini başkasının hayatında var olan veya olmayan tüm değerler bütünü (bunlar ekonomik, sosyal veya kültürel olabilir) değerlendirme ve bazen olumlu bazen de olumsuz çıkarımlar yapmalarına neden olabilir. İşte tüm bu durumlar ışığında özünün kendi değerinin farkında olan birey bu durumu sadece yaşanan hayatların, kişilerin farklılığı olarak değerlendirir ve kendi benliğini özünü küçümsetecek ya da eleştiri yağmuruna tutacak bir yaklaşımın içine girmez. Özünün farkında olan bir kullanıcı kendi değerinin farkında olup sosyal medya araçlarını sadece bir “Araç” olarak kullanmaktadır.

Yöntem

Bu görüşme Dilan Köymen tarafından Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü Tez Çalışması sebebiyle derinlemesine görüşme yapılmayı amaçlanarak yazılmıştır. Yöntem olarak derinlemesine görüşme tekniği kullanılmış, katılımcıların gözetim kavramı ve sosyal medyayı kullanma durumları tespit edilmek istenmiştir. Görüşme yöntemi ile elde edilen bilgiler basit ve anlaşılabilir dayalı unsurlar bulunduğundan bu yöntem tercih edilmiştir.

Amaç

Kişilerin sosyal medya kullanım alanlarına göre gözetim kavramının ne olup olmadığının tespitinin yapılması adına derinlemesine görüşmeye bu çalışmada yer verilmiş olup katılımcıların cevabı esas alınarak kavram hakkındaki bilgi, deneyim yeterli ve yetersiz gördükleri tüm unsurlar tespit edilmek istenmiştir. Gözetimin ne için yapıldığını bilmesinde de katılımcı bunun hakkında ne kadar bilgi sahibi olup olmadığını yanıtlarından çalışmayı zenginleştirmeleri amaçlanmıştır.

Tanıtım Bölümü

Bu görüşme Dilan Köymen tarafından Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü Tez Çalışması sebebiyle derinlemesine görüşme yapılmayı amaçlanarak yazılmıştır. Tez çalışmam kapsamında amacım; siz katılımcılara açık uçlu sorular yönelterek tez derinliğimi sağlamak ve araştırmama katkı yapmaktır. Yanıtlarınız açık ve net olmalı, konu ve sorulara kendinizce doğru olan yanıtları vermeniz değerlendirme ve analiz etmek açısından önemlidir. Teşekkür ederiz.

Araştırmacı: Yaşınız?

K1: 76

A: Hangi mesleği yapıyorsunuz?

K1: Emekliyim.

A: Eğitim Durumunuz?

K1: Ortaokul

A: İnternet kullanımınız var mıdır?

K1: Hayır çünkü internet kullanmamı sağlayacak bir durumum yok bazen mesaj atamam gerektiğinde veya banka ile ilgili durumlarda nadiren kullanmak zorunda kalıyorum ama genel olarak kullanmıyorum.

A: Genel olarak bir haberi hangi platformlardan öğreniyorsunuz?

K1: Televizyondan öğreniyorum.

A: Televizyondaki izlediğiniz takip ettiğiniz kanallar aynı kanallar mıdır yoksa tüm haber kanallarını takip etmeye çalışıyor musunuz?

K1: Belli başlı takip ettiklerim var ama genel olarak gün içinde hepsini izlemeye çalışıyorum. Sadece haberin değil takip ettiğim dizi, maç gibi yayınları da televizyondan izliyorum.

A: Teknolojinin getirdiği sizce en büyük sorunlardan birisi nedir bir iki cümle ile açıklayabilir misiniz?

K1: Olumsuz oluyor bazı şeyler. Bakış açım yaşımdan dolayı farklı. Alıştığım bir şey değil. İyi yönleride var kötü yönleride var. Mesela yapay zekâ bence gelişim açısından iyi ama kişiler açısından sıkıntılı. Hırsızlık mesela bilgi hırsızlığı, emek hırsızlığı çok olur. Değerlendirdiğimde iyi de kötü de herkes farklı düşünür bence.

A: Bilgi hırsızlığı dediniz, bu size ne ifade ediyor ne çağrıştırıyor bunu teknoloji ile ilişkilendirebiliyor musunuz?

K1: Herkesin kolay yoldan her şeye ulaşması sahip olması emek çaba olmadan.

A: Gözetleme kavramını biliyor musunuz? Biliyorsanız bir iki cümle şeklinde açıklayabilir misiniz?

K1: Takip etme anlamına geliyor aklıma gelen ilk şey bu. Sürekli bir şeyin izlenmesi hali yani hal hareket gibi aklıma gelenler şimdilik bunlar.

A: Okuduğunuz, izlediğiniz haberin güvenir olduğuna inanıyor musunuz?

K1: Hayır. İnsanlara güvenmiyorum her gün bir olay oluyor. Doğruluğu yanlışlığı ayırt edemiyorum güvenmiyorum o yüzden.

A: Sıkı bir televizyon izleyicisi olarak televizyonda gördüğünüz habere neden güvenmiyorsunuz?

K1: Sadece herkes kendi bildiği doğruyu söylüyor o yüzden güvenmek için delil lazım o da sahte mi gerçek mi belli olmuyor güvenmiyorum.

A: Televizyon ekranında kaç saat süre geçiriyorsunuz ve gün sonunda kendinizi nasıl hissediyorsunuz (örneğin yorgun, bilgi edinmiş vs.)

K1: 5 saat sanırım. Maç, dizi gibi şeyler varsa daha da fazla olabilir. Mesela maç var ve izledim. Tuttuğum takım yenildiyse yorgun kalkıyorum ekrandan genel olarak televizyon başından kalktıktan sonra herhangi bir şey hissettiğimi düşünmedim hiç.

A: Yaşınız?

K2: 44

A: Hangi mesleği yapıyorsunuz?

K2: Otomotiv sektöründe üretim müdürüyüm

A: Eğitim Durumunuz?

K2: Lise

A: İnternet kullanımınız var mıdır?

K2: Evet günlük hayatımda genel bir kullanıma sahibim.

A: Genel olarak bir haberi hangi platformlardan öğreniyorsunuz?

K2: Genellikle X ve YouTube'dan öğreniyorum.

A: Sosyal medya araçlarından hangilerini kullanıyorsunuz?

K2: Instagram, X, YouTube

A: Sosyal medya da geçirdiğiniz süre bir günde ne kadardır?

K2: Yoğun iş temposunda çalışıyor olsam da molalarda ve daha sonrası boş kaldığım sürelerde bakıyorum. Ortalama bir saat verirsem toplam 6 /7 saati geçiyordur.

A: Peki sosyal medya platformlarından hangisine daha çok güveniyorsunuz?

K2: X platformunun gerçekliğine daha çok güveniyorum en çok da orada vakit geçiriyorum zaten.

A: Gözetleme kavramını biliyor musunuz? Biliyorsanız bir iki cümle şeklinde açıklayabilir misiniz?

K2: Yani tam tanım olarak bilmiyorum. Ama bende çağrıştırdığı şey birini bir şeyi sürekli izlemek ve takip altına almak kısaca.

A: Peki bu yaklaşımınız ile siz bu kavrama nasıl bakıyorsunuz olumlu veya olumsuz olarak yorumlar mısınız?

K2: Birini sürekli takip etmek izleme haline girmek bence hem kişi için hem de bunu yapan kişi için sıkıntılı olur. Olumlu yanı belki de daha çok bilgi edinmek isteyişidir takip eden kişinin.

A: Teknolojinin getirdiği sizce en büyük sorunlardan birisi nedir bir iki cümle ile açıklayabilir misiniz?

K2: Bence olumsuz olması birçok şeyin sahte olması ve gerçeklikten uzak hale gelmesi kişilerin.

A: Son olarak eğer veri gizliliği haklarınızı ve gözetleme unsurunun nasıl olduğu hakkında net bilgi sahibi olsaydınız yine de sosyal medyayı aktif kullanmaya devam eder miydiniz?

K2: Sanmıyorum o kadar şeyi bildikten sonra özellikle veri gizliliğimin falan kullanmazdım kullanmaya da çekinirdim.

K3

A: Yaşınız?

K3: 20

A: Hangi mesleği yapıyorsunuz?

K3: Çalışmıyorum öğrenciyim

A: Eğitim Durumunuz?

K3: Üniversite

A: İnternet kullanımınız var mıdır?

K3: Evet çok yoğun bir şekilde kullanıyorum.

A: Genel olarak bir haberi hangi platformlardan öğreniyorsunuz?

K3: Genellikle X ve Instagram'dan

A: Sosyal medya araçlarından hangilerini kullanıyorsunuz?

K3: Instagram, Tik Tok, X,

A: Sosyal medya da geçirdiğiniz süre bir günde ne kadardır?

K3: Yalan olmasın günümün yarısından fazlasını sosyal medyada geçiriyorum.11/12 bazen 13/14 saat kadar vardır geçirdiğim süre.

A: Peki sosyal medya platformlarından hangisine daha çok güveniyorsunuz?

K3: X diyebilirim.

A: Gözetleme kavramını biliyor musunuz? Biliyorsanız bir iki cümle şeklinde açıklayabilir misiniz?

K3: Direkt bir kişi tarafından her halinin izlenmesi diyebilirim.

A: Peki bu yaklaşımınız ile siz bu kavrama nasıl bakıyorsunuz olumlu veya olumsuz olarak yorumlar mısınız?

K3: Bence takip edilmek ve etmek olumlu sonuçlara sebep olabilir. Yani annenin çocuğunun her haline bakması bilmek istemesi kadar normal bir durum bence. Olumlu yanları olumsuz yanlarından daha fazla olduğunu düşünüyorum.

A: Teknolojinin getirdiği sizce en büyük sorunlardan birisi nedir bir iki cümle ile açıklayabilir misiniz?

K3: Zamansızlık kavramı bence zamanımızın tamamı orada ve bu vakit kaybı en büyük sorun her anlamda.

A: Eğer veri gizliliği haklarınızı ve gözetleme unsurunun nasıl olduğu hakkında net bilgi sahibi olsaydınız yine de sosyal medyayı aktif kullanmaya devam eder miydiniz?

K3: Yani veri gizliliğimin yok sayıldığına az çok hakimim ama hala kullanmaya devam ediyorum yine ederim sanırım.

A: Son soru olarak okul veya çalıştığınız yeri teknolojik donanım açısından yorumlayabilir misiniz? Size göre yeterli bir donanıma mı sahip yoksa eksiklikleri var mı?

K3: Tamamen yeterli donanıma sahip olduğunu düşünmüyorum ama rutinde pek sıkıntı yaratmıyor şimdilik.

K4 Görüşmesi

A: Yaşınız?

K4: 36

A: Hangi mesleği yapıyorsunuz?

K4: Muhasebeciyim

A: Eğitim Durumunuz?

K4: Üniversite

A: İnternet kullanımınız var mıdır?

K4: Evet var.

A: Genel olarak bir haberi hangi platformlardan öğreniyorsunuz?

K4: Genellikle X ve Instagram.

A: Sosyal medya araçlarından hangilerini kullanıyorsunuz?

K4: Instagram, X diyeceğim yine en çok onları kullanıyorum.

A: Sosyal medya da geçirdiğiniz süre bir günde ne kadardır?

K4: Tam kaç saat olduğunu bilmiyorum da 7/8 olabilir.

A: Sizce sosyal medya kullanımının oranını iyileştirebilmek için neler yapılmalıdır?

K4: Bence genel sosyal medya kullanım eğitimleri verilmesi lazım okullarda özellikle küçük yaştakilere bence

anca bu şekil bilinçlenir ve yeni hobi vs edinirsek kullanım azalabilir belki.

A: Peki sosyal medya platformlarından hangisine daha çok güveniyorsunuz?

K4: X platformuna daha çok güveniyorum çünkü bilgiler haberler hep hızlı ve kesilmeden okuyup izleyebiliyorum haberleri.

A: Gözetleme kavramını biliyor musunuz? Biliyorsanız bir iki cümle şeklinde açıklayabilir misiniz?

K4: Gözetim hayatın her anında bence. Aklıma beklemek ve takip edilmek geliyor.

A: Peki bu yaklaşımınız ile siz bu kavrama nasıl bakıyorsunuz olumlu veya olumsuz olarak yorumlar mısınız?

K4: Bence olumsuz yani kim ister sürekli takip altında kalmayı, tutulmayı zarar verici bir şey bence.

A: Teknolojinin getirdiği sizce en büyük sorunlardan birisi nedir bir iki cümle ile açıklayabilir misiniz?

K4: Sahtelik tek kelime ile.

A: Son olarak eğer veri gizliliği haklarınızı ve gözetleme unsurunun nasıl olduğu hakkında net bilgi sahibi olsaydınız yine de sosyal medyayı aktif kullanmaya devam eder miydiniz?

K4: Şu aşamalarda bile hala kullanıyorsam bilsem evet tereddüt ederdim ama yine de kullanmaya devam ederdim.

Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcılar 20/76 yaş aralığında olup eğitim seviyeleri en az ilkokul mezunu en çok lise ve üniversite mezunudurlar. Katılımcılardan çoğu çalışan geri kalanı ise emekli ve öğrencidir. Katılımcıların isimleri tabloda kodlanarak yer verilmektedir

Kod Adı, Yaş, Cinsiyet, Eğitim, Meslek

K1, 76, Erkek, İlkokul, Emekli

K2, 44, Erkek, Lise, Üretim müdürü

K3, 20, Erkek, Üniversite, Öğrenci

K4, 36, Kadın, Üniversite, Muhasebe

Tablo1: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Görüşmelerden Elde Edilen Verilerin Analizleri

Yapılan görüşmelerin tamamı görüşmeyi yapan araştırmacı tarafından analiz edilmiş olup bu analiz sonucunda belirli konu ve bağlamlara varılmıştır. Bu konu ve bağlamların genel sonucunda gözetim unsurunun, güven kaynağının ve sosyal medya kullanımının detaylarına inilmiş gerekli çıkarımlar yapılmıştır.

Gözetim Kavramının Ne Olduğunun Anlamaya Çalışılması

Yapılan görüşme sonucunda katılımcılara gözetim kavramının ne olduğu sorulmuş ve tüm katılımcılar “takip edilmek” olarak kavramı tanımlamaya çalışmışlardır.

Gözetim Unsurunun Olumlu veya Olumsuz Olarak Değerlendirilmesi

Görüşmeye katılan katılımcılardan gözetim unsurunun olumlu ve olumsuz olarak nasıl değerlendirdikleri sorulmuş üç katılımcı gözetim unsurunun olumsuzluğundan bahsetmiş geri kalan bir katılımcı gözetim unsurunun olumlu olduğunu dile getirmiş “Annenin çocuğunun her haline bakması bilmek istemesi kadar normal bir durum” olarak nitelendirmiştir.

Katılımcılar genel olarak kıyaslandığında elde edilen bulgular birçok kıyaslanabilir maddelerin ortaya çıkmasına yol açmışlardır. Katılımcıların yaşı eğitim durumu ve mesleki olarak yaşamsal etkinliği göz önüne alındığında;

K1 deki katılımcı interneti az kullanmasına rağmen K3 ‘deki katılımcı ile eş değer olarak gözetim kavramının

ne olduğunu anlatmaya çalışmış olumlu ve olumsuz yanlarını dile getirmiştir. K3 katılımcısı kavramın ne kadar olumu olarak karşılarsa da geri kalan 3 katılımcı bu kavrama olumsuz olarak bakmaktadır.

Verilerin Gizliliği Sorun Olması ve Bilinç Halinde Sosyal Medyayı Kullanma İstekleri

K1 katılımcısı hariç geri kalan katılımcılar veri gizliliği konusunun ne olduğu konusuna hâkim olarak sorulara yanıt vermiştir. K2 katılımcısı verilerinin nasıl kullanıldığını bildiği ve nasıl gözetlendiğini öğrendiğinde sosyal medya kullanmayacağını söylemiş K3 ve K4 numaralı katılımcılar bu durumdan etkilenmeyerek hala kullanmaya devam edebileceklerini dile getirmişlerdir

Sosyal Medya Platformları Kullanım Saatleri ve Güven Düzeyleri İlişkisi

Sosyal medyayı aktif olarak kullanan 3 katılımcı tespit edilmiş bunlar K2, K3 ve K4 numaralı katılımcılardır. Bu katılımcılar en azı 6 saat en çoğu ise 14 saat olarak belirtmiştir. Katılımcıların zaman geçirdikleri sosyal medya platformları aynı zamanda haberleri takip açısından da en çok kullandıkları uygulamalardır. Bu uygulamalara geliştirdikleri güven ilişkileri göz önüne alındığında en çok ismi geçen uygulama X olmuştur. Katılımcı K4 bu durumu “X platformuna daha çok güveniyorum çünkü bilgiler haberler hep hızlı ve kesilmeden okuyup izleyebiliyorum haberleri.” şeklinde açıklamış aynı zamanda en çok zaman geçirdiği platforma da X yanıtını vermiştir.

Teknolojik “Sahtelik”

Katılımcılara yöneltilen sorularda teknolojinin olumlu ve olumsuz olarak değerlendirilmesi istenmiş ortak payda da Sahtelik kavramı gün yüzüne çıkmıştır. Teknolojinin ilerlemesini K2 numaralı katılımcı “Bence olumsuz olması birçok şeyin sahte olması ve gerçeklikten uzak hale gelmesi kişilerin”. Olarak dile getirmiştir. Sahtelik kelimesi katılımcılar arasında teknolojinin ilerlemesi sonucu ortaya çıkan bir durum olarak bağdaştırılmıştır.

Sonuç

Gözetim kavramı geçmişten bugünüme etkilerini hala göstermektedir. Gözetim biten bir süreç değil yeni dünya düzeninde de varlığını sürdürmektedir. Kavramsal çerçeveden bakıldığında eskiye kadar uzanan gözetme durumu internetin de hayatımıza girmesi ile varlığını ispatlamış ve gözetim sadece sosyal medya bağlamında değil her alanda devam etmektedir. İletişim teknolojilerinin gelişimi ve sosyal medyanın kullanımının popüler hale gelmesi gözetim kavramını belirginleştirmiştir. Belirginleşen bir diğer unsur olan göz önünde bulunma kavramı ile karıştırılmamalıdır. Göz önünde bulunma kavramı bir hazza ve psikolojik etkenlere bağlı gelişmekte olup, gözetim ise bireylerin kendi verilerini devlete ve internet veri tabanlarına kişisel verilerinin aktarılması ile oluşmaktadır. Sonuç olarak gözetim yapbozun en temel parçası olup tüm medya, devlet, kişisel dinamiklerin tümünü kapsamaktadır.

Bu çalışmada kişilerin sosyal medya araçlarını kullanma durumlarına göre gözetim kavramı hakkında ne kadar bilgi sahibi olup olmadıkları incelenmiştir. Bu bağlamda birbirinden farklı yaşlara, eğitim seviyelerine sahip 4 katılımcı ile derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşme neticesinde ulaşılan veri ve bilgiler belirli temalara ayrılarak incelenmiş ve tespit edilmiştir. Bu temalar; “Gözetim Kavramının Ne Olduğunun Anlamaya Çalışılması, Gözetim Unsurunun Olumlu veya Olumsuz Olarak Değerlendirilmesi, Verilerin Gizliliği Sorun Olması ve Bilinç Halinde Sosyal Medyayı Kullanma İstekleri, Sosyal Medya Platformları Kullanım Saatleri ve Güven Düzeyleri İlişkisi, Teknolojik Sahtelik” olarak belirlenmiştir. Bu temalarda elde edilen bilgilere göre hem gözetim kavramının ne olduğunu hem de katılımcıların sosyal medya ve kitle iletişim araçları ile ilişkilerinin düzeyleri tespit edilmek istenmiştir.

Gözetim kavramının ne olduğundan yola çıkılarak hazırlanmış olan bu çalışma bireylerin sosyal medya bağlamında gözetim unsurunun ne olduğu açıklanmış ve derinlemesine görüşme ile elde edilen veriler sosyal medya ve gözetim kavramının bir dinamik içinde birbiriyle ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Katılımcılara göre gözetim kavramı farklı bir anlam kazanmakta olup her bir katılımcı kavramı kendi eğitim seviyesi ve yaş unsuruna göre cevaplamıştır. Katılımcılara göre teknolojik sahteliğin ön planda olması güven unsurunun da gözetimin bir parçası olduğu açıklanmıştır. Teknolojinin getirdiği yenilik ve güncellemelere göre her katılımcı sosyal medya ve kitle iletişim araçlarını aynı zamanda birer veri paylaşım aracı olarak yorumlamıştır.

Sonuç olarak sosyal medyada bağlamında öz/kişisel izleme doğrultusunda gözetimin normalleştirilmesi gözetim kavramının derinliğini hem olumlu hem olumsuz olarak etkilemekte olup bireylerin kullanım sıklığına göre gözetlenme unsurunun önemi de tespit edilmiştir.

Bu çalışmada elde edilen bulguların sosyal medya bağlamında öz/kişisel izleme doğrultusunda gözetimin normalleştirilmesi ve gözetim kavramının açıklanması amaçlanmış gözetim kavramı ile yapılacak başka çalışmalara katkı sağlanması ve gözetim kavramının ne olduğu sorusunda birazda olsa yanıt aramayı amaçlamaktadır.

Kaynakça

- Bauman, Z., & Lyon, D. (2013). Akışkan gözetim. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Utma, S. (2024). Gözetim kavramı ve sosyal medyada gözetimin içselleştirilmesi. JOURNAL OF SOCIAL, HUMANITIES AND ADMINISTRATIVE SCIENCES (JOSHAS), 9(61), 2276-2283.
- YANIK, A. (2017). BİR SÜPERPANOPTİKON OLARAK YENİ MEDYA: YENİ MEDYA IŞIĞINDA GÖZETİMİN ELEŞTİRİSİ. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 5(2), 784-800.
- Eşitti, Ş. (2013). Gözetim toplumunda sinoptikon ve sosyal medya (Doctoral dissertation, Marmara Üniversitesi (Turkey)).
- Kılınç, U. (2021). DİJİTAL DÜNYADA SOSYAL MEDYA, BENLİK SUNUMU, GÖZETİM-DENETİM VE RİSKLER ARASINDAKİ İLİŞKİLER. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 23(4), 1647-1669.
- Okmeydan, S. B. (2017). Postmodern kültürde gözetim toplumunun dönüşümü: 'Panoptikon'dan 'sinoptikon' ve 'omniptikon'a. AJIT-e: Academic Journal of Information Technology, 8(30), 45-69.
- Kalaman, S. (2019). Yeni medya ve dijital gözetim: Türkiye'deki sosyal medya kullanıcıları üzerine bir araştırma. Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 26(2), 575-594.
- Tümurtürkan, M. (2010). GÜNDELİK HAYATIN GÖZETİMİ: "PANOPTİKON TOPLUMU". ETHOS: Felsefe ve toplumsal bilimlerde Diyaloglar, 2(3), 1-19.
- Kavut, S. (2023). Dijital dönüşüm çağında gözetimin elektronikleşmesi: Panoptikon'dan süperpanoptikon'a gözetim toplumu. Communicata, (25), 22-27.
- Akbaş, A. Dijital Panoptikon: Elektronik Gözetimin Toplumsal Yansımaları. Sinop İlahiyat Dergisi, (1), 51-89.
- Dolgun, U. (2004). Gözetim toplumunun yükselişi: enformasyon toplumundan gözetim toplumuna. Yönetim Bilimleri Dergisi, 2(1), 55-74.
- Parçal, C. (2018, May). Dijital Gözetim: Sosyal Medya. In Conference: II. Marmara Üniversitesi Lisansüstü İletişim Öğrencileri Kongresi.
- Orhan, M. (2021). Okul öncesi dönem TÜBİTAK 6 yaş grubu popüler çocuk bilim kitaplarında değerlerin ele alınış biçimi. Korkut Ata Türkiyat Araştırmaları Dergisi, (4), 130-156.



BAİBÜİLEF-İG
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Günleri
Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication Communication Days

15.09.2026



Arap Dilinin Bir Türkçe Varyantı Olan Halep Ağzı Üzerindeki Etkisi

The Influence of the Arabic Language on the Aleppo Dialect, a Variety of Turkish

Laila MAHMOUD¹

Geliş Tarihi (Received): 01.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 02.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Öz: Suriye'deki Türk varlığı, 9. yüzyıldan itibaren Orta Asya'dan Anadolu ve çevre bölgelere yönelen göç dalgalarıyla başlamış ve günümüze kadar kesintisiz bir şekilde devam etmiştir. Tarihî süreçte özellikle Halep ve çevresinde yoğunlaşan, azınlık statüsünde yaşamlarını sürdüren bu Türk toplulukları; yüzyıllar boyunca kendi dillerini, geleneksel kültürlerini ve millî kimliklerini büyük bir aidiyet bilinciyle koruma gayreti içinde olmuştur. Türk dilinin zengin kollarından ve batı/güney gruplarının önemli uzantılarından biri olan Halep ağzını konuşan bu topluluklar, ana dillerine sahip çıkarken bölgedeki yerleşik Arap nüfusuyla yüzyıllardır sürdürdükleri yoğun ve kesintisiz sosyal etkileşim neticesinde doğal olarak Arapçadan güçlü bir şekilde etkilenmişlerdir. Bu akademik çalışmada, öncelikli olarak Suriye coğrafyasında varlık gösteren Türklerin bu topraklara yerleşme ve gelişim serüvenine kısa bir giriş yapılmış; ardından Türk lehçe bilimi içerisinde Halep ağzını merkeze alan önceki akademik çalışmalardan ve derleme metinlerden elde edilen veriler ışığında kapsamlı bir metin analizi gerçekleştirilmiştir. Yapılan detaylı incelemeler neticesinde, Arap dilinin Suriye'deki Türklerin günlük iletişimde kullandıkları Halep ağzı üzerindeki etkisinin son derece belirgin ve yoğun bir karakter gösterdiği tespit edilmiştir. Söz konusu dilsel alışveriş ve etkileşimin özellikle dinî terminoloji, toplumsal hayatta sıkça kullanılan kalıplaşmış ifadeler, hitap kalıpları ve cümle içi bağlaç kullanımları gibi belirli dilsel unsurlar üzerinde yoğunlaştığı açıkça görülmektedir. Araştırma kapsamında mezkûr dilbilgisel ve söz varlığına dayalı etkileşimler somut örnekler üzerinden ele alınarak, Arap dilinin Halep ağzının ses bilgisi, şekil bilgisi ve söz dizimi yansımaları üzerindeki izleri incelenmiştir. Elde edilen bulgular, Halep ağzındaki Arapça kökenli yapıntıların ve ödünçlemelerin boyutunu ortaya koyarak bölgenin dilbilimsel yapısına ışık tutmakta ve ilgili Türk lehçeleri literatürüne mütevazı bir katkı sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Arap Dili, Türk Dili, Halep ağzı, dil etkileşimi, Suriye.

&

Öz: Suriye'deki Türk varlığı, 9. yüzyıldan itibaren Orta Asya'dan Anadolu ve çevre bölgelere yönelen göç dalgalarıyla başlamış ve günümüze kadar kesintisiz bir şekilde devam etmiştir. Tarihî süreçte özellikle Halep ve çevresinde yoğunlaşan, azınlık statüsünde yaşamlarını sürdüren bu Türk toplulukları; yüzyıllar boyunca kendi dillerini, geleneksel kültürlerini ve millî kimliklerini büyük bir aidiyet bilinciyle koruma gayreti içinde olmuştur. Türk dilinin zengin kollarından ve batı/güney gruplarının önemli uzantılarından biri olan Halep ağzını konuşan bu topluluklar, ana dillerine sahip çıkarken bölgedeki yerleşik Arap nüfusuyla yüzyıllardır sürdürdükleri yoğun ve kesintisiz sosyal etkileşim neticesinde doğal olarak Arapçadan güçlü bir şekilde etkilenmişlerdir. Bu akademik çalışmada, öncelikli olarak Suriye coğrafyasında varlık gösteren Türklerin bu topraklara yerleşme ve gelişim serüvenine kısa bir giriş yapılmış; ardından Türk lehçe bilimi içerisinde Halep ağzını merkeze alan önceki akademik çalışmalardan ve derleme metinlerden elde edilen veriler ışığında kapsamlı bir metin analizi gerçekleştirilmiştir. Yapılan detaylı incelemeler neticesinde, Arap dilinin Suriye'deki Türklerin günlük iletişimde kullandıkları Halep ağzı üzerindeki etkisinin son derece belirgin ve yoğun bir karakter gösterdiği tespit edilmiştir. Söz konusu dilsel alışveriş ve etkileşimin özellikle dinî terminoloji, toplumsal hayatta sıkça kullanılan kalıplaşmış ifadeler, hitap kalıpları ve cümle içi bağlaç kullanımları gibi belirli dilsel unsurlar üzerinde yoğunlaştığı açıkça görülmektedir. Araştırma kapsamında mezkûr dilbilgisel ve söz varlığına dayalı etkileşimler somut örnekler üzerinden ele alınarak, Arap dilinin Halep ağzının ses bilgisi, şekil bilgisi ve söz dizimi yansımaları üzerindeki izleri incelenmiştir. Elde edilen bulgular, Halep ağzındaki Arapça kökenli yapıntıların ve ödünçlemelerin boyutunu ortaya koyarak bölgenin dilbilimsel yapısına ışık tutmakta ve ilgili Türk lehçeleri literatürüne mütevazı bir katkı sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Arap Dili, Türk Dili, Halep ağzı, dil etkileşimi, Suriye.

Atıf/Cite as Mahmoud, L. (2026). *The Influence of the Arabic Language on the Aleppo Dialect, a Variety of Turkish*. BAİBÜİLEF-İG 2026: 3. Uluslararası İletişim Günleri Sempozyumu, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu, Türkiye.

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Öğr. Gör. Dr., Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, Arapça Hazırlık Bölümü, e-posta: Imahmoud@ibu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9607-7971

Introduction

Throughout their historical development, languages have interacted and evolved as a result of political, economic, social, and cultural relations among societies speaking different languages. One of the most notable reflections of these interactions can be observed in vocabulary and the use of loanwords. In particular, factors such as long-term coexistence and bilingualism among different ethnic groups living in the same geographical area demonstrate that interaction between languages can become particularly strong.

The Aleppo Turkmens have lived alongside Arab communities for centuries. As a result, they have continued their existence in a linguistic environment where Turkish and Arabic have been in intensive contact. This long-standing language contact has left significant traces, particularly in the vocabulary of the Turkish spoken by the Aleppo Turkmens. The presence of numerous Arabic-origin words in everyday speech and in texts reflecting dialectal features can be regarded as a natural consequence of this interaction. However, from a linguistic perspective, it is also important to examine how these words function within the dialect after adapting to the phonological and morphological features of Turkish, rather than being considered merely as borrowed elements.

Although various studies have been conducted on the Aleppo Turkmens, studies focusing on the systematic identification, classification, and text-based analysis of Arabic-origin words found in texts representing the Aleppo Dialect remain limited. This situation makes it necessary to examine the influence of Arabic on Aleppo Turkmen Turkish in greater detail.

In this study, Arabic-origin words used in texts representing the Aleppo Dialect were identified and evaluated from various perspectives. The analysis aimed to reveal the areas of use, semantic characteristics, and functions of Arabic-origin words within the Aleppo Turkmen Dialect.

This study is expected to contribute to a better understanding of the vocabulary of Aleppo Turkmen Turkish. It may also provide a useful source for future research on Turkish-Arabic language contact, language interaction, and borrowing processes.

1. The Historical and Cultural Development of Aleppo

One of the leading cities in Syria in terms of commercial, political, and historical significance, Aleppo is first mentioned in cuneiform Akkadian tablets from the third millennium BCE under the names Halaba and Halman/Halwan. In the eighteenth century BCE, Aleppo became the capital of the Kingdom of Yamhad. It was later conquered by the Hittite Empire, which was established in Anatolia, and became an important province of the empire. Following the collapse of the Hittite Empire, an independent state known as the Kingdom of Halpa was established. In the ninth century BCE, the city came under the rule of the Assyrian Empire. During the period of Persian rule, Aleppo was a relatively small city. Under the rule of the Roman and Byzantine Empires, however, it developed into an important center in terms of urban development, religion, and trade (Yazıcı, 1997).

The Aleppo region was peacefully conquered by the Islamic armies in 637 during the reign of Caliph Umar (İbnü'ş-Şihne, 1984, p. 31). It subsequently came under the rule of the Umayyads, Abbasids, Tulunids, İkhshidids, Hamdanids, Mirdasids, Uqaylids, Seljuks, Ayyubids, Mongols, and Mamluks. In 1516, Aleppo came under the rule of the Ottoman Empire and remained under Ottoman rule for approximately 400 years, until the end of the First World War in 1918. During this period, the city underwent significant urban transformation and developed into an important economic center (Osman, 2009, pp. 21–24).

Syria, including the Aleppo region, came under the French Mandate in 1920. Following the withdrawal of the French in 1946, political groups within the country began competing for power, eventually resulting in the Ba'ath regime taking control of the country (Buzpınar, 2009). Due to the strict and oppressive rule imposed on the population by this regime for many years, a popular uprising began in 2011. The Ba'ath government subsequently came to an end on 8 December 2024. Located in northern Syria, the Aleppo region includes the districts of Ayn al-Arab, Jarabulus, Manbij, al-Bab, al-Safira, Jabal Samaan, Azaz, and Afrin (Osman, 2009, pp. 21–24).

The name Aleppo is of Arabic origin and is derived from the word halaba, meaning “to milk.” (Almaany, 2026). According to one tradition, Prophet Abraham used to milk the sheep he kept on the hill where the Aleppo Citadel is located today and distribute the milk to the poor. According to this account, the region came to be called Halaba Ibrahim, meaning “Abraham milked,” and the name Aleppo is believed to have originated from this expression. The region was also referred to as Shahba and “white” because of the whiteness of its soil and stones (Halep Vilayeti, 1867, pp. 181–182).

According to another tradition, the name Aleppo is of Aramaic origin and means “white” and “milk.” Aleppo is also identified as Halbo in ancient Egyptian sources and hieroglyphic inscriptions (İbnü’ş-Şihne, 1984, p. 28). The city has been known as Halab in Arabic, Halep in Turkish, Alep in French, and Aleppo in English, German, and Italian.

2. The Historical Origins of the Aleppo Turks and Their Settlement in the Region

The Turks' contact with the Aleppo region began during the period of Ahmad ibn Tulun, one of the Turkish commanders of the Abbasid Caliphate. After being appointed governor of Egypt, Ahmad ibn Tulun gradually gained political and military power. He eventually established the independent Tulunid state and conquered Aleppo in 877. Although this conquest did not last long, the Ikhshidids, another Turkish dynasty similar to the Tulunids, also ruled the Aleppo region for a short period (Erol, 2012, p. 24).

The first migrations of Turks to Aleppo and its surrounding areas began in the tenth century. Thousands of Turks belonging to the Oghuz tribes left their homeland in Central Asia in tribal groups. Before the conquest of Anatolia, they settled in various parts of Syria, particularly in Aleppo. Therefore, it is possible to state that Aleppo became Turkified before Anatolia (Akköz, 2017, p. 258; Quataert, 2000, p. 4). In 1065, Harun Hanoglu, who is believed to have been the son of Tamghach Khan I, the ruler of the western branch of the Karakhanids, launched a campaign into Syria. He formed agreements with other forces in the region. As a result of these agreements, the Turks who had settled in northern Syria, especially around Aleppo, gradually became influential in the area. The Great Seljuk Empire conquered Aleppo in 1086, although its rule there was relatively short-lived. During the Ayyubid period, neighborhoods inhabited by Turkish cavalymen were established in Aleppo. Following the defeat of the Anatolian Seljuks by the Mongols at the Battle of Köse Dağ in 1243, a Turkmen group consisting of approximately 40,000 tents migrated to Aleppo. In 1516, the Ottoman Sultan Selim I defeated the Mamluks at the Battle of Marj Dabiq and conquered Aleppo. The city remained under Ottoman rule for approximately 400 years. During this period, it became an important center in terms of architecture, production, trade, and politics. Aleppo experienced significant development in agriculture, textiles, soap production, ironworking, copperworking, and leather manufacturing. Numerous mosques, madrasas, caravanserais, charitable foundations, bazaars, and shops were constructed throughout the city (Umar, n.d., "Halep"). Indeed, Aleppo became the third-largest city of the Ottoman Empire after Istanbul and Cairo (Hretani, 1997).

The Turkmen population and influence continued to increase throughout the region. According to the Aleppo Provincial Yearbooks published by the Ottoman Empire in 1867, approximately 200,000 Turks lived in Aleppo, 150,000 in Latakia, 50,000 in Telkere, 100,000 in Quneitra (Golan), and around 300,000 in other regions (Halep Vilayeti, 1867; Akköz, 2016, p. 73). Following the end of the First World War in 1918, Aleppo left Ottoman rule and remained under the French Mandate until 1946. During the Arab Spring protests that began in 2011 against the long-standing Ba'ath regime, hundreds of thousands of Turks were forced to migrate to different countries, particularly Türkiye. After the fall of the Assad government in 2024, returns to Syria accelerated. Today, Turks live predominantly in the Hüllük, Hayderriye, Şeyh Faris, Şeyh Hıdır, and Beidin neighborhoods of Aleppo. In addition, significant Turkmen populations are found in the districts of Azaz, Jarabulus, Manbij, al-Bab, and Kurd Dag, as well as in approximately 145 villages connected to these districts (ORSAM, 2011, pp. 10–13).

3. The Influence of Arabic on the Aleppo Turkmen Dialect

The borrowing of words among the world's languages is a common phenomenon of interlinguistic interaction. For this phenomenon to occur, there is generally a need for linguistic interaction supported by strong sociocultural ties between two or more language communities (İşsever, 2025, p. 200). In this context, numerous

Arabic words have entered the Turkish spoken by the Aleppo Turkmens as a result of the linguistic interaction that developed through the social and cultural relations between the Arab community and the Turkmens, who lived together in Aleppo for centuries. This situation has led to a noticeable difference between the Turkish spoken by the Aleppo Turkmens and Turkish as spoken in Türkiye. Such change is a natural consequence of the nature of language and constitutes one of its fundamental characteristics (Aksan, 2009, p. 141).

The main reason for the strong influence of Arabic on the Aleppo Turkmen Dialect is that the decisive factor in language contact is not the historical background or antiquity of a language. Rather, it is the political, military, and economic dominance of the society that speaks that language. This situation has led Arabic to assume the position of the donor language, while the Turkmen Dialect has become the recipient language. The non-linguistic activities and relations of societies and states determine whether their languages function as recipient or donor languages. Donor languages are generally the languages of those who govern and produce. They also tend to represent the center, the city, and the dominant culture (Çelebi, 2010, p. 5).

The Aleppo Turkmen Dialect has also been influenced by Arabic, which is the official language of Syria, in many respects. The influence of Arabic on the Aleppo Turkmen Dialect can therefore be described as multifaceted and extensive. According to research conducted by Yaşar Avcı based on the Turkish Language Association Dictionary, Arabic ranks first among the languages that have contributed to the formation of Turkish vocabulary, with 6,463 words (Yaqoob, 2021, p. 307; TDK, 2005). If the presence of Arabic words among Turks living in Turkish territories far from Arab communities has reached such a considerable number, it is reasonable to assume that the number of Arabic words used in the Aleppo Turkmen Dialect, spoken by Turkmens who have lived in Arab lands and alongside Arab communities for centuries, is considerably higher.

The findings of this study indicate that the influence of Arabic on the Aleppo Turkmen Dialect can be observed significantly across various linguistic elements. These include religious terms, food and plant names, formulaic expressions, names of places and occupations, means of transportation, and verbs. These influences are discussed under separate subheadings to provide a more systematic evaluation. Each subsection first identifies the relevant type of linguistic element. It then examines the changes that occurred when these elements were transferred from Arabic into the Aleppo Turkmen Dialect. Finally, example sentences demonstrating the use of each element in the Aleppo Turkmen Dialect are provided

3.1. Religious Terms

The coexistence of **Arabs and Aleppo Turkmens in the same geographical area** has strengthened the linguistic relationship between the two communities. Their shared religious affiliation also created a basis for the use of **Arabic-origin religious terms** in the Aleppo Turkmen Dialect. In the use of such expressions, some Arabic words have been retained in their original form, while others have undergone minor changes. For example, in the sentences “**walla** ikisi benim yanımda, burda yuharda oturiy...” (Mahmoud, 2013, p. 56) and “...**walla** ben irhēt oldum...” (Mahmoud, 2013, p. 67), spoken by a Turkmen woman from Aleppo, the word **walla** is an expression used in Islam to swear an oath and thereby emphasize the truthfulness of a statement. This expression corresponds to the Arabic word (والله). It has been observed that Aleppo Turkmens use this expression frequently, almost as commonly as Arab speakers. Similarly, the word **maşalla** in the sentence “**maşalla** birer sürü çocukları war walla çok hesap etsem sağa otuz otuz beş tene war” (Mahmoud, 2013, p. 56) derives from the Arabic expression (ما شاء الله). Aleppo Turkmens frequently use this expression in their daily conversations when describing **positive events and situations**. It is commonly used with the intention of **protecting against the evil eye**.

Aleppo Turkmens also use numerous **Arabic-origin words related to the religious duties of Muslims**. For example, the following sentences illustrate the use of such terms: “Hem ‘**ımrıya** gettim hem **hece** gettim.” (Mahmoud, 2013, p. 61), “Walla **tawaf** ettik, namaz kıldık, namaz kıldık, Allah’a yawraldık.” (Mahmoud, 2013, p. 61), “...gıderdik şeyin **Beytın** yanda gene bele kenarda dolanırdık...” (Mahmoud, 2013, p. 61), “... işte **du** ‘e ederik. Yirmi beş günün de bizi geri tayyara bındırdılar.” (Mahmoud, 2013, p. 61), and “‘**ımre** yirmi dört gün sürdü **walla**...” (Mahmoud, 2013, p. 61). In these examples, the Turkmens use the Arabic-origin terms ‘**ımre** for *umrah* (عمرة), **hece** for *hajj* (حج), **tawaf** for *tawaf* (طواف), and **du** ‘e for *dua* (دعاء). These examples demonstrate that Arabic religious terminology has become an established part of the vocabulary of the Aleppo Turkmen

Dialect. Similarly, Aleppo Turkmens use the word **elhemdille** for the Arabic expression *Alhamdulillah* (الحمد لله), meaning “**praise be to God**”. This can be seen in the following examples: “onnan kerí işte walla **elhemdille** şındí írhetim...” (Mahmoud, 2013, p. 68) and “...oğudular, oğuduğtan kerí kímí ‘eker oldu, kímí işte o bîr oğlan ‘elím oldu **elhemdille**” (Mahmoud, 2013, p. 69). The word **zunub**, meaning “**sin**” in Arabic, is also used by the Turkmens. This can be observed in the sentence: “ewine geldik yanıya geldik, meselen **zunublarımızı** ‘ef eyle, güneşleri ‘ef eyle...” (Mahmoud, 2013, p. 71).

Another group of **Islamic expressions** that entered the Aleppo Turkmen Dialect from Arabic consists of the **forms of address used by Muslims when praying to and supplicating Allah**. These expressions are frequently used in prayers and supplications. This can be observed in the speech of a Turkmen woman recounting her experiences during the pilgrimage. While describing the prayers she offered to Allah, she frequently used such expressions: “işte bildığın bîr şey uşaklara dü ‘e ettik, cenneti istedík **Allahu te‘eleden** bize nasíb eyle diy.” (Mahmoud, 2013, p. 71), “**Yarabî** ewine geldik, yanıya geldik...” (Mahmoud, 2013, p. 71).

3.2. Food and Plants

One of the areas in which the influence of Arabic on the Aleppo Turkmen Dialect is most clearly observed is the naming of food products and plants. The analysis has revealed that Aleppo Turkmen speakers largely use the Arabic equivalents of food and plant names in their everyday conversations with one another. This situation may be associated with the fact that these products are introduced and sold under their Arabic names in markets, grocery stores, and other commercial settings. These Arabic names are also widely used in everyday life. Consequently, it can be argued that Aleppo Turkmen speakers have adopted these names under the influence of their linguistic environment. In some cases, they may have been compelled to use them because of the widespread use of Arabic in their surroundings. The following examples provide evidence for these Arabic-derived usages:

- زيت (zeyt)

The word *zeyt*, meaning “liquid oil” in Arabic (Almaany, 2026), is one of the words commonly used by Aleppo Turkmen speakers. The word is written in the same form as in Arabic. It is also observed that it retains its original meaning in the Aleppo Turkmen Dialect. For example, the expression is frequently used in the speech of a Turkmen woman describing how she prepares food: “suynan da kaynadırdık, şındí zeytnen ya suynan kaynadırdık, zeytibilmezdi kimse bilmezdi zeyti” (Mahmoud, 2013, 57). Another example is: “hamır yoğururduk, içine zeyt gorduğ” (Mahmoud, 2013, 59).

- كعكة (ke’ke)

The Arabic word *ke’ke* is used to refer to cake, pastry and cookies (Almaany, 2026). The word is also used by Aleppo Turkmen speakers. However, its meaning in the Aleppo Turkmen Dialect has undergone a semantic narrowing. While the Arabic word can refer to several different types of food, it is used in the Aleppo Turkmen Dialect specifically in the sense of “cookie.” In addition to this semantic change, the word has also undergone a phonological adaptation. In the Arabic form, the letter (ع) ‘ayn is replaced by the letter (ح) ħ in the Aleppo Turkmen pronunciation. As a result, the word is realized as /keħke/ (كهكه) in the dialect. This form can be observed in the following example: “ramazanda da mı? Bayram da mı? Walla neydí keħke ederdík” (Mahmoud, 2013, 57). A similar usage occurs in the following example: “...ee keħke ederík, kawırka ederik...” (Mahmoud, 2013, 70).

- مُجَدَّرَة (mucceddere)

The word *mucceddere* refers to a dish prepared with **lentils and rice or bulgur** (cracked wheat) (Almaany, 2026). Among the Turkmens, however, the word is used specifically as the name of a dish prepared with **lentils and bulgur**. The word has also undergone a change in its orthographic form. Rather than being written as *mucceddere*, it is used in the form *míceddere*. This indicates a modification in the representation of certain sounds in the dialect. The following example illustrates this usage: “aħşama gene öğnüýü bîşírsín ne bîşírecekseñ miceddere mí..” (Mahmoud, 2013, p. 62).

- خضار (hudar)

The Arabic word *hudar*, which is used to refer to **vegetables** (Almaany, 2026), is also used by Turkmen speakers. It is observed that the word is used in a form that is similar to Arabic in both **spelling and meaning**. The following examples demonstrate its use in the Aleppo Turkmen Dialect: "...ħudar mı bışırırşın...", "...işte günümüzü ederik, ħodaramızı getirirrik..." (Mahmoud, 2013, p. 62).

- مربى (murebbe)

The Arabic word *murebbe*, meaning **jam** (Almaany, 2026), is also used by the Aleppo Turkmen. Although the word has undergone a slight orthographic change and appears in the form *mirabba*, it continues to be used with the meaning of **jam**. The following example illustrates this usage: "...eh işte mirabba etmişim ewde, yoğurt war ewde..." (Mahmoud, 2013, p. 78).

- حلويات (helaviyyat)

The Arabic expression *helaviyyat*, which is used to refer to **sweets or desserts** (Almaany, 2026), is also found in the speech of Turkmen speakers. Although the word has undergone a minor change in its written form, it retains **the same meaning**. The following example demonstrates this usage: "...dirdim ewlen ħılwiyetiyi yiyek." (Mahmoud, 2013, p. 136).

- بابونج (babuneç)

The Arabic word *babuneç*, meaning **chamomile** (Almaany, 2026), is also used by Turkmen speakers. The word is employed in a form that is similar to Arabic in terms of both **form and meaning**. The following example illustrates its use: "Ben babunecı kaynadırdım" (Mahmoud, 2013, p. 76).

- زهورات (zuhurat)

The word *zuhurat* literally means "**flowers**" in Modern Standard Arabic (Almaany, 2026). In the Arabic vernacular, particularly in **Levantine colloquial Arabic**, however, it is used to refer to a **herbal infusion similar to linden tea**. The Turkmen speakers also use the word in the same sense. The following example demonstrates this usage: "Zuhurat işte babuneç derik biz onun suyunu kaynadırsın..." (Mahmoud, 2013, p. 78).

3.3. Formulaic Expressions

In the process of language development, the adoption of formulaic expressions, alongside derivation, compounding, and copying, also constitutes an important mechanism of linguistic change (Erkınay Tamtamiş, 2019, p. 196). The changes and developments that the Aleppo Turkmen Dialect has undergone under the influence of Arabic are also evident in the formulaic expressions borrowed from Arabic. The analysis has revealed that many formulaic expressions commonly used in everyday communication are of Arabic origin. In particular, it has been observed that a significant proportion of these formulaic expressions, which generally consist of two or more words, are composed entirely of Arabic elements. In some examples, however, one of the elements constituting the expression is Arabic, while the other is Turkish. This indicates the existence of a hybrid expression structure in the Aleppo Turkmen Dialect, in which Arabic and Turkish elements are used together. Furthermore, some Arabic formulaic expressions are used alongside Turkish formulaic expressions that convey the same or a similar meaning. This demonstrates that the interaction between the two languages is not limited solely to the lexicon. It also manifests itself in formulaic and conventionalized forms of expression. The examples presented below provide concrete evidence of the use of Arabic-derived formulaic expressions in the Aleppo Turkmen Dialect. They also demonstrate the relationship that these expressions have established with Turkish.

- اهلاً وسهلاً (ehlen wa sehlen)

The Arabic expression *ehlen wa sehlen*, meaning "**welcome**" or conveying the sense of "**welcome, we are pleased to receive you,**" is also widely used by Turkish speakers as a conventional expression of **respect and hospitality when welcoming a guest**. Although the expression conveys the same meaning in both languages, it is also common for the Arabic and Turkish forms to be used **together in the same utterance**. This combined usage appears to reinforce the speaker's feelings of **affection, respect, and hospitality** toward the guest. An example of this usage can be observed in the following utterance: "...Ehlen wa sehlen, hoş geldiz, safa

geldiz...” (Mahmoud, 2013, p. 86).

- طب عربي (tib 'arabi)

The formulaic expression *tib 'arabi*, whose Turkish equivalent is “**Arap tıbbı**” (**Arab medicine**), is used in Arabic to refer to **traditional Arab medicine**, the medical practices associated with Arab communities, or the broader concept of **Arab medicine**. In the Aleppo Turkmen Dialect, this expression is also used to refer to the **traditional treatment methods and practices** employed by Aleppo Turkmen communities.

- زيت أصلي (asli zeytten)

The formulaic expression *asli zeytten*, meaning “**genuine olive oil**” or “**pure olive oil**,” is also used by Aleppo Turkmen speakers in the same sense. The following example demonstrates its use: “**asli zeytten**” (Mahmoud, 2013, p. 75). In addition, it appears that the expression *asli yağ*, meaning “**genuine butter**” or “**pure butter**,” has also developed in the Aleppo Turkmen Dialect, possibly under the influence of this Arabic-derived expression. The following example illustrates this usage: “**bunu asli yağdan bışırık**” (Mahmoud, 2013, p. 75).

- ماء زهر (me'zehir /rose water)

The formulaic expression *me'zehir*, meaning “**rose water**,” is also used in the Aleppo Turkmen Dialect. The expression does not appear to have undergone a significant change in either **form or meaning**. Its use can be observed in the following example: “...me'zehir...” (Mahmoud, 2013, p. 130)

3.4. Place Names

The influence of Arabic on the Aleppo Turkmen Dialect can be observed in various linguistic elements, including **place names**. However, this influence appears to be more intense and pronounced in the use of place names than in other linguistic elements. Although Aleppo Turkmen speakers use Arabic words in their everyday speech, they sometimes use their Turkish equivalents or combine Arabic and Turkish elements within the same expression. In the case of place names, however, the use of Turkish-origin terms is considerably more limited. Apart from a small number of words such as *ev* “house” and *ahır* “stable,” very few Turkish-origin terms are used to refer to places. This situation has resulted in a more **dominant influence of Arabic** in this particular lexical domain.

The considerable influence of Arabic on place names can be attributed primarily to the fact that places in the **Aleppo region are generally named in Arabic**. In particular, official institutions and public facilities used by large segments of society, such as **schools, hospitals, mosques, universities, health centers, and government offices**, are generally designated by Arabic names. This is one of the principal reasons why Arabic has become dominant in this domain. Therefore, the widespread use of these names in the Aleppo Turkmen Dialect can be regarded not so much as a result of **individual linguistic preferences**, but rather as a natural consequence of the **sociolinguistic environment** in which the speakers live.

Furthermore, the use of many place names in their Arabic-derived forms rather than their equivalents in **Turkish as spoken in Türkiye** indicates that the Aleppo Turkmen Dialect has diverged from Standard Turkish to a certain extent. It can also be argued that the dialect has developed a **distinctive lexical repertoire** as a result of prolonged language contact. This situation may also be considered a natural consequence of **bilingualism**. Although bilingualism refers to an individual's ability to use two languages together, the present examples demonstrate that the language occupying a dominant position in **social and official life** can gradually exert a stronger influence on the other language.

- صالة (Sâle)

In Arabic, the word *sâle* refers to a **large hall or auditorium** (Almaany, 2026). Among the Turkmen, however, it is used specifically to refer to a venue where **weddings, henna ceremonies, and similar social events** are held. In the following example, a Turkmen woman compares weddings held in earlier periods with those held more recently. She explains that people nowadays use the term *sâle* to refer to a **wedding hall** for weddings and henna ceremonies: “ezeli düğünümüz mü? Ezel kınaçı gıderdik, bîr gün ewel gelini getirmezden ewel orda kına yahardık, oynardık, ederdik, yellerdik, ...şindi sâliya gidiyler” (Mahmoud, 2013, p. 52).

- محل (Meḥel)

Aleppo Turkmen speakers use the Arabic word *meḥel* to refer to places where **clothing, shoes, household goods, and similar items** are sold (Almaany, 2026). The term appears to be used more frequently than the Turkish word *mağaza* "shop/store." Thus, the Arabic-derived expression has become established as a common term for commercial premises selling such goods. The following examples illustrate this usage: "...**meḥel** açtık gondra satıyık şindi..." (Mahmoud, 2013, p. 97). Another example is: "Sünnetçi şurda **meḥel** açmış" (Mahmoud, 2013, p. 59). The same lexical domain also contains the word *duwen*, which is another Arabic-derived term used for a shop or store: "...genne bîr **duwen** aldık..." (Mahmoud, 2013, p. 90). At the same time, the Turkish-origin word *mağaza* is also found in the dialect: "...bîz **mağazayı** boşalttık oturduk..." (Mahmoud, 2013, p. 94).

- ورشة (warşe)

The Arabic word *warşe* is used to refer to places such as a **workshop, factory, or manufacturing facility** (Almaany, 2026). The term is also used by Aleppo Turkmen speakers for places of this type. For example, a Turkmen businessman uses the expression when referring to the shoe workshop he established: "...**warşe** açtım, **warşelerimî** işlettim...lawazım ehziye ..." (Mahmoud, 2013, p. 65).

- سمان (semman)

Another place name adopted into the language of the Aleppo Turks under the influence of Arabic is *semman*, meaning **"grocery store" or "grocer."** The word is used in Arabic with this meaning (Almaany, 2026), and Aleppo Turkmen speakers also employ it with the same meaning. The following example demonstrates this usage: "...onnan kerî işte buriya geldî, **semman** açtı..." (Mahmoud, 2013, p. 65).

In addition to the aforementioned Arabic-origin place names, it is possible to encounter numerous Arabic-origin place names in the Aleppo dialect. The following words may be cited as examples of such names:

- مستشفى (mîsteşfe) – (Hospital) "şurda bîr gonşumuzun oğlu yandı, bunu **mîsteşfiye** elgittiler." (Mahmoud, 2013, p. 76)

- حوش (ḥawış) – (House or the courtyard of a house) "Se 'et beşte kağarım, namazımı kıllım, onnan sona **ḥawışımı** yurum" (Mahmoud, 2013, p. 62).

- مطار (matar) – (Airport) "...gettik **matara matarda** meselen yatsıdan sona sona şeye bîndik **tayyariya** bindik." (Mahmoud, 2013, p. 70).

- صيدلية (Sedaliye) – (Pharmacy) "...**Sedaliye** bîlmezdîk, 'eleç bîmezdîk yanı..." (Mahmoud, 2013, p. 77).

- سوق الهال (suk'ul hel) – (Produce Market / Wholesale Market) "...hande satarık **suk'ul hele** indîrîr, gelîller işte." (Mahmoud, 2013, p. 134).

3.5. Occupational Names

One of the areas in which the influence of Arabic is particularly evident in the Aleppo Turkmen Dialect is the domain of occupational names. The analysis has revealed that many Arabic-derived occupational terms continue to be used in the Aleppo Turkmen Dialect without undergoing any phonological or morphological changes. In this context, occupational terms such as طبّاخ (*tabbah*) "cook," أستاذ (*ustaz*) "teacher/instructor," ممرض (*mumarriid*) "nurse," and محامي (*muḥami*) "lawyer" are used in forms that closely correspond to their Arabic originals.

One example of this usage can be found in the statements of Halil, an Aleppo Turkmen, while describing wedding traditions. When explaining that wedding meals were prepared by cooks, Halil uses the Arabic-derived word *tabbah* instead of the Turkish word *aşçı* "cook": "Yemekler buğul pîrînc yaparlar, bunun üstüne *tabbah* getirirler." (Mahmoud, 2013, p. 122). The same term is used in another example: "...*tabbah* getirir, *tabbah* alır beş altı bin kâğıdı. Getirdiğin kuzuları boğızlar, bunu fîrîk, pîrînc, burğul yapar..." (Mahmoud, 2013, p. 122).

However, Arabic-derived occupational terms are not always used in their original forms. In some cases, these

terms have been restructured through the use of Turkish derivational suffixes. One of the most common examples of this process is the addition of the Turkish occupational suffix *-cı/-ci* to Arabic-derived lexical items. Through this process, Arabic-origin words are morphologically adapted to the structure of Turkish. For example, when a Turkmen woman states that her son works as an electrician, she adds the Turkish occupational suffix *-cı* to the Arabic word **kahraba**, meaning “electricity.” The resulting form is **kahrabacı**, meaning “electrician”: “Oğlum şey işler... kahrabacı işler...” (Mahmoud, 2013, p. 90). Other examples of this morphological adaptation include **fırıncı** “baker,” **semmenci** “grocer,” **taasurcu** “photographer,” **kasap** “butcher,” **bulatçı** “tile installer,” **hanfiyeci** “plumber,” and **saydeliyeci** “pharmacist.” These and similar examples demonstrate that Arabic-derived occupational terms in the Aleppo Turkmen Dialect are not merely borrowed directly from Arabic. They can also be morphologically restructured and adapted to the dialect according to the derivational patterns of Turkish.

3.6. Means of Transportation

One of the manifestations of **Arabic-derived linguistic elements** in the Aleppo Turkmen Dialect can be observed in the names given to **means of transportation**. As in the case of place names, Arabic expressions appear to be more dominant in the terminology used for transportation vehicles. However, although these terms are derived from Arabic, some of them exhibit **orthographic differences from their original Arabic forms**. For example, the word *tayyara* is used by Aleppo Turkmen speakers to refer to an **airplane**. The term derives from the Arabic word **طيارة**, which means “airplane.” The following example illustrates its use in the dialect: “Yirmi beş günnen de bizi geri **tayyara** bindirdiler...” (Mahmoud, 2013, p. 61). Similarly, the term *pas* is used instead of the Turkish word *otobüs* “bus.” This form appears to have been influenced by the Arabic word **پاص**, which is itself derived from the English word *bus*: “...geldik **pasa** binecek...” (Mahmoud, 2013, p. 109).

For the word **car**, the expression *mekine* is also observed. In Arabic, the word **مكينة** is used with meanings such as **vehicle, machine, tool, or device**, particularly an object whose power can be utilized to perform a particular task (Almaany, 2026). In the Aleppo Turkmen Dialect, however, the term is used to refer to a **car or motor vehicle**. The following examples illustrate this usage: “...mekineler geldí, karaltılarımızı yükledík, çekтік şeye Mekke’ye getтік...” (Mahmoud, 2013, p. 70). Another example is: “şındı de mekínemiz oldu mekíneden gelir, mekínemizden gíderík.” (Mahmoud, 2013, p. 134). In addition to these examples, numerous other **Arabic-derived transportation terms** can be found in the Aleppo Turkmen Dialect. These include **araba** and **teksi** “car/taxi,” **kamyon** “truck,” **şahine** “truck/lorry,” and **sefine** “ship,” among others.

3.7. Conjunctions

One of the linguistic domains in which the influence of Arabic is least evident is that of conjunctions. In their speech, Aleppo Turkmen speakers tend to use Turkish conjunctions rather than their Arabic counterparts. Although some expressions contain a considerable number of Arabic-derived nouns and verbs, the influence of Arabic on the Aleppo Turkmen Dialect in terms of conjunction usage is more limited and less pronounced than its influence on other linguistic elements. An examination of speakers who use Arabic-derived conjunctions reveals that literate individuals and those engaged in commercial or social relations with Arab communities tend to use these conjunctions more frequently than Turkmen speakers with lower levels of education. The following examples illustrate the use of Arabic-derived conjunctions in the Aleppo Turkmen Dialect.

- **بس (bes): “but / however / yet”**

The word *bes* is borrowed from ‘Ammiyya, the colloquial variety of Arabic. Depending on the context, it can function as an independent lexical item or carry the meaning of a conjunction such as “but,” “however,” or “yet.” The following examples demonstrate its use in the Aleppo Turkmen Dialect: “genner yanımıza gelir bes bíz getmezdiík” (Mahmoud, 2013, p. 61). “... kurtuldum ‘eskerlikten bes altı yüz kağıdı wermeli deldím...” (Mahmoud, 2013, p. 108). “...burda ben aklım başımda kalmamış bes uyandım hı beni depeliyeler...” (Mahmoud, 2013, p. 109). “...şele bír, üç, dört beş dakika bes çok ıslamassın tez söner çünkü.” (Mahmoud, 2013, p. 131). Another example is: “...ben bu emmím uşaklarınan yarım sümbül arpa bes arpa isterim bunlar wermezler.” (Mahmoud, 2013, p. 107). The following example also contains an Arabic-derived conjunction:

"...köy birkaç gün gidersen ırhettir emme waleken dayımı üzere kalacak olursan ırhet del." (Mahmoud, 2013, p. 118).

- ولكن (waleken): "but / however"

The conjunction *waleken* is borrowed from Classical Arabic. It is used in both Turkish as spoken in Türkiye and the Aleppo Turkmen Dialect with the meaning of "but," "however," or "nevertheless." "...waleken kara et iyi olur" (Mahmoud, 2013, p. 119).

- أو (aw): "or"

Two different expressions are used in the Aleppo Turkmen Dialect to convey the meaning of "or." One is the Turkish-origin expression *ister*, while the other is the Arabic-derived conjunction *aw* (أو). The use of *aw* appears to be particularly common among speakers with a higher level of literacy. The following example illustrates its use: "...soğanı içine gorsun, haparsın genni, kesersin aw pıçakdan aw sehenin şe le şeyinen fark etmez." (Mahmoud, 2013, p. 123). Another example is: "...bírez de yağ gorsun aw zeyt asli zeyt..." (Mahmoud, 2013, p. 129).

3.8. Arabic-Derived Words Used in a Figurative Sense

When we examine the Arabic-derived expressions used by the Aleppo Turkmen speakers under the headings discussed above, it can be observed that most of the words borrowed from Arabic retain their original meanings. However, a limited number of Arabic-derived words have acquired meanings that differ from their original meanings when used in the Aleppo Turkmen Dialect. During the process of linguistic transfer, some of these words have undergone semantic narrowing, semantic broadening, or semantic shift. As a result, they have come to be used in the Aleppo Turkmen Dialect with meanings that differ from those in the source language. This phenomenon can be regarded as a natural consequence of the linguistic interaction between Arabic and Turkish. It demonstrates that Arabic-derived lexical items have been reshaped within the social and cultural context of the Aleppo Turkmen community and have acquired new meanings in the process. Examples of such words that have undergone semantic change are discussed below.

- iki hebbe: "a little / a small amount / very little"

The word *hebbe* in the expression *iki hebbe* is of Arabic origin and means "a grain," "a small piece," or "a seed." When the two words are used together in the Aleppo Turkmen Dialect, however, they have developed into a fixed expression meaning "very little," "a little," or "a small amount." Thus, the expression has acquired a specialized meaning that differs from the literal meanings of its individual components. This development has introduced both a new formulaic expression and a new semantic value into the Aleppo Turkmen Dialect. The following examples illustrate its use: "...íki hebbe un goruk ..." (Mahmoud, 2013, p. 74). "...íki hebbe sıcak suy kızardırık..." (Mahmoud, 2013, p. 74). Another expression in which *se'be* occurs can be observed in the following examples: "...yanı se'bímiz, kardaşımız díyí, ben de bunları nasıl razı ediyím?..." (Mahmoud, 2013, p. 84). "...Ew se'bí...", "düğün se'bí" (Mahmoud, 2013, p. 85).

- كلفة (külfet): "family"

The Arabic word *külfet* carries meanings such as "expense," "cost," "burden," "trouble," and "effort." In the Aleppo Turkmen Dialect, however, it has been observed to be used with the meaning of "family." Thus, the word is employed beyond its original semantic range and has acquired a new meaning within the dialect. The following example illustrates this usage: "...uşaklar da büyüdü, külfet olduk..." (Mahmoud, 2013, p. 134).

- ضيف (dayıf)

The Arabic word *dayıf* means "guest" or "visitor" (Almaany, 2026). Although the word is used in a form relatively similar to its Arabic spelling in Aleppo Turkmen, it undergoes morphological adaptation through the addition of the suffixes *-lar* and *-ık*. As a result, it is used with the meaning of "to serve or offer something to guests." The following example illustrates this usage: "karpızımızı da getirrik keserik, kestikren kerı gene emmilerimiz gelir bu mısafırlarımıza bunu dayıflarık" (Mahmoud, 2013, p. 55).

3.10. Arabic-Derived Nouns Used with Turkish Auxiliary Verbs

As observed in the analyses presented under the previous headings, the **Arabic-derived expressions** that reflect the influence of Arabic in the Aleppo Turkmen Dialect consist predominantly of **nouns**. This indicates that the influence of Arabic in the Aleppo Turkmen Dialect is more pronounced in the **nominal domain** than in the verbal domain. It has also been observed that many Arabic-derived **nouns and adjectives** are combined with Turkish **auxiliary verbs**, such as *etmek*, *olmak*, and *yapmak*, and are thereby transformed into verbs. Arabic-derived nouns used with Turkish auxiliary verbs constitute a **frequent linguistic pattern** in the Aleppo Turkmen Dialect, much like the other Arabic-derived linguistic elements discussed above. An examination of these Arabic-derived nouns reveals that they are **restructured and functionally adapted** within the dialect by conforming to the grammatical and morphological patterns of Turkish. The examples presented under this heading further illustrate this process and demonstrate how **Arabic-Turkish language contact** is reflected at the level of verbal formation in the Aleppo Turkmen Dialect.

Table 1.

Form of Use In Arabic	Meaning in Arabic	Form of Use by the Aleppo Turkmen	Meaning in the Aleppo Dialect
أسكت(üsküt)	To be silent (Almaany, 2026)	Üsküt Olmak “...bímessen gonusımıyı üsküt ol heç olmassa seni bir adam bellesínler...” (Mahmoud, 2013, s.87).	To be silent, not to speak
تحليل(Tahlil)	To analyze (Almaany, 2026)	Tehlil Etmek “...tehlíl ettikten kení gende bírez ‘uzur çıhtı ee mu ‘alece yapmadı.ee sona kahtı zer’ edecektík Hımıs’a gttik, geldik gettik geldík yanı bize çok emel werdíler didiler yanı olur olur.” (Mahmoud, 2013, s.136).	To analyze
تعذيب (T ‘zib)	He oppressed (Almaany, 2026)	Te ‘zib Etmek “...Fransız çok te ‘zib etti buraları...” (Mahmoud, 2013, s.105).	He oppressed, he caused suffering
حصار (Hısar)	To blockade (Almaany, 2026)	Hısar Almak “...yeddí köğü hasar alıylar...” (Mahmoud, 2013, s.106).	To blockade / to lay siege to
التسلي(Teselli)	To have fun (Almaany, 2026)	Teselli Olmak “...işte bíres tesellí olur... ” (Mahmoud, 2013, s.115).	To have fun

تصوير (Tasvir)	To take photo	Tasurumuzu Çektirdik “...tasurumuzu çekirdik...” (Mahmoud, 2013, s.112).	To take photo
طبخة (Tabha)	Cook / food (Almaany, 2026)	Tapha Yaptı “diyelim kí lehmed ‘ecín yaptı, diyelim kí meselen tapha yaptı; eşkılı yapar, fırık yapar, piriñ yapar, bunu takdım eder, gelen olan musafirlara karşı.” (Mahmoud, 2013, s.121).	To cook
تكليف (Teklif)	Tasking (Almaany, 2026)	Teklif Etmek “...sen de dew ‘et et... teklif etmiş yanı yemek etmişler...” (Mahmoud, 2013, s.93).	It is used with a narrowed meaning , referring exclusively to “ to offer. ”
استقبال (istikbal)	Greeting guests (Almaany, 2026)	İstikbel Edmek “...misafırı ewe istikbel edip alamaz...” (Mahmoud, 2013, s.86). “...bu köyler gendini barındırıylar, istikbel ediyler...” (Mahmoud, 2013, s.105-106).	Greeting guests
سؤال (Sual)	question (Almaany, 2026)	Suwal Etmek “...suwal edecem...” (Mahmoud, 2013, s.95).	To ask
تقسيم (Taksim)	dividing (Almaany, 2026)	Taksim Etmek “kurban bayramında ilkin...kurbanı boğızlarık... bayrama getirir parçalarık üç parça ederik genni birezni gonşulara dağıdırdım, birezini de uşaklar alır, birezini be alırım işte bayramda taksim eder. ” (Mahmoud, 2013, s.119).	To divide
تسريح (Tesrih)	Demobilization (Almaany, 2026)	“obürü de ‘esker işte belki yirmi günü kaldı inşaalla tesrih etmiye...” (Mahmoud, 2013, s.115).	Demobilization
راحة (Rahe)	Easiness; resting (Almaany, 2026)	Irhet Olmak	To recover

		"sübhen Alla bu da bunnan bele irhet olur" (Mahmoud, 2013, s.75).	
حفلة (Hafle)	party (Almaany, 2026)	Hafle Etmek "...ikinci gün sektiler üçüncü gün de kına ettiler, hıfle ettiler..." (Mahmoud, 2013, s.97).	To have entertainment
احترام (İhtiram)	reverence (Almaany, 2026)	İhtiram Etmek "...iyi ihtiram edeller yanı..." (Mahmoud, 2013, s.94).	To respect
ذنوب (Zunub)	sins (Almaany, 2026)	'ef Eyle "zunublerimizi 'ef eyle güneşlerimizi 'ef eyle" (Mahmoud, 2013, s.71).	To forgive sins

Conclusion

The interaction of the Aleppo Turkmen Dialect with the Arabic language dates back to the 9th century. Over time, numerous Arabic words and expressions became established in the Turkish language used by the Turks who began settling in the Aleppo region, where Arabs lived in large numbers. The main basis of the influence of Arabic on Aleppo Turkish was the fact that the region was under Arab administration. Consequently, Arabic names were used in various forms of naming throughout the region, which facilitated this linguistic influence.

The influence of Arabic on the Aleppo Turkmen Dialect has been identified in various linguistic elements, including food and plant names, place names, occupational terms, means of transportation, formulaic expressions, and conjunctions. This influence was not limited to the lexical level. Rather, it resulted in a multifaceted linguistic interaction that extended to different areas of daily life. These influences were evaluated as a natural consequence of the long-standing social and cultural interaction between the Aleppo Turkmen and Arab society. Nevertheless, it was also observed that, while Turkish maintained its basic structural features throughout this process of interaction, the elements borrowed from Arabic acquired forms of usage specific to the Aleppo dialect. This demonstrates that the Aleppo Turkmen Dialect has a distinctive linguistic structure that developed between two languages and two cultures.

It was observed that Arabic-origin proper nouns were used directly without taking any suffixes, whereas verbs were incorporated into the language together with auxiliary verbs. The use of verbs in this manner contributed to some words acquiring new meanings and to the emergence of different forms of expression in the Aleppo dialect. Examples include *taasur çekmek*, *tapha*, etc.

Another noteworthy point is that words formed in the Aleppo Dialect through the combination of words borrowed from Arabic and Turkish have resulted in different expressions carrying new meanings. Such expressions contribute semantic diversity, richness of expression, and an element of cultural interaction to the language. Examples include *iki habbe*, *külfet olmak*, *dayıflamak*, etc.

New occupational terms bearing Turkish structural characteristics were formed by adding the Turkish suffixes *-ci/-cı* to Arabic-origin occupational terms. Examples include *kahraman* (electrician), *tassurcu* (photographer), *saydeliyeci* (pharmacist), and *semmençi* (grocer), etc.

The influence of Arabic on the Aleppo Turkmen Dialect was observed to be particularly pronounced in educational life and in social environments outside the family. One of the main reasons for this situation is that the Turkmen have lived in a country where Arabic is the official language. In addition, it was observed that the influence of Arabic was not limited to natural linguistic interaction but also became a necessity of social life. In fact, individuals were required to use Arabic expressions when referring to the names of places they visited in daily life, official institutions, and elements of their surroundings. This caused the linguistic influence to acquire a compulsory nature.

Despite their lack of access to education in Turkish and their having lived within Arab society for many years, the Turkmen were observed to have succeeded in preserving the Turkish language and their cultural identity. This situation indicates the strong collective memory of the Turkmen community with regard to the preservation of its linguistic and cultural identity.

References

- Akköz, H. (2016). *The economic and socio-cultural situation of Aleppo Province in the last quarter of the 19th century (According to British-American sources)* [Doctoral dissertation, Kahramanmaraş Sütçü İmam University].
- Akköz, H. (2017). An evaluation on the ethnic structure of the Aleppo province in the 19th century. *Journal of History and Future*, 3(1), 256–271. <https://doi.org/10.21551/jhf.305366>
- Aksan, D. (2009). *Language in all its aspects: Linguistics in its main outlines*. Turkish Language Association Publications.
- Almaany. (2026). احترام [Respect]. Almaany Arabic-English Dictionary. Retrieved August 22, 2026, from <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-en/%D8%A7%D8%AD%D8%AA%D8%B1%D8%A7%D9%85/>
- Almaany. (2026). أسكت [To silence/Silenced]. Almaany Arabic-English Dictionary. Retrieved August 22, 2026, from <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-en/%D8%A3%D8%B3%D9%83%D8%AA/>
- Almaany. (2026). استقبال [Reception/Welcoming]. Almaany Arabic-English Dictionary. Retrieved August 22, 2026, from <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-en/%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D9%82%D8%A8%D8%A7%D9%84/>
- Almaany. (2026). التسلية [Entertainment/Amusement]. Almaany Arabic-English Dictionary. Retrieved August 22, 2026, from <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-en/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%84%D9%8A/>
- Almaany. (2026). بابونج [Camomile]. Almaany Arabic-Turkish Dictionary. Retrieved April 19, 2026, from <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-tr/%D8%A8%D8%A7%D8%A8%D9%88%D9%86%D8%AC/>
- Almaany. (2026). تحليل [Analysis]. Almaany Arabic-English Dictionary. Retrieved August 22, 2026, from <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-en/%D8%AA%D8%AD%D9%84%D9%8A%D9%84/>
- Almaany. (2026). تسريح [Dismissal/Dismissing]. Almaany Arabic-English Dictionary. Retrieved August 22, 2026, from <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-en/%D8%AA%D8%B3%D8%B1%D9%8A%D8%AD/>
- Almaany. (2026). تصوير [Photography/Imaging]. Almaany Arabic-English Dictionary. Retrieved August 22, 2026, from <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-en/%D8%AA%D8%B5%D9%88%D9%8A%D8%B1/>
- Almaany. (2026). تعذيب [Torture]. Almaany Arabic-English Dictionary. Retrieved August 22, 2026, from <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-en/%D8%AA%D8%B9%D8%B0%D9%8A%D8%A8/>
- Almaany. (2026). تقسيم [Division/Partition]. Almaany Arabic-English Dictionary. Retrieved August 22, 2026, from <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-en/%D8%AA%D9%82%D8%B3%D9%8A%D9%85/>
- Almaany. (2026). تكليف [Task/Assignment]. Almaany Arabic-English Dictionary. Retrieved August 22, 2026, from <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-en/%D8%AA%D9%83%D9%84%D9%8A%D9%81/>

- Almaany. (2026). حصار [Siege/Blockade]. Almaany Arabic-English Dictionary. Retrieved August 22, 2026, from <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-en/%D8%AD%D8%B5%D8%A7%D8%B1/>
- Almaany. (2026). حفلة [Party/Celebration]. Almaany Arabic-English Dictionary. Retrieved August 22, 2026, from <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-en/%D8%AD%D9%81%D9%84%D8%A9/>
- Almaany. (2026). حلب [Aleppo]. Almaany Arabic-Arabic Dictionary.
- Almaany. (2026). حلويات [Sweets/Desserts]. Almaany Arabic-Turkish Dictionary. Retrieved April 19, 2026, from <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-tr/%D8%AD%D9%84%D9%88%D9%8A%D8%A7%D8%AA/>
- Almaany. (2026). حوش [Courtyard]. Almaany Arabic-Turkish Dictionary. Retrieved July 30, 2026, from <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-tr/%D8%AD%D9%88%D8%B4/>
- Almaany. (2026). خضار [Vegetables]. Almaany Arabic-Turkish Dictionary. Retrieved April 19, 2026, from <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-tr/%D8%AE%D8%B6%D8%A7%D8%B1/>
- Almaany. (2026). ذنوب [Sin/Sins]. Almaany Arabic-English Dictionary. Retrieved August 22, 2026, from <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-en/%D8%B0%D9%86%D9%88%D8%A8/>
- Almaany. (2026). راحة [Rest/Comfort]. Almaany Arabic-English Dictionary. Retrieved August 22, 2026, from <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-en/%D8%B1%D8%A7%D8%AD%D8%A9/>
- Almaany. (2026). زهورات [Herbal tea mix]. Almaany Arabic-Turkish Dictionary. Retrieved April 19, 2026, from <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-tr/%D8%B2%D9%87%D9%88%D8%B1%D8%A7%D8%AA/>
- Almaany. (2026). زيت [Oil]. Almaany Arabic-Turkish Dictionary. Retrieved April 19, 2026, from <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-tr/%D8%B2%D9%8A%D8%AA/>
- Almaany. (2026). سؤال [Question/Inquiry]. Almaany Arabic-English Dictionary. Retrieved August 22, 2026, from <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-en/%D8%B3%D8%A4%D8%A7%D9%84/>
- Almaany. (2026). سمان [Grocer]. Almaany Arabic-Turkish Dictionary. Retrieved July 30, 2026, from <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-tr/%D8%B3%D9%85%D8%A7%D9%86/>
- Almaany. (2026). صالة [Hall/Lounge]. Almaany Arabic-Turkish Dictionary. Retrieved April 19, 2026, from <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-tr/%D8%B5%D8%A7%D9%84%D8%A9/>
- Almaany. (2026). صيدلية [Pharmacy]. Almaany Arabic-Turkish Dictionary. Retrieved July 30, 2026, from <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-tr/%D8%B5%D9%8A%D8%AF%D9%84%D9%8A%D8%A9/>
- Almaany. (2026). طبخة [Cooked meal/Dish]. Almaany Arabic-English Dictionary. Retrieved August 22, 2026, from <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-en/%D8%B8%D8%A8%D8%AE%D8%A9/>
- Almaany. (2026). كعكة [Cake/Bagel]. Almaany Arabic-Turkish Dictionary. Retrieved April 19, 2026, from <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-tr/%D9%83%D8%B9%D9%83%D8%A9/>
- Almaany. (2026). مجدرة [Majadra]. Almaany Arabic-Turkish Dictionary. Retrieved April 19, 2026, from <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-tr/%D9%85%D8%AC%D8%AF%D8%B1%D8%A9/>
- Almaany. (2026). محل [Shop/Store]. Almaany Arabic-Turkish Dictionary. Retrieved April 19, 2026, from <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-tr/%D9%85%D8%AD%D9%84/>
- Almaany. (2026). مربى الورد [Rose jam]. Almaany Arabic-Turkish Dictionary. Retrieved April 19, 2026, from <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-tr/%D9%85%D8%B1%D8%A8%D9%89-%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%B1%D8%AF/>
- Almaany. (2026). مستشفى [Hospital]. Almaany Arabic-Turkish Dictionary. Retrieved July 30, 2026, from <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-tr/%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%B4%D9%81%D9%89/>
- Almaany. (2026). مطار [Airport]. Almaany Arabic-Turkish Dictionary. Retrieved July 30, 2026, from <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-tr/%D9%85%D8%B7%D8%A7%D8%B1/>
- Almaany. (2026). ورشة [Workshop]. Almaany Arabic-Turkish Dictionary. Retrieved April 19, 2026, from

<https://www.almaany.com/ar/dict/ar-tr/%D9%88%D8%B1%D8%B4%D8%A9/>

Aleppo Province. (1867). *Yearbook of the Aleppo Province*. Provincial Press.

Buzpinar, Ş. T. (2009). Syria. In *TDV Encyclopaedia of Islam* (Vol. 37, pp. 550–555). Türkiye Diyanet Foundation Publications.

Center for Middle Eastern Strategic Studies. (2011). *The society revealed by change in Syria: Syrian Turkmen* (ORSAM Report No. 83; Middle East Turkmen Program Report No. 14).

Çelebi, N. (2010). *Traces of language contact in Turkish Cypriot dialects* [Doctoral dissertation, Istanbul University]. Council of Higher Education National Thesis Center. <https://tez.yok.gov.tr/>

Erkinay Tamtamiş, H. K. (2019). The effect of Turkish on Mardin Arabic within the context of dominant and intermediary language concepts. *Dicle University Journal of Institute of Social Sciences*, 11(22), 196–206.

Erol, M. (2012). *Aleppo Turkmen: A study on folk culture*. Grafiker Publications.

Hretani, M. (1997). Aleppo (Late period). In *TDV Encyclopaedia of Islam* (Vol. 15, pp. 247–248). Türkiye Diyanet Foundation Publications.

Ibn al-Shihna, A. F. M. b. M. (1984). *Al-Durr al-muntakhab fi tarikh mamlakat Halab* [The selected pearls in the history of the kingdom of Aleppo]. Dar al-Kitab al-Arabi.

İşsever, M. R. (2025). The influence of Arabic on the Urdu language: A linguistic analysis of historical relations between the Arab world and the Indian Subcontinent. *Istanbul Journal of Arabic Studies*, 8(1), 191–208. <https://doi.org/10.51802/istanbuljas.1622689>

Mahmoud, L. (2013). *The Aleppo dialect (Analysis-texts-dictionary)* [Master's thesis, Abant İzzet Baysal University, Institute of Social Sciences].

Osman, N. (2009). *Historical monuments and structures in Aleppo, Kilis, and Gaziantep*. University of Aleppo Publications.

Quataert, D. (2000). *The Ottoman Empire, 1700–1922*. Cambridge University Press.

Turkish Language Association. (2005). *Turkish dictionary*. Turkish Language Association Publications.

Umar, Ö. O. (n.d.). Aleppo. *Encyclopaedia of the Turkic World*.

Yaqoob, L. H. (2021). Cross-linguistic interaction: The case of Arabic and Turkish. *Karadeniz International Journal of Social Sciences*, 51, 296–310. <https://doi.org/10.17498/kdeniz.954118>

Yazıcı, T. (1997). Aleppo. In *TDV Encyclopaedia of Islam* (Vol. 15, pp. 239–244). Türkiye Diyanet Foundation Publications.



Dilden Algoritmalar: Hesaplamalı Sistemlerde Düşüncenin Biçimselleştirilmesi

From Language to Algorithms: Formalization of Thought in Computational Systems

Ana MAMMADOVA¹

Geliş Tarihi (Received): 01.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 02.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Öz: Bu makale, bilginin temsil edilmesi, düzenlenmesi ve işlenmesi süreçlerinde birbirini tamamlayan iki kritik sistem olarak doğal dil ile algoritmalar arasındaki derin yapısal ve bilişsel ilişkiyi kapsamlı bir şekilde incelemektedir. İnsan düşünce sisteminin temelinde dilin yattığı sayılsından yola çıkarak, karmaşık sorunlara ilişkin sezgisel ve sözel tanımların, aşamalı ve sistematik bir biçimde biçimsel algoritmik prosedürlere nasıl dönüştürüldüğünü ele alıyoruz. Bu süreç, soyut insan mantığının somut makine işlemlerine evrilmesindeki entelektüel köprüyü gözler önüne serer. Çalışma kapsamında, programlama dilleri doğal dil ile makine hesaplaması arasında kusursuz bir geçiş sağlayan ara biçimsel sistemler olarak incelenmektedir. Ayrıca, doğal dil işleme ve yapay zeka alanındaki baş döndürücü güncel gelişmelerin, insan iletişimi ile hesaplama mantığı arasındaki tarihsel boşluğu nasıl daralttığı derinlemesine analiz edilmektedir. Modern algoritmalar artık sadece kod satırlarını yürütmekle kalmamakta, insan dilinin nüanslarını ve bağlamsal derinliğini de anlamaya başlamaktadır. Doğal dilin doğası gereği kesin olmayan, esnek ve belirsiz anlamsal yapısını biçimselleştirme zorluğunu doğrudan ele alan öncü bir çerçeve olarak, Lotfi A. Zadeh'in bilim dünyasına sunduğu katkılara özellikle de bulanık küme kuramı ve kelimelerle hesaplama yaklaşımlarına çalışmada özel bir önem verilmektedir. Zadeh'in teorileri, makinelerin insan benzeri esnek akıl yürütme becerisi kazanmasında kilit rol oynamaktadır. Sonuç olarak bu çalışma, dilin yalnızca bir iletişim aracı olmadığını, aynı zamanda algoritmik düşüncenin üzerine inşa edildiği birincil bilişsel temel yapı olduğunu savunmaktadır. Bu derin ilişkinin anlaşılması ve içselleştirilmesi; bilgisayar bilimleri eğitimi, yazılım mühendisliği metodolojileri ve yapay zekâ araştırmalarının gelecekteki evrimi açısından hayati önem taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dil, algoritmik düşünme, programlama dilleri, bulanık mantık, sözcüklerle hesaplama, yapay zekâ

&

Abstract: This article comprehensively examines the profound structural and cognitive relationship between natural language and algorithms—two systems that complement each other in the processes of representing, organizing, and processing information. Proceeding from the premise that language lies at the foundation of the human thought system, we explore how intuitive and verbal descriptions of complex problems are transformed into formal algorithmic procedures in a step-by-step, systematic manner. This process reveals the intellectual bridge spanning the evolution from abstract human logic to concrete machine operations. Within the scope of this study, programming languages are analyzed as intermediate formal systems that facilitate a seamless transition between natural language and machine computation. Furthermore, the study provides an in-depth analysis of how rapid contemporary advancements in natural language processing and artificial intelligence are narrowing the historical gap between human communication and computational logic. Modern algorithms are no longer limited to merely executing lines of code; they are beginning to comprehend the nuances and contextual depth of human language. Particular emphasis is placed on the contributions of Lotfi A. Zadeh—specifically his theories of fuzzy set theory and computing with words—as a pioneering framework that directly addresses the challenge of formalizing the inherently imprecise, flexible, and ambiguous semantic structure of natural language. Zadeh's theories play a pivotal role in enabling machines to acquire human-like, flexible reasoning capabilities. Ultimately, this study argues that language is not merely a tool for communication but the primary cognitive foundation upon which algorithmic thinking is built. Understanding and internalizing this profound relationship... It is of vital importance for computer science education, software engineering methodologies, and the future evolution of artificial intelligence research.

Keywords: Language, algorithmic thinking, programming languages, fuzzy logic, computing with words, artificial intelligence.

Atıf/Cite as Mammadova, A. (2026). *From Language to Algorithms: Formalization of Thought in Computational Systems*. BAİBÜİLEF-İG 2026: 3. Uluslararası İletişim Günleri Sempozyumu, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu, Türkiye.

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and çömelise with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Dr. Baku Slavic University, tel : +994505384606, e-mail: ana.mammadova.a@outlook.com, ORCID: 0009-0007-6769-240X

1. Introduction

Among the most consequential intellectual achievements of the twentieth century is the discovery that thought, language, and computation are not merely analogous but structurally intertwined. Language allows human beings to articulate problems, share solutions, and accumulate knowledge across generations; algorithms allow machines to execute precisely defined sequences of operations; and programming languages mediate between the two. Understanding how natural language is transformed into formal algorithmic structures is therefore a problem of fundamental importance, situated at the intersection of linguistics, cognitive science, logic, computer science, and mathematics.

The digital transformation of contemporary society has intensified this question. As software systems grow more complex and as artificial intelligence begins to engage with open-ended human language, the boundary between informal description and formal computation becomes both more permeable and more significant. Every time a programmer reads a specification written in ordinary prose and translates it into executable code, or every time a large language model generates a function from a natural-language prompt, the same underlying cognitive and formal process is at work.

This article approaches the question from three complementary angles. First, we examine the cognitive and semiotic foundations that make language the natural starting point for algorithmic thought. Second, we trace the structural parallels between natural language and formal algorithmic notation, and we show how programming languages were designed to exploit those parallels. Third, we engage with the work of Lotfi A. Zadeh, whose theories of fuzzy logic and computing with words represent the most systematic attempt to build a mathematics that operates directly on the soft, gradable, context-sensitive meanings that characterize natural language.

2. Language as a Cognitive Foundation for Algorithmic Thinking

The relationship between language and thought has been debated since antiquity, but modern cognitive science offers a nuanced and empirically grounded perspective. Language is not simply a vehicle for expressing pre-formed thoughts; it actively structures the conceptual categories through which reality is perceived and manipulated. When a child learns to count, to follow instructions, or to describe sequences of events, they are simultaneously acquiring the conceptual scaffolding of algorithmic reasoning: the notions of sequence, condition, iteration, and abstraction.

Ferdinand de Saussure's foundational insight was that language is a system of differences a structured network of signs in which meaning is relational rather than intrinsic. A word acquires its meaning not from any direct resemblance to the thing it denotes but from its position within the system, through its contrasts with other words. This structuralist perspective has a direct analogue in formal systems: in a programming language, the meaning of a keyword or operator is determined entirely by the rules of the language, not by any external resemblance. The variable name *x* carries no inherent meaning; it means what the program's context assigns to it.

Cognitive linguists have further demonstrated that even abstract reasoning including mathematical and logical reasoning is grounded in embodied experience and expressed through linguistic metaphors. We speak of algorithms as having 'branches,' 'loops,' and 'paths'; we describe functions as 'taking' inputs and 'returning' outputs; we say that a program 'runs,' 'crashes,' or 'freezes.' This pervasive use of spatial and physical metaphor is not merely decorative: it reflects the way in which abstract computational concepts are cognitively organized and communicated. The implication is that algorithmic thinking does not arise in isolation from language it is shaped by it Furthermore, instruction-following one of the most basic linguistic activities is itself a proto-algorithmic practice. When a person follows a recipe, assembles a piece of furniture from a manual, or navigates using step-by-step directions, they are executing an algorithm expressed in natural language. The cognitive capacities required parsing conditional clauses, tracking state across steps, recognizing when a loop terminates are the same capacities that underline the comprehension and construction of formal algorithms. Natural language thus serves as both the developmental precursor and the continuing cognitive substrate of algorithmic thinking.

3. From Verbal Description to Formal Algorithm: Structural Parallels

The process of translating a problem from natural-language description to algorithmic solution is not arbitrary; it exploits genuine structural parallels between the two systems. Both natural language and algorithmic notation have syntax rules governing how elements may be combined — and semantics rules governing what those combinations mean. Both support sequencing (doing one thing after another), conditionality (doing different things in different circumstances), and repetition (doing the same thing multiple times). Recognizing these parallels allows us to treat algorithmizing not as a radical departure from language but as a controlled formalization of structures already latent within it.

Consider a simple natural-language instruction: 'If the traffic light is red, stop; otherwise, proceed.' This sentence contains a conditional structure an if-then-else that maps directly onto one of the most fundamental constructs of procedural programming. The subject ('the traffic light') corresponds to a variable or sensor input; the predicate ('is red') corresponds to a Boolean condition; and the two imperative clauses correspond to the two branches of execution. The translation is not merely metaphorical it is structural.

More complex linguistic phenomena also have algorithmic counterparts. Relative clauses and nested sentences correspond to nested data structures or recursive functions. Generic statements ('for any triangle, the sum of interior angles is 180 degrees') correspond to universally quantified functions or loop invariants. Temporal discourse structure ('first do A, then B, and finally C') corresponds directly to sequential execution. These correspondences suggest that the grammatical structure of natural language provides a cognitive template that facilitates the construction of formal algorithms.

The process of formalization, however, is not merely a matter of mapping structures. It also requires disambiguation, completion, and idealization. Natural language is inherently ambiguous, context-dependent, and tolerant of vagueness in ways that formal systems are not. A natural-language specification of a sorting algorithm might say, 'arrange the items from smallest to largest,' leaving implicit the comparison relation, the handling of equal elements, the data type of the items, and the termination condition. The programmer must supply all this missing information, drawing on domain knowledge, conventions, and inference — a process that is itself deeply linguistic, involving the interpretation of pragmatic implicature and the application of background schemas.

4. Programming Languages as Formal Language Systems

Programming languages occupy a unique position in the space between natural language and mathematical formalism. They are artificial languages, deliberately designed with unambiguous syntax and precisely defined semantics, yet they retain many of the discursive features of natural language: they are read sequentially, they use mnemonic vocabulary, and they are embedded in a social practice of collaborative development, documentation, and communication.

The history of programming language design reflects a sustained effort to make formal code more expressive, more readable, and more closely aligned with the natural-language descriptions of the problems being solved. Early machine code and assembly language required programmers to specify operations at the level of individual hardware instructions, using numeric opcodes and memory addresses that bore no relation to the problem domain. The introduction of high-level languages FORTRAN, COBOL, LISP, and later Pascal, C, and their descendants — abstracted away from the machine and allowed programs to be written in terms that more closely resembled the problem descriptions from which they derived.

COBOL is a particularly instructive example. Designed explicitly to be readable by non-programmers, it adopted an English-like syntax with keywords such as PERFORM, MOVE, COMPUTE, and IF ... THEN ... ELSE. Its designers believed — with some justification — that bringing programming language closer to natural language would make programs more maintainable and more accessible. The tradeoff, of course, was verbosity: what could be expressed in a few symbols in a mathematical notation required many words in COBOL. This tension between expressiveness and concision has driven much of the subsequent evolution of programming language design.

Modern programming languages resolve this tension in sophisticated ways. Object-oriented languages allow programmers to define abstract data types that correspond to the conceptual entities in the problem domain — a Bank Account class, a Shopping Cart object, a Network Connection interface thereby preserving the ontological structure of the natural-language problem description. Functional languages allow programs to be expressed as compositions of mathematical functions, bringing them closer to the formal language of mathematics. Domain-specific languages (DSLs) go further still, providing syntax tailored to specific problem domains such as database querying (SQL), statistical modeling (R), or hardware description (VHDL).

The semantics of programming languages has been formalized through several mathematical frameworks: operational semantics defines the meaning of programs in terms of their execution on an abstract machine; denotational semantics maps programs to mathematical objects such as functions; and axiomatic semantics, developed by C.A.R. Hoare, defines program meaning in terms of logical preconditions and postconditions. These frameworks make precise the informal semantic intuitions that programmers bring from natural language, placing them on a rigorous mathematical footing.

5. Lotfi A. Zadeh: Bridging Linguistic Vagueness and Formal Computation

No single thinker has done more to address the challenge of formalizing natural language's inherent imprecision than Lotfi A. Zadeh (1921–2017), the Azerbaijani American mathematician and computer scientist whose work at the University of California, Berkeley, transformed multiple fields of engineering, mathematics, and artificial intelligence. Zadeh's contributions are particularly relevant to the present discussion because they directly confront the gap between the crisp, bivalent logic of classical computation and the soft, gradable, context-sensitive semantics of natural language.

Zadeh introduced fuzzy set theory in his landmark 1965 paper 'Fuzzy Sets,' published in the journal *Information and Control*. Classical set theory operates on the principle of bivalence: an element either belongs to a set, or it does not. This binary logic is well suited to digital computation, which operates on bits, but it is poorly suited to representing the graded, continuous categories of natural language. Words such as 'tall,' 'fast,' 'warm,' 'young,' and 'approximately' do not have sharp boundaries; their applicability varies continuously with context and perspective. A person who is tall in one cultural context may be average in another; a speed that is fast for a pedestrian may be slow for an aircraft.

Fuzzy set theory replaces the classical membership function which assigns each element either 0 (not a member) or 1 (a member) with a graded membership function that assigns each element a value in the continuous interval $[0, 1]$. A person might belong to the fuzzy set 'tall' with membership degree 0.9, or to the fuzzy set 'young' with degree 0.4. This allows formal systems to represent and reason about the same kinds of gradable properties that natural language expresses through adjectives, adverbs, and hedging expressions.

Zadeh subsequently extended fuzzy set theory into fuzzy logic, providing a complete framework for reasoning under vagueness. Fuzzy logic generalizes classical propositional and predicate logic by allowing truth values to be drawn from the interval $[0, 1]$ rather than the two-element set $\{0, 1\}$. Logical connectives conjunction, disjunction, negation, implication are defined in terms of operations on real numbers, with classical logic recovered as the special case where all values are 0 or 1. Fuzzy logic has found extensive engineering applications in control systems, where it allows controllers to be specified in natural-language rules such as 'if the temperature is high and the humidity is moderate, then reduce the fan speed slightly.'

Perhaps Zadeh's most direct engagement with the problem of language and computation came in his later theory of computing with words (CW), introduced in a series of papers beginning in the 1990s. Computing with words proposes that formal computational systems should be able to accept natural-language inputs words, phrases, and sentences and produce natural-language outputs, performing inference and computation in the semantic space of linguistic expressions rather than in the space of numbers. In computing with words, the basic objects of computation are not numerical values but linguistic values such as 'small,' 'approximately 50,' or 'much larger than.' The theory provides formal machinery based on the concept of a fuzzy constraint for propagating uncertainty through chains of linguistic reasoning.

Zadeh also developed the theory of approximate reasoning, which provides formal rules for drawing conclusions from premises expressed in natural language. A classical syllogism 'All men are mortal; Socrates is a man; therefore, Socrates is mortal' requires that the premises be crisp and fully determinate. Approximate reasoning extends syllogistic inference to fuzzy premises: 'Most men are tall; John is a man; therefore, John is somewhat tall.' This generalization is important because it captures the kind of plausible, probabilistic reasoning that human beings perform when interpreting natural language in context.

The significance of Zadeh's work for the present discussion is twofold. First, it demonstrates that the vagueness of natural language is not an obstacle to formalization but a phenomenon that can itself be formalized — that imprecision has mathematical structure that can be captured and exploited. Second, it provides a conceptual bridge between the two poles of our inquiry: natural language, with its richness, context-sensitivity, and tolerance of uncertainty, and formal computation, with its precision, determinism, and expressive power. Zadeh's framework suggests that the goal of formalizing thought in computational systems need not require reducing language to crisp logic but can instead involve extending computation to embrace linguistic gradation.

6. Natural Language Processing and the Computational Turn in Linguistics

The field of natural language processing (NLP) represents the most sustained contemporary effort to bring natural language within the scope of formal computation. Beginning with early rule-based systems in the 1950s and 1960s such as ELIZA and SHRDLU NLP has undergone several paradigm shifts, moving through statistical approaches in the 1980s and 1990s, machine learning in the 2000s, deep learning in the 2010s, and transformer-based large language models in the present decade.

Each of these paradigm shifts has changed the relationship between language and algorithm. Rule-based NLP systems encoded linguistic knowledge as explicit formal rules regular expressions, context-free grammar, logic programs bringing the structure of natural language into direct contact with formal algorithmic representations. Statistical NLP replaced hand-crafted rules with probabilistic models learned from large corpora of text, treating language understanding as a problem of statistical inference. Deep learning further abstracted away from explicit linguistic structure, learning distributed representations of words and sentences that capture semantic relationships without explicit symbolic encoding.

Contemporary large language models (LLMs) such as GPT and Claude represent a remarkable convergence of language and computation. These models are trained in vast quantities of text to predict the most likely continuation of a given sequence of words, and they have acquired, as an emergent consequence, the ability to reason, explain, and generate coherent extended discourse across an enormous range of domains. They can translate between programming languages and natural languages in both directions generating code from natural-language descriptions and explaining code in natural-language prose and in doing so they are, in effect, automating the process of formalization that has been the central concern of this article.

The success of large language models raises profound questions about the nature of language and computation. If a system trained purely in text can generate syntactically and semantically coherent programs, solve mathematical problems, and engage in apparently rational argumentation, what does this tell us about the relationship between linguistic competence and algorithmic reasoning? One interpretation, consistent with the perspective developed in this article, is that these models have internalized the structural correspondences between natural language and formal systems that we have described, and that their performance reflects the genuine cognitive proximity of the two domains.

7. Implications for Computer Science Education

The theoretical perspective developed in this article has practical implications for the teaching of algorithmic thinking and programming. If language is not merely a medium for describing algorithms but the cognitive foundation on which algorithmic thinking is built, then effective computer science education should begin with and continually return to natural language as a pedagogical resource.

Research in computer science education has consistently found that one of the primary obstacles to learning programming is the transition from informal problem understanding to formal code. Students who understand a problem intuitively may struggle to express their understanding in the precise, unambiguous syntax of a programming language. This difficulty is not primarily a matter of learning syntax it is a matter of making explicit the implicit structure that was already present in their natural-language understanding of the problem.

Pedagogical approaches that take this insight seriously include: encouraging students to write natural-language pseudocode before translating to formal code; using worked examples that show the explicit mapping from problem description to algorithm; teaching students to identify algorithmic structures sequences, conditionals, loops, and functions in natural-language texts before introducing formal programming constructs; and using Zadeh's fuzzy logic as a bridge between the vague categories of everyday language and the precise categories of formal logic.

Moreover, the rise of AI-assisted programming tools which can generate code from natural-language prompts changes but does not eliminate the importance of understanding the language-to-algorithm transition. A programmer who understands this transition can write more effective prompts, evaluate generated code more critically, and debug more systematically. The cognitive skill of moving between natural-language understanding and formal algorithmic representation remains essential, even when part of the mechanical work of translation is automated.

8. Discussion

The picture that emerges from this analysis is one in which language and computation are not opposed — the former informal and humanistic, the latter formal and mechanical but deeply continuous. Language provides the conceptual raw material from which algorithms are constructed; formal languages are designed to preserve and exploit the structural properties of natural language that make it amenable to algorithmic treatment; and the most ambitious contemporary research in artificial intelligence aims at systems that can operate fluently at both ends of the continuum.

Zadeh's contributions are particularly illuminated in this context because they reveal that the apparent opposition between the vagueness of language and the precision of computation is not absolute. Vagueness is not an obstacle to formalization but a phenomenon with its own mathematical structure. The fuzzy membership function, the linguistic variable, and the computing-with-words framework provide tools for representing and reasoning about the soft, gradable, context-sensitive meanings of natural language within a formal computational system.

At the same time, it is important to acknowledge the limits of formalization. Natural language is not only a vehicle for conveying information; it is also a medium of social action, emotional expression, poetic creation, and identity formation. Not all its functions are amenable to algorithmic capture and attempts to reduce language entirely to formal structures risk losing precisely those dimensions that make it irreducibly human. The goal of formalizing thought in computational systems should therefore be understood not as a project of elimination but as one of selective abstractions capturing what is most useful for computation while remaining mindful of what is left behind.

9. Conclusion

This article argued that the relationship between natural language and algorithms is not one of opposition but of deep structural continuity and mutual dependence. Language is the cognitive foundation of algorithmic thinking the medium in which problems are first understood and communicated, the source of the conceptual categories and structural templates from which algorithms are constructed, and the ongoing substrate of the collaborative practices through which computational systems are developed and maintained.

Programming languages represent a controlled formalization of natural language structure, preserving its discursive organization while imposing the precision and determinism required for mechanical execution. The history of programming language design is, from this perspective, a history of progressive refinement of the techniques by which natural-language problem descriptions are transformed into executable formal specifications.

Lotfi A. Zadeh's work on fuzzy sets, fuzzy logic, and computing with words represents the most rigorous and systematic engagement with the challenge of formalizing the inherent vagueness of natural language.

By providing mathematical tools for representing graded membership, approximate reasoning, and linguistic computation, Zadeh opened a path toward formal systems that can operate in the semantic space of natural language rather than requiring complete elimination.

Contemporary developments in natural language processing and large language models represent a new stage in this long history, one in which the boundary between natural language and computation is becoming increasingly permeable. Understanding the structural and cognitive relationships that make this permeability possible is essential for the continued development of computer science, artificial intelligence, and the education of the next generation of computational thinkers.

References

- De Saussure, F. (1916). *Cours de linguistique générale*. Payot.
- Zadeh, L. A. (1965). Fuzzy sets. *Information and Control*, 8(3), 338–353.
- Zadeh, L. A. (1978). Fuzzy sets as a basis for a theory of possibility. *Fuzzy Sets and Systems*, 1(1), 3–28.
- Zadeh, L. A. (1996). Fuzzy logic = computing with words. *IEEE Transactions on Fuzzy Systems*, 4(2), 103–111.
- Zadeh, L. A. (1999). From computing with numbers to computing with words — from manipulation of measurements to manipulation of perceptions. *IEEE Transactions on Circuits and Systems I*, 46(1), 105–119.
- Zadeh, L. A. (2004). Precisiated natural language (PNL). *AI Magazine*, 25(3), 74–91.
- Knuth, D. E. (1997). *The Art of Computer Programming* (Vol. 1, 3rd ed.). Addison-Wesley.
- Aho, A. V., Lam, M. S., Sethi, R., & Ullman, J. D. (2006). *Compilers: Principles, Techniques, and Tools* (2nd ed.). Pearson.
- Hoare, C. A. R. (1969). An axiomatic basis for computer programming. *Communications of the ACM*, 12(10), 576–580.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*. University of Chicago Press.
- Chomsky, N. (1965). *Aspects of the Theory of Syntax*. MIT Press.
- Vaswani, A., Shazeer, N., Parmar, N., et al. (2017). Attention is all you need. *Advances in Neural Information Processing Systems*, 30.
- Mannila, H. (2017). Computational thinking and thinking about computing. *Philosophical Transactions of the Royal Society A*, 375(2104).
- Wing, J. M. (2006). Computational thinking. *Communications of the ACM*, 49(3), 33–35.
- Wittgenstein, L. (1953). *Philosophical Investigations*. Blackwell.



BAİBÜİLEF-İĞ
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Günleri
Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication Communication Days



15.09.2026

Dijital Çağda Kimlik Dönüşümü: Gelenek ve Teknolojinin Kesiştiği Noktada Azerbaycan, Türkiye ve Türk Dünyası

Identity Transformation in the Digital Age: Azerbaijan, Turkey, and the Turkic World at the Intersection of Tradition and Technology

Leyla MANSUROVA¹

Geliş Tarihi (Received): 01.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 02.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Öz: Bu disiplinlerarası çalışma, XXI. yüzyılda Azerbaycan, Türkiye ve Türk dünyasında kolektif kimliğin dönüşüm dinamiklerini ve dijital teknolojilerin ulusal-kültürel kimliklerin temsili, yeniden üretimi ile dolaşımı üzerindeki etkilerini analiz etmeyi amaçlamaktadır. Araştırma; Stuart Hall, Manuel Castells, Jan Assmann, José van Dijck ve Lev Manovich'in kuramsal yaklaşımlarına dayanarak Türk Devletleri Teşkilatı'nın (TDT) dijital iş birliği projelerine ve yapay zekâ destekli kültürel girişimlere odaklanmaktadır. Çalışmada üç yöntem kullanılmıştır: TDT'nin 2019-2025 belgelerinin içerik analizi, Azerbaycan ile Türkiye'nin dijital politikalarının karşılaştırmalı-tipolojik analizi ve "Şuşa Hanım" ile "Symbol of Dances" projelerinin söylem ve vaka analizi. Bulgular, dönüşümün iki ana ekseninde ilerlediğini göstermektedir: Kurumsal-dijital entegrasyon ekseninde, TDT bünyesindeki platformlarla ulus-ötesi bir "Türk dijital ekosistemi" inşa edilmekte ve ağ-temelli yeni bir kimlik formu ortaya çıkmaktadır. Kültürel-semantic dönüşüm ekseninde ise, geleneksel kodlar yapay zekâ ile yeniden üretilmektedir. "Şuşa Hanım" Karabağ mirasını, "Symbol of Dances" ise halk danslarını algoritmik estetikle küresel dolaşıma sokarak dijital kültürel diplomasi aracı işlevi görmektedir. Araştırma, dijitalleşmenin kimliği zayıflatmak yerine dönüştürüp çoğullaştırdığını, geleneksel değerler ile ileri teknolojilerin sentezinin Türk dünyasının küresel konumunu güçlendirdiğini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, algoritmik temsilin kültürel kodları basitleştirme riski eleştirel olarak değerlendirilmektedir. Çalışmanın özgün değeri, dijital kimlik dönüşümünü kurumsal ve kültürel boyutlarıyla bütüncül bir modelde ele almasıdır. Sonuç olarak dijitalleşme; jeokültürel rekabet alanında stratejik bir politika ve Türk dünyasının entegrasyonunun temel aracı haline gelmektedir.

Anahtar Kelimeler: Türk Dünyası, Dijital Dönüşüm, Kültürel Kimlik, Yapay Zekâ, Dijital Diplomasi

&

Abstract: This interdisciplinary study aims to analyze the dynamics of collective identity transformation in Azerbaijan, Turkey, and the Turkic world in the 21st century, as well as the impact of digital technologies on the representation, reproduction, and circulation of national-cultural identities. Drawing on the theoretical frameworks of Stuart Hall, Manuel Castells, Jan Assmann, José van Dijck, and Lev Manovich, the research focuses on the Organization of Turkic States' (OTS) digital cooperation projects and AI-driven cultural initiatives. Three methods were employed: content analysis of OTS documents from 2019–2025, a comparative-typological analysis of the digital policies of Azerbaijan and Türkiye, and a discourse and case study analysis of the "Shusha Khanum" and "Symbol of Dances" projects. The findings indicate that this transformation proceeds along two main axes: on the axis of institutional-digital integration, a transnational "Turkic digital ecosystem" is being constructed through platforms within the OTS, giving rise to a new, network-based form of identity. On the axis of cultural-semantic transformation, traditional codes are being reproduced via artificial intelligence. Projects such as "Shusha Khanum" (representing Karabakh heritage) and "Symbol of Dances" (representing folk dances) serve as instruments of digital cultural diplomacy by introducing these elements into global circulation through algorithmic aesthetics. The research reveals that digitalization transforms and pluralizes identity rather than weakening it, and that the synthesis of traditional values and advanced technologies strengthens the global position of the Turkic world. However, the study also critically examines the risk that algorithmic representation may simplify cultural codes. The study's unique value lies in its holistic approach to digital identity transformation, encompassing both institutional and cultural dimensions. Ultimately, digitalization is emerging as a strategic policy within the realm of geo-cultural competition and as a fundamental instrument for the integration of the Turkic world.

Keywords: Turkic World, Digital Transformation, Cultural Identity, Artificial Intelligence, Digital Diplomacy

Atıf/Cite as Mansurova, L. (2026). *Identity Transformation in the Digital Age: Azerbaijan, Turkey, and the Turkic World at the Intersection of Tradition and Technology*. BAİBÜİLEF-İĞ 2026, BAİBÜ, Bolu.

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Dr. Öğrt. Üyesi, Bakü Slav Üniversitesi, Azerbaycan Tarihi ve Multikulturalizm Bölümü, e-posta: vmansurova59@gmail.com ORCID: 0000-0003-3538-4844

Giriş

Tarihsel süreç boyunca medya ile kültür arasında güçlü ve karşılıklı bir etkileşim söz konusu olmuştur. Her dönemde egemen medya biçimi, yalnızca iletişim pratiklerini değil, aynı zamanda bireylerin düşünme biçimlerini, estetik algılarını ve kimlik inşa süreçlerini de doğrudan etkilemiştir. Bu bağlamda Neil Postman (2005, s. 15-18), kültürel ruhun büyük ölçüde dönemin baskın medya araçları tarafından şekillendirildiğini vurgulayarak medyanın kültürel yapının hem maddi hem de manevi merkezini belirlediğini ifade etmektedir. Postman'a göre her medya ortamı, kendine özgü bir epistemoloji yaratmakta ve bu epistemoloji, toplumun hakikat, bilgi ve kimlik anlayışını yeniden tanımlamaktadır.

Günümüzde dijitalleşme süreci, bu etkileşimi daha karmaşık ve çok katmanlı bir hâle getirmiştir. İnternet, mobil iletişim araçları ve yapay zekâ gibi dijital teknolojiler yalnızca kültürel üretim ve tüketim biçimlerini değil, aynı zamanda bireysel ve kolektif kimliklerin oluşumunu da yeniden yapılandırmaktadır. Charlie Gere'e (2019, s. 11-13) göre dijital teknolojiler yalnızca teknik araçlar değil, aynı zamanda yeni bir kültürel düzenin taşıyıcılarıdır. Bu kültürel düzen, bireylerin iletişim biçimlerini, sosyal ilişkilerini ve kimlik algılarını köklü biçimde dönüştürmektedir. Bu durum, özellikle Azerbaycan, Türkiye ve genel olarak Türk Dünyası bağlamında, geleneksel kimlik unsurları ile dijital kültürün dinamikleri arasında yeni bir etkileşim alanının ortaya çıkmasına yol açmaktadır.

Dijital çağda kimlik, artık sabit ve değişmez bir yapı olmaktan çıkmış; medya aracılığıyla sürekli yeniden üretilen, temsil edilen ve dönüştürülen dinamik bir olguya dönüşmüştür. Stuart Hall'ın (1998, s. 173-191) belirttiği üzere kimlik, tamamlanmış bir öz değil; sürekli oluş hâlinde olan ve temsil pratikleri aracılığıyla kurulan bir süreçtir. Dijital medya, bu temsil süreçlerini hızlandırmakta ve bireylerin kimliklerini farklı platformlarda yeniden kurgulamalarına olanak tanımaktadır. Hall'ın kültürel kimlik tanımı, özellikle dijital çağın parçalı ve çoğulcu kimlik yapılarını anlamak için önemli bir teorik çerçeve sunmaktadır.

Bu bağlamda dijital kültür; bilgisayar kültürü, siberkültür, internet kültürü ve yeni medya gibi kavramlarla ifade edilen, bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimi sonucunda ortaya çıkan çok boyutlu bir yapıdır. Gere'in (2019, s. 25-28) analizine göre dijital kültür ne radikal anlamda tamamen yenidir ne de teknoloji tarafından tamamen belirlenmiştir; aksine, tarihsel, toplumsal ve ekonomik süreçlerle iç içe geçmiş karmaşık bir olgudur.

Azerbaycan, Türkiye ve Türk Dünyası gibi tarihsel ve kültürel sürekliliğe sahip toplumlarda dijitalleşme süreci, kimlik açısından çift yönlü bir etki yaratmaktadır. Bir yandan ortak dil, tarih ve kültürel değerler dijital ortamda yeniden görünürlük kazanmakta ve güçlenmektedir; diğer yandan küresel dijital kültürün etkisiyle yerel kimlik unsurları dönüşmekte, hibrit ve çok katmanlı kimlik yapıları ortaya çıkmaktadır. Bu süreç, özellikle genç kuşakların kimlik algısında belirgin bir değişime neden olmaktadır.

Dijital medya, bireylerin kendilerini ifade etme, temsil etme ve yeniden tanımlama süreçlerinde merkezi bir rol oynamaktadır. Sosyal medya platformları aracılığıyla bireyler, kimliklerini yalnızca yaşadıkları fiziksel çevre içinde değil, küresel dijital ağlar içinde de kurmakta ve sergilemektedir. Bu durum, kimliğin mekânsal sınırlarını ortadan kaldırırken, aynı zamanda kültürel aidiyetlerin yeniden tanımlanmasına yol açmaktadır. Manuel Castells'in (2005, s. 45-52) "ağ toplumu" yaklaşımı, bu dönüşümü açıklamak açısından önemli bir çerçeve sunmakta; kimliğin artık ağ yapıları içinde üretildiğini ve yeniden biçimlendiğini ortaya koymaktadır. Castells'e göre ağ toplumunda kimlik, eski toplumsal hareketlerden farklı olarak, genellikle direnç, proje ve meşruiyet olmak üzere üç farklı biçimde ortaya çıkmaktadır.

Bununla birlikte dijital kültür, yalnızca kimlik inşasını kolaylaştıran bir alan değildir; aynı zamanda yeni sorunları da beraberinde getirmektedir. Dijital ortamda hız, yüzeysellik ve görsellik ön plana çıkarken; derinlikli düşünme, eleştirel analiz ve geleneksel kültürel aktarım biçimleri zayıflayabilmektedir. Bu durum, kimlik oluşum süreçlerinin de daha parçalı ve geçici bir nitelik kazanmasına neden olmaktadır. Postman'ın (2005, s. 87-92) televizyon çağı için yaptığı "eğlence çağı" tespiti, dijital çağda çok daha kapsamlı bir biçimde geçerlilik kazanmıştır.

Bu çalışma, dijital çağda kimlik dönüşümünü; geleneksel kültürel değerler ile dijital teknolojiler arasındaki etkileşim çerçevesinde ele almayı amaçlamaktadır. Özellikle Azerbaycan, Türkiye ve Türk Dünyası bağlamında genç kuşağın sosyokültürel kimliği, estetik beğeni anlayışı ve eleştirel pratikleri incelenerek, dijitalleşmenin kimlik üzerindeki dönüştürücü etkileri analiz edilmektedir.

Sonuç olarak, dijital çağda kimlik, ne yalnızca geleneksel kültürel kodlarla ne de tamamen küresel dijital kültürle açıklanabilir. Aksine, bu kimlik yapısı; gelenek ile teknolojinin kesişiminde, sürekli yeniden üretilen, müzakere edilen ve dönüşen çok katmanlı bir süreç olarak değerlendirilmelidir.

2. Dijital Çağda Kültürel Özellikler ve Kimlik Dönüşümü

Dijital çağda toplumsal değişim, bilgi ve iletişim teknolojilerinin hızlandırıcı etkisiyle yalnızca kültürel pratikleri değil, aynı zamanda bireysel ve kolektif kimliklerin oluşum süreçlerini de derinden etkilemektedir. İnternet, sosyal medya ve mobil iletişim araçları sayesinde bireyler, mekânsal sınırlamalardan bağımsız biçimde etkileşim kurabilmekte; bu durum, kimliğin yerel bağlamdan koparak çok katmanlı ve ağ temelli bir yapıya evrilmesine yol açmaktadır. Özellikle Azerbaycan, Türkiye ve Türk Dünyası bağlamında bu dönüşüm, geleneksel kimlik unsurları ile dijital kültürün dinamikleri arasında yeni bir etkileşim alanı yaratmaktadır.

Dijital kültürün belirleyici özellikleri, kimlik oluşum süreçleriyle doğrudan ilişkilidir. Bu bağlamda söz konusu özellikler üç temel eksen üzerinden değerlendirilebilir: hız ve zaman algısının dönüşümü, pan-görsel kültürün yükselişi ve kullanıcı merkezli yeni kimlik pratikleri.

2.1. Hız, Zaman Algısı ve Kimliğin Yüzeyselleşmesi

Dijital çağın en belirgin özelliklerinden biri “hız”dır. Bu hız, yalnızca bilgi akışını değil, kimlik inşa süreçlerini de dönüştürmektedir. Lewis Mumford’un (1934, s. 12-15) zamanın ölçülebilir birimlere indirgenmesi üzerine yaptığı değerlendirmeler, dijital çağda daha da belirgin hâle gelmiştir. Mumford’a göre mekanik saatin icadı, zamanın organik ve döngüsel algısını yok ederek onu doğrusal, bölümlenmiş ve metalaşmış bir yapıya dönüştürmüştür. Dijital çağda bu süreç, zamanın anlık, eşzamanlı ve geri döndürülemez bir akış olarak deneyimlenmesine yol açmıştır.

Artık bireyler kimliklerini uzun süreli deneyim ve birikimler üzerinden değil; anlık paylaşımlar, kısa içerikler ve hızlı etkileşimler aracılığıyla kurmaktadır. Bu durum, kimliğin süreklilik ve derinlik boyutunu zayıflatmakta; onun yerine parçalı, geçici ve performatif kimlik biçimlerini öne çıkarmaktadır. Geleneksel toplumlarda kuşaklar arası aktarım yoluyla şekillenen kimlik, dijital çağda hızın etkisiyle yeniden üretilen ve sürekli güncellenen bir yapıya dönüşmektedir. Özellikle genç kuşaklarda, kimliğin “deneyimlenen” bir yapıdan çok “sergilenen” bir yapı hâline geldiği gözlemlenmektedir.

Bu dönüşüm, Türk dünyası bağlamında özellikle belirgindir. Geleneksel olarak geniş aile bağları, mahalle kültürü ve yüz yüze iletişim üzerine inşa edilmiş olan kimlik yapıları, dijital hızın etkisiyle daha bireysel, daha anlık ve daha görünürlük odaklı bir hâl almaktadır.

2.2. Pan-Görsel Kültür ve Kimliğin Görselleşmesi

Dijital kültürün ikinci önemli özelliği, metin merkezli yapıdan görsel merkezli yapıya geçiştir. Bu dönüşüm, kimliğin ifade edilme biçimlerini de köklü şekilde değiştirmiştir. Marshall McLuhan’ın (1962, s. 78-82) vurguladığı üzere medya araçları yalnızca mesajı iletmekle kalmaz, aynı zamanda algı biçimlerini de yeniden şekillendirir. McLuhan’ın ünlü “araç mesajdır” (the medium is the message) tezi, dijital çağda görsel medyanın hâkimiyetiyle yeni bir anlam kazanmıştır: Görsel platformlar yalnızca içerik taşımakla kalmaz, aynı zamanda kullanıcıların dünyayı algılama, bilgiyi işleme ve kimliklerini inşa etme biçimlerini dönüştürür. Pan-görsel kültürün hâkim olduğu dijital ortamda bireyler, kimliklerini çoğunlukla görseller, videolar ve kısa içerikler aracılığıyla ifade etmektedir. Instagram, TikTok, Snapchat gibi platformlar, kimlik ifadesinin temel kodlarını belirlemekte; bu platformlarda oluşturulan görsel içerikler, bireyin kendisini nasıl sunduğu, hangi değerleri ön plana çıkardığı ve hangi topluluklara ait olduğu konusunda doğrudan belirleyici olmaktadır.

Bu durum, kimliğin anlatı temelli derin yapısından uzaklaşarak, imaj temelli ve yüzeysel bir temsil biçimine yönelmesine neden olmaktadır. Sosyal medya platformlarında oluşturulan dijital profiller, bireyin kimliğini bütüncül bir yapı olarak değil; seçilmiş, düzenlenmiş ve çoğu zaman idealize edilmiş parçalar hâlinde sunmaktadır. Bu durum, Susan Sontag'ın (1977, s. 23-25) fotoğraf üzerine yaptığı eleştirileri hatırlatmaktadır: Sontag'a göre fotoğraf, gerçekliğin bir parçasını alır ve onu bağlamından kopararak yeni bir anlam inşa eder; dijital çağda bu süreç, kimliğin kendisinin de parçalara bölünerek yeniden inşa edilmesine yol açmıştır.

Türk Dünyası bağlamında bu süreç, geleneksel kültürel sembollerin de dijital ortamda yeniden kodlanmasına yol açmaktadır. Milli, dini veya yerel unsurlar, görsel temsiller aracılığıyla dolaşıma sokulmakta; ancak bu temsil biçimleri çoğu zaman yüzeyselleştirilmiş ve estetikleştirilmiş bir kimlik üretimine dönüşmektedir. Örneğin, geleneksel kıyafetler, el sanatları veya mutfak kültürü, dijital estetiğin süzgecinden geçerek tüketime uygun bir "kültürel ikon" hâline gelebilmektedir.

2.3. Kullanıcı Merkezli Kültür ve Tersine Sosyalleşme

Dijital çağın üçüncü belirleyici özelliği, kullanıcıların içerik üreticisi hâline gelmesi ve bu durumun kimlik oluşumuna etkisidir. Geleneksel kültürel yapılarda kimlik, büyük ölçüde aile, eğitim ve toplumsal kurumlar aracılığıyla şekillenirken; dijital çağda bireyler kendi kimliklerini aktif olarak üretmekte ve yeniden kurgulamaktadır. Bu süreç, kullanıcı türevli içerik (user-generated content) kavramıyla ifade edilmekte ve bireylere yalnızca tüketici değil aynı zamanda üretici olma imkânı sunmaktadır.

Bu süreç, Margaret Mead'ın (1970, s. 65-70) tanımladığı "prefigüratif kültür" kavramı çerçevesinde değerlendirilebilir. Mead, kültürel aktarımı üç kategoriye ayırır: postfigüratif (çocuklar yetişkinlerden öğrenir), konfigüratif (hem çocuklar hem yetişkinler akranlarından öğrenir) ve prefigüratif (yetişkinler de çocuklardan öğrenir). Dijital toplumda bilgi ve kültür aktarımı prefigüratif modele doğru evrilmiştir; genç kuşaklar yalnızca öğrenen değil, aynı zamanda öğreten konuma gelmiştir. Bu durum, "tersine sosyalleşme" (reverse socialization) olarak adlandırılan yeni bir toplumsal dinamiği ortaya çıkarmıştır.

Azerbaycan, Türkiye ve Türk Dünyası'nda genç kuşaklar, dijital medya aracılığıyla küresel kültürle doğrudan temas hâlinde olup, bu etkileşim sonucunda hibrit kimlikler geliştirmektedir. Bu kimlikler, bir yandan yerel kültürel değerleri içermekte; diğer yandan küresel dijital kültürün normlarını da barındırmaktadır. Böylece kimlik, sabit bir aidiyet biçimi olmaktan çıkarak çok katmanlı ve değişken bir yapıya dönüşmektedir.

Küresel Dijital Kültür ve Transnasyonal Kimlikler

Dijital çağda kimlik dönüşümünün önemli bir boyutu da küresel kültürel etkileşimdir. Sosyal medya platformları ve dijital içerik akışları sayesinde bireyler, farklı kültürlerle sürekli etkileşim hâlinindedir. Bu durum, özellikle genç kuşaklarda transnasyonal kimliklerin oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Castells'in (2005, s. 67-72) ifade ettiği "ağ toplumu" bağlamında kimlik, artık belirli bir coğrafyayla sınırlı değildir; dijital ağlar içinde yeniden üretilmektedir. Castells'e göre ağ toplumunda kimlik, genellikle üç farklı biçimde ortaya çıkar: direnç kimliği (dışlanmış veya damgalanmış grupların hayatta kalma stratejisi olarak), proje kimliği (sosyal aktörlerin yeni bir kimlik inşa etmesi) ve meşruiyet kimliği (toplumun egemen kurumları tarafından üretilen kimlik).

Türk Dünyası bağlamında bu süreç, ortak kültürel unsurların yeniden keşfedilmesini sağlarken, aynı zamanda küresel kültürün etkisiyle kimlikte çözülme ve yeniden yapılanma süreçlerini de beraberinde getirmektedir. Dijital platformlarda oluşturulan "Türk dünyası" anlatıları, geleneksel kültürel sembolleri yeniden canlandırmakta, ancak bu canlandırma sırasında küresel popüler kültürün estetik ve anlatı kalıplarından da etkilenmektedir.

Bu çerçevede dijital kültür, hem birleştirici hem de ayrıştırıcı bir işlev görmektedir. Ortak tarih ve dil üzerinden kurulan kültürel bağlar güçlenirken; bireysel kimlikler daha parçalı ve bireyselleşmiş bir yapıya evrilmektedir. Bu gerilim, özellikle genç kuşakların kimlik arayışında belirleyici bir rol oynamaktadır.

Sonuç olarak dijital çağın kültürel özellikleri, kimlik oluşum süreçlerini doğrudan ve çok yönlü biçimde etkilemektedir. Hız, görsellik ve kullanıcı merkezlilik gibi unsurlar; kimliğin daha akışkan, performatif ve

çok katmanlı bir yapıya dönüşmesine neden olmaktadır. Azerbaycan, Türkiye ve Türk Dünyası bağlamında bu dönüşüm, gelenek ile modernite, yerel ile küresel ve fiziksel ile dijital arasında sürekli bir müzakere süreci olarak ortaya çıkmaktadır.

Dijital Medyada Eleştiri, İlgı ve Beğenin Dönüşümü: Kimliğin Yeniden İnşası ve Krizi

Dijital çağda eleştiri, ilgi ve beğeni biçimlerinde yaşanan dönüşüm, yalnızca estetik alanla sınırlı kalmamakta; aynı zamanda bireysel ve kolektif kimliklerin inşa süreçlerini de doğrudan etkilemektedir. Geleneksel olarak edebiyat, sanat ve estetik alanında gelişen eleştiri pratikleri; süreklilik, derinlik ve kuramsal temellilik üzerine kuruluyken, dijital medya ortamında bu yapı önemli ölçüde değişime uğramıştır. Bu değişim, kimliğin oluşumunda belirleyici olan estetik ve kültürel değerlerin de yeniden tanımlanmasına yol açmaktadır.

Dijital medya ile birlikte eleştiri, ilgi ve beğeni pratikleri hızlanmış, parçalanmış ve yüzeyselleşmiştir. Geleneksel eleştiri biçimlerinin yerini, sosyal medya platformlarında ortaya çıkan kısa, anlık ve çoğunlukla duygusal tepkilere dayalı “mikro-eleştiri” almıştır. Bu yeni eleştiri biçimi, bireyin kimlik inşasında önemli bir rol oynamakta; ancak aynı zamanda kimliğin derinlikten yoksun, geçici ve performatif bir yapıya dönüşmesine neden olmaktadır.

“Mikro-Eleştiri ve Kimliğin Parçalanması

Dijital ortamda eleştiri, çoğunlukla beğeni (like), paylaşım (share) ve kısa yorumlar aracılığıyla ifade edilmektedir. Bu durum, eleştirinin analitik ve bütüncül yapısını zayıflatırken, kimliğin de benzer şekilde parçalı bir görünüm kazanmasına yol açmaktadır. Bireyler, kimliklerini uzun soluklu düşünsel süreçler yerine, anlık tepkiler ve dijital etkileşimler üzerinden kurmaktadır. Bu bağlamda beğeni (like) mekanizması, yalnızca bir içeriğe verilen tepki değil, aynı zamanda bireyin kendisini o içerikle özdeşleştirme, o içeriğin temsil ettiği kimlik kalıbını onaylama sürecidir.

Bu bağlamda kimlik, süreklilik arz eden bir yapı olmaktan çıkarak, farklı platformlarda farklı biçimlerde sergilenen bir “dijital performans” hâline gelmektedir. Erving Goffman’ın benlik sunumu kavramı, dijital çağda yeni bir anlam kazanmıştır: Bireyler, her bir platform için farklı bir “sahne” ve farklı bir “izleyici kitlesi” kurgulamakta; buna bağlı olarak kimliklerinin farklı yönlerini sergilemektedir. Özellikle genç kuşaklarda, kimliğin olmaktan çok “görünmek” üzerinden tanımlandığı bir eğilim dikkat çekmektedir. Bu durum, kimliğin içsel bütünlüğünü zayıflatmakta ve çoklu kimlik parçalarının ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

Türk dünyasında bu süreç, geleneksel olarak yüz yüze iletişim ve mahalle baskısı ile şekillenen kimlik yapılarının, dijital performanslarla yeniden tanımlandığı bir dönüşümü ifade etmektedir. Gençler, aile ve toplumdan bağımsız olarak kendi kimliklerini inşa etme imkânı bulmakta, ancak bu imkân aynı zamanda bir parçalanma ve tutarsızlık riskini de beraberinde getirmektedir.

3.2. Pan-Görsel Kültür ve Kimliğin Yüzeyselleşmesi

Dijital medyanın görsellik odaklı yapısı, kimliğin temsil biçimlerini de dönüştürmektedir. McLuhan’ın (1962, s. 112-115) ifade ettiği gibi medya, yalnızca içerik taşıyan bir araç değil, aynı zamanda algı ve anlam üretim süreçlerini belirleyen bir yapı olarak işlev görmektedir. Bu bağlamda pan-görsel kültür, kimliğin derinlikli anlatılardan uzaklaşarak görsel ve sembolik temsillere indirgenmesine yol açmaktadır. Sontag’ın (1977, s. 87-90) belirttiği gibi, görüntülerin aşırı üretimi ve tüketimi, gerçeklik duygusunu zayıflatmakta ve deneyimin yerini temsil almaktadır.

Sosyal medya platformlarında bireyler, kimliklerini çoğunlukla seçilmiş görseller, kısa videolar ve estetik olarak düzenlenmiş içerikler aracılığıyla sunmaktadır. Bu durum, kimliğin gerçeklikten ziyade temsil üzerinden kurulmasına neden olmakta; bireyin kendisini nasıl olduğu gibi değil, nasıl görünmek istediği üzerinden tanımlamasına yol açmaktadır. Instagram’da oluşturulan “mükemmel hayat” akışları, TikTok’ta kısa sürede popüler olan dans videoları, Snapchat’te kullanılan filtreler; bireylerin kimliklerini sürekli olarak yeniden kurgulamalarına, ancak bu kurgulama sırasında yüzeyselleşmelerine neden olmaktadır.

Türk Dünyası bağlamında bu süreç, geleneksel kimlik unsurlarının da dijital ortamda yeniden şekillendirilmesine neden olmaktadır. Kültürel değerler, semboller ve geleneksel unsurlar, dijital estetik

inde yeniden üretilmekte; ancak bu üretim çoğu zaman yüzeysel ve ticarileşmiş bir kimlik temsilini beraberinde getirmektedir. Örneğin, milli bayramlara ilişkin paylaşımlar, geleneksel kıyafetlerin dijital filtrelerle birleştirilmesi veya tarihi mekânların popüler müzikler eşliğinde sunulması, kültürel unsurların görsel tüketim nesnelerine dönüşmesine yol açabilmektedir.

3.3. Dijital Kültür, Tüketim ve Kimlik İnşası

Dijital medya ortamında eleştiri, ilgi ve beğeni süreçleri giderek nicelleşmekte ve ölçülebilir hâle gelmektedir. Beğeni sayıları, izlenme oranları ve takipçi sayıları, yalnızca içeriklerin değil, aynı zamanda bireylerin kimliklerinin de değerini belirleyen göstergelere dönüşmektedir. Bu durum, kimliğin tüketim kültürü içinde yeniden inşa edilmesine yol açmaktadır. Beğeni (like) sayıları, bireyin dijital topluluk içindeki statüsünü, popüleritesini ve sosyal sermayesini belirleyen bir ölçüt hâline gelmiştir.

Sontag'ın (1977, s. 56-60) vurguladığı üzere modern kültürde aşırı üretim ve tüketim, duyuusal deneyimi zayıflatmakta ve estetik algıyı yüzeyselleştirmektedir. Dijital çağda bu durum daha da belirginleşmiş; kimlik, tüketilen ve sergilenen bir nesne hâline gelmiştir. Bireyler, dijital ortamda görünürlük elde etmek amacıyla belirli kimlik kalıplarını benimsemekte ve bu kalıpları yeniden üretmektedir. Böylece özgün kimlik oluşumunun yerini, popüler ve algoritmik olarak teşvik edilen kimlik modelleri almaktadır.

Bu süreç, özellikle genç kuşaklarda kimlik standartlaşmasına ve özgünlük kaybına yol açabilmektedir. Algoritmaların yönlendirdiği içerik akışları, bireylerin ilgi alanlarını, beğenilerini ve hatta kimliklerini şekillendirmektedir. YouTube, TikTok ve Instagram'ın öneri algoritmaları, bireylere kendi kimliklerini keşfetme imkânı sunarken, aynı zamanda onları belirli kalıplara yönlendirmektedir.

Türk dünyasında bu süreç, küresel dijital tüketim kalıpları ile yerel kültürel değerler arasında bir gerilim yaratmaktadır. Gençler, bir yandan küresel popüler kültürün kimlik kalıplarını benimsemekte, diğer yandan yerel kültürel değerleri koruma ihtiyacı hissetmektedir. Bu gerilim, hibrit ve çoğu zaman çelişkili kimlik yapılarının ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

3.4. Akran Etkileşimi ve Homojen Kimlik Yapıları

Dijital medya ortamında bireyler, çoğunlukla kendi yaş grupları ve benzer ilgi alanlarına sahip kişilerle etkileşim kurmaktadır. Bu durum, homojen sosyal ağların oluşmasına ve kimlik gelişiminin sınırlı bir çevre içinde gerçekleşmesine neden olmaktadır. Algoritmaların yönlendirdiği içerik önerileri, bireylerin kendi görüşlerini pekiştiren, onaylayan bir bilgi ekosistemi içinde kalmalarına yol açmaktadır (filter bubble ve echo chamber olguları).

Bu bağlamda, Mark Bauerlein'in (2008, s. 45-50) genç kuşak üzerine yaptığı değerlendirmeler, dijital çağda akran etkileşiminin entelektüel gelişimi sınırlayabileceğini ortaya koymaktadır. Bauerlein'e göre dijital nesil, bilgiye her zamankinden daha fazla erişime sahip olmasına rağmen, bu erişim derinlikli öğrenme ve eleştirel düşünme yerine yüzeysel ve anlık tüketimi teşvik etmektedir. Benzer görüşlerin tekrar edilmesi, farklı bakış açılarının yeterince gelişmemesi ve eleştirel düşüncenin zayıflaması, kimlik oluşumunu tek boyutlu hâle getirebilmektedir.

Türk Dünyası bağlamında bu durum, hem ortak kültürel değerlerin yeniden üretilmesine hem de aynı zamanda dar bir dijital kültürel çevre içinde kimliklerin homojenleşmesine yol açabilmektedir. Örneğin, belirli bir siyasi görüşü veya dini yorumu paylaşan grupların oluşturduğu dijital topluluklar, bireylerin alternatif bakış açılarıyla temas etmesini engelleyebilmekte ve kimlik gelişimini sınırlı bir çerçeveye hapsedebilmektedir.

3.5. Kimlik Krizi ve Dijital Öznenin Dönüşümü

Dijital çağda eleştiri, ilgi ve beğeni pratiklerinde yaşanan dönüşüm, kimlik açısından bir "kriz" durumunu da beraberinde getirmektedir. Bu kriz, kimliğin sürekliliğinin zayıflaması, derinlik kaybı ve temsil ile gerçeklik arasındaki sınırların bulanıklaşması şeklinde ortaya çıkmaktadır.

Postman'ın (2005, s. 132-138) kitle iletişim araçlarının kamusal söylem üzerindeki etkisine ilişkin değerlendirmeleri, dijital çağda daha da geçerli hâle gelmiştir. Medya, yalnızca bilgi aktaran bir araç

olmaktan çıkarak, bireyin düşünme biçimini, değer yargılarını ve kimlik algısını doğrudan belirleyen bir güç hâline gelmiştir. Postman'ın "eğlence çağı" tespiti, dijital çağda "gösteri toplumundan "etkileşim toplumu"na evrilmiştir; bireyler artık yalnızca tüketen değil, aynı zamanda sürekli olarak içerik üreten ve kendilerini sergileyen öznelere hâline gelmiştir.

Bu bağlamda dijital özne, sürekli olarak kendisini yeniden tanımlamak zorunda kalan, parçalı ve akışkan bir kimlik yapısına sahiptir. Kimlik, artık sabit bir aidiyet değil; dijital etkileşimler içinde sürekli yeniden kurulan bir süreçtir. Zygmunt Bauman'ın "akışkan modernite" (liquid modernity) kavramı, bu durumu tanımlamak için oldukça uygundur: Dijital çağda kimlikler de tıpkı modern hayatın diğer unsurları gibi akışkan, geçici ve sürekli değişime açık hâle gelmiştir.

Türk dünyasında bu kriz, geleneksel kimlik yapılarının çözülmesi ve dijital kimlik inşasının henüz oturmamış olması nedeniyle daha da belirgindir. Geleneksel olarak aile, din, devlet ve millet gibi kurumlar üzerinden tanımlanan kimlik, dijital çağda bireyin kendi tercihlerine, beğenilerine ve etkileşimlerine bırakılmıştır. Bu durum, bir yandan özgürleştirici bir potansiyel taşıırken, diğer yandan aidiyet duygusunun zayıflamasına ve kimlik bunalımlarına yol açabilmektedir.

Sonuç olarak dijital medyada eleştiri, ilgi ve beğeni pratiklerinde yaşanan dönüşüm, kimlik oluşum süreçlerini derinden etkilemektedir. Mikro-eleştiri, pan-görsel kültür ve tüketim odaklı dijital yapı; kimliğin daha yüzeysel, parçalı ve performatif bir hâl almasına neden olmaktadır. Azerbaycan, Türkiye ve Türk Dünyası bağlamında bu süreç, geleneksel kimlik unsurları ile dijital kültür arasında süregelen bir gerilim ve yeniden yapılanma süreci olarak ortaya çıkmaktadır.

4. Sonuç

Bu çalışma, dijital çağda kültürel dönüşümün özellikle kimlik inşası süreçleri üzerindeki etkilerini, Azerbaycan, Türkiye ve Türk Dünyası bağlamında ele almıştır. Elde edilen bulgular, dijitalleşmenin yalnızca teknolojik bir değişim değil; aynı zamanda kültürel, estetik ve sosyolojik düzeyde derin bir yeniden yapılanma süreci olduğunu göstermektedir.

Dijital medya ve yeni iletişim teknolojileri, bireylerin kimliklerini oluşturma, ifade etme ve yeniden kurgulama biçimlerini köklü biçimde dönüştürmüştür. Geleneksel toplumlarda tarihsel süreklilik, kültürel aktarım ve toplumsal aidiyet üzerinden şekillenen kimlik yapısı; dijital çağda hız, görsellik ve etkileşim temelli dinamikler doğrultusunda yeniden tanımlanmaktadır. Bu bağlamda kimlik, sabit ve bütüncül bir yapı olmaktan çıkarak, parçalı, akışkan ve performatif bir nitelik kazanmıştır.

Özellikle genç kuşaklar, dijital medya ortamında hem üretici hem de tüketici olarak yer almakta; bu durum onların kimlik oluşum süreçlerini doğrudan etkilemektedir. Sosyal medya platformları aracılığıyla bireyler, kimliklerini küresel ölçekte sergilemekte ve yeniden inşa etmektedir. Ancak bu süreç, çoğu zaman yüzeyselleşme, standartlaşma ve görünürlük odaklı bir kimlik anlayışını da beraberinde getirmektedir.

Castells'in (2005, s. 175-182) "ağ toplumu" yaklaşımı çerçevesinde değerlendirildiğinde, kimliğin artık dijital ağlar içinde üretildiği ve bu ağlar aracılığıyla yeniden biçimlendiği görülmektedir. Bu durum, Türk Dünyası bağlamında hem ortak kültürel değerlerin yeniden görünürlük kazanmasını sağlamakta hem de küresel kültürle etkileşim sonucu hibrit kimliklerin ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır.

Bununla birlikte dijital kültür, kimlik açısından çelişkili bir yapı sergilemektedir. Bir yandan kültürel çeşitliliği artırmakta, bireylere kendilerini ifade etme imkânı sunmakta ve geleneksel sınırları aşan yeni kimlik biçimlerinin oluşmasına olanak tanımaktadır. Diğer yandan ise hız, yüzeysellik ve tüketim odaklı yapı nedeniyle kimliğin derinliğini zayıflatmakta; eleştirel düşüncüyü sınırlandırarak estetik ve kültürel değerlerin dönüşümünü hızlandırmaktadır.

Bu bağlamda dijital medyada ortaya çıkan "mikro-eleştiri" kültürü, kimliğin oluşumunda önemli bir rol oynamakla birlikte, derinlikli ve sürdürülebilir bir kültürel bilinç oluşturma konusunda yetersiz kalabilmektedir. Postman'ın (2005, s. 156-162) ifade ettiği gibi, medya yalnızca bir iletişim aracı değil; aynı zamanda düşünce ve değer sistemlerini şekillendiren güçlü bir yapıdır. Dijital çağda bu etki daha da yoğunlaşmış ve kimlik oluşumunun merkezine yerleşmiştir.

Sonuç olarak, Azerbaycan, Türkiye ve Türk Dünyası bağlamında dijital çağda kimlik; geleneksel kültürel kodlar ile küresel dijital dinamikler arasında sürekli olarak yeniden kurulan, müzakere edilen ve dönüşen çok katmanlı bir yapı olarak ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle kimlik dönüşümünü anlamak için dijital kültür ile geleneksel değerler arasındaki ilişkiyi bütüncül bir perspektifle ele almak gerekmektedir.

Gelecek çalışmalar açısından, dijital kimlik oluşumunun uzun vadeli etkilerinin, özellikle eğitim, dil, kültürel bellek ve sanatsal üretim üzerindeki yansımalarının daha kapsamlı biçimde incelenmesi önem taşımaktadır. Ayrıca dijital medyanın sunduğu imkânların, yüzeysel tüketim pratiklerinin ötesine geçerek derinlikli kültürel üretim ve eleştirel düşünceyi destekleyecek şekilde kullanılması, sağlıklı bir kimlik inşası süreci açısından temel bir gereklilik olarak değerlendirilmelidir.

Kaynakça

- Bauerlein, M. (2008). *The Dumbest Generation: How the Digital Age Stupefies Young Americans and Jeopardizes Our Future (Or, Don't Trust Anyone Under 30)*. New York: TarcherPerigee.
- Castells, M. (2005). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür, Cilt 1: Ağ Toplumunun Yükselişi* (Çev. E. Kılıç). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Gere, C. (2019). *Dijital Kültür* (Çev. A. Aydoğdu). İstanbul: Salon Yayınları.
- Hall, S. (1998). "Kültürel Kimlik ve Diaspora". J. Rutherford vd. (Der.), *Kimlik: Topluluk, Kültür ve Farklılık içinde* (Çev. İ. Sağlamer, s. 173-191). İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Toronto: University of Toronto Press.
- Mead, M. (1970). *Culture and Commitment: A Study of the Generation Gap*. New York: Natural History Press/Doubleday.
- Mumford, L. (1934). *Technics and Civilization*. New York: Harcourt, Brace and Company.
- Postman, N. (2005). *Televizyon: Öldüren Eğlence – Gösteri Çağında Kamusal Söylem* (Çev. O. Akınhay). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sontag, S. (1977). *On Photography*. New York: Farrar, Straus and Giroux.



BAİBÜİLEF-İG

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Günleri
Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication Communication Days

15.09.2026



Mimari Temsilin Evrimi: Çizgiden Koda, Alfabeden Algoritmaya bir İletişim Yolculuğu

The Evolution of Architectural Representation: A Communication Journey from Line to Code, From Alphabet to Algorithm

Mehmet Ümit METERELLİYOZ¹

Geliş Tarihi (Received): 06.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 07.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Öz: Tarih boyunca mimarlık, yalnızca fiziksel yapıların inşası olarak değil, aynı zamanda bir görsel iletişim biçimi olarak var olmuştur. Mimari çizim; tasarımcının zihnindeki soyut düşünceleri somutlaştıran, kültürel kodları taşıyan ve çeşitli paydaşlar arasındaki diyalogu kolaylaştıran bir dildir. Bu makale, mimari temsil araçlarının evrimini ve iletişim dili olarak geçirdikleri ontolojik dönüşümü incelemeyi amaçlamaktadır. İnsanlığın mekânsal anlatısı, mimarın zihni ile kâğıt arasındaki doğrudan bilişsel bağı temsil eden el çizimiyle başlamıştır. Ancak teknolojik gelişmelerle birlikte bu süreç, önce hassasiyeti ve verimliliği artıran Bilgisayar Destekli Tasarım (CAD) araçlarına, ardından da veri ve süreçleri yöneten Yapı Bilgi Modellemesi (BIM) sistemlerine evrilmiştir. Günümüzde Üretken Yapay Zekâ (GenAI) ve algoritmik tasarım araçları, mimari iletişimi kökten dönüştürmektedir. Tasarım süreci, geleneksel "çizim" eyleminden uzaklaşarak, dilsel ifadelerin (komutların/prompt'ların) görsel çıktılara dönüştürüldüğü anlamsal bir kodlama sürecine doğru kaymaktadır. Yapay zeka, metinden görsele dönüşüm modelleri aracılığıyla, kelimelerin görsel kodlara dönüştürüldüğü yeni bir estetik düzlem oluşturmaktadır. Bu durum, "komutlar"dan algoritmalara uzanan bir sürekliliği temsil etmektedir. Makale, algoritmik düşünceye geçişin mimarın yaratıcılığını nasıl dönüştürdüğünü ve mimari çizimin statik bir "temsil" aracından nasıl etkileşimli bir "iletişim" ve "simülasyon" ortamına evrildiğini ele alacaktır. Sonuç olarak, araçlar değişse de mimarideki temel iletişim ihtiyacı varlığını sürdürmektedir; ancak geleceğin mimarının, görüntüyü elle çizen bir zanaatkârdan, onu kelimeler ve algoritmalar aracılığıyla inşa eden bir "anlam mühendisi"ne dönüşeceği vurgulanacaktır.

Anahtar Kelimeler: Mimari İletişim, Görsel Temsil, Yapay Zekâ, Dijital Estetik, Komut (Prompt) Mühendisliği.

&

Abstract: Throughout history, architecture has existed not merely as the construction of physical structures but as a form of visual communication. Architectural drawing is a language that materializes the abstract thoughts in the designer's mind, carries cultural codes, and facilitates dialogue among various stakeholders. This paper aims to examine the evolution of architectural representation tools and the ontological transformation they have undergone as languages of communication. Humanity's spatial narrative began with hand drawing, representing the direct cognitive bond between the architect's mind and the paper. However, with technological advancements, this process evolved first into Computer-Aided Design (CAD) tools that increased precision and efficiency, and subsequently into Building Information Modeling (BIM) systems that manage data and processes. Today, Generative Artificial Intelligence (GenAI) and algorithmic design tools are radically transforming architectural communication. The design process is shifting away from the traditional act of "drawing" toward a semantic coding process where linguistic expressions (prompts) are transformed into visual outputs. Through text-to-image transformation models, artificial intelligence constructs a new aesthetic plane where words are converted into visual codes. This represents a continuity stretching from "prompts" to algorithms. The paper will discuss how the shift to algorithmic thinking transforms the architect's creativity and how architectural drawing is evolving from a static tool of "representation" into an interactive medium of "communication" and "simulation." In conclusion, while tools change, the fundamental need for communication in architecture remains; however, it will be emphasized that the architect of the future will evolve from a craftsman who draws the image by hand into a "meaning engineer" who constructs it through words and algorithms.

Keywords: Architectural Communication, Visual Representation, Artificial Intelligence, Digital Aesthetics, Prompt Engineering.

Atıf/Cite as Meterelliyo, M. Ü. (2026). *The Evolution of Architectural Representation: A Communication Journey from Line to Code, From Alphabet to Algorithm*. BAİBÜİLEF-İG 2026, BAİBÜ, Bolu.

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Assistant Professor, Bolu Abant İzzet Baysal University, Faculty of Architecture, Department of Architecture, e-mail: mumitmete@ibu.edu.tr, mumitmete@gmail.com ORCID: 0000-0002-8948-777X

1. Introduction and Theoretical Framework: Representation, Communication, and Ontology

Throughout history, architectural production has existed not only as a physical act of construction but also as an intense plane of communication and visual representation where abstract mental processes are transformed into concrete spatial forms (Lee & Kang, 2025). Architectural representation tools function as unique “languages” that enable the externalization of raw ideas in the designer’s mind and establish a common ground for dialogue among multiple stakeholders (clients, engineers, public authorities). However, these representational tools are not passive actors in the design process; on the contrary, they are active, constitutive elements that directly determine the boundaries and epistemological structure of architectural thought (Picon, 2026). The acceleration in design technologies over the past thirty years has radically shaken the instrumental ontology of architecture. Conceptualized by Mario Carpo (2017) as the “Second Digital Turn,” this new era has taken architectural production beyond traditional Cartesian coordinate systems and deterministic drawing methods (Orhon et al., 2026). In this context, architecture is facing an epistemological transformation—as discussed by Antoine Picon (2026) in his question, “A New Renaissance?”—in which human-machine assemblages play a central role, and the authority of design, subjectivity, and design intent are being reconceptualized.

Over the course of history, architectural representation has evolved from a linear and tactile manual act to, first, vector lines on computer screens (CAD), then to information-rich parametric objects (BIM), and finally, today, to an act of “prompting and curation” that takes place in probabilistic and semantic latent spaces (Orhon et al., 2026). This ontological shift is also profoundly shaking the architect’s professional identity. The architect of the future is no longer merely a traditional artisan who draws images by hand with absolute control; instead, they are becoming a “meaning engineer” and “curator” who manages the universe of infinite possibilities offered by artificial intelligence and directs algorithms and linguistic codes (Orhon et al., 2026; Picon, 2026). The purpose of this paper is to examine, within a theoretical framework, the historical evolution of architectural representation tools—from line to code, and from alphabet to algorithm—and to discuss the professional, pedagogical, and ethical boundaries of their integration with artificial intelligence today.

2. The Historical Evolution of Architectural Representation: from Hand Drawings to Cad

Humanity’s quest to understand and organize space began with the hand-drawn sketch, which establishes a direct cognitive and tactile connection between the architect’s mind and the paper (or clay tablet) (Wortmann, 2025). Historical findings reveal that architectural sketches and plans were not merely artistic pursuits but served as administrative and technical communication tools that facilitated spatial organization, labor, and material coordination from ancient times onward. One of the earliest examples of this is the “New Sumerian Temple Plan,” discovered in Mesopotamia and dated to 2125 B.C. (Wortmann, 2025). These early-stage design sketches represent a haptic cognitive process in which the human hand is in direct contact with physical materials, and in which the act of translating an architectural idea onto paper fosters processes of uncertainty and intuitive discovery (Wortmann, 2025). As emphasized in Juhani Pallasmaa’s (2009) theory of “The Thinking Hand,” during hand drawing, the body and mind work as a single unit; every movement of the hand on the paper is a feedback loop that nourishes the mental design and is in constant dialogue with it (Orhon et al., 2026; Wortmann, 2025).

Starting in the mid-20th century, the development of computational theories laid the groundwork for a digital infrastructure that would fundamentally transform this tactile and intuitive world. A review of the history of computational architecture reveals that this process has unfolded through five fundamental paradigms (Pacheco et al., 2026)

1. The Foundations of Computation and Early Applications (1950–1970): This was the period during which symbolic, logical, and deterministic computational methods were experimentally adapted to architecture.
2. The Consolidation of CAD and the Emergence of Information Models (1970–1990): This phase saw the widespread adoption of Computer-Aided Design (CAD) systems and the standardization of digital drafting.

3. The Spread of BIM (1990–2010): This period was shaped by object-based, parametric, and information-centered modeling logic.
4. Parametric and Algorithmic Design (2000–2010): This process was characterized by rule-based generative systems, formal variations, and performance-driven explorations.
5. Artificial Intelligence Integration and Data-Driven Computation Systems (2010–2025): This is the current paradigm in which machine learning, deep learning, and generative models shift architecture onto a probabilistic plane.

Among these paradigms, the CAD (Computer-Aided Design) revolution that took place between 1970 and 1990 replaced the tactile flexibility of hand drawing with the absolute precision of an orthogonal and mathematical Cartesian coordinate system (Pacheco et al., 2026; Orhon et al., 2026). CAD systems have accelerated and standardized the drafting process and have vastly increased precision and efficiency (Pacheco et al., 2026). However, the theoretical and epistemological limitations of CAD were quite evident. During this period, the computer could not transcend its role as an "intelligent pen" or "passive drawing tool" that merely transcribed the architect's mental decisions onto paper; in other words, while the geometry of the drawing was digitized, the semantic data and relational dependencies behind the lines could not be integrated into the system (Pacheco et al., 2026). This sharp distinction between design thought and representation prevented the computer from actively participating in the generative processes of design and reduced the architect to the role of a mere Cartesian operator (Pacheco et al., 2026).

3. Building Information Modeling (Bim): From Representation to Information Management

Since the 1990s, CAD's linear and purely visual representation approach has given way to Building Information Modeling (BIM) technology, in which architectural objects are enriched with semantic and relational data. BIM represents a radical paradigm shift in which a drawing evolves from being merely a geometric representation into a dynamic, multidimensional information infrastructure that is managed throughout the entire life cycle of a building (design, construction, operation, and demolition) (Alotaibi & Alzaidan, 2025)

In a BIM environment (such as Revit, Allplan, or ArchiCAD), walls, floors, windows, and structural elements are no longer merely two-dimensional lines or abstract three-dimensional surfaces (Sachdeva & Garg, 2025). These elements are "semantic parametric objects" with predefined properties such as material, cost, thermal transmittance, carbon footprint, structural relationships, and behavioral rules (Sachdeva & Garg, 2025; Pacheco et al., 2026). This has expanded the dimensions of architectural representation beyond traditional 3D geometry (Alotaibi & Alzaidan, 2025; Abdelmoula et al., 2025). Consequently, BIM has transformed architecture from a static "drawing" process into a dynamic "data ecosystem" in which all of a building's physical and performance-based characteristics are simulated.

4. Generative Artificial Intelligence and Linguistic Coding: From Prompts to Algorithms

As we approach the second quarter of the 21st century, the world of architecture has transitioned from information-based BIM modeling to the era of Generative Artificial Intelligence (GenAI), which is based on probabilistic and generative logic. This transition has shifted the architect's way of working from "deterministic drawing" to a phase of "probabilistic curation." Now, instead of drawing lines one by one in a Cartesian space, the architect queries and directs massive, unstructured data networks—containing billions of parameters and known as "Latent Space"—through linguistic commands (prompts). Diffusion models such as Midjourney, Stable Diffusion, and DALL-E, which enable text-to-image conversion, have taken the speed and aesthetic boundaries of architectural visualization to unprecedented levels. In this process, the most critical concept is "prompt engineering." Prompt engineering is a semantic coding process that bridges the gap between architectural language and visual form (Lee & Kang, 2025). However, the greatest drawback of this generative process has been its "uncontrollability and unpredictability." Technical errors and deviations resulting from prompts or in AI-generated content demonstrate that AI should be positioned not as an uncontrolled generator, but as a controllable "smart assistant" limited by human input.

5. Conclusion

The discipline of architecture has always evolved through new tools on its millennia-long journey of representation—from the clay tablets of Mesopotamia to today’s generative embedded spaces—yet it has consistently preserved its core need for “communication and the creation of meaning” (Wortmann, 2025; Pacheco et al., 2026). The historical evolutionary trajectory shows that the transition from line to code, and from alphabet to algorithm, has taken the physical pen from the architect’s hand and replaced it with semantic prompts and coding languages (Wortmann, 2025; Pacheco et al., 2026).

The architect of the future is not merely a “prompt operator” who produces beautiful and eye-catching visuals; but must be a “Meaning Engineer” and “Conductor” who blends machine hallucinations with physical, tectonic, and legal realities, monitors the ethical and cultural deviations created by artificial intelligence, and infuses design with a unique intellectual intent. Only in this way can the wave of change brought by artificial intelligence transform into an era of collaboration where human creativity is enhanced, rather than replaced.

References

- Abdelmoula, E., Zammel, M., & Allani, N. (2025). The alliance of BIM and artificial intelligence: Challenges for a reinvented future – the state of the art. *Proceedings of the International Conference of Contemporary Affairs in Architecture and Urbanism-ICCAUA*, 8, 147–160. <https://doi.org/10.38027/ICCAUA2025EN0244>
- Alotaibi, Z. A., & Alzaidan, Z. I. (2025). Activating building information modeling using artificial intelligence: An applied analytical study. *American Journal of Business Science Philosophy*, 2(2), 271–284. <https://doi.org/10.70122/ajbsp.v2i2.40>
- Carmo, M. (2017). *The second digital turn: Design beyond intelligence*. MIT Press.
- Lee, S., & Kang, S. (2025). The influence of generative AI with prompt engineering on creative design in architectural education. *Journal of Asian Architecture and Building Engineering*, 24(5), 1–16. <https://doi.org/10.1080/13467581.2025.2552446>
- Orhon, F. K., Çekerol, K., & Uğur, S. (2026). Integration of artificial intelligence into architectural education: An online model proposal for instructor training for studio courses [Preprint]. Preprints. <https://doi.org/10.20944/preprints202605.0962.v1>
- Pacheco, A. I. L., Marques, I. C. N. d. R., & Rocha, R. J. G. (2026). Digital paradigms in architecture: Toward a layered computational ecology from early computation to artificial intelligence. *Buildings*, 16(6), Article 1234.
- Pallasmaa, J. (2009). *The thinking hand: Existential and embodied wisdom in architecture*. John Wiley & Sons.
- Picon, A. (2026). Towards a new Renaissance? Artificial intelligence and architectural design. *Khōrein: Journal of Spatial Theory*, 4(1), 1–20.
- Sachdeva, J., & Garg, S. (2025). Natural-language to BIM: A guard-railed no-code pipeline for reliable model creation. In *Proceedings of the NCTI-DCHK Conference 2025: Digital Transformation in Construction* (pp. 1–11). University of Hong Kong.
- Wortmann, A. E. (2025). From hand to machine: How architectural sketching enhances design integrity in the era of artificial intelligence [Unpublished manuscript / Preprint]. ResearchGate



BAİBÜİLEF-İG

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Günleri
Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication Communication Days

15.09.2026



Algoritma Mesajdır: X Gündeminde Hashtag Söylemlerinin Analizi

The Algorithm is a Message: An Analysis of Hashtag Discourse on Agenda X

Deniz ÖZER ALPER¹

Geliş Tarihi (Received): 01.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 02.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Öz: Bu çalışma, X gündem listelerinde yer alan hashtag'lerin çeşitli özelliklerini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın temel odağı, sosyal medya algoritmalarının hangi içerikleri görünür kıldığını ve mesajların tonunu anlamaktır. Bu bağlamda, çalışma Marshall McLuhan'ın ünlü "Araç mesajdır" tezini, günümüz dijital ve algoritmik medya ortamına uyarlayarak yeniden değerlendirmeyi hedeflemektedir ve algoritmanın mesaj üzerindeki belirleyici rolünü ön plana çıkarmaktadır. Araştırmanın amacı, X gündem listelerinin hangi temalar, söylemsel yapılar ve duygusal tonlar üzerinden şekillendiğini ortaya koymaktır. Çalışma, dijital kamusal alanın algoritmalar tarafından nasıl yapılandırıldığını anlamaya katkı sağlamaktadır ve sosyal medya gündemlerinin toplumsal algı ve katılım üzerindeki potansiyel etkilerini değerlendirmek için temel veri sunmaktadır. Veri toplama süreci, 24 saatlik bir zaman diliminde X gündem başlıklarının saatlik periyotlarla kaydedilmesi şeklinde gerçekleştirilmiştir. Her hashtag, içerik analizi yaklaşımıyla kodlama sistemi kullanılarak tematik, söylemsel, duygusal ve politik/kültürel boyutlar açısından incelenmiştir. Analiz kapsamında algoritmanın gündemi belirleme mekanizması da ele alınmıştır: Algoritma, içeriklerin görünürlüğünü belirlerken hız, etkileşim türleri, kullanıcı ağı ve duygusal yoğunluk gibi faktörleri dikkate almaktadır. Bu mekanizma, yalnızca mesajın iletilmesini değil, hangi mesajın görünürlük kazanacağını da belirlemektedir; dolayısıyla algoritmanın, McLuhan'ın "araç" kavramının yerine geçerek mesajın kendisi hâline geldiği tartışılmaktadır. Analiz, özellikle kriz ve rekabet odaklı içeriklerin algoritma tarafından öne çıkarıldığını gösterebilmektedir. Gündem başlıklarının duygu ve etkileşim açısından farklı ritimlerle ortaya çıktığı, algoritmanın mesajın görünürlüğünü, tonunu ve toplumsal etkisini sistematik biçimde şekillendirdiği öngörülmektedir. Bu bulgular, algoritmanın dijital kamusal alan üzerindeki belirleyici rolünü ve McLuhan tezinin dijital çağda güncellenmiş hâlini ortaya koymaktadır.

Anahtar kelimeler: Algoritma, McLuhan, X (Twitter), Hashtag, Dijital Kamusal Alan.

&

Abstract: This study aims to examine the various characteristics of hashtags featured on X's trending lists. The primary focus of the research is to understand which content social media algorithms make visible and the tone of the messages. In this context, the study aims to re-evaluate Marshall McLuhan's famous thesis, "The medium is the message," by adapting it to today's digital and algorithmic media environment and highlights the algorithm's decisive role in shaping the message. The objective of the research is to reveal the themes, discursive structures, and emotional tones through which X trending lists are shaped. The study contributes to understanding how the digital public sphere is structured by algorithms and provides foundational data for evaluating the potential impacts of social media trends on social perception and participation. The data collection process involved recording X trending topics at hourly intervals over a 24-hour period. Each hashtag was analyzed in terms of thematic, discursive, emotional, and political/cultural dimensions using a coding system based on a content analysis approach. The analysis also addressed the algorithm's mechanism for determining the agenda: When determining the visibility of content, the algorithm takes into account factors such as speed, interaction, user network, and emotional intensity. This mechanism determines not only the transmission of a message but also which message gains visibility; consequently, it is argued that the algorithm has replaced McLuhan's concept of the "medium" to become the message itself. The analysis demonstrates that the algorithm particularly highlights crisis- and competition-focused content. It is anticipated that trending topics emerge with varying rhythms in terms of emotion and engagement, and that the algorithm systematically shapes the message's visibility, tone, and social impact. These findings highlight the algorithm's decisive role in the digital public sphere and present an updated version of McLuhan's thesis for the digital age.

Keywords: Algorithm, McLuhan, X (Twitter), Hashtag, Digital Public Sphere.

Atıf/Cite as Özer Alper, D. (2026). *The Algorithm is a Message: An Analysis of Hashtag Discourse on Agenda X*. BAİBÜİLEF-İG 2026: 3. Uluslararası İletişim Günleri Sempozyumu, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu, Türkiye.

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, e-posta : deniz.ozer@omu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2539-1939

Giriş

Sosyal medya platformları, günümüzde bireylerin gündemle kurduğu ilişkinin biçimlendiği başlıca mecralar hâline gelmiştir. X (Twitter), kullanıcıların anlık paylaşımlar üzerinden kamusal tartışmalara katıldığı, gündem başlıklarının saniyeler içinde milyonlarca kullanıcıya ulaştığı bir platform olarak dijital kamusal alanın merkezi bileşenlerinden biri konumundadır. Ancak bu platformda görünür olan içerik, kullanıcı etkileşiminin doğal bir sonucu olmasıyla birlikte platformun arka planında işleyen algoritmik sistemlerin bir ürünü olduğu düşündürücüdür. Algoritmanın; hız, etkileşim türü, kullanıcı ağı ve duygusal yoğunluk gibi çok sayıda değişkeni değerlendirerek hangi içeriğin gündemde görünür kılınacağını belirlediği tartışılmaktadır.

Bu çalışmanın çıkış noktası, Marshall McLuhan'ın 1964 tarihli Medyayı Anlamak (Understanding Media) adlı çalışmasında ortaya koyduğu araç mesajdır (the medium is the message) tezidir. McLuhan'a göre bir iletişim aracının toplumsal etkisi, taşıdığı içerikten çok, kendi biçimsel özelliklerinden kaynaklanmaktadır; aracın kendisi, insan algısını ve toplumsal ilişkileri yeniden şekillendiren asıl mesajdır. Bu çalışma, söz konusu tezi güncel bir teknik katmana, algoritmaya taşıyarak yeniden değerlendirmektedir. Algoritmanın, yalnızca mesajın iletilmesini sağlayan tarafsız bir kanal olmadığı; hangi mesajın görünür olacağını, ne kadar süre görünür kalacağını ve hangi tonda dolaşıma gireceğini belirleyen aktif bir rolü olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda çalışmanın temel iddiası, dijital çağda "araç mesajdır" önermesinin yerini "algoritma mesajdır" önermesine bıraktığıdır.

Bu çerçevede araştırma, X'in Türkiye gündem listesinde 24 saat boyunca saatlik periyotlarla yer alan hashtag ve başlıkları içerik analizi yöntemiyle incelemekte; söylemsel yapı, içerik teması ve zamansal görünürlük süresi gibi boyutlar üzerinden algoritmanın gündemi nasıl şekillendirebileceğini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Kavramsal Çerçeve

Algoritmik İletişim Düzeni

Algoritmik iletişim, dijital çağın toplumsal ve kurumsal yapılarında köklü dönüşümlere yol açan bir olgu olarak değerlendirilmektedir. Napoli'nin (2014) kuramsal çerçevesi algoritmik medya üretimi ve tüketiminin kurumsal boyutlarına odaklanmaktadır. Napoli'ye göre algoritmaların medya üretim süreçlerine entegrasyonu; içerik seçimi, dağıtım ve tüketiminde yeni kurumsal normlar yaratmakta; bu da geleneksel medya kurumlarının işleyişini kökten değiştirmektedir. Algoritmaların belirleyici olduğu bu ortamda medya kuruluşları içeriklerini platform mantığına uygun şekilde optimize etmeye çalışırken; editöryal özerklik ile ekonomik sürdürülebilirlik arasında sürekli bir müzakere yürütmektedir (Peterson-salahuddin ve Diakopoulos, 2020).

Bu kurumsal dönüşümün somut yansımaları, algoritmik küratörlük sistemlerini konu alan denetim çalışmalarında görülebilmektedir. Bandy ve Diakopoulos'un (2020) Apple News üzerine yaptıkları çalışmada, insan editörler tarafından küratörlüğü yapılan "Top Stories" bölümünün, algoritmik olarak küratörlüğü yapılan "Trending Stories" bölümüne kıyasla kaynak çeşitliliği ve dengelilik açısından daha başarılı olduğu; algoritmik küratörlüğün ise ünlü ve eğlence odaklı "yumuşak haberlere" görece daha fazla ağırlık verdiği tespit edilmiştir. Yazarların Twitter zaman akışları üzerine yaptıkları takip çalışmasında ise (Bandy & Diakopoulos, 2021) algoritmanın gündem üzerindeki etkisinin tek başına belirleyici olmadığı, bunun yerine kullanıcı davranışı ve platform tasarımı gibi daha geniş bir sistemin destekleyici bir bileşeni olarak işlediği; buna karşın içerik türü tercihlerinde ölçülebilir küçük sapmalar yarattığı gösterilmiştir.

Sawicka'nın (2019) Polonya örneği üzerinden yaptığı analizde sosyal medyanın medyalılaştırıcı etkisiyle birlikte bilgiye erişimin neredeyse sınırsız hale geldiği; ancak algoritmalar tarafından seçilen içeriklerle kullanıcıların yalnızca kendilerine sunulan vizyonla sınırlı kaldığı vurgulanmaktadır. Bu durum kullanıcıların kendi gerçekliklerini doğrulama imkanının ortadan kalkmasına yol açmakta; sosyal düzenin algılanışı üzerinde derin etkiler yaratmaktadır.

Sonuç olarak sosyal medya kullanıcıları birbirinden izole olmuş gruplara ayrılmakta; rasyonel politik tartışma imkânı zayıflamaktadır.

Algoritmaların bu "destekleyici fakat yönlendirici" konumu, iletişim süreçlerine entegrasyonu, bireylerin ve toplulukların bilgiye erişiminden kamusal tartışmaların biçimlenmesine kadar geniş bir etki alanı yaratmaktadır. Bu bağlamda Marshall McLuhan'ın "global köy" kavramsallaştırması ve "araç mesajdır" (the medium is the message) aforizması, algoritmik iletişimin toplumsal sonuçlarını anlamak için önemli bir teorik çerçeve sunmaktadır. McLuhan'ın öngörülleri, günümüzün algoritmik medya ortamlarında yeniden yorumlanmaya açıktır; zira dijitalleşme ile iletişim ortamları küresel ölçekte birleşerek yeni ayrışma ve kutuplaşma biçimlerini de doğurmaktadır (Bastos, 2021).

Algoritmik iletişimin yükselişiyle birlikte, medya ve iletişim teorisinde disiplinlerarası bir yaklaşım gerekliliği ortaya çıkmıştır. Özellikle algoritmaların toplumsal düzenin inşasındaki rolü medya teorisinin ontolojik ve epistemolojik sınırlarını zorlamaktadır (Rossiter, 2017). Algoritmik yönetim ve medya üretimi süreçleri bireylerin gerçeklik algısını şekillendiren yeni güç ilişkileri yaratmakta; bu da McLuhan'ın "araç mesajdır" tezinin dijital çağda nasıl yeniden anlamlandırılabilirliğine dair önemli soruları gündeme getirmektedir (Martin, 2014). McLuhan'ın teknolojik determinizm eleştirisiyle birlikte algoritmik iletişimin toplumsal etkileri üzerine yapılan güncel çalışmalar medya ortamlarının bilgi akışını sağlarken toplumsal kimliklerin ve öznelliklerin oluşumunu da belirlediğini göstermektedir (Pronzato, 2025). Bu bağlamda bu çalışmada sosyal medya platformlarında öne çıkan konuların algoritmalar tarafından mı yoksa toplumda konuşulan ve ilgi gören konular üzerinden mi gündem olduğu tartışılmaktadır.

Mc Luhan ve Araç Mesajdır

McLuhan'a göre bir iletişim aracının kendisi, ilettiği içerikten bağımsız olarak toplumsal yapıyı, insan algısını ve kültürel dinamikleri dönüştürme gücüne sahiptir. Bu yaklaşım teknolojik araçların bilgi taşıyan pasif kanallar olmadığını; toplumsal ilişkileri, düşünce biçimlerini ve hatta bireysel kimlikleri şekillendiren aktif aktörler olduğunu ileri sürmektedir. Buradan hareketle dijitalleşmenin ve özellikle algoritmaların yükselişiyle birlikte algoritmaların toplumsal yaşam üzerindeki etkileri onların da birer "araç" olarak mesaj üretip üretmediği sorusunu akla getirmektedir.

McLuhan'ın yaklaşımının algoritmalar bağlamında yeniden ele alınması medya ekolojisi, dijital platformlar, veri madenciliği, gözetim kapitalizmi ve toplumsal etkileşim gibi çok katmanlı alanları içeren disiplinlerarası bir incelemeyi gerektirmektedir. Özellikle sosyal medya platformları, dijital haber mecraları ve algoritmik içerik öneri sistemleri gibi yeni medya ortamlarında aracın kendisinin toplumsal sonuçları nasıl şekillendirdiği sorusu önem kazanmaktadır. Bu bağlamda algoritmaların yalnızca teknik araçlar mı olduğu yoksa toplumsal gerçekliği dönüştüren mesajlar mı taşıdığı sorusu ön plana çıkmaktadır.

Gillespie (2014), arama motorları, öneri sistemleri ve sosyal medya platformlarına gömülü algoritmaların, hangi bilginin "en ilgili" sayılacağını belirlemede giderek daha kritik bir rol oynadığını belirtmektedir. Gillespie'ye göre algoritmalar tarafsız hesaplama araçları değildir; belirli bir "hesaplanmış kamu" (calculated publics) üretirler ve bu üretim sürecinde hangi içeriğin öne çıkacağına dair örtük tercihler içerirler. Bu bakış açısı, McLuhan'ın aracın biçiminin kendisinin bir mesaj taşıdığı iddiasının algoritmik ortamda da geçerliliğini sürdürdüğünü gösterebilmektedir: Artık "araç" yalnızca platformun kendisi değildir; o platformun işleyişini belirleyen algoritmik mantıktır.

Gillespie'nin (2012) Twitter Trends listesi ve #occupywallstreet etiketinin görünmezliğine ilişkin tartışmayı konu alan analizi, bu kuramsal çerçevenin somut bir örneğini oluşturmaktadır. Bir konunun "trend" olarak listelenip listelenmeyeceğinin yalnızca ham paylaşım hacmine değil; paylaşım hızındaki ani artışa, kullanıcı ağının çeşitliliğine ve konunun yeniliğine bağlı karmaşık bir hesaplama dayandığını göstermektedir. Bu örnek, gündem listesinin kullanıcı ilgisinin şeffaf bir yansıması olmadığını; aksine algoritmanın kendi işleyiş mantığı üzerinden ürettiği bir "biçimsel mesaj" olduğunu ortaya koymaktadır.

Her platformun sunduğu teknik olanaklar kullanıcıların iletişim biçimlerini ve toplumsal etkileşimlerini belirlemekte (Pyzdek, 2015), fakat bu belirleyicilik artık yalnızca platformun biçimsel özelliklerinden değil, o platformu yöneten algoritmik mantıktan kaynaklanmaktadır. Bu çalışma çerçevesinde, McLuhan döneminin kavramsal bileşenleri ile sosyal medya çağının algoritmik bileşenleri arasında aşağıdaki gibi bir karşılaştırma yapılmaktadır:

Tablo 1. McLuhan Dönemi ile Sosyal Medya Çağının Karşılaştırılması

McLuhan Dönemi	Sosyal Medya Çağı
Araç mesajdır	Algoritma mesajdır
Medya gündemi belirler	Akış gündemi belirler
Manşet görünürlük üretir	Trend listesi görünürlük üretir
Medya içerik taşır	Algoritma içerik dolaşımını yönetir
Editör seçer	Algoritma seçer

Bu karşılaştırma, çalışmanın temel tartışma sorusunu netleştirmektedir: Bir gün içinde hashtag değişimi yalnızca kullanıcı tercihlerinin bir sonucu mudur, yoksa platform algoritmasının görünürlük müdahalesinin bir sonucu mudur? Bu soruya yanıt aramak için araştırma, gündem başlıklarının gün içindeki ritmini, kalıcılık sürelerini ve tematik dağılımını sistematik biçimde incelemektedir.

X Algoritmaları ile Gündem Belirleme

X sosyal medya platformunun gündem ve içerik görünürlüğünün büyük ölçüde etkileşimi yüksek içerikleri önceliklendiren ve kullanıcı akışlarını kişiselleştiren öneri algoritmaları tarafından belirlendiği üzerine iddialar tartışılmaktadır. Yapılan araştırmalar da bu algoritmaların kamu oyundaki tartışmaları aktif olarak şekillendirdiğini göstermektedir. X algoritmasının kullanıcıları için sunduğu yapay zekâ destekli önerilere dayanan ‘sizin için’ akışı bu şekillendirme süreçlerinden biridir (Bernstein vd. 2023, s.1).

X’in (Twitter) gündem belirleme gücü, yalnızca ham paylaşım hacmine değil; algoritmik zaman akışı düzenlemelerine de bağlıdır. Gillespie’nin (2012) de gösterdiği gibi, bir hashtag’in Trend listesine girip girmeyeceği, X’in yalnızca genel hatlarıyla açıkladığı; terimin yükseliş hızı, daha önce trend olup olmadığı ve kullanıcı kümeleri arasında nasıl yayıldığı gibi ölçütlere dayanmaktadır. Ancak bu ölçütlerin nasıl hesaplandığı, nasıl ağırlıklandırıldığı ve hangi ek kriterlerle desteklendiği açıklanmamaktadır. Bu bilinmezlik, kullanıcıların belirli bir konunun neden gündeme taşındığını tam olarak anlayamamasına ve algoritmanın tarafsızlığına ilişkin sansür, ticari çıkar veya siyasal yönlendirme gibi kuşkuların sürekli yeniden üretilmesine zemin hazırlamaktadır.

X algoritmalarının gündem belirleme üzerindeki etkisi çok katmanlı görülmektedir. Algoritmik kürasyonun kaynak ve konu çeşitliliğini şekillendirmesi (Bandy & Diakopoulos, 2021), trend topic mekanizmasının hangi konuların öne çıkacağını belirlemesi (Biricik, 2022; Karadağ & Karaaslan, 2022; Kobak, 2022), hashtag aktivizminin toplumsal tartışmaları yönlendirmesi (Kobak, 2022), siyasal aktörlerin mesajlarının yayılımını hızlandırması (Tosun, 2020) gibi dinamikler bu sürecin temel bileşenleri olarak tartışılmaktadır. Ayrıca geleneksel medya ile yeni medya arasındaki etkileşimin devam ettiği; çerçeveleme süreçlerinin dijital ortamda yeniden tanımlandığı görülmektedir (Yaşın vd, 2021; Güran vd, 2023).

Ritchie’nin (2015) çalışmasında vurgulandığı gibi sosyal medya platformlarının algoritmaları kullanıcıya neyin “görünür” ya da “görünmez”, “yeni” ya da “önemsiz” olduğunu dikte ederek dijital küratörlük işlevi görmektedir. Bu algoritmik filtreleme süreçleri kullanıcıların maruz kaldığı bilgi evrenini daraltmakta ve böylece kamusal ve politik alanlarda önemli sonuçlar doğurmaktadır. Ritchie’nin analizine göre algoritmaların bu seçici işlevi toplumsal tartışmaların yönünü ve kapsamını belirlemede kritik bir rol üstlenmektedir.

Algoritmik sistemlerin toplumsal etkileri özellikle siyasi kutuplaşma ve aşırı içeriklerin yayılımı bağlamında önemli tartışmalara yol açmaktadır. Whittake vd'nin çalışmasında (2021) öneri sistemlerinin aşırı uçtaki içerikleri nasıl güçlendirdiği incelenmiştir. Özellikle YouTube'un öneri algoritmasının aşırı ve marjinal içerikleri öne çıkarma eğiliminde olduğu; Reddit ve Gab gibi platformlarda ise bu etkinin daha sınırlı olduğu ortaya konmuştur. Araştırmacılar mevcut politika araçlarının şeffaflık üzerine odaklandığını ancak "yasal sınırda" olan içeriğin görünür hale getirme zorluklarını yeterince kavrayamadığını belirtmektedir. Bu durum algoritmik gündemin içerik seçimiyle sınırlı kalmadığını; toplumsal kutuplaşma ve radikalleşme süreçlerinde de belirleyici olduğunu göstermektedir. Bu nedenle, bazı araştırmacılar algoritmaları "yeni nesil kapı bekçileri" (gatekeepers) olarak tanımlamaktadır (Napoli, 2014; van Dalen, 2023). Algoritmik kapı bekçiliği, içeriklerin görünürlüğünü belirlerken kullanıcı davranışları, etkileşim oranları ve ağ yapıları gibi faktörleri dikkate almaktadır (van Dalen, 2023, s.3). Dijital kamusal alan kavramı da bu tartışmaların merkezinde yer almaktadır. Jürgen Habermas (1989) tarafından geliştirilen kamusal alan teorisi, bireylerin ortak meseleleri tartıştığı özgür bir iletişim alanını tanımlamaktadır. Ancak sosyal medya platformlarının yükselişiyle birlikte bu alanın yapısı dönüşüme uğramıştır. Zeynep Tufekci (2015), dijital platformların kamusal tartışmayı genişletmekle birlikte, algoritmik sıralama ve filtreleme süreçleri nedeniyle görünürlük eşitsizlikleri yarattığını belirtmektedir. Hashtag'ler, bu dijital kamusal alanın önemli yapı taşlarından biridir. Hashtag kullanımı, kullanıcıların belirli konular etrafında içerik üretmesini ve bu içeriklerin ağ içinde kümelenmesini sağlamaktadır. Bruns ve Burgess (2015), hashtag'leri "ad hoc kamusal alanlar" olarak tanımlamakta ve bu yapıların kolektif söylem üretiminde kritik rol oynadığını vurgulamaktadır. Ancak hashtag'lerin görünürlüğü, büyük ölçüde algoritmik sıralama mekanizmalarına bağlıdır. Bu durum, hangi hashtag'in "gündem" haline geleceğinin yalnızca kullanıcı katılımıyla değil, algoritmik önceliklendirme süreçleriyle de belirlendiğini göstermektedir.

Araştırmanın Çerçevesi

Araştırma Deseni

Araştırma, nitel içerik analizi yaklaşımını temel almakta ve betimleyici bir yaklaşımla yürütülmektedir. Amaç, X gündem listesinde yer alan başlıkların hangi temalar, söylemsel yapılar ve zamansal örüntüler üzerinden şekillendiğini sistematik biçimde ortaya koymaktır.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın temel amacı, X gündem listesinin kullanıcı ilgisini pasif biçimde mi yansıttığını, yoksa platform algoritmasının aktif bir görünürlük müdahalesiyle mi şekillendirildiğini anlamaya çalışmaktır. Bu doğrultuda çalışma; bir başlığın gündemde ne kadar süre kaldığını, hangi içerik temalarının öne çıktığını, gün içinde nasıl bir zamansal ritim izlendiğini ve bu örüntülerin rastlantısal mı yoksa sistematik mi olduğunu sınamayı hedeflemektedir.

Çalışmanın kuramsal önemi, McLuhan'ın 1964 tarihli "araç mesajdır" tezini güncel bir teknik katmana, algoritmaya taşıyarak klasik medya kuramının dijital çağda nasıl yeniden yorumlanabileceğine somut bir örnek sunmasından kaynaklanmaktadır. Ampirik açıdan ise literatürde algoritmik kürasyonun etkisini uzun süreli ve saatlik çözünürlükte, sistematik gözlemlerle inceleyen çalışmaların sınırlı sayıda olması, bu çalışmayı özgün kılmaktadır. Toplumsal açıdan ise gündem listelerinin milyonlarca kullanıcının "o an ne önemli" algısını şekillendirdiği düşünüldüğünde; algoritmanın içeriği hacminin üzerinde öne çıkarması gibi bulgular, dijital kamusal alanın nötr olmadığına işaret etmekte ve medya okuryazarlığı ile platform şeffaflığı tartışmalarına veri sağlamaktadır.

Çalışmanın konusu bağlamında bu araştırma ile aşağıdaki sorulara yanıt aramaktadır:

- 1- X gündem listesindeki başlıkların içerik temaları ve söylemsel yapıları nasıl dağılmaktadır?
- 2- Gündem başlıklarının görünürlük süresi (kalıcılık) gün içinde nasıl bir örüntü göstermektedir?

- 3-Gündem içeriği gün içinde zamansal bir ritim izlemekte midir; öyleyse bu ritmi hangi faktörler şekillendirmektedir?
- 4- İçerik teması ile ortalama sıralama konumu (görünürlük gücü) arasında hacimden bağımsız bir ilişki var mıdır?
- 5- Başlığın söylemsel biçimi (kişi adı, cümle, resmî hashtag vb.) ile algoritmik görünürlüğü (sıralama, kalıcılık) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki var mıdır?

Veri Toplama Süreci

Veriler, 2 Mayıs 2026 tarihinde Türkiye X gündem sayfasında listelenen ilk 30 başlığın, 24 saatlik bir zaman dilimi boyunca her saat başı manuel olarak kaydedilmesiyle elde edilmiştir. Bu süreç sonunda 24 saat × 30 başlık olmak üzere toplam 720 gözlem kaydı oluşturulmuş; kayıtlar arasında 174 benzersiz hashtag/başlık tespit edilmiştir. Her kayıt için şu değişkenler kodlanmıştır: (1) gözlem saati, (2) gündemdeki sıra numarası, (3) hashtag/başlık, (4) söylemsel yapı türü (kişi adı, cümle, şarkı adı, ülke adı vb.) ve (5) içerik teması (spor, siyaset, savaş, müzik, dizi vb.).

Analiz Araçları ve Yazılımlar

Veri işleme ve analiz süreci, tekrarlanabilirlik ve denetlenebilirlik ilkeleri gözetilerek tamamen kod tabanlı araçlarla yürütülmüştür. Tablo 2, kullanılan yazılım/kütüphaneleri ve bunların hangi analiz aşamasında kullanıldığını özetlemektedir.

Tablo 2. Analiz Sürecinde Kullanılan Yazılım ve Kütüphaneler

Analiz Aşaması	Kullanılan Araç / Kütüphane
Ham verinin (.xlsx) okunması ve saat bloklarına ayrıştırılması	Python — openpyxl
Veri temizleme ve normalizasyon (yazım/harf/işaret farklılıkları)	Python (yerleşik veri yapıları, regex)
Betimsel istatistikler (frekans, yüzde, ortalama)	Python — collections.Counter, statistics
Ki-kare bağımsızlık testi ve Cramér V	Python — SciPy (scipy.stats.chi2_contingency)
Korelasyon analizi (Pearson, Spearman)	Python — SciPy (scipy.stats.pearsonr, spearmanr)
Grup karşılaştırması (Mann-Whitney U)	Python — SciPy (scipy.stats.mannwhitneyu)
Eş-görünüm ağı, merkezilik ve topluluk tespiti	Python — NetworkX
Görselleştirmeler (ısı haritası, yaşam eğrisi, ağ diyagramı)	Python — Matplotlib

Geçerlik ve Güvenirlik

Çalışmanın iç geçerliği, kodlama şemasının veri setinde doğrudan yer alan değişkenlere (saat, sıra, hashtag, yapı, tema) dayandırılması ve makro kategori sınıflamasının açık, tekrarlanabilir kurallarla (anahtar kelime eşleştirmesi) tanımlanmış olmasıyla desteklenmektedir. Dış geçerlik (genellenebilirlik) bakımından çalışma, tek bir 24 saatlik gözlem dilimiyle sınırlıdır. Güvenirlik açısından, analiz kodlarının ve hesaplama adımlarının tamamı komut dosyaları hâlinde saklanmakta olup, aynı ham veri üzerinde yeniden çalıştırıldığında aynı sonuçları üretecek biçimde tasarlanmıştır; bu da çalışmanın hesaplama güvenirliliğini (computational reliability) güvence altına almaktadır.

Sınırlılıklar

Çalışma tek bir 24 saatlik gözlem dilimiyle sınırlıdır; bu nedenle bulgular, gözlem gününe özgü gündem olaylarından (ör. 1 Mayıs Emek ve Dayanışma Günü, o akşam oynanan futbol karşılaşmaları) etkilenmiş olabilir ve genellenebilirliği sınırlıdır. Ayrıca platformun etkileşim sayıları (beğeni, paylaşım, gösterim) araştırmacı tarafından erişilebilir olmadığından, algoritmanın karar mekanizması dolaylı olarak, yalnızca gündem listesindeki sıralama ve kalıcılık örüntüleri üzerinden çıkarılmaktadır.

Bulgular

Tematik Dağılım

720 kayıt üzerinden yapılan makro kategori analizi, gündemin en yoğun biçimde spor ve popüler kültür içerikleri etrafında şekillendiğini göstermektedir. Tablo 3, makro kategorilerin toplam dağılımını sunmaktadır.

Tablo 3. İçerik Temalarının Makro Kategorilere Göre Dağılımı (N=720)

Makro Kategori	Kayıt Sayısı	Oran (%)
Spor	181	25,1
Eğlence / Popüler Kültür	154	21,4
Politika	97	13,5
Diğer / İçerik Değişken	80	11,1
Savaş / Güvenlik Krizi	79	11,0
Haber / Gündem	44	6,1
Gündelik / Sosyal Ritüel	39	5,4
Ölüm / Yas	24	3,3
Hukuk	10	1,4
Reklam / Tanıtım	7	1,0
Anlamsız / Bot İçerik	5	0,7

Spor (%25,1) ve eğlence/popüler kültür (%21,4) kategorileri toplamda gündemin yaklaşık yarısını oluşturmaktadır. Bununla birlikte savaş/güvenlik krizi (%11,0) ve ölüm/yas (%3,3) kategorilerinin toplamı, gündemin yaklaşık %14,3'ünü kriz veya olumsuz duygusal tonlu içeriklere ayırmaktadır; bu oran, söz konusu içeriklerin ortalama sıralama konumu dikkate alındığında hacminden daha büyük bir görünürlük etkisi yaratmaktadır.

Söylemsel Yapı Dağılımı

Başlıkların söylemsel biçimleri incelendiğinde, gündemin ağırlıklı olarak kişi adları etrafında kurulduğu görülmektedir. 720 kaydın %36,8'i (n=265) bir kişi adından oluşmakta; bunu cümle biçimindeki başlıklar (%10,0; ör. "Gazze'yi Gör", "Filistin Çalınıyor") ve tek kelimelik başlıklar (%7,2; ör. "Beğenen/Beğenmeyin") izlemektedir. Şarkı adları (%5,3), ülke adları (%4,3) ve kampanya adları (%2,8) diğer belirgin yapısal kategorilerdir. Kişi merkezli söylemin baskınlığı, X gündeminin büyük ölçüde kişiselleştirilmiş bir kamuoyu tartışması etrafında kurulduğuna, sivil ya da kurumsal aktörlerden çok bireylerin (sporcular, sanatçılar, siyasetçiler, kamuoyu figürleri) gündem yaratıcı unsur olarak öne çıktığına işaret etmektedir.

Görünürlük Süresi (Kalıcılık) Dağılımı

174 benzersiz başlığın gün içinde kaç farklı saatte gündemde kaldığı incelendiğinde, görünürlük sürelerinin oldukça eşitsiz dağıldığı görülmektedir. Hiçbir başlık 24 saatin tamamında listede kalmamıştır; en uzun kalıcılık süresi 18 saat ile sınırlı kalmıştır. Tablo 4, kalıcılık sürelerine göre üç düzeyli bir sınıflandırma sunmaktadır.

Tablo 4. Hashtag/Başlıkların Görünürlük Süresine Göre Dağılımı (N=174 benzersiz başlık)

Görünürlük Süresi Düzeyi	Kriter	Hashtag Sayısı	Oran (%)
Kısa süreli / ani	1-2 saat	90	51,7
Orta düzey	3-8 saat	59	33,9
Yüksek görünürlük	9 saat ve üzeri	25	14,4

Başlıkların yarısından fazlası (%51,7) yalnızca bir veya iki saat gündemde kalarak hızla kaybolmuştur; bu durum algoritmik dolaşımın önemli bir bölümünün ani yükseliş-düşüş örüntüsüyle işlediğini gösterebilmektedir. Buna karşın küçük bir çekirdek grup (%14,4) dokuz saat ve üzerinde kalıcılık göstererek gündemin istikrarlı kısmını oluşturmuştur. Tablo 5'te en uzun süre görünür kalan on başlık, ortalama sıralama konumlarıyla birlikte listelenmektedir.

Tablo 5. En Uzun Süre Gündemde Kalan On Başlık

Hashtag / Başlık	Görünür Kaldığı Saat	Ortalama Sıra	İçerik Teması
ErosMacTv	18	11,9	İçerik üretici
Filistin Çalınıyor	18	11,1	Savaş
Fatih Altaylı	18	11,4	Tv programı
Merit Casino'da	18	14,9	Oyun
Gazze'yi Gör	17	6,9	Savaş
Djalo	17	12,8	Spor
Somali	17	12,2	Politika
#Dont_Let_Go_Of_SevEN	16	3,8	Müzik
#Financial_Boycott_BELIFT_HYBE	16	3,9	Müzik
#1Mayıs	14	1,1	Politika gündemi

Bu tabloda dikkat çeken bulgu, #1Mayıs başlığının yalnızca 14 saat görünür kalmasına rağmen bu süre boyunca neredeyse kesintisiz biçimde 1. sırada yer almasıdır (ortalama sıra: 1,1); bu durum bir zamansal odaklanmaya işaret etmektedir. Benzer biçimde "Gazze'yi Gör" başlığı da (ortalama sıra: 6,9) uzun süre görünür kalmakla birlikte sürekli üst sıralarda konumlanarak yüksek algoritmik önceliklendirmeye örnek oluşturmaktadır.

Saatlik Ritim ve Zamansal Değişim

Gündem başlıklarının saatlik dağılımı incelendiğinde, günün üç belirgin evreye ayrıldığı görülmektedir. Gece ve erken sabah saatlerinde (00.00–02.00) eğlence/popüler kültür içerikleri (dizi, müzik) baskındır; bu saatlerde "#TaşacakBuDeniz" adlı dizi başlığı üç saat boyunca 1. sırada yer almıştır. Sabahtan öğleden sonraya kadar olan geniş bir dilimde (04.00–17.00) siyasal/gündem içeriği baskın hâle gelmekte, özellikle 1 Mayıs Emek ve Dayanışma Günü'ne ilişkin #1Mayıs başlığı bu on dört saatlik dilimde kesintisiz biçimde 1. sırada kalmaktadır. Akşam saatlerinden itibaren (18.00–23.00) ise tablo tamamen değişmekte, canlı futbol karşılaşmalarına bağlı spor içerikleri ("Amedspor", "#SAMvGS") gündemin neredeyse tamamını devralmakta; bu saat diliminde savaş/güvenlik temalı içerik tamamen gündemden düşmektedir.

Bu örüntü, gündemin sabit bir kullanıcı ilgisini değil, gün içindeki gerçek zamanlı olaylara (resmi gün, canlı maç yayını, gece yayın akışı) duyarlı, dinamik biçimde yeniden düzenlenen bir algoritmik yapıyı yansıttığını gösterebilmektedir. Nitekim akşam saatlerinde spor içeriğinin siyasal ve kriz içeriklerini listeden neredeyse tamamen silmesi, gündemin tek bir baskın etkinlik etrafında yeniden düzenlendiğini gösterebilmektedir.

Ani Yükselen ve Kısa Süreli Başlıklar

Yalnızca bir veya iki saat görünür kalmasına rağmen ilk on sıraya kadar yükselebilen başlıklar, algoritmanın "ani hızlandırma" işlevine örnek oluşturmaktadır. Bu başlıklar arasında bir futbol kulübü yöneticisinin istifa talebine ilişkin "OkanBurukİstifa" (2. sıra), bir kamu kurumuna ilişkin "İstanbul Valiliği" (2. sıra) ve emeklilik gündemine ilişkin "Emekli" (1. sıra) başlıkları yer almaktadır. Bu tür başlıkların ortak özelliği, kısa süreli fakat muhtemelen belirli bir olay ya da açıklamaya tepki niteliğinde yoğun bir etkileşim patlamasıyla listenin üst sıralarına taşınmış, ardından hızla görünürlüğü yitirmiş olmalarıdır.

Bot/Anlamsız İçerik Belirtileri

Veri setinde "anlamsız kelime" olarak kodlanan "BolluKollu" / "Remphan BolluSollu" başlığı, farklı saatlerde (16.00, 21.00, 22.00) benzer sıralama aralıklarında (7., 11., 18. sıra) tekrar tekrar gündeme girmiştir. Anlamı bir gündem olayına karşılık gelmeyen bu tür başlıkların düzenli aralıklarla listeye girip çıkması, olası bir yapay/otomatik etkileşim (bot) dolaşımına işaret edebilmektedir.

"BolluKollu" örüntüsü için formel bir istatistiksel anomali testi, gözlem sayısının azlığı (yalnızca 3 görünüm) nedeniyle güvenilir biçimde uygulanamamaktadır. Bununla birlikte, bu başlığın anlamlı bir gündem olayına karşılık gelmeksizin görece dar bir sıra aralığında (7.–18. sıra) tekrar tekrar listeye girip çıkması, tesadüfi bir dağılımdan sapma olasılığını düşündürmektedir. Bu çıkarımın daha güçlü bir istatistiksel temele oturtulabilmesi için, tek günlük gözlemin ötesinde çoklu gün verisi ve mümkünse ham etkileşim sayılarına erişim gerekmektedir; bu nedenle mevcut bulgu kesin bir sonuç ortaya koymamaktadır.

Görünürlük Gücü: Hacim ile Sıra Arasındaki İlişki

Kategorilerin toplam kayıt sayısı (hacim) ile bu kategorilerin ortalama sıralama konumu (görünürlük gücü) birlikte değerlendirildiğinde önemli bir asimetri ortaya çıkmaktadır. Tablo 6, kategorileri ortalama sıraya göre (düşük değer daha yüksek görünürlüğü ifade eder) sıralamaktadır.

Tablo 6. Makro Kategorilere Göre Hacim ve Ortalama Sıralama Konumu Karşılaştırması

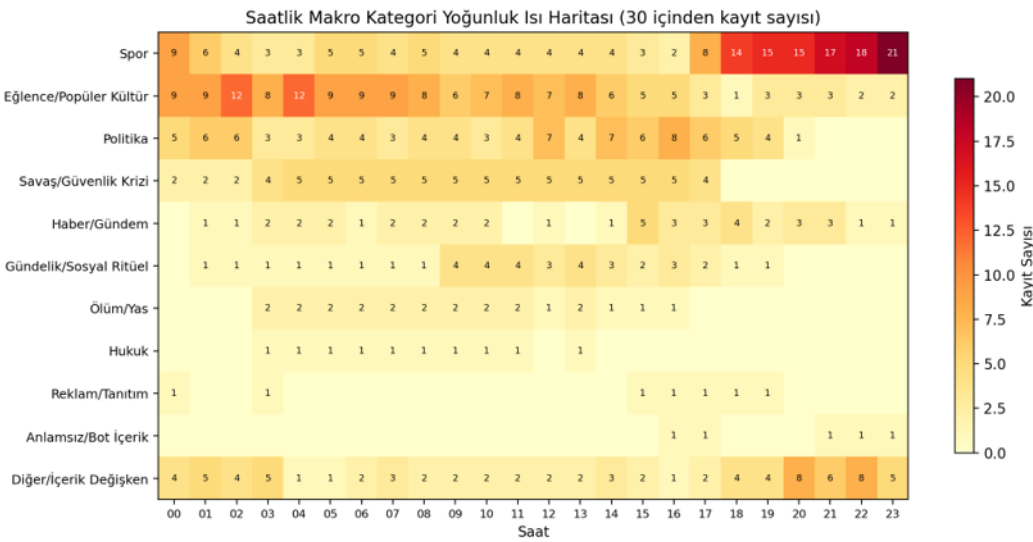
Makro Kategori	Hacim (n)	Hacim Sırası	Ortalama Sıra
Gündelik / Sosyal Ritüel	39	7	13,21
Savaş / Güvenlik Krizi	79	5	13,41
Eğlence / Popüler Kültür	154	2	14,14

Makro Kategori	Hacim (n)	Hacim Sırası	Ortalama Sıra
Politika	97	3	15,51
Spor	181	1	16,36
Haber / Gündem	44	6	17,25
Ölüm / Yas	24	8	20,21

Tabloda görüldüğü üzere, hacim bakımından en büyük kategori olan Spor (n=181, %25,1) ortalama sıralamada (16,36) diğer birçok kategoriden daha geride kalmaktadır; bu, spor içeriğinin gündemde çok sayıda fakat görece dağınık biçimde yer aldığını göstermektedir. Buna karşın savaş/güvenlik krizi kategorisi, hacim bakımından beşinci sırada yer almasına rağmen (n=79, %11,0) ortalama sıralama bakımından ikinci en görünür kategori konumundadır (13,41). Bu bulgu, kriz ve rekabet odaklı içeriklerin algoritma tarafından öne çıkarıldığı yönünde açıklanabilir.

Saatlik Isı Haritası: Tema Yoğunluğunun Gün İçindeki Dağılımı

Saatlik makro kategori dağılımının bir ısı haritası üzerinden görselleştirilmesi, üç evreli değişimi (gece: eğlence, gündüz: siyaset, akşam: spor) görsel olarak da doğrulamaktadır. Şekil 1'de koyu tonlar yüksek yoğunluğu, açık tonlar düşük yoğunluğu temsil etmektedir.



Şekil 1. Saatlik Makro Kategori Yoğunluk Isı Haritası

Sıra Volatilitesi (İstikrar-Dalgalanma) Analizi

Her başlığın ardışık saatler arasındaki mutlak sıra değişiminin ortalaması alınarak bir "dalgalanma" skoru hesaplanmıştır. Düşük dalgalanma, başlığın gündemdeki konumunun istikrarlı biçimde korunduğunu; yüksek dalgalanma ise sıralamanın saatten saate belirgin biçimde dalgalandığını göstermektedir. En az dört ardışık saatlik gözlemi bulunan başlıklar arasında #1Mayıs (ortalama değişim: 0,15), #Financial_Boycott_BELIFT_HYBE (0,38), "Gazze'yi Gör" (0,40) ve #Dont_Let_Go_Of_SevEN (0,43) en istikrarlı konumlanan başlıklar olarak öne çıkmaktadır. Buna karşın "Çorum" (11,33), "Eylül 2023" (9,33) ve "Hull City" (9,00) gibi başlıklar çok yüksek volatilitte göstermiş; bu başlıkların kısa süreli ve düzensiz biçimde sıralamada yer değiştirdiği belirlenmiştir. Bu bulgu, gündemin homojen olmadığını; bir tarafta gündemde "sabitlenen" konumlar, diğer tarafta sürekli yeniden konumlandırılan geçici içerikler bulunduğunu göstermektedir.

Gündem Çeşitliliği (Shannon) İndeksi ve Saatlik Homojenleşme

Her saat diliminin tematik çeşitliliği, Shannon entropi indeksi (H) ile ölçülmüştür (11 kategori için kuramsal üst sınır: $H=3,46$). Analiz, gece ve öğleden sonra saatlerinde çeşitliliğin görece olarak yüksek seyrettiğini (ör. 03.00'te $H=3,00$, 09.00'da $H=3,00$), buna karşın akşam saatlerinden itibaren belirgin bir düşüş yaşandığını göstermektedir: 18.00'de $H=2,21$ iken 23.00'te $H=1,38$ 'e kadar gerilemektedir. Bu düşüş, akşam saatlerinde gündemin tek bir kategori (spor) etrafında giderek homojenleştiğini göstermektedir.

Giriş-Çıkış Oranı

Ardışık saatler arasında listeye yeni giren ve listeden çıkan başlıkların oranı hesaplanmış; bu oran 0 (hiç değişim yok) ile 1 (listenin tamamen yenilenmesi) arasında ölçeklenmiştir. Günü geneli için ortalama giriş-çıkış oranı 0,26 olarak hesaplanmıştır. En yüksek giriş-çıkış 02.00–03.00 saatleri arasında gözlenmiştir (0,65); bu saat diliminde gece eğlence içeriğinin yerini 1 Mayıs'a ilişkin siyasal gündemin almasıyla listenin üçte ikisi birden yenilenmiştir. En düşük giriş-çıkış ise 05.00–06.00 ve 06.00–07.00 saatlerinde (0,07) gözlenmiş, bu saatlerin gündem açısından en "durgun" dilim olduğu belirlenmiştir.

Yapı x Tema İlişkisi: Ki-Kare Testi

Başlıkların söylemsel yapı türü (Kişi, Cümle/Slogan, Kelime, Şarkı Adı, Yer/Coğrafi, Spor Etkinliği, Kampanya, Dijital Ürün, Diğer) ile içerik teması (11 makro kategori) arasındaki ilişki bir ki-kare bağımsızlık testiyle sınanmıştır. Test istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ortaya koymuştur ($\chi^2=1289,33$; $sd=80$; $p<0,001$); ilişkinin gücü Cramér V katsayısıyla orta-güçlü düzeyde bulunmuştur ($V=0,473$). Çapraz analiz "Kişi" yapısının en güçlü biçimde Spor ($n=103$) ve Ölüm/Yas ($n=24$) temalarıyla; "Cümle/Slogan" yapısının ise Savaş/Güvenlik Krizi temasıyla ($n=35$) ilişkilendiği görülmektedir. Bu bulgu, gündemde farklı söylem biçimlerinin farklı içerik türlerine ayrıldığını göstermektedir: kriz olayları büyük ölçüde tam cümle/slogan biçiminde, spor ve ölüm haberleri ise büyük ölçüde kişi adı biçiminde dolaşıma girmektedir.

İlk Görünüm Sırası ile Kalıcılık Arasındaki İlişki

Bir başlığın ilk kez gündeme girdiği andaki sıra konumu ile toplam kalıcılık süresi arasındaki ilişki Spearman sıra korelasyonu ile test edilmiştir. Sonuçlar, zayıf fakat istatistiksel olarak anlamlı negatif bir ilişki ortaya koymaktadır ($\rho=-0,292$; $p<0,001$; $n=174$): bir başlık ilk görüldüğü anda listenin üst sıralarına ne kadar yakınsa, gün boyunca o kadar uzun süre gündemde kalma eğilimindedir. Bu bulgu, algoritmanın bir içeriğin ilk andaki güçlü performansını artıran bir mekanizma gibi işlediğine dair dolaylı bir yorum ortaya çıkarabilir.

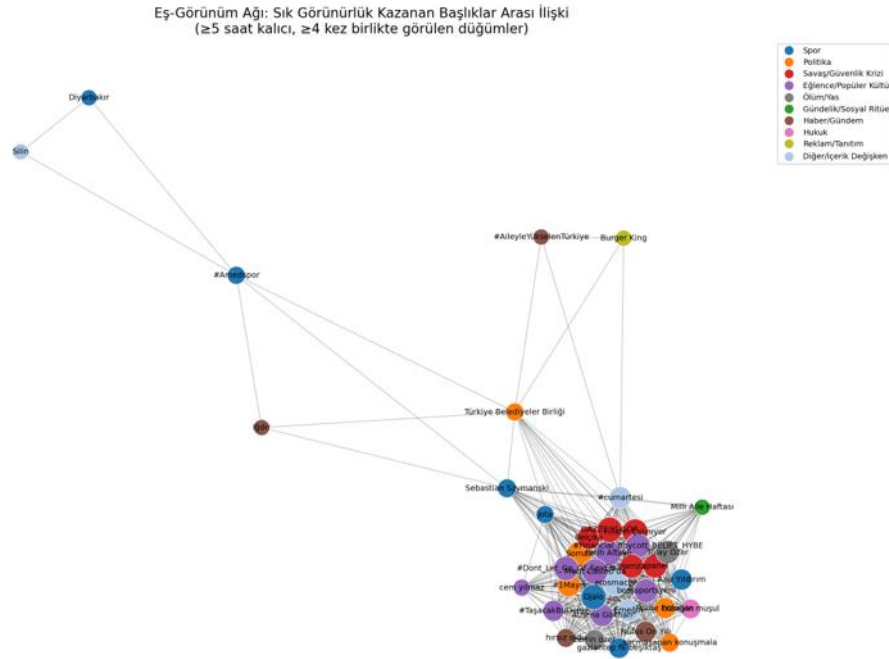
Biçimsel Özellikler: Resmi Hashtag (#) Kullanımının Görünürlüğe Etkisi

Başlıklar, biçimsel olarak "#" işareti taşıyan resmî hashtag'ler ($n=22$) ve serbest metin/kişi adı biçimindeki başlıklar ($n=152$) olmak üzere ikiye ayrılmış; iki grubun ortalama sıralama konumu Mann-Whitney U testiyle karşılaştırılmıştır. Sonuçlar bir farklılık ortaya koymaktadır: # işaretli başlıkların ortalama sırası 4,91 iken, işaretsiz başlıkların ortalama sırası 19,26'dır ($p<0,001$). Buna karşın kalıcılık süresi bakımından iki grup arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p=0,22$). Bu bulgu doğrultusunda resmî hashtag biçiminin algoritma tarafından sıralamada sistematik olarak önceliklendirildiği, ancak bunun tek başına uzun süreli kalıcılığı garanti etmediği söylenebilmektedir.

Eş-Görünüm (Co-occurrence) Ağı Analizi

174 benzersiz başlık arasında, aynı saatte birlikte listelenme durumları temel alınarak bir eş-görünüm ağı kurulmuştur (174 düğüm, 4.161 kenar). Derece merkeziliği en yüksek düğümler ErosMacTv, Merit Casino'da, Filistin Çalınıyor ve Fatih Altaylı olarak belirlenmiş; bu başlıkların yüksek kalıcılık süreleriyle (18 saat) yüksek merkezilik arasında beklenen biçimde güçlü bir örtüşme bulunmaktadır.

Ağ üzerinde uygulanan topluluk (modülerlik) tespiti, birbirinden ayrılan üç temel küme ortaya koymuştur: akşam/spor ağırlıklı bir küme, gündüz/kriz-siyaset ağırlıklı bir küme ve daha küçük, erken saatlere özgü bir küme. Şekil 2, en az beş saat kalıcılık gösteren ve en az dört kez birlikte görülen düğümler arasındaki ağı görselleştirmektedir; düğüm rengi içerik temasını, düğüm büyüklüğü kalıcılık süresini temsil etmektedir.

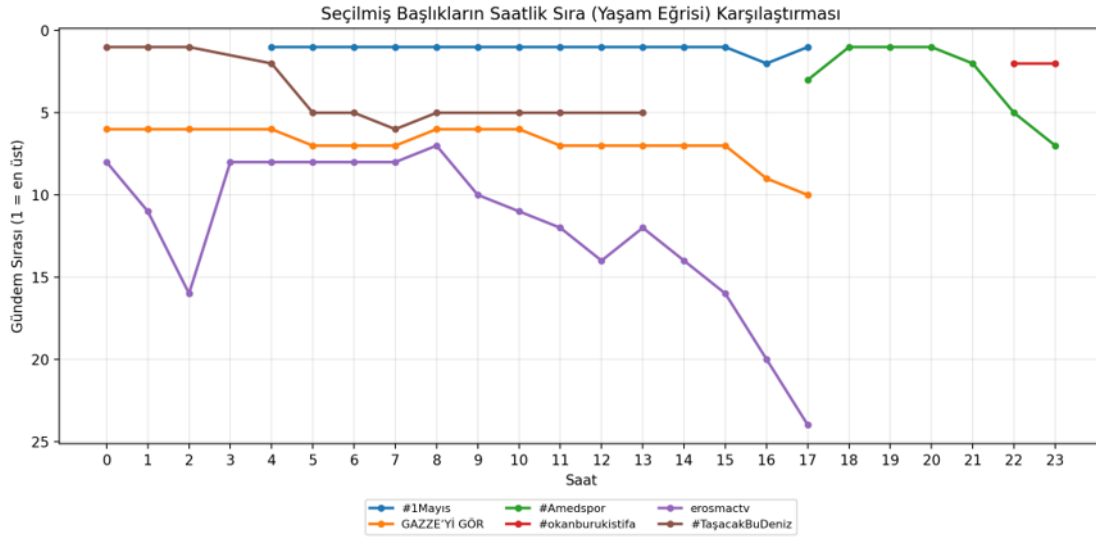


Şekil 2. Yüksek Kalıcılı Başlıklar Arası Eş-Görünüm Ağı

Ağ görselinde spor ve eğlence temalı düğümlerin (mavi/mor) ile kriz ve siyaset temalı düğümlerin (kırmızı/turuncu) görece ayrı kümelerde toplanması, gündemin zamansal olarak birbirinden kopuk "blok" hâlinde işlediğini; aynı anda hem kriz hem eğlence içeriğinin uzun süre birlikte üst sıralarda kalmasının nadir olduğunu düşündürmektedir.

Seçilmiş Başlıkların Yaşam Eğrisi Karşılaştırması

Farklı görünürlük örüntülerini somutlaştırmak amacıyla altı temsili başlığın saatlik sıra değişimi Şekil 3'te karşılaştırmalı olarak sunulmaktadır: #1Mayıs (istikrarlı/uzun süreli tepe), "Gazze'yi Gör" (uzun süreli yüksek görünürlük), "#Amedspor" (akşam saatlerinde ani giriş ve zirve), "ErosMacTv" (gün boyu orta-üst sırada dalgalı kalıcılık) ve "#TaşacakBuDeniz" (gece zirvesi, gündüz kaybolma).



Şekil 3. Seçilmiş Başlıkların Saatlik Sıra (Yaşam Eğrisi) Karşılaştırması

Grafik, tek bir "tipik" gündem eğrisi bulunmadığını; bunun yerine en az dört farklı yaşam eğrisi tipolojisinin (istikrarlı-tepe, uzun-yüksek, ani-akşam-girişi, gece-zirvesi) bir arada var olduğunu görsel olarak da doğrulamaktadır. Çünkü; eğer tüm başlıklar aynı örüntüyle (örneğin doğrusal yükseliş-düşüş) yaşam eğrisi çiziyor olsaydı, bu durum gündemin tek, öngörülebilir bir mantıkla (örn. yalnızca kullanıcı ilgisinin doğal azalması) işlediğini düşündürürdü.

Sonuç

Bulgulara göre, X gündeminin gün içinde üç belirgin evreye (gece: eğlence, gündüz: siyaset/gündem, akşam: spor) ayrıldığı, dinamik bir yapıya sahip olduğu görülmektedir. Bununla birlikte bu dinamiklik, algoritmanın müdahalesi olmasa da yalnızca kullanıcıların gün içindeki doğal paylaşım alışkanlıklarıyla (örneğin, akşam saatlerinde maç izlerken paylaşım yapma, gündüz saatlerinde gündelik/siyasi konuları tartışma) da açıklanabilir; bu çalışma yalnızca tek bir akışı (algoritmik gündem listesini) gözlemlemiştir. Dolayısıyla kriz içeriklerinin öne çıkması, algoritmik önceliklendirmenin yanı sıra ilgili günün olay gündeminin bir sonucu da olabilir. Örneğin, #1Mayıs başlığının 14 saat boyunca kesintisiz biçimde birinci sırada kalması, tekil ve güçlü bir gündem olayının algoritmik listeyi uzun süre domine edebildiğine işaret etmektedir. Bu gözlem tek bir örneğe dayandığından genellenebilir bir bulgu olarak değil, betimleyici bir vaka olarak değerlendirilmelidir; resmî/toplumsal günlerin listeyi bu denli uzun süre kilitleyip kilitlemediğinin sınanması, çoklu gün ve çoklu olay içeren bir örneklemi gerektirmektedir. Başlıkların yarısından fazlasının yalnızca bir-iki saat görünür kalması, gündemin büyük bölümünün kısa ömürlü ve hızla değişen bir akış içinde işlediğini göstermektedir. Bu bulgu, kullanıcı dikkatinin sürekli yeni uyarılarla yönlendirildiği biçiminde yorumlanabilir; ancak bu hız artışının ne ölçüde algoritmik önceliklendirmeden ne ölçüde X'in genel içerik hacminin (günlük tweet sayısının) yüksekliğinden kaynaklandığı bu veri setiyle ayrıştırılamamaktadır.

Bu çalışma, X'in Türkiye gündem listesinde 24 saat boyunca yer alan 720 gözlem üzerinden yürütülen içerik analiziyle, algoritmik gündemin dört temel özelliğini betimlemiştir: (1) gün içinde belirgin bir zamansal ritim izlediği, (2) kriz temalı içeriğin hacminin üzerinde bir görünürlük kazandığı, (3) güçlü tekil gündem olaylarının listeyi uzun süre domine edebildiği ve (4) başlıkların büyük bölümünün kısa ömürlü, hızla değişen bir dolaşım rejimi içinde yer aldığı. Bu bulgular bir bütün olarak, X gündeminin toplumsal ilgiyi pasif biçimde yansıtan nötr bir alan olduğu varsayımıyla tam olarak örtüşmediğini; görünürlüğün zamansal, duygusal ve söylemsel biçimde düzenlenmesinde algoritmik bir katmanın rol oynayabileceğini düşündürmektedir. Ancak çalışmanın tek günlük, tek platformlu ve karşılaştırma grubu içermeyen (kronolojik akış ya da farklı bir gün ile kıyaslanmayan) tasarımı, bu ilişkinin nedensel olarak kanıtlanmasına imkân vermemektedir; bulgular kullanıcı davranışı, gündemin doğal olay yoğunluğu ve algoritmik önceliklendirmenin iç içe geçmiş etkilerini

birbirinden ayırtıramamaktadır. Bu bağlamda McLuhan'ın "araç mesajdır" tezinin dijital çağda "algoritma mesajdır" önermesiyle yeniden okunabileceği yönündeki iddia, bu çalışmanın bulgularıyla desteklenen fakat kesinleşmemiş bir hipotez olarak değerlendirilmelidir.

Bu sınırlılıklar ışığında, ileride yapılacak çalışmalar için öncelikle Bandy ve Diakopoulos'un (2021) yönteminde olduğu gibi algoritmik akışın kronolojik ya da editoryal bir referans akışla doğrudan karşılaştırılması önerilmektedir; bu tür bir tasarım, gözlenen örüntülerin kullanıcı davranışından mı yoksa algoritmik önceliklendirmeden mi kaynaklandığını ayırtırmaya imkân sağlayacaktır. Ayrıca tek günlük gözlem yerine farklı gün ve haftalarda tekrarlanan, mevsimsellik ve gündem yoğunluğu farklılıklarını da kapsayan boylamsal veri setlerinin oluşturulması önerilmektedir. Gündem başlıklarının gerçek etkileşim sayılarıyla (beğeni, yeniden paylaşım, gösterim) eşleştirilmesi, algoritmik önceliklendirme mekanizmasının daha doğrudan biçimde gözlemlenmesine imkân sağlayacaktır. Son olarak, bot/anlamsız içerik şüphesi taşıyan başlıkların ağ analizi yöntemleriyle incelenmesi, yapay dolaşımın gündem oluşumu üzerindeki etkisinin daha kesin biçimde ortaya konmasına katkı sağlayabilir.

Kaynakça

- Bandy, J. & Diakopoulos, N., (2020), Auditing News Curation Systems: A Case Study Examining Algorithmic and Editorial Logic in Apple News. in Proceedings of the Fourteenth International AAAI Conference on Web and Social Media (ICWSM 2020). Vol. 14, pp. 36-47 <https://doi.org/10.48550/arXiv.1908.00456>
- Bandy, J. & Diakopoulos, N., (2021), More Accounts, Fewer Links: How Algorithmic Curation Impacts Media Exposure in Twitter Timelines. Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction, Volume 5, Issue CSCW1 Article No.: 78, Pages 1 – 28 <https://doi.org/10.1145/3449152>
- Bastos, M. T. (2021), From Global Village to Identity Tribes: Context Collapse and the Darkest Timeline. Media and Communication, 9(3): 50-58. <https://doi.org/10.17645/mac.v9i3.3930>
- Bernstein, M., Christin, A., Hancock, J., Hashimoto, T., Jia, C., Lam, M., Meister, N., Persily, N., Piccardi, T., Saveski, M., Tsai, J., Ugander, J., & Xu, C. (2023), Embedding Societal Values into Social Media Algorithms. Journal of Online Trust and Safety, 2(1). <https://doi.org/10.54501/jots.v2i1.148>
- Biricik, Z., (2022), at Speech to Famous in Social Media: A Review on Twitter, Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences, 5(10): 1403-1420 <https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1106>
- Bruns, A. & Burgess, J. (2015), Twitter hashtags from ad hoc to calculated publics. In Rambukkana, N (Ed.) Hashtag publics: The power and politics of discursive networks [Digital Formations, Volume 103]. Peter Lang Publishing, United States of America, pp. 13-27.
- Gillespie, T., (2012), Can an Algorithm be Wrong? limn, 2. Retrieved from <https://escholarship.org/uc/item/0jk9k4hj>
- Gillespie, Tarleton, 'The Relevance of Algorithms', in Tarleton Gillespie, Pablo J. Boczkowski, and Kirsten A. Foot (eds), Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society (Cambridge, MA, 2014; online edn, MIT Press Scholarship Online, 18 Sept. 2014), <https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262525374.003.0009>, accessed 29 July 2026.
- Güran, M. S., & Özarslan, H. (2023). Yeni Medya'da Çerçeveleme Dinamikleri. Erciyes İletişim Dergisi, 10(1), 485-503. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1189877>
- Habermas, J., (2017), Kamusalın Yapısal Dönüşümü. İletişim Yayınları.
- Karadağ, Y., & Aydoğdu Karaaslan, İ. (2022). Koronavirüs Pandemi Sürecinde Büyükşehir Belediye Başkanlarının Siyasal İletişim Aracı Olarak Twitter Kullanımı: Hashtag Ve Kelime Analizleri. İnönü University Faculty of Communication Electronic Journal (INIF E-Dergi), 7(1), 339-365. <https://doi.org/10.47107/inifedergi.1076746>

- Kobak, K. (2022). #TikTokkapanın Hareketi: Twitter'da Sosyal Ağ Analizi. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11 (1), 309-319. <https://doi.org/10.33206/mjss.935068>
- Martin, D., (2014), McLuhan's nightmare. *Journal of Business Strategy*, 35(6): 58-65, doi: <https://doi.org/10.1108/JBS-09-2014-0108>
- McLuhan, M., (1964), *Understanding Media The Extensions of Man*. McGraw Hill.
- Napoli, P. M., (2014), Automated Media: An Institutional Theory Perspective on Algorithmic Media Production and Consumption. *Commun Theor*, 24: 340-360. <https://doi.org/10.1111/comt.12039>
- Peterson-Salahuddin, C. & Diakopoulos, N., (2020), Negotiated Autonomy: The Role of Social Media Algorithms in Editorial Decision Making. *Media and Communication*. 8(3): 27-38. <https://doi.org/10.17645/mac.v8i3.3001>
- Pronzato, R., (2025), Algorithmic selfing: An existential media analysis of time and identity. *New Media & Society*, 0(0)1-18. <https://doi.org/10.1177/146144482513661>
- Pyzdek, T. A., (2015), Understanding The Social Media Medium. *The Journal of the Acoustical Society of Amerika* 137(4):2366-2366 <https://doi.org/10.1121/1.4920596>
- Ritchie, O., (2015), Platform Algorithms and Their Effect on Civic and Political Arenas (April 3, 2015). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2607291> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2607291>
- Rossiter, N., (2017), Paranoia is Real: Algorithmic Governance and the Shadow of Control. *The Occasional Papers, Institute for Culture and Society*. 8(1): 88-102. <https://doi.org/10.70064/mt.v1i1.564>
- Sawicka, Z., (2019), How Facebook Polarizes Public Debate in Poland - Polish Filter Bubble. *Social Communicator. Online Journal*. 20(2): 45-52. <https://doi.org/10.2478/sc-2019-0008>
- Tosun, Ç. (2020). Covid-19 salgını sürecinde siyasi parti liderlerinin Twitter mesajlarının analizi. *Turkish Studies*, 15(6), 893-923. <https://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.45141>
- Tufekci, Z., (2015), Algorithmic Harms Beyond Facebook and Google: Emergent Challenges of Computational Agency, *Colorado Technology Law Journal*. 13(2): 203-217.
- van Dalen, Arjen (2023) : *Algorithmic Gatekeeping for Professional Communicators: Power, Trust, and Legitimacy, Disruptions*, ISBN 9781032450728, Routledge, London, <https://doi.org/10.4324/9781003375258>
- Whittaker, J. & Looney, S. & Reed, A. & Votta, F., 2021. "Recommender systems and the amplification of extremist content," *Internet Policy Review: Journal on Internet Regulation*, Alexander von Humboldt Institute for Internet and Society (HIIG), Berlin, 10(2): 1-29. <https://doi.org/10.14763/2021.2.1565>
- Yaşın, P. D. C. Y., Cetin, M., Cengiz, C., & Sönmez, B. (2021). İletişim Teknolojilerindeki Dönüşümün Gündem-Belirleme Sürecine Etkisi Üzerine Kuramsal Tartışmaların Değerlendirmesi. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 11(2), 29-58. <https://doi.org/10.53495/e-kiad.955772>



BAİBÜİLEF-İG

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Günleri
Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication Communication Days

15.09.2026



New Communication Models in Digital Media: Designing Perception in Business Communication Strategies

Dijital Medyada Yeni İletişim Modelleri: İşletme İletişimi Stratejilerinde Algının Tasarlanması

Burak PEKÜN¹

Geliş Tarihi (Received): 04.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 05.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Öz: Dijital medya, kurumsal iletişimi platform mantığı, görünürlük, etkileşim ve dolaşım dinamikleri üzerinden yeniden biçimlendirmiştir. Bu çalışma, Türkiye’deki çağdaş sanat kurumlarının dijital iletişim pratiklerini karşılaştırmalı olarak inceleyerek Instagram, LinkedIn ve X platformlarında Arter, Borusan Contemporary ve İstanbul Modern’in kurumsal algıyı nasıl tasarladığını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırma kapsamında üç kurumun söz konusu platformlardaki toplam 72 gönderisi incelenmiş; karşılaştırmalı vaka çalışması, nitel içerik analizi ve tematik analiz yaklaşımları birlikte kullanılmıştır. Bulgular, platformların kurumsal iletişim açısından farklı işlevler üstlendiğini göstermektedir. Instagram estetik çekim, görsel anlatı ve takipçiyle yakınlık kurma; LinkedIn profesyonel meşruiyet, kurumsal uzmanlık ve ortaklık görünürlüğü; X ise hız, bilgi dolaşımı, gündem oluşturma ve etkinlik hatırlatma işlevleriyle öne çıkmaktadır. Kurumlar düzeyinde Arter, katılım, erişilebilirlik ve izleyiciyle ilişki kurma vurgusunu öne çıkarırken; Borusan Contemporary estetik ciddiyet, kültürel uzmanlık ve ekolojik duyarlılığı birlikte görünür kılmaktadır. İstanbul Modern ise prestij, uluslararası erişim, kurumsal ortaklıklar ve müze kimliğini güçlendiren anlatılar üzerinden farklılaşmaktadır. Bununla birlikte, görünür yanıt verme ve doğrudan etkileşim pratiklerinin genel olarak sınırlı kaldığı görülmektedir. Buna karşılık davetkâr ton, pratik yönlendirme, etkinlik bilgisi, ortaklık anlatıları ve görsel bütünlük, güncel sanatın gündelik dolaşımını kolaylaştıran kısa anlatılar ve platforma uyarlanmış içerik biçimleri, kurumların dijital ortamdaki algı tasarımının temel araçları hâline gelmektedir. Çalışma, sanat kurumlarının platforma özgü iletişim stratejilerinin yalnızca içerik üretimi değil, aynı zamanda kurumsal kimlik, meşruiyet ve izleyici ilişkilerinin yeniden yapılandırılması açısından belirleyici olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda dijital platformlar, yalnızca duyuru ve tanıtım kanalları değil, kurumların kültürel konumlanmasını sürekli olarak müzakere ettiği stratejik iletişim alanları olarak değerlendirilebilir.

Anahtar kelimeler: Dijital Medya, İşletme İletişimi, Algı Tasarımı, Kurumsal İletişim, Tematik Analiz

&

Abstract: Digital media has reshaped corporate communication through the dynamics of platform logic, visibility, interaction, and circulation. By comparatively examining the digital communication practices of contemporary art institutions in Turkey, this study aims to reveal how Arter, Borusan Contemporary, and İstanbul Modern shape their corporate perceptions on Instagram, LinkedIn, and X. The research analyzed a total of 72 posts from these three institutions across the specified platforms, employing a combination of comparative case study, qualitative content analysis, and thematic analysis approaches. The findings indicate that the platforms serve distinct functions regarding corporate communication: Instagram stands out for aesthetic appeal, visual storytelling, and fostering closeness with followers; LinkedIn for professional legitimacy, corporate expertise, and partnership visibility; and X for speed, information circulation, agenda-setting, and event reminders. At the institutional level, Arter emphasizes participation, accessibility, and audience engagement; Borusan Contemporary highlights aesthetic seriousness, cultural expertise, and ecological sensitivity; and İstanbul Modern distinguishes itself through prestige, international reach, corporate partnerships, and narratives that reinforce its museum identity. However, practices involving visible responses and direct interaction appear to be generally limited. Conversely, an inviting tone, practical guidance, event information, partnership narratives, visual coherence, and short narratives facilitating the everyday circulation of contemporary art, and platform-adapted content formats are emerging as key tools for shaping how these institutions are perceived in the digital realm. The study demonstrates that platform-specific communication strategies are pivotal for art institutions, not only in terms of content creation but also in restructuring corporate identity, legitimacy, and audience relationships. In this context, digital platforms can be viewed not merely as channels for announcements and promotion, but as strategic communication spaces where institutions continuously negotiate their cultural positioning.

Keywords: Digital Media, Business Communication, Perception Design, Corporate Communication, Thematic Analysis

Atıf/Cite as Pekün, B. (2026). *New Communication Models in Digital Media: Designing Perception in Business Communication Strategies*. BAİBÜİLEF-İG 2026, BAİBÜ, Bolu.

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, e-posta: burakpekun@mu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8480-0202

Introduction

Digital media has changed organisational communication from a campaign model toward an ongoing communicative environment affected by platform visibility, audience feedback, and recommendation systems. Institutions in the environment communicate through a stream of posts, captions, visuals, replies, and silences influencing how they are perceived. Message content is one element, but platform conditions significantly influence what people see and what appears credible, as well as what leads to participation. Communication strategy is therefore now more than information delivery, entering the design of perception through tone, imagery, timing, interaction, and relational cues.

This study's concern is the strategic production of institutional perception in digital settings, focusing on arts organisations as public-facing institutional actors whose social media communication addresses visitors, partners, cultural communities, and broader publics. Although museums and contemporary art institutions are part of the cultural sector, they need to manage trust, expertise, public value, accessibility, and institutional reputation through their communication choices.

The study's aim is to examine how three arts organisations, namely Arter, Borusan Contemporary and Istanbul Modern, design perception across Instagram, LinkedIn, and X through communication practices specific to each platform. In this context, the inquiry asks: How do platform mechanics influence the communicative form of organisational self-presentation? Which textual, visual, and interactional patterns support trust, expertise, proximity, and institutional value perceptions? How does consistency across platforms or its absence influence the coherence of organisational perception?

The analytical focus is therefore the communication output through which an institution projects an identity in a platform environment. Perception design is used in the contribution for describing observable cues in that output. The cues include the prominence given to expertise, accessibility, prestige, proximity, and participation; audience reception being excluded from the research design as the corpus contains organisational posts and visible traces of interaction. Hence, the analysis concerns projected institutional identity and communicative construction, a distinction allowing the comparison to connect business communication strategy and expression specific to platforms, aligning with the evidence available in the corpus.

Literature Review and Conceptual Framework

New Communication Models in Digital Media

Digital platforms have changed the architecture of communication between organisations and their publics. In this line, Kaplan and Haenlein (2010) see social media as a setting in which user participation, circulation, and interaction are crucial to communication strategy. Platforms have specific visibility, persistence, association, and editability characteristics (Treem & Leonardi, 2013) influencing organisational voice, audience reactions, and the relational meaning of communication.

In a recently published study, Baden et al. (2026) argue that social media characteristics affect actor types and platforms differentially, so that communication forms arise through an interaction between platform architecture and communicative intent. Gullberg and Gustafsson (2025) similarly show that platform features, norms, and audience expectations form the accountability potential of social media environments. Their framework shows that institutional communication gets its meaning through action possibilities that vary from one platform to another.

The change means that in organisational settings, communication strategies cannot be considered transferable scripts. In this line, Govender and Mzizi (2025) show that social media influences corporate communication through continuous monitoring, stakeholder responsiveness, and adaptive strategy. Govender and Mzizi's (2025) findings suggest that new communication models in digital media are mediated by platforms, publicly exposed, and sensitive to interaction. Comparison between platforms is therefore necessary as organisations translate identity and value into different communicative forms.

A comparison on the level of platform benefits from distinguishing social media services based on their digital architecture, Bossetta (2018) arguing that communication on social media is mediated by technical design. His framework points to structural and computational features influencing platform use, such dimensions impacting the opportunities encountered by communicators when adapting messages for different services. Bossetta (2018) studies political campaigning, yet the framework includes an analytical element for organisational communication explaining why the same communicator may use different forms across platforms. The framework supplements affordance perspectives since it tied action possibilities to structural features of platforms. Changes in visual form and message density, as well as interactional invitation may be understood as adapting to the communication environment, or as an expression of the institution's preference.

For Instagram, LinkedIn, and X the distinction is pertinent as their conventions focus on different forms. Instagram prioritises visual sequencing and attention to image, LinkedIn centring on institutional and professional information in a network built around work identities. X in turn focuses on public topical communication in short form.

Designing Perception in Business Communication

Perception design in business communication as discussed in the present study addresses strategic influencing of modes of audience interpretation of the organisation through content and interaction, as well as symbolic cues. The concept is based on corporate reputation, framing, and dialogic communication research, Fombrun (1996) approaching reputation as a strategic asset based on long-term credibility and perceived values. According to Hallahan (1999), framing influences interpretive emphasis in communication, which includes management of relevance of issues, attributes, and responsibilities. Kent and Taylor (1998) associated dialogic communication with relationship building and dialogue with publics.

In digital media perception design, such concerns become part of multimodal and interactional practices. In this line, Agozie and Nat (2025) propose a distinction between informational, relational, and action-oriented content. The typology explains informational, relational, and action-oriented content in posts. Capriotti et al. (2024) show many institutions to rely on informational communication despite interactive environments, suggesting that communication practices fall behind platform possibilities.

Digital communication's perceptual effects depend on trust and value signalling. In this context, Alhumud et al. (2025) show that digital CSR disclosure can improve trust and engagement. The relationship between CSR communication and engagement varies by CSR topic and platform according to Macca et al.'s (2024) study, whereas comment management and reply style as studied by Saljoughian et al. (2025) show firms to be capable of influencing conversations through adaptive response strategies. In addition, Fu and Yang (2025) indicate that dialogic communication has implications for repairing reputation. The studies suggest a broad view of perception design as an outcome of content strategy, interaction strategy, and institutional value performance.

Specific Perception Design for Platforms - Instagram, LinkedIn, and X

Instagram, LinkedIn, and X require different perception design. This is because the platforms advantage different modes of communication. This section will discuss specific perception design for Instagram, LinkedIn, and X.

Instagram is visual and uses multimodal compression. Kallio and Mäenpää (2025) see visuality as a necessity and an affordance steering Instagram production. Instagram facilitates organisational actors' affective proximity and curated atmosphere, as well as storytelling. Recuero-Virto et al. (2024) show Instagram information attributes influencing visiting intentions.

Different mechanisms are considered by the two studies, Recuero-Virto et al. (2024) linking information attributes of Instagram to cognitive and affective responses contributing to museum visiting intentions, Macca et al. (2024) showing the engagement with CSR communication to vary based on topic and platform.

LinkedIn's emphasis is on professional legitimacy, expertise, and on institutional voice, and Sundström et al. (2021) show that LinkedIn engagement is influenced by content strategies and co-creation. Brielmaier et al. (2025) find LinkedIn exposure to influence managerial attention and strategic preferences, suggesting that the platform may be understood as a place for organisations to communicate competence and professional relevance, as well as stakeholder legitimacy.

X's architecture is rather suited for rapid circulation and visibility for public issues, alongside topical immediacy and interaction threads. In this line, Saljoughian et al. (2025) show that response strategy in social conversations influences sentiment. Roy et al. (2025) note that context specific to a platform is important, and that decontextualised reading harms qualitative interpretation quality. Inconsistency between the three platforms may therefore harm perception as institutional identity is received through a composite platform ecology on several channels.

Sector Bridge and Analytical Rationale

Arts organisations are a productive empirical field for business communication analysis since they carry out symbolic, public, cultural, and organisational functions, communicating identity, expertise, accessibility, and institutional value as well as cultivating audience relationships, partnerships, and public trust. Alnasser and Lim (2023) show that audience development in arts and cultural organisations involves digital technology, partnerships, education, audience segmentation, public engagement, audience research, and marketing. Povroznik (2024) finds that museums develop a digital identity formed in digital transformation and online presence. In addition, Recuero-Virto et al. (2024) and Cui et al. (2023) argue that social media communication in museum and heritage environments relates to audience engagement and visiting intentions.

Arias (2024) argues that museum digital identity should account for the role of social media platforms and networked users, pointing to connections between platforms and institutional identity in the sector. The viewpoint makes online relations and platform conditions part of the identity process, Povroznik's (2024) conclusion being similar, considering museums' digital identity. The museum's digital presence is multiplatform and social media forms part of the institution's public identity and its relationship with communities.

Such perspectives suggest value to approaching Instagram, LinkedIn, and X as distinct settings for institutional identity in the study. An arts organisation may take a recognisable institutional position yet change the form of the position's expression. Expertise may be reflected in curatorial explanation and accessibility through practical guidance and educational invitation; prestige being reflected in the framing for exhibitions and visible partnerships. Coherence between platforms therefore shows continuity in the values and identity cues carried by communication, as well as adaptation in their expressions specific to the platform.

In this context, arts institutions rely on design, visual presentation, creativity, and curated storytelling in digital environments, yet the analytical focus of the present paper is communication strategy, considering digital traces gathered from public organisational communication.

Methodology

The present study uses a qualitative content analysis for a comparative case study, coding with a thematic analysis. Qualitative content analysis is a way to systematically interpret textual and visual materials' patterns, accurately consider meaning and context, alongside latent structure (Mayring, 2000; Schreier, 2012). Comparative case study allows examining similarity and variation between institutional cases and is suitable for researching process, pattern, and context in several environments (Yin, 2018). Braun and Clarke's (2006) thematic analysis framework connects descriptive coding with interpretive theme development in the data corpus. The methods used in this paper fit digital media research due to structured and interpretive interpretation of communication specific to platforms.

Familiarisation with screenshots and extracted texts alongside generation of initial codes, as well as clustering codes into candidate themes and reviewing themes for institutions and platforms, were included in the Thematic Analysis, alongside naming the themes for interpretation.

The corpus consists of arts organisations Arter, Borusan Contemporary, and İstanbul Modern, from Türkiye. Eight recent posts were collected from Instagram, LinkedIn, and X, for each organisation, excluding pinned posts, leaving seventy-two posts for analysis. Each case includes the visual post, caption or post text, hashtags, visible comment threads, and visible organisational replies. Screenshots and extracted text were used to interpret visual and textual framing together.

The corpus was put together based on public communications as accessed on 22 April 2026, sampling based on balanced case design to ensure each organisation and platform combination was used to select eight posts, giving rise to nine equally sized comparison cells. The sampling frame was recent order in the feed, pinned posts being excluded due to their fixed placement removing comparability in terms of recency.

Purposive sampling was used since the selected organisations were chosen for being leading contemporary arts institutions communicating actively across the considered platforms. The study seeks analytical comparison between cases with the purpose to identify patterns in differences of communicative form in the corpus. The balanced structure therefore ensures comparability of the evidence for interpretation, using the case study design to restrict conclusions to the examined institutions and period.

The unit of analysis is the individual post as a multimodal communication act on a specific platform. Rose (2016) notes that visual interpretation focuses on composition, framing, salience, image and text relation, and visual arrangements' communicative function. Textual interpretation focuses on message structure, lexical choice, tone, and the relation between information and invitation. Based on Agozie and Nat's (2025) categories, the coding framework differentiates informational, relational, and action focused communication. Message frame, visual composition, linguistic tone, call to action, institutional value emphasis, employee, artist, or community visibility, comment management, reply practice, silence strategy, crisis or tension signals, and cross-platform consistency are other coding dimensions.

In coding the material, communication-function categories were considered based on thematic and visual dimensions. In considering the communication function, informational, relational, and action-oriented categories were derived from Agozie and Nat (2025), additional binary codes marking posts containing event focus, educational framing, calls to action, collaboration, prestige cues, accessibility cues, or exhibition interpretation and expertise. Visual coding was used to document motion or use of carousels, imagery centred on artworks, visuals based on text, and visuals focusing on humans. Some codes may overlap due to posts potentially having several functions in communication, as for example an event announcement that might include educational context and practical access information, as well as asking audiences to register or attend.

The process of coding therefore approaches thematic frequency as evidence of recurring communicative emphasis; frequency being used descriptively for the qualitative analysis. A high count shows a cue to appear repeatedly in the sampled communication but must be considered in relation to the post's context for meaning. In interpreting the material, the post context was used to consider how the cue was expressed and what other elements appeared alongside it. Prestige could be projected through curatorial authority or recognised partnerships, as well as institutional milestones or artwork presentation. A way to project accessibility would be through free entry or practical visitor information, alongside programmes specific to age groups, inclusive invitations, or educational explanation.

Co-occurrence was taken into consideration since codes tended to work in combination in many cases. Event communication often included calls to action and collaboration sometimes supported access using co-branded benefits or programme reach. It could similarly support prestige by associating with recognised cultural or corporate partners. Hence, the analysis investigated patterns arising from several cues as well as the separate frequencies that are noted in the findings.

The analysis is interpretive and descriptive, identifying how posts construct trust, expertise, proximity, accessibility, prestige, and institutional coherence perceptions. The present study therefore considers the material to be fully digital public communication with meaning arising through platform form, organisational intention, and audience interaction. Roy et al. (2025) argue that approaching social media data as text without context would be a mistake, justifying the chosen multimodal procedure sensitive to each platform.

The multimodal interpretation associated captions and post text with visible visual forms in the items. Visuals were analysed for their highlighting and for roles given to people and artworks or graphic text. Text was reviewed for the purpose of communication and its tone, practical detail, and interpretive explanation. The relationship between such modes was considered because a post could use an artwork image to suggest curatorial authority, the caption including service information or inviting participation. The approach is based on Rose's (2016) emphasis on visual organisation and supports Roy et al.'s (2025) argument about contextually interpreting social media material.

Comparative analysis was carried out bi-directionally, platform comparison bringing together the 24 posts from the studied platforms to find recurring forms across the three institutions. Comparing institutions brought the organisation's 24 posts from Instagram, LinkedIn, and X together, followed by analysing individual posts for contextual interpretations where there were representative code combinations.

The corpus is composed of publicly accessible organisational posts and interactions traces, reducing privacy concerns as interpretation focuses on organisational communication patterns without individual audience identities. The present study is limited to a defined sample of recent posts and to visible interaction data available at the time of capture. In this line, the material provides analytical depth and comparative insights but cannot be quantitatively generalised.

The terms trust, expertise, proximity, accessibility, prestige, and institutional coherence are analytical labels for cues projected in communication, as used in the study. Audience perception was not part of the data collection design; organisational intention similarly being excluded from evidence available from the public post corpus. Patterns recurring in the material may therefore support claims on communicative emphasis and projected identity, visible comments and replies implicating another contextual evidence layer on interaction, with limited presence of such evidence setting the boundary for conclusions on dialogue. The same principle was used to steer interpretations of trust, considered a communicative cue grounded in credibility, clarity, and visible institutional conduct.

Findings / Primary Analysis

Cross-Platform Communication Patterns

Selected platform-level coding frequencies are summarised in Table 1.

Table 1. Selected thematic coding frequencies by platform (n = 24 per platform)

Theme	Instagram	LinkedIn	X
Event	14	10	16
Education	14	10	13
Call to action	15	13	16
Collaboration	13	11	10
Prestige	11	15	7
Accessibility	13	11	11

The interpretation of the corpus across platforms shows the institutions to have allowed elements of each platform to influence the communicative form, density, and perceptual emphasis in posts. Instagram included 14 event posts, 14 education-oriented posts, 15 explicit participation prompts, and 13 collaboration-coded items in the 24-post Instagram sample, with motion and carousels in 13 Instagram posts and human centred or text-focused visual strategies being prominent. Instagram was therefore the main venue for experiential invitation. Arter used it with curatorial content around artist talks, family programmes, and co-branded access offers, Borusan Contemporary using it for exhibition interpretation and ecological workshops and teaser campaigns. Istanbul Modern used it to explain exhibitions and for design dialogues, library memory, youth testimony, and promoting cinema. The platform was used to suggest culture is an attractive, accessible, and shareable experience.

Coding on the level of posts shows how Instagram themes interacted, all 14 Instagram posts with event codes containing a call to action. Nine of the 14 posts coded as education included a participation prompt, nine linking education to accessibility cues. Collaboration and accessibility coexisted in nine posts, motion or carousel formats similarly being included in nine posts with calls to action. The pattern therefore included visual sequencing that involved movement towards an activity, visit, workshop, or programme.

The coding of primary communication-function supports such an interpretation, fourteen Instagram posts being oriented toward action and eight mainly informational. Fifteen of them used an invitational tone, human-centred visuals being included in nine posts as a recurring way of presenting participation. The combinations somewhat explain accessibility on Instagram in many cases showing as an experience audiences could enter. Arter's children's festival and Saturday Late material associated programme imagery with schedules and participation prompts, İstanbul Modern using exhibition and cinema, as well as design and youth material to connect institutional culture to specific activities. Borusan Contemporary used exhibition imagery alongside workshop and ecological programming. On the platform, cultural content was often used with a visible next step for audiences by the three organisations.

LinkedIn communications mainly related to professional legitimacy and explanation to stakeholders, prestige being coded in 15 of the 24 LinkedIn posts, collaboration in 11, accessibility in 11, and artwork visuals in 10. The captions were generally longer and the tone more formal, with sponsorship and partnership being more visible as an institutional resource. Arter's LinkedIn posts formalised exhibition launches and co-branded public programmes, Borusan Contemporary using the platform for curatorial explanation, workshop framing, and public value statements. Istanbul Modern used it for corporate membership communication, curatorial interpretation, holiday information, and partner reshares from Eczacıbaşı and iGA. The platform therefore approached culture through seriousness, expertise, alliance, and organised stakeholder benefit.

LinkedIn cues coexisted in a different pattern, prestige being the most frequent coded theme, in 15 posts. Thirteen posts included a call to action, showing that professional framing functionally sought activation. Artwork visuals and prestige were included alongside each other in nine posts, collaboration and prestige being adjacent in seven posts. In seven posts, collaboration was used alongside accessibility. Such overlaps suggest that institutional legitimacy tended to be communicated through visible cultural assets as well as through relationships with other organisations.

The profile of the communication-function was relatively balanced compared to Instagram and X, twelve LinkedIn posts being mainly informational and ten being oriented toward action. İstanbul Modern's membership communication and its reshares of partners positioned museum activity as a part of an institutional network, Arter using LinkedIn for formal launching and programmes otherwise available in experiential forms on other platforms. Borusan Contemporary included additional space to exhibition interpretation and public-value framing, with communications on the institution interpretable as organised, connected, and able to articulate its cultural activity value to stakeholders.

X served as the fastest circulation layer and the 24-post X sample included 16 event and call-to-action codes each, education in 13 posts, text-based visuals in 13, and accessibility in 11. Messages were shorter and more compressed, highlighting schedules, talks, reminders, and exhibitions. Arter's X feed focused on its artist talks, Long Saturday programme, and children's festival through prompts. Borusan Contemporary used X for

exhibition teasers, workshop invitations, commemorative messages, and visitor information. İstanbul Modern used X for design dialogues, Panorama interpretation, Silent Film Days schedules, and tour reminders. Hashtags were used for topic clustering across the material, yet event titles, partner names, and graphic layout were more important for discoverability and interpretive framing.

Coding X, a strong connection was found between event communication and immediate action, all of the 16 posts coded as events simultaneously including a call to action. Ten out of the 13 visual posts based on text included a call to action, with education existing alongside calls to action in ten posts. The pattern shows condensed textual and graphic forms to have been used for adding prompts for attendance, scheduling, or further attention to programme information.

Sixteen posts on X were mainly oriented toward action, as many using an invitational tone. Seven posts included prestige, comparatively lower than on Instagram and LinkedIn. The strongest pattern was circulation around events and programme information, Arter's posts directing attention to talks and festival activities. Borusan Contemporary included short reminders and teasers related to exhibitions and workshops, İstanbul Modern circulating programme schedules and reminders connected with talks, tours, and film activity. Visuals based on text gave such messages a visual form, the post text itself being the direct invitation.

Perception Design Strategies by Institution

Selected institution-level coding frequencies are summarised in Table 2.

Table 2. Selected thematic coding frequencies by institution (n = 24 per institution)

Theme	Arter	Borusan Contemporary	İstanbul Modern
Event	18	9	13
Education	15	9	13
Call to action	19	10	15
Collaboration	12	11	11
Prestige	6	11	16
Accessibility	18	5	12
Exhibition interpretation / expertise	0	8	0

For institutions the corpus included different perception design profiles, Arter's pattern being about accessibility focused prestige, as its 24 posts included 19 calls to action, event promotion in 18, accessibility in 18, education in 15, and motion or carousel functionality in 17. The institution used exhibitions for artist talks, guided tours, workshops, children's programmes, and library or staff visibility. The Paribu and Yarınlara Kartopu posts show collaboration to increase audience and for social softening, using co-branding for material value and partner material. This presents Arter as part of a civic learning network. Arter therefore communicated curatorial seriousness through accessible participation.

The thematic overlaps on the level of posts focus Arter's institutional profile, all 18 of its posts coded as events containing calls to action, fourteen posts including motion or carousel formats with calls to action. Twelve included education alongside calls to action, and the same number education with accessibility. Collaboration and accessibility coexisted in ten posts. Such overlaps suggest that Arter's strong access profile was based on consistent connections between cultural content and practical participation.

Out of Arter's 24 posts eighteen were mainly oriented toward action and nineteen included an invitational tone, educational material working as a curatorial content path. Artist talks, tours and workshops alongside children's programming, and access supported by partner-offers introduced approach paths for the public to the institution. Although the prestige code was present it was relatively infrequent compared to action and

access, which shows Arter's profile in the sample being interpretable as cultural authority using programming and invitation for approachability.

Borusan Contemporary focused on prestige, collaboration, and artwork interpretation, with collaboration and prestige both in 11 of its posts, exhibition interpretation and expertise in 8, and artwork visuals in 10. The Burtynsky posts and the Bosphorus birds campaign suggested curatorial seriousness and ecological reflection. Partner links with Yuvam Dünya, Kuş Kolektifi, and border_less ARTBOOK DAYS increased thematic depth and field position. Compared with Arter, Borusan Contemporary spoke less about service and family access, focusing on aesthetic authority, environmental-cultural sophistication, and sectoral networking.

The coding of Borusan Contemporary shows a relatively strong connection between artwork presentation and prestige, nine posts including artwork visuals alongside prestige cues. Five posts included collaboration and prestige, exhibition interpretation or expertise being part of eight posts, which significantly exceeds the frequencies for the other two institutions under the coding dimension. Ten posts were mainly informational and nine oriented toward action, five being relational.

Imagery of artwork was often used to carry the exhibition's visual authority, captions giving context about artists and ecological themes, or programme concepts. Collaboration connected such curatorial positions with external networks, the Burtynsky and Bosphorus birds materials connecting aesthetic presentation and environmental interpretation. Partnerships relating to ecological and publishing activity benefitted the institution's association field, resulting in a profile where prestige arose from expertise and cultural positioning, as well as institutional status.

Istanbul Modern had a broad platform segmentation, with prestige included in 16 of its posts, calls to action in 15, event and education in 13 each, text-based visuals in 13, and collaborations in 11. The museum used exhibition interpretation, talks, youth testimony, library memory, cinema sub-brand promotion, membership communication, and partner announcements. LinkedIn was the most corporate focused in terms of a membership programme and partner posts from Eczacıbaşı and iGA. Instagram and X focused on activating broad publics through Panorama talks, design dialogues, Silent Film Days, and accessible programme reminders. The perception would therefore include prestigious, civic, educational, and networked aspects.

İstanbul Modern's codes included institutional prestige alongside a range of activation formats, eleven posts pairing visuals based on text with calls to action. Collaboration and accessibility coexisted in eight posts, collaboration and prestige coexisting in six posts, prestige and accessibility co-occurring in six posts. Such overlaps show that status and public access may be communicated as part of the same institutional profile.

Thirteen posts by İstanbul Modern were mainly focused on action and ten informational, with fifteen employing an invitational tone. The institution used programme activation and corporate or curatorial explanations on its platforms, graphics based on text being used for schedules and reminders, and partner communication raising the visibility of institutional networks. Interpretation of exhibitions and cinema programming alongside design dialogues, membership material, and content for youth addressed different publics, upholding the recognisable museum identity. The resulting profile was broad and included prestige alongside cues on access and participation.

Interaction, Responsiveness and Comment Ecology

Direct dialogic exchange was relatively unimportant in the material, and the tone of the posts tended to be invitational, friendly, or explanatory, with few visible institutional replies, which means that closeness was more about access language, educational framing, human centred visuals, and practical guidance. In Arter's festival and workshop posts some audience questions and reactions were included in the comment field, with limited signs of institutional responses. Borusan Contemporary's communication was highly curatorially controlled, without public responses. Istanbul Modern diversified address positions relatively widely, mostly at the level of targeted content, partner voice, and platform selection and less thread dialogue.

Comments added perception when it displayed audience interest, appreciation, or curiosity, but absent replies the conversation failed to create records of conversational closeness. Partner reshares however provided some

endorsement, goodwill, and network validation.

In the analysed corpus, the most prominent relational pattern was the way content categories were used in content combinations, whereas sustained public conversation has a limited place. Event and call-to-action codes appeared alongside each other in 40 posts; education and accessibility in 21. Collaboration and accessibility co-occurred in 22, collaboration and prestige included together in 13. Such overlaps show several perceptual functions used in partnership communication, a partner potentially extending access to a programme or positioning an institution as part of a discernible professional or cultural network.

Activity from commenters gave the selected posts context where audiences asked practical questions or expressed interest, which in a few cases in the corpus was met with institutional replies. The evidence for dialogue as an ongoing feature of the sampled communication is therefore limited, relational cues being more visible in terms of tone and human presence, as well as programme design and partnership language. The thematic pattern shows proximity mainly to be between access and participation, institutional legitimacy being visible mainly in relation to expertise, artwork framing, and visibility in networks. The two dimensions function together in many posts.

Discussion

These findings suggest that digital communication strategies are influenced by the specific affordances of each platform, with the same institution using Instagram, LinkedIn, and X for related topics, but reorganising the communicative balance between image, text, expertise, service, and collaboration for each platform. The pattern corroborates Baden et al. (2026) and Gullberg and Gustafsson (2025), whose work shows action possibilities to vary between platforms and actor settings. Instagram privileged visual invitation and affective accessibility, and LinkedIn legitimacy and stakeholder explanation, with X focusing on speed and public circulation. Kallio and Mäenpää's (2025) account of Instagram visibility is consistent with the prominence of motion and carousel in the sample, as well as attraction based on images, and Brielmaier et al. (2025) and Sundström et al. (2021) address strategic attention and engagement alongside co-creation on LinkedIn.

In the literature, Sundström et al. (2021) suggest focus on content strategy for LinkedIn in the interest of engagement, Brielmaier et al. (2025) supporting claims about managerial attention and strategic preferences following exposure on LinkedIn.

The coding supports an interpretation related to platform-architecture for such differences, Bossetta's (2018) framework suggesting that communication strategy develops in technical environments organising visibility and interaction in different ways. The cases in the study show a corresponding change in communicative emphasis on different platforms, Instagram concentrating action around visual experience, LinkedIn giving space to prestige and explanatory institutional framing, and X concentrating action around events and short form messaging. Such patterns were present in the three studied organisations, giving the platform comparison more weight than a pattern that would be discernible in the individual institutions.

The results on the organisation level at the same time show institutional profiles to be noticeable across adaptations to different platforms, Arter being very oriented toward action and access in its 24 posts. Borusan Contemporary's relationship between artwork, expertise, and prestige was its central theme, İstanbul Modern using prestige alongside programme activation and visible partnerships. The finding aligns with Baden et al.'s (2026) account of differential affordances focused on actors, because a platform feature's value depends to some extent on the actor's communication needs, the same platform potentially supporting different institutional emphases and encouraging recurring presentation forms.

Informational, relational, and content oriented toward action appeared in the studied institutions, which confirms Agozie and Nat's (2025) study. Posts with practical guidance, educational framing, and value signalling were used to increase accessibility and expertise perceptions. The results confirm Capriotti et al.'s (2024) view that institutions tend to be informational despite interactive environments. Saljoughian et al. (2025) and Fu and Yang (2025) find practices around visible responses to direct conversation and reputation in ways not seen in the corpus used in this study. Alnasser and Lim (2023), Povroznik (2024), Recuero-Virto et al. (2024),

and Cui et al. (2023) between them address audience development and museum digital identity, as well as visiting intentions and audience engagement in cultural institutions. The considered cases show that perception can be built if elements are coherently used between platforms, partnerships, and audience addresses.

Arias's (2024) approach to interpreting such a relationship as digital identity is gainful, museum identity on social media arising from links between institutional mission, platform conditions, and networked publics. The studied cases show the process through form change patterns, the institutional identity projected on Instagram often being experiential, LinkedIn making organisational networks and professional explanation noticeable, and X emphasising immediate programme distribution. Povroznik's (2024) multiplatform account of digital identity of museums supports studying continuity in institutional values between the used forms of expression.

In the process, collaboration was a cross-cutting resource, present alongside accessibility in 22 posts and with prestige in 13. Some partnerships gave programmes practical and symbolic reach through access offers, shared events, or community-facing activity. Other partnerships positioned institutions better using association with recognised organisations and cultural networks, Arter often using collaboration in connection with accessibility. Borusan Contemporary associated collaboration relatively more with prestige and specialised cultural positioning, İstanbul Modern using visible partnerships in both directions.

Capriotti et al. (2024) show institutional social media to be strongly informational in interactive environments as well, the studied corpus showing that observation to be extendable through invitation and limited conversational exchange. Audiences were often asked to attend, register, visit, or learn more, and institutions used friendly, explanatory tones. Public replies were sparse in the material, the resulting relationship being therefore expressed through designed access to institutional activity and through publicly discernible network connections.

The corpus evidences communication cues supporting such interpretations, including limited evidence about audience reception of those cues. Saljoughian et al. (2025) show firm responses to potentially influence social media conversations in their research setting. In the cases studied, response behaviour was secondary as part of the observable communication pattern, with more evidence on invitation, information, visual framing, and collaboration.

The result develops the literature in terms of bridges between sectors, Alnasser and Lim (2023) identifying partnerships as an audience development practice in arts and cultural organisations, Arias (2024) seeing network relations as part of museums' digital identity. Partnership names and co-branded programmes, alongside shared voices, are communicative cues allowing an institution to present its place in a network.

The thematic analysis shows that accessibility and prestige function in compatible ways in the corpus, co-occurring in ten posts. The relationship could be seen in İstanbul Modern, with six posts including the two codes. Institutional status could therefore be communicated alongside public invitation, practical access, or educational framing. A museum could present recognised exhibitions and partnerships, providing participation paths. Authority can be derived from prestige, and accessibility may increase the approachability of authority in the communication.

Conclusion

The present study aimed at examining three arts organisations' design perception on Instagram, LinkedIn and X through communication specific to each platform. For that purpose, after the literature review, a qualitative content analysis is used for a comparative case study, coding with a thematic analysis. The organisational perception in digital media is produced through visual framing, message purpose, collaboration signals, calls to action, and visible interaction patterns. Platform affordances and perception design were found to be interrelated, and cultural institutions benefit when aligning each platform with a role and using coherent tone, value signalling, and partnership communication. In this context, perception design with awareness of the platform is a condition for contemporary business communication.

The comparative evidence shows platform awareness to emerge from systematic changes in communicative form between Instagram, LinkedIn, and X, organisational identity presenting in recurring emphases part of such changes. Arter projected an accessible as well as participatory cultural position, Borusan Contemporary projecting expertise by carrying out artwork interpretation and through specialised networks. İstanbul Modern used institutional prestige alongside a broadly defined programme activation as well as partnership visibility, allowing the analysis to link communication specific to platforms with projected institutional identity at the level of posts.

The purposive sample includes 72 recent posts from three institutions over a set period, supporting interpretation based on cases and by comparing platforms. Audience reception requires its own evidence such as interviews or surveys, as well as other reception research. Organisational motives would require evidence from inside the institutions, and future work may benefit from connecting the identified communication patterns with audience interpretation and organisational decision-making. The findings of this study show platform form, thematic emphasis, visual presentation, and network cues co-occurring in contemporary arts organisations' public communication.

References

- Agozie, D. Q., & Nat, M. (2025). Driving organizational communication impact on social media: Understanding information, relational, and action content for effective resource mobilization and awareness in Africa. *Information Development*, 41(1), 171–186. <https://doi.org/10.1177/02666669231188505>
- Alhumud, A. A., Leonidou, L. C., Alarfaj, W., & Ioannidis, A. (2025). The impact of digital CSR disclosure on customer trust and engagement: The moderating role of consumer deontology and law obedience. *Journal of Business Research*, 186, Article 115035. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.115035>
- Alnasser, N. S., & Lim, J. Y. (2023). Strategies applied by different arts and cultural organizations for their audience development: A comparative review. *Heliyon*, 9(5), Article e15835. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e15835>
- Arias, M. P. (2024). Framing digital identities through social media in museums. *Internet Histories*, 8(1–2), 169–187. <https://doi.org/10.1080/24701475.2023.2290939>
- Baden, C., Heft, A., Vaughan, M., & Pfetsch, B. (2026). Differential social media affordances: An actor type-centric, intermediate-level approach using the case of social movements. *Communication Theory*, 36(3), 165–176. <https://doi.org/10.1093/ct/qtaf030>
- Bossetta, M. (2018). The digital architectures of social media: Comparing political campaigning on Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat in the 2016 U.S. election. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(2), 471–496. <https://doi.org/10.1177/1077699018763307>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Brielmaier, C., Reis, M., Friesl, M., & Pfister, R. (2025). Who sits at the table? LinkedIn exposure shapes managers' situated attention and strategic preferences. *Long Range Planning*, 58(6), Article 102586. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2025.102586>
- Capriotti, P., Carretón, C., & Zeler, I. (2024). Exploring interactivity strategies in social media communications of leading universities: A cross-continental study. *SAGE Open*, 14(2). <https://doi.org/10.1177/21582440241259399>
- Cui, T., Kumar, P., & Orr, S. A. (2023). Connecting characteristics of social media activities of a heritage organisation to audience engagement. *Digital Applications in Archaeology and Cultural Heritage*, 28, Article e00253. <https://doi.org/10.1016/j.daach.2022.e00253>
- Fombrun, C. J. (1996). *Reputation: Realizing value from the corporate image*. Harvard Business School Press.
- Fu, J., & Yang, Y. (2025). The role of dialogic crisis communication strategy in repairing organizational

reputation: A moderated mediation model. *Management Communication Quarterly*, 39(4), 655–680.
<https://doi.org/10.1177/08933189251322907>

- Govender, N., & Mzizi, S. L. (2025). Social media's influence on corporate communication: A case study of a communications organisation in South Africa. *Journal of Contemporary Management*, 22(Special Issue 1), 66–88. <https://doi.org/10.35683/jcm24.034.292>
- Gullberg, C., & Gustafsson, N. (2025). Accountability through (inter)action? A framework of affordances for understanding civil society accountability on social media platforms. *Social Media + Society*, 11(2). <https://doi.org/10.1177/20563051251340146>
- Hallahan, K. (1999). Seven models of framing: Implications for public relations. *Journal of Public Relations Research*, 11(3), 205–242. https://doi.org/10.1207/S1532754XJPRR1103_02
- Kallio, S.-M., & Mäenpää, J. (2025). Visuality as an affordance on Instagram news production. *Digital Journalism*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1080/21670811.2025.2462558>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kent, M. L., & Taylor, M. (1998). Building dialogic relationships through the World Wide Web. *Public Relations Review*, 24(3), 321–334. [https://doi.org/10.1016/S0363-8111\(99\)80143-X](https://doi.org/10.1016/S0363-8111(99)80143-X)
- Macca, L. S., Ballerini, J., Santoro, G., & Dabić, M. (2024). Consumer engagement through corporate social responsibility communication on social media: Evidence from Facebook and Instagram bank accounts. *Journal of Business Research*, 172, Article 114433. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114433>
- Mayring, P. (2000). Qualitative content analysis. *Forum: Qualitative Social Research*, 1(2), Article 20. <https://doi.org/10.17169/fqs-1.2.1089>
- Povroznik, N. (2024). Museums' digital identity: Key components. *Internet Histories*, 8(1–2), 153–168. <https://doi.org/10.1080/24701475.2024.2333094>
- Recuero-Virto, N., Aldás-Manzano, J., García-Madariaga, J., & Blasco-López, F. (2024). Unveiling the Instagram effect: Decoding factors influencing visiting intentions of superstar Spanish museums. *Journal of Destination Marketing & Management*, 33, Article 100881. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2024.100881>
- Rose, G. (2016). *Visual methodologies: An introduction to researching with visual materials* (4th ed.). SAGE.
- Roy, M., Pinault, E., Moreau, N., & Atlani-Duault, L. (2025). Blame and epidemics: A methodological commentary on qualitative social media research. *SSM - Qualitative Research in Health*, 8, Article 100661. <https://doi.org/10.1016/j.ssmqr.2025.100661>
- Saljoughian, M. M., Hewett, K., van Heerde, H. J., & Rand, W. (2025). How firms can steer social media conversations. *Journal of Marketing Research*, 62(6), 1003–1025. <https://doi.org/10.1177/00222437251329816>
- Schreier, M. (2012). *Qualitative content analysis in practice*. SAGE.
- Sundström, M., Alm, K. H., Larsson, N., & Dahlin, O. (2021). B2B social media content: Engagement on LinkedIn. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 36(3), 454–468. <https://doi.org/10.1108/JBIM-02-2020-0078>
- Treem, J. W., & Leonardi, P. M. (2013). Social media use in organizations: Exploring the affordances of visibility, editability, persistence, and association. *Annals of the International Communication Association*, 36(1), 143–189. <https://doi.org/10.1080/23808985.2013.11679130>
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE.



BAİBÜİLEF-İG

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Günleri
Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication Communication Days

15.09.2026



Avrupa Birliği Çevre Politikasında Tarım Politikası

Agricultural Policy within European Union Environmental Policy

Shafiga RAHİMLİ¹

Geliş Tarihi (Received): 04.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 05.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Öz: Bu çalışma, Avrupa Birliği'nin çevre politikası ile Ortak Tarım Politikası (OTP) arasındaki bütünlük yapıyı incelemekte ve özellikle çevresel sürdürülebilirliğin tarım politikalarının merkezine yerleşme sürecini analiz etmektedir. AB çevre politikası; sürdürülebilir kalkınma, "kirlenen öder" ilkesi, önleyici tedbir yaklaşımı ve güçlü hukuki dayanaklar üzerine kuruludur. Bu ilkeler zaman içerisinde OTP'nin amaç ve uygulamalarına yön vermiş, özellikle 1992 sonrası reformlarla çevresel faktörler tarımsal destekleme mekanizmalarının ayrılmaz bir parçası hâline gelmiştir. Çalışmada, OTP'nin 1992'den 2023'e kadar geçirdiği reformlar, tarımsal üretimin piyasa odaklı bir yapıdan çevre ve iklim duyarlılığını önceleyen daha bütüncül bir sisteme dönüşümünü nasıl sağladığı açısından ayrıntılı biçimde değerlendirilmektedir. Bu süreçte doğrudan ödemelerin çevresel koşullara bağlanması ve çiftçilerin belirli çevresel yükümlülükleri yerine getirmesinin teşvik edilmesi, sürdürülebilir tarım anlayışının kurumsallaşmasında önemli bir araç olarak ele alınmaktadır. Ayrıca Avrupa Yeşil Mutabakatı ve "Çiftlikten Çatala" stratejisi kapsamında AB'nin tarım sektörünü iklim değişikliğiyle mücadele, doğal kaynakların korunması ve gıda sistemlerinin sürdürülebilirliği açısından stratejik bir araca dönüştürdüğü vurgulanmaktadır. Tarımda koşulluluk uygulamalarının çevre, toprak, biyoçeşitlilik ve su kaynaklarının korunmasına katkısı da analiz edilmektedir. Bunun yanında sürdürülebilir üretim modelleri, kırsal kalkınma hedefleri ve çiftçilerin çevresel yükümlülüklerle uyum süreçleri değerlendirilmektedir. Son olarak AB'nin sürdürülebilir tarımı destekleyen finansman mekanizmaları ile gelişmekte olan ülkelerle kurduğu çevre-tarım ilişkileri ele alınmaktadır. Genel olarak çalışma, çevresel sürdürülebilirliğin AB tarım politikalarının çevresel, ekonomik ve küresel boyutlarını şekillendiren yapısal bir unsur hâline geldiğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda çalışma, tarım politikalarının yalnızca üretim ve gelir hedefleriyle değil, uzun vadeli ekolojik dayanıklılık ve kaynak verimliliğiyle de yakından ilişkilendiğini göstermektedir.

Anahtar kelimeler: tarım, çevre, gıda, iklim, politika, Avrupa Birliği.

&

ABSTRACT: This study examines the integrated structure between the European Union's environmental policy and the Common Agricultural Policy (CAP), specifically analyzing the process by which environmental sustainability has moved to the center of agricultural policies. EU environmental policy is founded on sustainable development, the "polluter pays" principle, the precautionary approach, and a robust legal basis. Over time, these principles have shaped the objectives and implementation of the CAP; notably, following the post-1992 reforms, environmental factors became an integral part of agricultural support mechanisms. The study provides a detailed assessment of the reforms the CAP underwent between 1992 and 2023, focusing on how they facilitated the transformation of agricultural production from a market-oriented structure into a more holistic system that prioritizes environmental and climate sensitivity. Within this process, linking direct payments to environmental conditions and incentivizing farmers to fulfill specific environmental obligations are identified as key instruments in institutionalizing the concept of sustainable agriculture. Furthermore, the study highlights how the EU, through the European Green Deal and the "Farm to Fork" strategy, has transformed the agricultural sector into a strategic tool for combating climate change, preserving natural resources, and ensuring the sustainability of food systems. The contribution of agricultural conditionality practices to the protection of the environment, soil, biodiversity, and water resources is also analyzed. Additionally, the study evaluates sustainable production models, rural development goals, and the processes by which farmers comply with environmental obligations. Finally, it addresses the EU's financing mechanisms that support sustainable agriculture, as well as the environment-agriculture relationships established with developing countries. Overall, the study reveals that environmental sustainability has become a structural element shaping the environmental, economic, and global dimensions of EU agricultural policies. In this context, the study demonstrates that agricultural policies are closely linked not only to production and income objectives but also to long-term ecological resilience and resource efficiency.

Keywords: agriculture, environment, food, climate, policy, European Union.

Atıf/Cite as Rahimli, S. (2026). *Agricultural Policy within European Union Environmental Policy*. BAİBÜİLEF-İG 2026, BAİBÜ, Bolu.

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

Giriş

Avrupa Birliği (AB), kuruluşundan itibaren ekonomik bütünleşme hedefiyle yola çıkmış olsa da, zamanla sosyal, çevresel ve sürdürülebilir kalkınma boyutlarını da içeren çok yönlü bir politika yapısına dönüşmüştür. Bu dönüşümün en önemli yansımalarından biri, çevre politikaları ile tarım politikaları arasındaki etkileşimde görülmektedir. Avrupa'da tarım sektörü, doğal kaynakların yoğun biçimde kullanıldığı, aynı zamanda çevresel etkilerin en belirgin biçimde gözlemlendiği alanlardan biridir. Bu nedenle, AB'nin çevre politikalarının tarım politikalarına entegrasyonu, sürdürülebilir kalkınma vizyonunun merkezinde yer almaktadır. Bu çalışmanın temel amacı, Avrupa Birliği'nin çevre politikalarıyla Ortak Tarım Politikası (OTP) arasındaki ilişkiyi incelemek; çevreye duyarlı tarım uygulamaları, doğal kaynakların korunması, sürdürülebilir üretim ve gıda güvenliği gibi alanlarda AB'nin benimsediği stratejik yönelimleri analiz etmektir. Çalışma, çevre politikalarının tarım sektörüne yansıyan etkilerini hem tarihsel gelişim süreci hem de güncel politika araçları çerçevesinde ele almayı amaçlamaktadır. Bu yönüyle çalışma, çevresel sürdürülebilirlik hedefleriyle ekonomik büyüme ve tarımsal üretim arasındaki dengenin nasıl kurulduğunu ortaya koyarak, AB çevre-tarım ilişkisinin yapısal boyutlarını anlamaya katkı sağlamayı hedeflemektedir.

Konunun önemi, tarımın çevresel etkiler açısından kritik bir sektörel konumda olmasından kaynaklanmaktadır. Tarımsal üretim, toprak, su, hava ve biyolojik çeşitlilik üzerinde doğrudan etkiler yaratmakta; aşırı kimyasal kullanım, toprak erozyonu, su kirliliği ve karbon salımı gibi çevresel sorunlara zemin hazırlamaktadır. Buna karşılık, çevre politikaları tarım sektörünün daha sürdürülebilir, doğayla uyumlu ve kaynak verimliliği yüksek bir yapıya kavuşmasını hedeflemektedir. Bu bağlamda, AB'nin çevre politikalarının tarımsal üretim süreçlerine entegre edilmesi, yalnızca çevrenin korunması açısından değil; aynı zamanda kırsal kalkınma, gıda güvenliği ve iklim değişikliğiyle mücadele açısından da stratejik bir öneme sahiptir. Bu çalışma, nitel bir araştırma yöntemi benimseyerek, doküman analizi yoluyla yürütülmüştür. Avrupa Komisyonu, Avrupa Parlamentosu, Avrupa Çevre Ajansı ve ilgili kurumların yayımladığı resmî belgeler, direktifler, strateji raporları ve tüzükler incelenmiş; ayrıca akademik literatürde yer alan araştırmalar tarım ve çevre politikaları arasındaki etkileşim açısından değerlendirilmiştir. Çalışma, özellikle çevresel sürdürülebilirlik, organik tarım, iklim değişikliğine uyum, kırsal kalkınma ve Avrupa Yeşil Mutabakatı (Green Deal) çerçevesinde şekillenen politikaları kapsamaktadır. Bu sayede AB'nin çevre-tarım entegrasyonuna ilişkin hem kuramsal hem de pratik düzeyde bütüncül bir analiz sunulmaktadır.

Avrupa Birliği'nde çevre ve tarım politikalarının tarihsel arka planına bakıldığında, bu iki alanın başlangıçta birbirinden bağımsız şekilde ele alındığı görülmektedir. 1957 tarihli Roma Antlaşması ile temelleri atılan Ortak Tarım Politikası (OTP), savaş sonrası dönemde Avrupa'da gıda güvenliğini sağlamak, üretim açığını kapatmak ve kırsal refahı artırmak amacıyla oluşturulmuştur. Bu dönemde öncelik, üretimin niceliksel artışı ve fiyat istikrarının sağlanması olmuştur. Ancak 1970'lerden itibaren aşırı üretim, kaynak israfı ve çevresel tahribat gibi sorunların artması, AB'yi çevresel sürdürülebilirlik ekseninde yeni bir politika yönelimine itmiştir. 1987 Tek Avrupa Senedi ile çevre, Avrupa Topluluğu'nun bağımsız bir politika alanı haline gelmiş; 1992 Maastricht Antlaşması ise çevre koruma hedeflerinin tüm AB politikalarına entegre edilmesini zorunlu kılmıştır. Böylece çevre politikaları, tarım dahil olmak üzere tüm sektörlerde dikkate alınması gereken yatay politikalar arasına girmiştir. Bu dönemde OTP, çevresel kriterlerin dahil edildiği reformlarla yeniden yapılandırılmış; "çevreye duyarlı tarım uygulamaları" ve "kırsal kalkınma önlemleri" politika araçlarına eklenmiştir. 2000'li yıllarla birlikte AB, Kırsal Kalkınma Politikası çerçevesinde çevresel hedefleri güçlendirmiş; doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımı, organik tarımın teşviki ve karbon salımının azaltılması gibi amaçlar ön plana çıkmıştır.

Lizbon Stratejisi (2000) ve Göteborg Stratejisi (2001) gibi belgelerle çevresel sürdürülebilirlik, AB'nin genel kalkınma hedeflerinin ayrılmaz bir parçası haline getirilmiştir. Son yıllarda ise çevre ve tarım politikaları arasındaki ilişki, Avrupa Yeşil Mutabakatı (European Green Deal) ve Tarladan Sofraya (Farm to Fork) stratejisi çerçevesinde yeni bir boyut kazanmıştır. Bu stratejiler, tarımın iklim değişikliğiyle mücadelede aktif bir araç haline gelmesini, pestisit ve gübre kullanımının azaltılmasını, karbon emisyonlarının sınırlandırılmasını ve çevre dostu üretim biçimlerinin yaygınlaştırılmasını öngörmektedir. Böylece AB tarım politikası, sadece ekonomik ve sosyal bir araç olmaktan çıkıp, aynı zamanda çevresel sürdürülebilirliğin sağlanmasında kilit bir politika alanı haline gelmiştir.

Sonuç olarak, Avrupa Birliği’nde çevre politikalarının tarım politikaları üzerindeki etkisi, yıllar içinde güçlenmiş ve çok katmanlı bir yapıya bürünmüştür. Bu dönüşüm, AB’nin sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda tarımsal üretimi çevreyle uyumlu hale getirme çabasının bir göstergesidir. Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde, bu politikaların uygulama süreçleri, temel ilkeleri ve sonuçları detaylı biçimde incelenerek, AB çevre politikasında tarımın rolü kapsamlı bir biçimde değerlendirilecektir.

Avrupa Birliği Çevre Politikasının Temel İlkeleri

Avrupa Birliği (AB) çevre politikası, yalnızca doğal çevrenin korunmasına yönelik bir düzenleme alanı değil; aynı zamanda ekonomik büyüme, sosyal refah ve sürdürülebilir kalkınmanın birbirini tamamlayan unsurları olarak değerlendirilmesi gereken kapsamlı bir sistemdir. Bu politika, zaman içerisinde çevresel duyarlılığın artması, küresel ısınma ve iklim değişikliği gibi tehditlerin belirginleşmesiyle daha kurumsal, hukuki ve bütüncül bir yapıya kavuşmuştur. AB çevre politikasının temel ilkeleri, hem Birlik içindeki çevresel standartların uyumlaştırılmasını hem de üye devletlerin çevre politikalarında ortak hareket etmesini sağlamaktadır. Bu ilkeler arasında sürdürülebilir kalkınma anlayışı, “kirleten öder” ilkesi, önleyici tedbir ve tedbirli yaklaşım ilkesi ile AB çevre politikasının hukuki dayanakları öne çıkmaktadır.²

Sürdürülebilir Kalkınma Anlayışı

Sürdürülebilir kalkınma anlayışı, Avrupa Birliği çevre politikasının en temel taşıdır. Bu anlayış, ekonomik büyümenin ve sosyal kalkınmanın çevresel koruma ilkeleriyle dengeli bir biçimde ilerlemesi gerektiğini savunur. Başka bir ifadeyle, doğal kaynakların sınırsız olmadığı kabulünden hareketle, bugünkü kuşakların ihtiyaçlarını karşılarken gelecek kuşakların ihtiyaçlarını karşılama imkanlarını tehlikeye atmamak temel amaçtır.³ AB’nin bu konudaki yaklaşımı, 1987 tarihli Brundtland Raporu’nda (Our Common Future) ortaya konan tanımdan etkilenmiş, daha sonra bu ilke Maastricht Antlaşması’yla Avrupa hukukunun resmi bir unsuru haline getirilmiştir. Avrupa Birliği, sürdürülebilir kalkınmayı yalnızca çevre koruma açısından değil, aynı zamanda ekonomik politikaların da çevresel etkilerini göz önüne alacak şekilde yeniden düzenleme hedefiyle benimsemiştir. Bu anlayış çerçevesinde çevre politikaları, enerji, tarım, ulaştırma ve sanayi gibi alanlarla bütünleşik olarak tasarlanmakta; böylece çevresel faktörlerin ekonomik karar alma süreçlerine entegre edilmesi amaçlanmaktadır.⁴

Sürdürülebilir kalkınma ilkesi, özellikle Avrupa Yeşil Mutabakatı (European Green Deal) ile yeniden önem kazanmış, karbon nötr bir Avrupa hedefi doğrultusunda çevre ve ekonomi arasındaki ilişki daha da güçlendirilmiştir. Bu kapsamda, doğal kaynakların verimli kullanımı, yenilenebilir enerjiye geçiş, atık yönetimi ve döngüsel ekonomi gibi politikalar AB’nin sürdürülebilir kalkınma anlayışının somut uygulama alanlarını oluşturur.⁵ Tarım sektöründe ise, “tarladan çatala” (farm to fork) stratejisi gibi çevre dostu üretim modelleri, ekosistemlerin korunması ve biyolojik çeşitliliğin sürdürülmesi hedefleriyle bütünleştirilmiştir. Dolayısıyla, sürdürülebilir kalkınma anlayışı, AB çevre politikasının yalnızca teorik bir ilkesi değil, aynı zamanda Birliğin tüm politika alanlarını yönlendiren normatif bir çerçeve olarak işlev görmektedir.⁶

² “What is the polluter pays principle?”, *The London School of Economics and Political Science*, 18 July 2022: <https://www.lse.ac.uk/granthaminstitute/explainers/what-is-the-polluter-pays-principle/> (e.t.06.11.2025)

³ Dr. Feza Sencer ÇÖRTOĞLU, “Avrupa Birliğinde Çevre Politikasının Bütünleşmesi ve Türkiye’de Doğa Koruma Açısından Önemi”, *Ankara Üniversitesi Avrupa Toplulukları Araştırma ve Uygulama Merkezi, Araştırma Dizisi No: 40*, 2016, ss.29-41

⁴ Çörtoğlu, a.g.m.

⁵ Harun Türker KARA- Cenay BABAOĞLU, “Döngüsel Ekonomi Yaklaşımının Finansmanı ve Türkiye’de Yerel Yönetimlerde Uygulanabilirliği”, *Çevre, Şehir ve İklim Dergisi*, Yıl 4, Sayı 7, s. (48-67)

⁶ “Tarladan Çatala Stratejisi”: <https://green-glossary.com/tr/terim/88-tarladan-catala-stratejisi> (e.t.07.11.2025)

“Kirleten Öder” İlkesi

“Kirleten öder” ilkesi (polluter pays principle)⁷, çevre politikasının mali ve adalet boyutunu düzenleyen en önemli ilkelerden biri olmuştur. Bu ilke, çevreye zarar veren kişi veya kuruluşların, verdikleri zararın ekonomik maliyetini karşılaması gerektiğini öngörmüştür. Böylece çevresel bozulmanın maliyeti, toplumun geneline yüklenmek yerine, doğrudan kirlenmeden sorumlu aktöre yöneltilmiş olur.⁸ AB bu ilkeyi, çevresel adaletin ve etkin kaynak kullanımının sağlanması için benimsemiştir. İlkenin temel mantığı, çevreyi kirletenlerin neden oldukları tahribatı gidermekle yükümlü olmaları ve bu yolla çevreye zarar vermemeye teşvik edilmeleridir. Nitekim, çevre vergileri, karbon emisyon ücretleri, atık bertaraf bedelleri gibi mali araçlar “kirleten öder” ilkesinin uygulanmasında başlıca araçlar olmuştur. İlk olarak OECD tarafından 1972 yılında resmen tanımlanan bu ilke, daha sonra Avrupa Birliği hukukuna Maastricht Antlaşması’yla dahil edilmiştir. AB’nin çevre politikası açısından bu ilkenin önemi hem çevresel tahribatın azaltılmasında hem de çevre politikalarının finansmanında önemli bir rol oynamasından kaynaklanır. Çünkü kirleticinin mali sorumluluğu hem caydırıcı bir mekanizma yaratır hem de çevre koruma faaliyetleri için kaynak sağlar. Örneğin, AB Emisyon Ticaret Sistemi (EU ETS) doğrudan bu ilkeye dayanmaktadır. Bu sistemde, işletmelerin atmosfere saldıkları karbon miktarı ölçülmekte, belirli bir sınırı aşan işletmeler cezalandırılmakta veya emisyon hakkı satın almak zorunda kalmaktadır. Böylece çevresel zarar maliyetinin ekonomik sistemde karşılığı oluşturulmakta, çevre üzerindeki baskı azaltılmaktadır.⁹

Sonuç olarak “kirleten öder” ilkesi, Avrupa Birliği’nin çevre politikasında ekonomik araçların kullanılmasına olanak sağlayarak, çevre korumayı piyasa mekanizmalarıyla uyumlu hale getiren bir ilke olarak hem mali hem de hukuki bir çerçeve sunmaktadır.

Önleyici Tedbir ve Tedbirli Yaklaşım İlkesi

Önleyici tedbir (preventive action) ve tedbirli yaklaşım (precautionary principle) ilkeleri, AB çevre politikasının koruyucu ve risk temelli yönünü temsil eder. Bu iki ilke, çevresel zararın ortaya çıkmasından önce önlem alınmasını öngörür. Diğer bir ifadeyle, çevreye zarar verildikten sonra onarım yapmaktansa, zarar doğmadan önlemlerin alınması gerektiği anlayışına dayanır. Önleyici tedbir ilkesi, çevre kirliliğinin kaynağında kontrol altına alınmasını esas alır. Çevreye yönelik her türlü faaliyet planlanırken, potansiyel zararların belirlenmesi ve bu zararların ortaya çıkmadan önlenmesi hedeflenir. Bu yaklaşım, özellikle endüstriyel üretim, enerji politikaları ve tarımsal faaliyetlerde çevresel etki değerlendirmesi süreçlerinin zorunlu hale getirilmesinde kendini gösterir.¹⁰ Tedbirli yaklaşım ilkesi ise, çevresel bir zararın kesin olarak kanıtlanması beklenmeden, ciddi veya geri dönüşü olmayan bir riskin varlığı halinde koruyucu önlemler alınmasını öngörür. Yani bilimsel kesinlik sağlanmasa bile, potansiyel bir çevresel tehlike varsa, karar alıcılar çevre lehine hareket etmek zorundadır. Bu ilke, özellikle genetiği değiştirilmiş organizmalar (GDO), kimyasal maddeler, iklim değişikliği ve nükleer enerji gibi belirsizlik içeren alanlarda uygulanır.¹¹

Avrupa Birliği, tedbirli yaklaşımı çevre politikasının merkezine yerleştirerek, koruma anlayışını benimsemiştir.¹² Bu yaklaşım, bilimsel araştırmaların tamamlanması beklenmeden önlem alınmasını sağlayarak, çevresel risklerin uzun vadede daha büyük maliyetler doğurmasını engeller. Özellikle tarım politikalarında, pestisit kullanımı, su kaynaklarının korunması ve biyolojik çeşitliliğin sürdürülmesi gibi alanlarda bu ilke hayati önem taşımaktadır.

⁷ Candan Yılmaz Uğur, “The Polluter Pays Principle Within the Framework of the European Union Emissions Trading System”, *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(2), 862-872.

⁸ Yılmaz Uğur, a.g.m.

⁹ “Avrupa Birliği Emisyon Ticaret Sistemi (AB ETS)”, *Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı*, 23 Ağustos 2023:

<https://ticaret.gov.tr/data/64f5ba7713b8769d98615d86/AB%20ETS%20Bilgi%20Notu-23.08.2023.pdf> (e.t.10.11.2025)

¹⁰ Jose Felix Pinto-Bazurco Ph.D., “The Precautionary Principle: Still Only One Earth: Lessons from 50 years of UN sustainable development policy”, *International Institute for Sustainable Development*, October 23, 2020

¹¹ Zerrin Ayşe Öztürk, “Yeni Güvenlik Yaklaşımı Çerçevesinde Çevresel Güvenli”, *Journal of Diplomatic Research*, 6(2), 2024, ss. 23-43.

¹² “Corporate sustainability due diligence”, *European Commission*: https://commission.europa.eu/business-economy-euro/doing-business-eu/sustainability-due-diligence-responsible-business/corporate-sustainability-due-diligence_en (e.t.09.11.2025)

Dolayısıyla bu iki ilke, çevre yönetiminde pasif bir bekleme anlayışından ziyade, proaktif ve koruyucu bir yaklaşımı temsil eder. Bu yönüyle AB çevre politikasının en dinamik ve risk yönetimi odaklı ilkelerinden biridir.

AB Çevre Politikasının Hukuki Dayanakları (Roma, Maastricht, Amsterdam, Lizbon Antlaşmaları)

Avrupa Birliği çevre politikasının hukuki temeli, zaman içerisinde imzalanan antlaşmalarla güçlendirilmiş ve sistematik bir yapı kazanmıştır. Bu antlaşmalar, çevre politikasının yalnızca üye devletlerin inisiyatifinde yürütülen bir alan olmaktan çıkıp, Birlik düzeyinde bağlayıcı bir politika haline gelmesini sağlamıştır. Roma Antlaşması (1957), Avrupa Ekonomik Topluluğu’nun (AET) kuruluşunu düzenlemiş, ancak doğrudan çevre politikasına yer vermemiştir. Buna rağmen, ekonomik entegrasyonun çevre üzerindeki etkileri kısa sürede belirgin hale gelmiş ve çevre koruma konuları dolaylı biçimde ele alınmaya başlanmıştır. Özellikle ortak tarım politikası ve sanayi üretimiyle bağlantılı olarak çevresel konular, ekonomik düzenlemelerin bir parçası haline gelmiştir.¹³ Maastricht Antlaşması (1992), Avrupa çevre politikasının dönüm noktasıdır. Bu antlaşma ile çevre politikası, Avrupa Topluluğu’nun ortak politikalarından biri haline getirilmiş ve “sürdürülebilir kalkınma” kavramı Avrupa Birliği hukukuna dahil edilmiştir. Ayrıca çevre politikalarının diğer politikalarla bütünleştirilmesi ilkesi getirilmiş, çevre koruma artık ekonomik büyüme süreçlerinin ayrılmaz bir unsuru olarak tanımlanmıştır.¹⁴ Amsterdam Antlaşması (1997), çevre koruma ilkesini Avrupa Birliği’nin tüm politika alanlarına entegre eden bir düzenleme getirmiştir. Bu antlaşmayla, çevre koruma politikası “tüm topluluk politikalarının bir bileşeni” haline gelmiştir. Ayrıca önleyici tedbir ve tedbirli yaklaşım ilkeleri ilk kez açık biçimde antlaşma metnine dahil edilmiştir.¹⁵ Lizbon Antlaşması (2009) ise AB çevre politikasının kurumsal çerçevesini güçlendirmiş, iklim değişikliğiyle mücadeleyi Birliğin temel hedeflerinden biri olarak belirlemiştir. Ayrıca çevreyle ilgili karar alma süreçlerinde Avrupa Parlamentosu’nun rolü artırılmış, demokratik meşruiyet güçlendirilmiştir. Bu antlaşmayla birlikte çevre politikası, Birliğin sürdürülebilir büyüme, enerji güvenliği ve küresel sorumluluk ilkeleriyle doğrudan ilişkilendirilmiştir.¹⁶

Sonuç olarak, Avrupa Birliği çevre politikasının hukuki dayanakları, yalnızca çevre korumayı değil, aynı zamanda çevresel yönetimi Birlik düzeyinde kurumsallaştırmayı amaçlamaktadır. Bu süreçte çevre politikası, ekonomik entegrasyonun tamamlayıcı unsuru olmaktan çıkıp, Avrupa projesinin merkezinde yer alan bir alan haline gelmiştir.

Ortak Tarım Politikası (OTP) ve Çevresel Boyutu

Avrupa Birliği’nin Ortak Tarım Politikası (Common Agricultural Policy – CAP), Avrupa bütünleşmesinin en eski ve en köklü politika alanlarından biridir. 1957 Roma Antlaşması ile temelleri atılan bu politika, başlangıçta kıtlık korkusu ve gıda güvenliği kaygılarıyla oluşturulmuş; zaman içinde ekonomik, sosyal ve çevresel hedefleri bir arada barındıran çok boyutlu bir yapıya dönüşmüştür.¹⁷ Günümüzde CAP, yalnızca üretim ve fiyat istikrarını değil, aynı zamanda çevresel sürdürülebilirliği, biyolojik çeşitliliğin korunmasını ve kırsal kalkınmayı da temel hedefleri arasına dahil etmiştir.¹⁸ Avrupa Birliği’nin çevre politikası ile Ortak Tarım Politikası arasındaki bağlantı, 1990’lardan itibaren giderek güçlenmiştir. Özellikle iklim değişikliği, toprak erozyonu, su kirliliği, pestisit kullanımı ve tarımsal faaliyetlerin karbon ayak izi gibi sorunlar, AB’nin tarım politikalarını yeniden şekillendirmiştir. Böylece CAP, yalnızca ekonomik bir düzenleme alanı olmaktan çıkarak, çevre koruma ve sürdürülebilirlik ekseninde yeniden tanımlanmıştır.¹⁹

¹³ “Rome Declaration on World Food Security”, Rome, 13 November 1996: <https://www.fao.org/4/w3613e/w3613e00.htm> (e.t.09.11.2025)

¹⁴ Mehmet Özel, “Avrupa Birliği: Ekonomik Topluluktan Çevre Topluluğuna (Mı)”, *GÜ İ.İ.B.F. Dergisi*, 1/2003, 221-238.

¹⁵ Elif Uzun, “Amsterdam Antlaşması (Avrupa’da Ne Değişti?)”, *Amsterdam Antlaşması Çevirisi*, ss: 675-685

¹⁶ Rachele Rossi, “1962-2022: The EU common agricultural policy at 60”, *European Parliament*, 10 May 2022, ss.2.

¹⁷ Marmara Üniversitesi Avrupa Topluluğu Enstitüsü, “Common Agricultural Policy (CAP)”, Yıl 1992, Cilt: 2 Sayı: 1&2, 217 – 230.

¹⁸ Marmara Üniversitesi Avrupa Topluluğu Enstitüsü, a.g.m.

¹⁹ Tuba BEŞEN, Emine OLHAN, “Tarımsal Çevre Göstergelerinin AB, OECD Ve FAO Kapsamında Değerlendirilmesi”, *BAHÇE* 50(1): 71-86 (2021), s.74

Ortak Tarım Politikası'nın (CAP) Temel Amaçları

Ortak Tarım Politikasının temel amaçları, Avrupa bütünleşmesinin ilk yıllarından itibaren hem ekonomik istikrarı hem de sosyal refahı sağlamak üzere belirlenmiştir. Başlangıçta Roma Antlaşması'nın 39. maddesinde ifade edilen bu amaçlar, zamanla değişen ekonomik, sosyal ve çevresel koşullara göre genişlemiştir.²⁰ CAP'in ilk dönem amaçları, II. Dünya Savaşı sonrası Avrupa'da yaşanan gıda kıtlığına yanıt vermeyi hedefliyordu. Bu dönemde amaç, tarımsal üretimi artırmak, çiftçilerin gelir düzeyini güvence altına almak ve gıda arz güvenliğini sağlamaktır. Ayrıca tarımsal ürünlerin fiyat istikrarını korumak, çiftçilerin yaşam standartlarını yükseltmek ve iç pazarda malların serbest dolaşımını güvence altına almak da temel hedefler arasındaydı. Ancak 1970'lerden itibaren bu üretim odaklı sistem, yapısal sorunlar doğurmaya başladı. Aşırı üretim (örneğin "süt gölleri" ve "tahıl dağları" olarak bilinen stok fazlalıkları), bütçeye ağır yük getirdi ve çevresel tahribata yol açtı. Yoğun kimyasal gübre ve pestisit kullanımı, toprak ve su kaynaklarını kirletti; tarımsal biyoçeşitlilik azaldı. Nitekim bu gelişmeler, CAP'in yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda ekolojik sorumluluk taşıyan bir politika haline getirilmesi gerektiğini ortaya koydu. Dolayısıyla günümüzde CAP'in temel amaçları şu şekilde yeniden tanımlanmıştır:

1. Sürdürülebilir tarım üretimi sağlamak: Doğal kaynakların korunması, iklim değişikliğine uyum ve karbon salınımının azaltılmasıyla birlikte üretim kapasitesinin devamlılığını sağlamak.
2. Çiftçilerin gelirlerini desteklemek ve kırsal refahı artırmak: Tarım sektörünü ekonomik dalgalanmalara karşı korumak, küçük ölçekli üreticilerin rekabet gücünü artırmak.
3. Gıda güvenliği ve kalite standartlarını korumak: Avrupa vatandaşlarına güvenli, izlenebilir ve çevreye duyarlı biçimde üretilmiş gıdalar sunmak.
4. Çevresel sürdürülebilirliği güçlendirmek: Toprak, su, hava kalitesi ve biyolojik çeşitlilik üzerinde olumsuz etkileri en aza indirmek; yenilenebilir enerji kaynaklarını tarımda teşvik etmek.
5. Kırsal alanların sosyo-ekonomik yapısını desteklemek: Tarımsal üretimin ötesinde kırsal kalkınma, istihdam ve sosyal bütünleşmeyi sağlamak.

Bu amaçlar, günümüzde çevresel sürdürülebilirlik ilkesiyle doğrudan ilişkilidir. Tarım artık yalnızca ekonomik bir faaliyet olarak değil, aynı zamanda doğal kaynak yönetiminin bir parçası olarak görülmektedir. Avrupa Birliği, bu bağlamda tarımı çevre politikalarının merkezine yerleştirmiştir.²¹

CAP'in Reform Süreci (1992–2023)

Ortak Tarım Politikası (OTP), 1960'lı yıllardan günümüze kadar Avrupa bütünleşme sürecinin en dinamik ve dönüşüm geçiren alanlarından biri olmuştur. Politikanın temel amacı başlangıçta, savaş sonrası Avrupa'da gıda arz güvenliğini sağlamak, tarımsal üretimi artırmak ve çiftçilerin gelir seviyesini korumak üzerine inşa edilmiştir. Ancak zaman içerisinde değişen ekonomik, siyasal ve çevresel koşullar, OTP'nin hedeflerinin, araçlarının ve finansman yapısının köklü biçimde yeniden şekillenmesine yol açmıştır. Özellikle 1970'lerin sonlarından itibaren ortaya çıkan tarımsal üretim fazlalıkları, bütçeye olan aşırı yük, Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) çerçevesinde yürütülen serbest ticaret müzakereleri ve artan çevresel sorunlar, AB'yi OTP'de yapısal reformlar gerçekleştirmeye zorlamıştır.²² 1992 MacSharry Reformu, CAP'in çevresel boyuta evrilmesinde dönüm noktası olmuştur. Nitekim bu reformla birlikte üretim teşvikine dayalı destekleme sistemi terk edilmeye başlanmış, doğrudan gelir desteği modeli benimsenmiştir. Tarımsal üretimin çevresel etkilerini azaltmak amacıyla, çiftçilere verilen desteklerin bir kısmı çevre dostu üretim uygulamalarına bağlanmıştır. Böylece "ekolojik tarım" ve "organik üretim" kavramları CAP çerçevesinde önem kazanmaya başlamıştır.²³

²⁰ Avrupa Topluluklarına İlişkin Temel Belgeler cilt 1: Avrupa Topluluklarını Kuran Temel Antlaşmalar (AKÇT, AET, AAET): <https://www.ikv.org.tr/images/files/A2-tr.pdf> (e.t.09.11.2025)

²¹ Kemal Yaman, Murat Gül, "Kuruluşundan Günümüze Avrupa Birliği'nin Çevre Politikası", *Ekonomi, İşletme ve Yönetim Dergisi* Cilt/Vol:2, Sayı/Issue:2, 2018 Sayfa: 198-217

²² Hasan Köse, "Türkiye'nin AB'nin Serbest Ticaret Anlaşmalarına Uyumda Yaşadığı Sorunların ve Serbest Ticaret Anlaşması Politikası Farklılıklarının Üçüncü Ülke Pazarlarına Erişimine Etkisi", *KOSBED*, 2022, 43: 27- 49

²³ Stefan Tangermann, "1992 MacSharry Reformunun Sonradan İncelenmesi", Ingersent, KA, Rayner, AJ, Hine, RC (editörler) Ortak Tarım Politikasının Reformu. Palgrave Macmillan, Londra

1999 Berlin (Agenda 2000) Reformu, CAP’i iki sütunlu bir yapıya dönüştürmüştür:

1. Birinci sütun: Tarımsal piyasaların düzenlenmesi ve doğrudan gelir destekleri,
2. İkinci sütun: Kırsal kalkınma politikaları ve çevre önlemleri.²⁴

Bu reform, çevresel önlemlerin CAP içinde kurumsal olarak yer almasını sağlamış ve tarımsal desteklerin çevreyle uyumlu biçimde verilmesini zorunlu hale getirmiştir.

2003 Fischler Reformu, “ayırıştırma” (decoupling) ilkesini getirmiştir. Buna göre çiftçilere verilen destekler üretim miktarına değil, çevre koruma ve sürdürülebilirlik kriterlerine göre belirlenmiştir. Çiftçilerin destek alabilmeleri için belirli çevre standartlarına (toprak koruma, su yönetimi, hayvan refahı gibi) uymaları şart koşulmuştur.²⁵

2013 Reformu, “yeşillendirme” (greening) uygulamalarını başlatarak, çevre dostu tarım uygulamalarını doğrudan destek mekanizmasına dahil etmiştir. Çiftçiler, belirli bir kısmı çevresel uygulamalara (örneğin mera koruma, ekim nöbeti, ekolojik odak alanları oluşturma) ayırmak zorunda kalmışlardır.²⁶

2021–2023 dönemi CAP Reformu, Avrupa Yeşil Mutabakatı’nın hedefleriyle uyumlu hale getirilmiştir. Bu yeni reformda, iklim değişikliğiyle mücadele, karbon emisyonlarının azaltılması, biyoçeşitliliğin korunması ve sürdürülebilir gıda üretimi temel hedeflerdir. Artık CAP, yalnızca tarımsal üretimi düzenleyen bir politika değil; çevresel dönüşümü destekleyen bir kalkınma aracı haline gelmiştir. Bu reform süreci, tarım ve çevre arasındaki ilişkinin AB politikalarının merkezinde yer almasına yol açmıştır. Günümüzde tarımsal destekler, yalnızca ekonomik performansa değil, çevresel sorumluluklara da bağlıdır.

Yeşil Mutabakat (Green Deal) ve “Çiftlikten Çatala” Stratejisi

Avrupa Yeşil Mutabakatı (European Green Deal), 2019 yılında Avrupa Komisyonu tarafından kabul edilen ve AB’nin 2050 yılına kadar karbon nötr bir kıta haline gelmesini hedefleyen kapsamlı bir stratejidir. Bu mutabakat, enerji, sanayi, ulaşım, inşaat ve tarım dahil olmak üzere tüm sektörleri kapsar. Tarım sektörü açısından en önemli bileşeni ise “Çiftlikten Çatala” (Farm to Fork) stratejisi olmuştur.²⁷ Nitekim Yeşil Mutabakat, tarımı çevre politikalarının merkezine yerleştirmiştir çünkü tarım hem iklim değişikliğinin mağduru hem de nedenlerinden biridir. Tarımsal faaliyetler, AB’nin toplam sera gazı emisyonlarının yaklaşık %10’unu oluşturmaktadır. Bu nedenle sürdürülebilir gıda sistemleri oluşturmak hem iklim hedeflerine ulaşmak hem de doğal kaynakların korunmasını sağlamak açısından zorunlu olmuştur.²⁸

“Çiftlikten Çatala” stratejisi, gıda üretiminin her aşamasında çevresel ve sağlık standartlarını yükseltmeyi hedefler. Bu strateji, gıda tedarik zincirini sürdürülebilir hale getirmeyi, kimyasal gübre ve pestisit kullanımını azaltmayı, organik tarımı teşvik etmeyi ve israfı önlemeyi amaçlar. Ayrıca tüketicilere sağlıklı, güvenilir ve çevreye duyarlı ürünlerin ulaştırılması hedeflenmiştir. Bu doğrultuda stratejinin öne çıkan hedefleri şunlardır:

1. 2030 yılına kadar pestisit kullanımının %50 azaltılması,
2. Kimyasal gübre kullanımının %20 azaltılması,
3. Organik tarım alanlarının toplam tarım arazilerinin %25’ine çıkarılması,
4. Gıda israfının yarı yarıya azaltılması.²⁹

Yeşil Mutabakat çerçevesinde CAP, artık yalnızca çiftçilerin gelirini koruyan değil, çevreyi de koruyan bir

²⁴ “CAP Anlaşması Üçüncü 'Sosyal' Sütun için Zemin Hazırlıyor”, Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı, 02 Eylül 2021: <https://ticaret.gov.tr/blog/sektor-haberleri/cap-anlasmasi-ucuncu-sosyal-sutun-icin-zemin-hazirliyor> (e.t.10.11.2025)

²⁵ Arlindo Cunha, Alan Swinbank, “The 2003 Fischler Reform”, *Oxford Academic*, Published: February 2011, Pages 125–149

²⁶ Pavel Ciaian, D’Artis Kancs, Johan Swinnen, “The Impact of the 2013 Reform of the Common Agricultural Policy on Land Capitalization in the European Union”, *Applied Economic Perspectives and Policy*, Volume 36, Issue 4, December 2014, Pages 643–673,

²⁷ “Farm to Fork strategy”, European Commission: https://food.ec.europa.eu/horizontal-topics/farm-fork-strategy_en?utm_source=chatgpt.com (e.t.14.11.2025)

²⁸ “The European Green Deal Striving to be the first climate-neutral continent”, *European Commission*: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en (e.t.14.11.2025)

²⁹ Kara Anderson, “What is the Farm to Fork Strategy?”, *Greenly Earth*, 8 Feb 2024: <https://greenly.earth/en-gb/blog/industries/what-is-the-farm-to-fork-strategy> (e.t.14.11.2025)

sistem haline gelmiştir. Tarımsal faaliyetlerin karbon ayak izinin ölçülmesi, toprak sağlığının izlenmesi ve sürdürülebilir sulama tekniklerinin teşvik edilmesi, bu yeni dönemin somut uygulamalarıdır. Bu strateji, çevre politikası ile tarım politikasını birleştiren kapsamlı bir yapısal dönüşüm projesidir. Artık Avrupa Birliği, çevre koruma hedefleriyle tarımın ekonomik sürdürülebilirliği arasında bir denge kurmayı değil, bu iki alanı tek bir sistem olarak yönetmeyi amaçlamıştır.³⁰

Tarımda Çevresel Koşulluluk (Cross-Compliance) Uygulamaları

Çevresel koşulluluk (cross-compliance), CAP reformlarının bir diğer önemli uygulama araçlarından biri olmuştur. Nitekim bu mekanizma, çiftçilere yapılan tarımsal destek ödemelerinin belirli çevresel, hayvan refahı ve gıda güvenliği standartlarına uyulması şartına bağlanması anlamına gelmektedir. Çiftçiler, doğrudan gelir desteği veya kırsal kalkınma yardımı alabilmek için çevresel yükümlülükleri yerine getirmek zorundadır. Bu yükümlülükler arasında toprak erozyonunun önlenmesi, su kaynaklarının korunması, doğal yaşam alanlarının tahrip edilmemesi ve tarımsal kimyasalların bilinçli kullanımı yer alır. Bu yaklaşım, “kamu desteği kamu yararı için” ilkesine dayanır: Çiftçiye sağlanan her türlü mali destek, çevreye zarar vermeden üretim yapılması koşuluna bağlanmıştır.³¹

Ortak Tarım Politikası kapsamında yer alan çevresel koşulluluk (cross-compliance) uygulamaları, Avrupa Birliği’nin tarım destekleme mekanizmalarını çevre koruma, gıda güvenliği ve sürdürülebilir kaynak yönetimi ilkeleriyle bütünleştirmeyi amaçlamaktadır. Bu bağlamda Yasal Yönetim Gereklilikleri (Statutory Management Requirements – SMR) ve Toprak ve Araziyi İyi Tarımsal ve Çevresel Koşullarda Tutma (Good Agricultural and Environmental Condition – GAEC) standartları, çiftçilerin doğrudan gelir desteğinden yararlanabilmeleri için uymaları gereken temel şartlar arasında yer almaktadır.³² Bu iki sistem, çevresel sorumluluğu çiftçi düzeyinde kurumsallaştırmıştır. Çiftçiler, bu standartlara uymadıkları takdirde doğrudan destek ödemelerinin belirli bir oranını kaybederler. Böylece çevre koruma, yaptırıma bağlanmış bir tarım politikası unsuru haline gelmektedir.

Çevresel koşulluluk uygulamaları, aynı zamanda AB’nin “çevre için ödeme” anlayışını da somutlaştırır. Yani çevre dostu üretim yapan, su ve toprak kalitesini koruyan, biyolojik çeşitliliğe katkıda bulunan çiftçiler daha yüksek destekler alır. Bu sistem, çevre koruma ile ekonomik teşvikin birlikte çalışmasını sağlar. Bu bağlamda, çevresel koşulluluk uygulamaları AB’nin çevre ve tarım politikalarının kesişim noktasında yer almakta ve tarım sektörünün sürdürülebilir dönüşümünü güvence altına almaktadır. Bu mekanizma sayesinde çevre politikaları soyut bir hedef olmaktan çıkmış, tarımsal faaliyetlerin her aşamasına entegre edilmiş somut bir yükümlülük haline gelmiştir.

AB Çevre Politikası ile Tarım Politikası Arasındaki Etkileşim

Avrupa Birliği’nin çevre ve tarım politikaları, tarihsel süreç boyunca birbirinden bağımsız alanlar olarak gelişmiş görünse de zamanla aynı hedeflere yönelen, karşılıklı etkileşim içinde olan ve giderek daha fazla bütünleşen iki politika alanı hâline gelmiştir. Özellikle 1990’lardan sonra çevresel sürdürülebilirlik kavramının AB gündeminin merkezine oturması, OTP’nin yapısal dönüşümünün yönünü belirlemiş; böylece çevre ile tarım arasındaki ilişki yalnızca teknik veya sektörel bir mesele olmaktan çıkıp AB’nin bütünleşme projesinin temel unsurlarından biri hâline gelmiştir. Bu dönemde çevre politikası, tarım politikalarının belirlenmesinde hem bir rehber hem de zorunlu bir çerçeve oluşturmuş; OTP bütçesinin önemli bir kısmı çevresel hedeflere uyumlu uygulamalara yönlendirilmiştir.³³

Tarım sektörünün çevre üzerindeki etkilerinin—özellikle su kaynaklarının kirlenmesi, toprak bozulumu, biyoçeşitlilik kaybı ve iklim değişikliğine katkı—kamuoyu ve politika yapımcılar tarafından daha açık bir şekilde görülmesi, AB’nin tarım politikalarını çevresel hassasiyetle yeniden tasarlamasını zorunlu kılmıştır. Nitekim

³⁰ AB Sürdürülebilir Tarım Politikaları: <https://ticaret.gov.tr/dis-iliskiler/yesil-mutabakat/ab-surdurulebilir-tarim-politikalari> (e.t.15.11.2025)

³¹ T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı. (2024). 2025–2027 yıllarında yapılacak bitkisel üretime yönelik desteklemeler ile diğer bazı tarımsal desteklemelere ödeme yapılmasına dair tebliğ (Tebliğ No: 2024/39). Resmî Gazete.

³² Conditionality: https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/income-support/conditionality_en (e.t.15.11.2025)

³³ Nuray Görgeç, “Çevre sorunlarının çözümüne yönelik vergi politikaları: Türkiye ile Avrupa Birliği arasında karşılaştırmalı bir analiz (Yüksek lisans tezi)” Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Maliye Anabilim Dalı, Afyonkarahisar, 2025

bu kapsamda AB, tarım faaliyetlerini yalnızca gıda üretimine indirgenen ekonomik bir sektör olarak değil, aynı zamanda doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımında ve ekosistem hizmetlerinin korunmasında kilit bir aktör olarak değerlendirmeye başlamıştır. Tarım politikalarının çevre boyutuyla ele alınması, kırsal alanların sosyo-ekonomik yapısının korunmasını, doğal habitatların sürdürülebilir yönetimini, çiftçilerin çevresel sorumluluk bilincinin artırılmasını ve tarımsal üretimin iklim değişikliğine uyum kapasitesinin güçlendirilmesini de içeren çok katmanlı bir yaklaşımı beraberinde getirmiştir. Buna ek olarak, AB’nin uluslararası taahhütleri—özellikle Kyoto Protokolü, Paris İklim Anlaşması ve Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları—çevre ve tarım politikalarının bütünleşmesini daha da hızlandırmıştır. AB, küresel iklim hedeflerine ulaşmada tarım sektörünü hem bir risk faktörü hem de potansiyel bir çözüm alanı olarak görmektedir. Bu nedenle karbon yutağı olarak orman ve mera alanlarının korunması, sürdürülebilir arazi yönetimi, organik tarımın teşvik edilmesi ve sera gazı emisyonlarının azaltılmasına yönelik uygulamalar OTP’nin merkezine alınmıştır.³⁴

Nitekim AB kamuoyunda çevresel duyarlılığın artması, tüketicilerin çevre dostu ürünlere yönelmesi ve sürdürülebilir gıda sistemlerine ilişkin toplumsal taleplerin yükselmesi, çevre-tarım bütünleşmesini siyasi açıdan da kaçınılmaz hâle getirmiştir. Bugün AB tarım politikası, sadece üretim miktarını artırmayı hedefleyen geleneksel yaklaşımın ötesine geçmiş; çevre açısından sorumlu, iklim dostu, ekonomik olarak sürdürülebilir ve toplumsal beklentilerle uyumlu bir tarım yapısının oluşturulmasını temel amaç edinmiştir. Bu çerçevede AB çevre politikası ile tarım politikası arasındaki ilişki, modern politika analizinde baskın bir yorumla “karşılıklı bağımlılık”, “politikaların yatay entegrasyonu” ve “çok düzeyli yönetim” kavramlarıyla açıklanmaktadır. Çevre ve tarım politikalarının artık ayrı alanlar olarak değil, birbirini hem kısıtlayan hem de karşılıklı olarak güçlendiren dinamik bir etkileşim içinde olduğu kabul edilmektedir.³⁵

Tarımsal Faaliyetlerin Çevresel Etkileri

Avrupa’da tarımsal üretim, doğal kaynakların kullanımında en büyük paya sahip sektörlerden biridir ve bu nedenle su, toprak ve biyoçeşitlilik üzerinde doğrudan ve dolaylı çok sayıda çevresel etki yaratmaktadır.³⁶ İlk olarak su kaynakları açısından, yoğun sulama faaliyetleri, tarımsal üretimin su tüketimini aşırı derecede artırmakta; özellikle Akdeniz havzasında su kıtlığı sorununu daha belirgin hâle getirmektedir. Bununla birlikte pestisit, gübre ve hayvansal atıkların yüzey ve yeraltı sularına karışması, AB’nin Nitrat Direktifi gibi çevresel düzenlemeleri zorunlu kılan en önemli nedenlerden biridir. Tarımsal kirlilik, Avrupa su ekosistemlerinde ötrofikasyon³⁷, içme suyu kalitesinin bozulması ve tatlı su habitatlarında geri dönüşü zor hasarlara yol açmaktadır.

Toprak açısından, yoğun tarım uygulamaları—özellikle monokültür üretim, ağır makinelerin kullanımı ve kimyasal girdilere aşırı bağımlılık—toprak organik maddesinin azalmasına, erozyona, sıkışmaya ve tuzlulaşmaya neden olmaktadır. Toprak bozulumu, sadece tarımsal verimliliği düşürmekle kalmamakta; aynı zamanda karbon depolama kapasitesini azaltarak iklim değişikliğine katkı sunmaktadır. AB, bu sorunlara karşı Toprak Tematik Stratejisi ve sürdürülebilir arazi yönetimi ilkelerini geliştirmiştir.³⁸

Biyoçeşitlilik açısından, tarım sektörü hem tehdit hem de koruyucu bir unsur olabilir. Yoğun tarım uygulamaları, tarım alanlarının genişlemesi ve doğal habitatların tahribi, Avrupa’da kuş türlerinin, toprak mikroorganizmalarının ve polinatörlerin (özellikle arı popülasyonlarının) hızlı bir şekilde azalmasına yol açmıştır.³⁹ Buna karşın, geleneksel ve düşük girdili tarım sistemleri biyoçeşitliliğin korunmasına katkı sunmaktadır; bu nedenle AB, OTP kapsamında çevresel koşulluluk mekanizmaları ve tarım-çevre-iklim tedbirleriyle biyoçeşitliliği destekleyen üretim yöntemlerini teşvik etmektedir. Kısacası, tarımın çevresel etkileri AB çevre politikalarının şekillenmesinde temel belirleyicilerden biri hâline gelmiştir.

³⁴ Tunç İbrahim Ceylan, “2040 Yılı İçin OTP Senaryoları Raporu”, *İktisadi Kalkınma Vakfı*, 31 Ekim 2025.

³⁵ Fikret Mazı, “Çok Düzlemli Avrupa Birliğinde Çevre Politikası Entegrasyonu Üzerine Bir Değerlendirme: Sektörel Koordinasyon ve Bölgesellik”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Y.2009, C.14, S.1 s.221-237.

³⁶ Mazı, a.g.m.

³⁷ “Ötrofikasyon”, *Tema*: <https://sutema.org/otrofikasyon> (e.t.15.11.2025)

³⁸ Hakan Ayhan, Zuhale Karakayacı, Aysun Yener, “Sürdürülebilir Kırsal Arazi Yönetimi”, *DergiPark*, Yıl 2024, Sayı: 7, 30 - 38, 30.04.2024.

³⁹ Hakan İNCİ, Tugay AYAŞAN, Aydın Şükrü BENGÜ, “Sürdürülebilir Tarım ve Yenilikçi Yaklaşımları”, İksad Yayınevi, 2025.

Tarım Politikalarının İklim Değişikliğine Uyumu

Tarım sektörü, iklim değişikliğinden en fazla etkilenen sektörlerden biri olmasının yanında, sera gazı emisyonlarının önemli bir kaynağıdır. AB'nin iklim politikaları ile tarım politikaları arasındaki entegrasyon bu nedenle kritik bir öneme sahiptir. OTP, özellikle 2013 reformu sonrasında iklim değişikliğine uyumu merkezine alan tedbirleri içermeye başlamış; "yeşillendirme" politikası, tarım arazilerinin iklim dostu uygulamalara yönlendirilmesini sağlayan temel bir adım olmuştur.⁴⁰

İklim değişikliğine uyum bağlamında AB, tarım sektöründe çift yönlü bir yaklaşım benimsemiştir:

- 1.Uyum (adaptation): Tarımın iklim değişikliğinden kaynaklanan etkiler karşısında dayanıklılığını artırmak.
- 2.Azaltım (mitigation): Tarım kaynaklı sera gazı emisyonlarını azaltmak.⁴¹

Uyum kapsamında AB, kuraklığa dayanıklı bitki çeşitlerinin geliştirilmesi, su yönetiminin iyileştirilmesi, doğal afet riskinin azaltılması, agroekolojik⁴² üretim yöntemlerinin yaygınlaştırılması ve toprak organik karbonunun artırılması gibi stratejileri ön plana çıkarmaktadır. Tarım-sigortacılığı ve risk yönetimi araçları, çiftçilerin iklim kaynaklı gelir kayıplarına karşı korunması açısından önemli bir bileşen olarak görülmektedir.⁴³

Azaltım boyutunda ise odak noktası, özellikle hayvancılık sektöründen kaynaklanan metan salınımının azaltılması, sürdürülebilir gübre yönetimi, azot oksit emisyonlarının kontrolü ve karbon yutağı işlevi gören sürekli çayır ve mera alanlarının korunmasıdır. Ayrıca karbon çiftçiliği (carbon farming) kavramı, AB'nin Yeşil Mutabakat hedefleri doğrultusunda tarımın iklim nötr ekonomiye geçişte aktif bir rol üstlenmesini amaçlayan yeni bir politika aracıdır.⁴⁴

AB Fonları ve Sürdürülebilir Tarım Uygulamaları

Avrupa Birliği, sürdürülebilir tarım uygulamalarını teşvik etmek ve çevre dostu üretim modellerinin yaygınlaşmasını sağlamak amacıyla çok çeşitli finansal araçlar kullanmaktadır. Bu fonlar, tarımsal üreticilerin hem çevreye uyum süreçlerinde hem de yeşil inovasyon alanlarında desteklenmesinde kritik bir rol oynamaktadır.⁴⁵

LIFE Programı, AB'nin doğrudan çevre ve iklim projelerini destekleyen en eski ve en kapsamlı fon mekanizmasıdır. LIFE projeleri kapsamında su kaynaklarının korunması, doğal habitatların restorasyonu, tarım alanlarının biyolojik çeşitlilik açısından yeniden yapılandırılması ve iklim dostu teknolojilerin geliştirilmesi gibi faaliyetler finanse edilmektedir. Tarımsal peyzajların ekolojik fonksiyonlarının güçlendirilmesi LIFE'in en önemli odak noktalarından biridir.⁴⁶ Horizon Europe, araştırma ve inovasyon çerçeve programı olarak tarım ve gıda sistemlerinde dönüşümü hedeflemektedir. Bu program, iklim değişikliğine dayanıklı tarım teknikleri, düşük emisyonlu üretim süreçleri, dijital tarım teknolojileri, hassas tarım uygulamaları, biyolojik pestisitler ve sürdürülebilir gıda tedarik zincirleri gibi alanlarda bilimsel ve teknolojik projelere destek sunmaktadır. Horizon Europe, tarım sektörünün bilimsel bilgi ve teknolojik kapasitesini güçlendirerek çevreci dönüşüm süreçlerini hızlandırmaktadır.⁴⁷

⁴⁰ İklim Uyum Projesi. (2021). "Türkiye'de İklim Değişikliğine Uyum Çalışmaları"

https://iklimeuyum.org/dokumanlar/Turkiyede_Iklim_Degisikligine_Uyum_Calismalari.pdf (e.t.18.11.2025)

⁴¹ Ali KARABAYIR, "İklim Değişikliğinin Tarım ve Hayvancılığa Etkileri", *Şura Akademi Dergisi*, 2025 - (8)

⁴² "Agroekoloji nedir?": <https://www.masseeds.com.tr/agro-library/agroekoloji-nedir/> (e.t.15.11.2025)

⁴³ Tidiani Diallo , Bahri Karlı, "Tarım Sektöründe Tarım Sigortasının Önemi ve Türkiye'deki Uygulamalar", *DergiPark*, Yıl 2025, Cilt: 7 Sayı: 1, 38 - 46, 30.06.2025

⁴⁴ Cem ERDOĞAN, Özlem DARCANSOY İŞERİ, Füsun EYİDOĞAN, "Avrupa Birliği Yeşil Mutabakat Düzenlemelerinin Türkiye'de Tarım Politikaları ve Sektör Üzerine Olası Etkileri", *DergiPark*, e-ISSN: 2148-8770, Yıl/Year: 2024, Cilt (Sayı)/Vol. (Issue): 11(2), Sayfa/Page: 59-67

⁴⁵ Zekiye Örtlek, "Finansal Gelişme ve Yeşil Teknolojik İnovasyonun Çevre Kalitesi Üzerindeki Etkisi" Doktora tezi, Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2024.

⁴⁶ Avrupa Birliği ve Dış İlişkiler Genel Müdürlüğü. Çevre ve İklim Eylemi Programı 2021–2027 (LIFE Programı) Bilgi Notu. Türkiye Cumhuriyeti, 2021.

⁴⁷ Horizon Europe Work Programme 2023-2025, *European Commission Decision*, C(2024) 2371 of 17 April 2024)

Avrupa Tarımsal Kırsal Kalkınma Fonu (EAFRD) ise OTP’nin ikinci ayağını oluşturan kırsal kalkınma politikalarının finansmanını üstlenmektedir. Bu fon aracılığıyla çevre-iklim tedbirleri, organik tarım, tarım-çevre sözleşmeleri, çiftçilerin yeşil yatırımları, kırsal alanlarda yenilenebilir enerji projeleri ve genç çiftçi destekleri finanse edilmektedir. EAFRD, tarım sektörünün sürdürülebilirliğini hem ekonomik hem çevresel açıdan güçlendirmeyi amaçlayan bir yapısal fon niteliğindedir. Tüm bu fon mekanizmaları, AB’nin çevre ve tarım politikalarını bütünleştirerek tarımsal dönüşümü çok boyutlu şekilde desteklemesini sağlamaktadır.

AB’nin Gelişmekte Olan Ülkelerle Çevre-Tarım İlişkileri

Avrupa Birliği’nin gelişmekte olan ülkelerle yürüttüğü çevre-tarım ilişkileri, ticaret, kalkınma iş birliği, sürdürülebilir üretim zincirleri ve iklim hedefleri bakımından stratejik bir öneme sahiptir. Gelişmekte olan ülkeler, AB’nin tarımsal ürün ithalatında önemli bir paya sahip olup, özellikle tropikal ürünler, hayvansal yem hammaddeleri ve düşük işlenmiş tarım ürünleri bakımından AB ile yoğun ticaret içindedir. Bu ticari ilişkiler, çevresel standartların yaygınlaşmasında belirleyici bir araç hâline gelmiştir.⁴⁸

AB, gelişmekte olan ülkelere yapılan tarım ithalatında çevre ve sürdürülebilirlik kriterlerini giderek daha katı hâle getirmekte; karbon ayak izi, ormansızlaşma riski, pestisit kullanımı, hayvan refahı standartları ve işgücü koşulları gibi alanlarda uluslararası uyum talep etmektedir. Örneğin AB’nin Ormancılık İlişkili Ürünlerde Ormansızlaşmanın Önlenmesi Tüzüğü (EUDR), kakao, kahve, palm yağı gibi ürünlerin üretim süreçlerinde çevresel tahribatı azaltmayı amaçlamaktadır. Böylece AB çevre standartları, gelişmekte olan ülkelere tarımsal üretim biçimlerinin dönüşümünü dolaylı olarak yönlendirmektedir. Bunun yanında AB, Afrika, Latin Amerika ve Asya ülkeleriyle kalkınma iş birliği projeleri yürütmekte; sürdürülebilir tarım teknikleri, toprak restorasyonu, su yönetimi, iklim uyumlu üretim modelleri ve gıda güvenliği alanlarında teknik ve mali destek sağlamaktadır. Avrupa Kalkınma Fonu (EDF) ve Yeşil Mutabakat çerçevesinde sağlanan diğer mekanizmalar, gelişmekte olan ülkelere çevre dostu tarım uygulamalarının yaygınlaşmasını hedeflemektedir.⁴⁹ AB’nin bu ülkelerle kurduğu çevre-tarım ilişkileri, yalnızca ticari bir çerçeveden ibaret olmayıp; küresel çevresel yönetişimin güçlendirilmesi, sürdürülebilir tedarik zincirlerinin oluşturulması, doğal kaynakların korunması ve iklim değişikliğinin uluslararası iş birliği temelinde yönetilmesi gibi çok daha geniş kapsamlı hedeflere dayanmaktadır. Bu ilişkiler, gelişmekte olan ülkelerin çevresel mevzuat uyumunu teşvik eden, sürdürülebilir tarım uygulamalarına geçişlerini destekleyen ve çevre standartlarını küresel ölçekte yükseltmeyi amaçlayan yapısal bir nitelik taşır. AB’nin bu bağlamdaki politikaları, sadece kendi iç pazarının çevresel güvenliğini sağlamayı değil, aynı zamanda tarımsal üretimin küresel ekolojik ayak izini azaltmayı ve çevreyle uyumlu kalkınma modellerinin tüm dünyada yaygınlaşmasını hedeflemektedir.⁵⁰

Nitekim, AB’nin gelişmekte olan ülkelere sürdürdüğü çevre-tarım iş birlikleri, küresel sürdürülebilirlik hedeflerinin gerçekleştirilmesinde kritik bir araç niteliği taşımaktadır. Bu iş birlikleri, hem AB’nin dış çevre politikasının etkisini artırmakta hem de uluslararası tarım sistemlerinin daha dayanıklı, daha adil ve daha çevre dostu bir yapıya kavuşturulmasına katkı sağlamaktadır. Böylece AB, çevre ve tarım politikalarını birleştiren bu bütüncül yaklaşım ile yalnızca kendi üye devletlerine değil, küresel ölçekte çevresel yönetişimin geleceğine de yön vermektedir.

⁴⁸ Avrupa Yeşil Düzeni: Yeşil Kitadan Yeşil Dünya’ya Geçiş: <https://sefia.org/blog/avrupa-yesil-duzeni-yesil-kitadan-yesil-dunyaya-gecis/> (e.t.19.11.2025)

⁴⁹ Mustafa Ersöz, “Yeşil Mutabakat Çerçevesinde Desteklenebilir Projeler / Possible Granted Project Within European Green Deal. n.d., DOI: 10.53478/TUBA.978-625-8352-57-3.ch16

⁵⁰ Gökhan Bulut ve Mehmet Akif Özer, “Ekolojik Modernleşmeye İklim Değişikliği ve “Çevresel Ayak İzleri” Üzerinden Bakmak”, *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(3), 752-778. doi: 10.18074/ckuiibfd.1503754

Sonuç

Avrupa Birliği'nin çevre ve tarım politikaları üzerine yapılan bu çalışma, AB'nin ekonomik bütünleşme sürecinde çevresel sürdürülebilirlik ile tarımsal üretim arasındaki ilişkiyi nasıl kurguladığını, hangi aşamalardan geçerek günümüz politika mimarisine ulaştığını ve bu politikaların hem AB içi hem de küresel etkilerini kapsamlı şekilde ortaya koymuştur. Makale boyunca ele alınan temel ilkeler, reform süreçleri ve politika araçları birlikte değerlendirildiğinde, AB'nin çevre ve tarım politikalarını birbirinden bağımsız iki alan olarak değil, karşılıklı bağımlılık ilişkisi içinde şekillenen bütünleşik bir strateji olarak ele aldığı görülmektedir. Özellikle 1990'lardan itibaren hız kazanan çevresel dönüşüm yaklaşımı hem derinleşen çevre krizleri hem de tarım sektörünün bu krizlerde oynadığı kritik rolle birleşerek AB'nin politika tasarımı köklü biçimde etkilemiştir.

AB çevre politikasının temel ilkeleri olan sürdürülebilir kalkınma, kirlenenden öder ilkesi, önleyici tedbir yaklaşımı ve tedbirli yaklaşım, Birliğin çevresel regülasyonlarının normatif zeminini oluşturmakla kalmamış, aynı zamanda tarım politikalarının dönüşümünde yönlendirici bir çerçeve sunmuştur. Bu ilkeler, tarım sektörünün toprağa, suya, havaya ve biyoçeşitliliğe yönelik baskılarını azaltmayı hedefleyen geniş kapsamlı düzenlemelerin dayanak noktasını oluşturmuştur. Tarımın doğrudan biyofiziksel çevre ile ilişkili bir sektör olması, çevre politikalarının teorik düzlemde çıkıp pratik uygulamalara entegre edilmesini zorunlu hâle getirmiştir. Bu bağlamda Ortak Tarım Politikası (OTP), yalnızca ekonomik bir destek mekanizması olmaktan çıkarak çevreye duyarlı bir tarım sisteminin inşasını hedefleyen çok boyutlu bir politika alanına evrilmiştir.

Makalenin temel bölümünde incelenen OTP'nin amaçları ve reform süreci, AB'nin tarım politikalarını değişen küresel ekonomik dinamikler, Dünya Ticaret Örgütü kuralları, kırsal kalkınma hedefleri ve çevresel sürdürülebilirlik doğrultusunda yeniden şekillendirdiğini göstermektedir. 1992 MacSharry Reformu ile başlayan ve 2003 Fischler Reformu, 2013 Ortak Tarım Politikası Revizyonu ve 2023 sonrası Yeşil Mutabakat uyumlaştırmalarıyla devam eden reform silsilesi, desteklerin üretimden ayrıştırılarak çevresel koşulluluklara bağlandığı bir dönemi temsil etmektedir. Böylece AB, tarımsal destekleri çevresel performansla ilişkilendirerek çiftçileri sürdürülebilir üretim yöntemlerine yönlendirmeyi amaçlamıştır. Özellikle çevresel koşulluluk (cross-compliance) uygulamaları, tarımsal sübvansiyonların çevre, hayvan refahı, toprağın korunması ve doğal kaynak yönetimi alanlarında belirlenen standartlara uyulması koşuluna bağlanmasıyla, çevre politikası ile tarım politikası arasındaki kurumsal bağı güçlendirmiştir.

AB'nin 2019'da ilan ettiği Yeşil Mutabakat ve onun altında yer alan "Çiftlikten Çatala" Stratejisi, tarım sektörünün geleceğini derinden dönüştüren bir aşama olarak dikkat çekmektedir. Bu stratejiler, gıda üretiminin sadece ekonomik bir faaliyet değil, aynı zamanda ekolojik bir süreç olduğunu vurgulamakta; pestisit kullanımının azaltılması, organik tarımın yaygınlaştırılması, gıda israfının önlenmesi ve karbon-nötr bir tarım sisteminin geliştirilmesi gibi hedeflerle yeni bir yön belirlemektedir. AB'nin tarım politikalarını çevresel sürdürülebilirlik odağına yerleştirmesi, Birlik içindeki tarım-gıda sektörünün küresel rekabetçiliğini sınırlayıcı bir unsur olarak değil, geleceği garanti altına alan stratejik bir yatırım olarak değerlendirmesinin sonucudur.

Çalışmanın dördüncü bölümünde ele alınan tarım-çevre ilişkisi, AB'nin bu iki alanı birlikte değerlendirmesinin nedenlerini açıkça ortaya koymaktadır. Tarımsal faaliyetlerin çevresel etkileri su kaynaklarının kirlenmesi, toprak bozulması ve biyoçeşitlilik kaybı gibi kritik sorunları beraberinde getirmektedir. Bu nedenle AB'nin tarım politikaları, yalnızca üretimi artırmayı değil, aynı zamanda doğal ekosistemlerin sürdürülebilirliğini güvence altına almayı hedefleyen çok yönlü bir yaklaşım içermektedir. İklim değişikliğinin tarım üzerindeki etkileri (kuraklık, sıcak hava dalgaları, verim kaybı) dikkate alındığında, tarım sektörünün hem iklim değişikliğine uyum sağlayan hem de karbon emisyonlarını azaltan bir yapıya kavuşturulması gerekliliği daha da önem kazanmaktadır. AB bu doğrultuda, çiftçilerin iklim dostu uygulamalara yönelmesini sağlayan finansal teşvikler, araştırma programları (Horizon Europe), çevre projeleri (LIFE Programı) ve kırsal kalkınma fonları (EAFRD) gibi kapsamlı araçlar geliştirmiştir.

Son olarak AB’nin geliştirmekte olan ülkelerle kurduğu çevre-tarım ilişkileri, sadece ticaret odaklı değil, aynı zamanda küresel çevresel yönetişimi güçlendirmeyi amaçlayan çok katmanlı bir iş birliği modeline işaret etmektedir. AB’nin sürdürülebilir tarım ilkelerini üçüncü ülkelere de aktarma çabası, hem karbon ayak izinin küresel ölçekte azaltılmasını hem de tedarik zincirlerinin çevresel açıdan şeffaf ve güvenilir bir yapıya kavuşturulmasını amaçlamaktadır. Bu durum, AB’nin çevre politikasının dış boyutunu oluşturmaktadır ve Birliğin küresel çevre yönetişimindeki liderlik iddiasını pekiştirmektedir.

Tüm bu değerlendirmeler ışığında, AB’nin çevre ve tarım politikaları arasındaki ilişkinin artık stratejik bir bütünleşme aşamasına ulaştığı görülmektedir. Tarım, geleneksel bir ekonomik faaliyet olmanın ötesine geçerek çevre politikalarının temel bileşeni hâline gelmiştir. Çevre politikaları ise soyut bir normatif çerçeveden çıkmış, OTP’nin yapısal unsurlarını şekillendiren uygulamalı bir politika alanına dönüşmüştür. Bu karşılıklı etkileşim, AB’nin hem kendi sınırları içinde ekolojik dengeyi koruma hem de küresel çevre politikalarına yön verme kapasitesini artırmaktadır.

Sonuç olarak, AB’nin çevre ve tarım politikalarını bütünleştiren yaklaşımı, sürdürülebilir tarıma geçişin yalnızca teknik bir dönüşüm değil, aynı zamanda ekonomik, sosyal ve çevresel boyutları olan bir yeniden yapılanma süreci olduğunu göstermektedir. Bu bütünleşik model, iklim değişikliği, gıda güvenliği, biyoçeşitlilik kaybı ve doğal kaynakların tükenmesi gibi küresel krizlerin ortasında AB tarımının geleceğini şekillendiren en önemli stratejik çerçeve olarak karşımıza çıkmaktadır. AB’nin bu alandaki deneyimi, diğer ülkeler için hem bir referans modeli hem de sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmak için uygulanabilir bir politika laboratuvarı niteliği taşımaktadır. Böylece AB’nin çevre-tarım bütünleşmesi, yalnızca AB’nin içsel bir dönüşümü değil, aynı zamanda küresel çevresel yönetiminde yeni bir paradigmanın oluşumunu temsil etmektedir.

Kaynakça

- Anderson, K. (2024). What is the Farm to Fork Strategy? Greenly Earth. (e.t.14.11.2025).
- Arlindo, C., & Swinbank, A. (2011). The 2003 Fischler Reform. Oxford Academic, 125–149.
- Avrupa Topluluklarına İlişkin Temel Belgeler Cilt 1: Avrupa Topluluklarını Kuran Temel Antlaşmalar (AKÇT, AET, AAET). (e.t.09.11.2025).
- Ciaian, P., Kancs, D., & Swinnen, J. (2014). The Impact of the 2013 Reform of the Common Agricultural Policy on Land Capitalization in the European Union. Applied Economic Perspectives and Policy, 36(4), 643–673.
- Corporate sustainability due diligence. European Commission. (e.t.09.11.2025).
- Cörtoğlu, F. S. (2016). Avrupa Birliğinde Çevre Politikasının Bütünleşmesi ve Türkiye’de Doğa Koruma Açısından Önemi. Ankara Üniversitesi Avrupa Toplulukları Araştırma Merkezi, Araştırma Dizisi No: 40, 29–41.
- “CAP Anlaşması Üçüncü 'Sosyal' Sütun İçin Zemin Hazırlıyor.” Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı, 02 Eylül 2021. (e.t.10.11.2025).
- European Commission. Farm to Fork Strategy. (e.t.14.11.2025).
- European Commission. The European Green Deal: Striving to be the First Climate-Neutral Continent. (e.t.14.11.2025).
- FAO. Rome Declaration on World Food Security. 13 November 1996. (e.t.09.11.2025).
- Ingersent, K. A., Rayner, A. J., & Hine, R. C. (Eds.). Ortak Tarım Politikasının Reformu. (Tangermann, S. – 1992 MacSharry Reformunun Sonradan İncelenmesi). Palgrave Macmillan.
- Kara, H. T., & Babaoğlu, C. (2023). Döngüsel Ekonomi Yaklaşımının Finansmanı ve Türkiye’de Yerel Yönetimlerde Uygulanabilirliği. Çevre, Şehir ve İklim Dergisi, 4(7), 48–67.
- Kara, T. Tarladan Çatala Stratejisi. (e.t.07.11.2025).

- Köse, H. (2022). Türkiye'nin AB'nin Serbest Ticaret Anlaşmalarına Uyumda Karşılaştığı Sorunlar ve Farklılıkların Üçüncü Ülke Pazarlarına Etkisi. KOSBED, 43, 27–49.
- LSE (2022). What is the polluter pays principle? The London School of Economics and Political Science, 18 July 2022. (e.t.06.11.2025).
- Marmara Üniversitesi Avrupa Topluluğu Enstitüsü. (1992). Common Agricultural Policy (CAP). 2(1–2), 217–230.
- Özel, M. (2003). Avrupa Birliği: Ekonomik Topluluktan Çevre Topluluğuna (Mı). GÜ İ.İ.B.F. Dergisi, 1, 221–238.
- Öztürk, Z. A. (2024). Yeni Güvenlik Yaklaşımı Çerçevesinde Çevresel Güvenlik. Journal of Diplomatic Research, 6(2), 23–43.
- Pinto-Bazurco, J. F. (2020). The Precautionary Principle: Lessons from 50 years of UN Sustainable Development Policy. International Institute for Sustainable Development.
- Rossi, R. (2022). 1962–2022: The EU Common Agricultural Policy at 60. European Parliament.
- TC Ticaret Bakanlığı. (2023). Avrupa Birliği Emisyon Ticaret Sistemi (AB ETS). 23 Ağustos 2023. (e.t.10.11.2025).
- Uğur, C. Y. (2022). The Polluter Pays Principle Within the Framework of the European Union Emissions Trading System. Abant Sosyal Bilimler Dergisi, 22(2), 862–872.
- Uzun, E. (t.y.). Amsterdam Andlaşması (Avrupa'da Ne Değişti?) Amsterdam Andlaşması Çevirisi, 675–685.
- Yaman, K., & Gül, M. (2018). Kuruluşundan Günümüze Avrupa Birliği'nin Çevre Politikası. Ekonomi, İşletme ve Yönetim Dergisi, 2(2), 198–217.
- Beşen, T., & Olhan, E. (2021). Tarımsal Çevre Göstergelerinin AB, OECD ve FAO Kapsamında Değerlendirilmesi. Bahçe, 50(1), 71–86.
- AB Sürdürülebilir Tarım Politikaları. (2025, 15 Kasım). Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı. <https://ticaret.gov.tr/dis-iliskiler/yesil-mutabakat/ab-surdurulebilir-tarim-politikalari>
- T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı. (2024). 2025–2027 yıllarında yapılacak bitkisel üretime yönelik desteklemeler ile diğer bazı tarımsal desteklemelere ödeme yapılmasına dair tebliğ (Tebliğ No: 2024/39). Resmî Gazete.
- Conditionality. (2025, 15 Kasım). European Commission. https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/income-support/conditionality_en
- Görgeç, N. (2025). Çevre sorunlarının çözümüne yönelik vergi politikaları: Türkiye ile Avrupa Birliği arasında karşılaştırmalı bir analiz (Yüksek lisans tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Maliye Anabilim Dalı, Afyonkarahisar.
- Ceylan, T. İ. (2025, 31 Ekim). 2040 yılı için OTP senaryoları raporu. İktisadi Kalkınma Vakfı.
- Mazı, F. (2009). Çok düzlemli Avrupa Birliğinde çevre politikasının entegrasyonu üzerine bir değerlendirme: Sektörel koordinasyon ve bölgesellik. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 14(1), 221–237.
- Otrofikasyon. (2025, 15 Kasım). Tema. <https://sutema.org/otrofikasyon>
- Ayhan, H., Karakayacı, Z., & Yener, A. (2024). Sürdürülebilir kırsal arazi yönetimi. Dergipark, 7, 30–38.
- İnci, H., Ayaşan, T., & Bengü, A. Ş. (2025). Sürdürülebilir tarım ve yenilikçi yaklaşımları. İksad Yayınevi.
- İklim Uyum Projesi. (2021). Türkiye'de iklim değişikliğine uyum çalışmaları. https://iklimeuyum.org/dokumanlar/Turkiyede_Iklim_Degisikligine_Uyum_Calismalari.pdf
- Karabayır, A. (2025). İklim değişikliğinin tarım ve hayvancılığa etkileri. Şura Akademi Dergisi, 8.
- Agroekoloji nedir? (2025, 15 Kasım). Mass Seeds. <https://www.masseeds.com.tr/agro-library/agroekoloji->

[nedir/](#)

Diallo, T., & Karlı, B. (2025). Tarım sektöründe tarım sigortasının önemi ve Türkiye’deki uygulamalar. DergiPark, 7(1), 38–46.

Erdoğan, C., Darcansoy İşeri, Ö., & Eyidoğan, F. (2024). Avrupa Birliği Yeşil Mutabakat düzenlemelerinin Türkiye’de tarım politikaları ve sektör üzerine olası etkileri. DergiPark, 11(2), 59–67.

Örtlek, Z. (2024). Finansal gelişme ve yeşil teknolojik inovasyonun çevre kalitesi üzerindeki etkisi (Doktora tezi). Aksaray Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Avrupa Birliği ve Dış İlişkiler Genel Müdürlüğü. (2021). Çevre ve iklim eylemi programı 2021–2027 (LIFE Programı) Bilgi Notu. Türkiye Cumhuriyeti.

European Commission. (2024). Horizon Europe Work Programme 2023-2025, Decision C(2024) 2371 of 17 April 2024.

Avrupa Yeşil Düzeni: Yeşil kıtadan yeşil dünyaya geçiş. (2025, 19 Kasım). SEFIA.
<https://sefia.org/blog/avrupa-yesil-duzeni-yesil-kitadan-yesil-dunyaya-gecis/>

Ersöz, M. (n.d.). Yeşil mutabakat çerçevesinde desteklenebilir projeler / Possible granted project within European Green Deal. DOI: 10.53478/TUBA.978-625-8352-57-3.ch16

Bulut, G., & Özer, M. A. (2022). Ekolojik modernleşmeye iklim değişikliği ve “çevresel ayak izleri” üzerinden bakmak. Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 14(3), 752–778.
<https://doi.org/10.18074/ckuiibfd.1503754>



Dijital Vicdan ve Eylem Açığı: Stk İletişiminde Kamu Mobilizasyonu için Teorik bir Model

Digital Conscience and Call to Action: A Theoretical Model for Public Mobilization in NGO Communication

Serhan SALEPCİGİL¹

Geliş Tarihi (Received): 01.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 02.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Öz: Bu çalışma, Türk Dil Kurumu tarafından 2025 yılının kavramı seçilen “dijital vicdan”ı sivil toplum kuruluşları (STK) iletişimi ve halkla ilişkiler bağlamında kuramsal olarak ele almaktadır. Çalışmanın temel problemi; STK kampanyalarının sosyal medya platformlarında yüksek görünürlük, beğeni, yorum ve paylaşım elde etmesine rağmen bu etkileşimlerin bağış, gönüllülük, savunuculuk veya sürdürülebilir destek gibi somut katılım biçimlerine dönüşmemesidir. Bu durum çalışmada “dijital vicdan-eylem açığı” olarak adlandırılmaktadır. Kuramsal nitelikteki çalışma; dijital vicdan kavramını slacktivism/clicktivism, ahlaki lisanslama, dijital aktivizm, algoritmik görünürlük, diyalojik halkla ilişkiler ve kamu mobilizasyonu literatürüyle ilişkilendirmektedir. Bu çerçevede önerilen model; algoritmik görünürlük, sembolik dijital katılım, dijital vicdan, eylem mimarisi ve somut mobilizasyon olmak üzere beş temel bileşene dayanmaktadır. Model; beğeni, paylaşım veya çevrim içi imza gibi düşük maliyetli dijital destek biçimlerinin farkındalık yaratmada işlevsel olabileceğini, ancak açık eylem çağrılarıyla desteklenmediğinde bireyde vicdani rahatlama yaratarak somut katılımın yerine geçebileceğini ileri sürmektedir. Çalışma, STK iletişimi açısından görünürlük göstergeleri ile gerçek mobilizasyon göstergelerinin ayrıştırılması gerektiğini vurgulamaktadır. Erişim ve paylaşım gibi platform metrikleri kampanya görünürlüğünü gösterse de bağış sayısı, gönüllü başvurusu ve savunuculuk eylemi gibi somut çıktılarla değerlendirilmediğinde başarıyı tam olarak açıklamaz. Bu nedenle STK kampanyalarının yalnızca duygusal içeriklerle sınırlı kalmayıp açık eylem seçenekleri, güvenilir kanallar ve diyalojik ilişki süreçleriyle desteklenmesi gerekir. Sonuç olarak model, sembolik katılım ile kamu mobilizasyonu arasındaki ilişkiyi açıklamak için analitik bir çerçeve sunmaktadır. Gelecek araştırmalarda modelin farklı STK türlerinde sınanması ve yapay zekâ odaklı veri analitiği olanaklarıyla geliştirilmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: dijital vicdan, eylem açığı, slacktivism, clicktivism, STK iletişimi, kamu mobilizasyonu

&

Abstract: This study theoretically examines the concept of “digital conscience”—designated as the concept of the year 2025 by the Turkish Language Association—within the context of civil society organization (CSO) communication and public relations. The central problem addressed is that, despite achieving high visibility, likes, comments, and shares on social media platforms, CSO campaigns often fail to convert these interactions into tangible forms of participation such as donations, volunteering, advocacy, or sustainable support. This phenomenon is termed the “digital conscience-action gap” in the study. As a theoretical inquiry, the study links the concept of digital conscience to literature on slacktivism/clicktivism, moral licensing, digital activism, algorithmic visibility, dialogic public relations, and public mobilization. The proposed model rests on five key components: algorithmic visibility, symbolic digital participation, digital conscience, action architecture, and tangible mobilization. The model posits that while low-cost forms of digital support—such as likes, shares, or online petitions—can be functional in raising awareness, they may substitute for tangible participation by creating a sense of moral relief in the individual if not accompanied by clear calls to action. The study emphasizes the necessity of distinguishing between visibility indicators and actual mobilization indicators in CSO communication. Although platform metrics like reach and shares reflect campaign visibility, they do not fully account for success unless evaluated alongside concrete outcomes such as donation numbers, volunteer applications, and advocacy actions. Therefore, CSO campaigns should not be limited to emotion-driven content alone but must be supported by clear action options, reliable channels, and dialogic relationship processes. In conclusion, the model offers an analytical framework to explain the relationship between symbolic participation and public mobilization. Future research should test the model across different types of NGOs and enhance it through AI-driven data analytics capabilities.

Keywords: digital conscience, action gap, slacktivism, clicktivism, NGO communication, public mobilization

Atıf/Cite as Salepcigil, S. (2026). *Digital Conscience and Call to Action: A Theoretical Model for Public Mobilization in NGO Communication*. BAİBÜİLEF-İG 2026, BAİBÜ, Bolu.

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Dr. Öğrt. Üyesi, Sinop Üniversitesi, e-posta : serhans@sinop.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1227-1188

1. Giriş

Dijital medya, sivil toplum kuruluşlarının görünürlük üretme, kamuoyu oluşturma ve destekçileriyle ilişki kurma biçimlerini köklü biçimde dönüştürmüştür. Sosyal medya platformları, STK'lara düşük maliyetli, hızlı ve geniş ölçekli iletişim imkânı sunmakta; bağış çağrıları, gönüllü kazanımı, kampanya duyuruları, savunuculuk faaliyetleri ve kriz dönemlerinde dayanışma ağlarının kurulması açısından önemli fırsatlar yaratmaktadır. Bununla birlikte dijital görünürlüğün artması, her zaman somut katılımın da arttığı anlamına gelmemektedir. Bir kampanyanın yüksek sayıda beğeni, yorum, paylaşım veya görüntülenme alması, o kampanyanın bağış, gönüllülük, imza, saha desteği ya da sürdürülebilir savunuculuk davranışına dönüştüğünü garanti etmez.

Bu çalışma, Türk Dil Kurumu tarafından 2025 yılının kelimesi/kavramı olarak açıklanan “dijital vicdan” kavramını halkla ilişkiler ve STK iletişimi bağlamında tartışmaktadır. TDK'nin 29 Aralık 2025 tarihli açıklamasında dijital vicdan, dijital çağda vicdanın sorumluluk ve eylemden uzaklaşarak beğeni, paylaşım ve yorum gibi sembolik dijital işlemlere indirgenmesiyle ilişkilendirilmektedir (Türk Dil Kurumu [TDK], 2025). Bu kavramsallaştırma, sosyal medya temelli duyarlılık biçimlerinin yalnızca etik değil, aynı zamanda iletişimsel ve stratejik sonuçları olduğunu göstermektedir. Çünkü dijital vicdan, ilk bakışta olumlu görünen çevrim içi duyarlılığın bazı koşullarda eylemi kolaylaştırmak yerine eylemin yerine geçebildiğini düşündürmektedir.

Çalışmanın temel problemi, STK kampanyalarında dijital etkileşim ile somut kamu mobilizasyonu arasında ortaya çıkan boşluktur. Bu boşluk çalışmada “dijital vicdan-eylem açığı” olarak adlandırılmaktadır. Kavram, bireyin bir toplumsal mesele karşısında dijital ortamda sembolik destek verdikten sonra kendisini ahlaki olarak yeterli hissetmesi ve daha maliyetli eylemlere yönelme ihtimalinin azalması durumunu açıklamak için kullanılmaktadır. Böylece dijital vicdan, yalnızca bireysel bir duygu durumuna değil; sosyal medya görünürlüğü, benlik sunumu, düşük maliyetli katılım ve STK'ların eylem çağrısı tasarımı arasındaki ilişkilere işaret eden kuramsal bir ara değişken olarak ele alınmaktadır.

Bu noktada çalışma iki aşırı yorumdan kaçınmaktadır. Birinci aşırı yorum, sosyal medya etkileşimini bütünüyle yüzeysel, değersiz veya yanıltıcı saymaktır. Oysa çevrim içi ağlar, deneyimlerin görünür kılınması, kolektif kimliklerin kurulması, kaynakların hızla dolaşıma sokulması ve karar vericilere yönelik baskı oluşturulması açısından önemli imkânlar sağlayabilir (Bennett & Segerberg, 2012; Earl & Kimport, 2011; Greijdanus et al., 2020). İkinci aşırı yorum ise her dijital etkileşimi doğrudan kamu mobilizasyonu olarak değerlendirmektir. Bu da STK'ların kampanya başarısını platform metrikleriyle özdeşleştirmesine ve bağış, gönüllülük, savunuculuk gibi somut sonuçları ikinci plana atmasına yol açabilir.

Çalışmanın amacı, dijital vicdan kavramını slaktivism/clicktivism, ahlaki lisanslama, çevrim içi aktivizm ve halkla ilişkilerde kamu mobilizasyonu literatürüyle ilişkilendirerek STK iletişimine uygulanabilir teorik bir model geliştirmektir. Model, STK'ların sosyal medya kampanyalarında neden yüksek görünürlüğe rağmen düşük eylem dönüşümüyle karşılaşabildiğini açıklamayı hedeflemektedir. Çalışma kuramsal/kavramsal niteliktedir; ampirik veri toplamamakta, mevcut literatürden hareketle kavramsal ilişkiler ve test edilebilir önermeler geliştirmektedir.

2. Kuramsal Çerçeve

2.1. Dijital Vicdan, Sembolik Katılım ve Eylem Açığı

Dijital vicdan, dijital çağda vicdani duyarlılığın yeni bir görünümünü ifade etmektedir. Geleneksel anlamda vicdan, bireyin kendi davranışlarını ahlaki ölçütler çerçevesinde değerlendirmesiyle ilişkilidir. Ancak dijital medya ortamlarında vicdani tepki çoğu zaman hızlı, görünür ve düşük maliyetli davranışlar üzerinden dışa vurulmaktadır. Bir kampanyayı beğenmek, bir afet paylaşımını yeniden paylaşmak, çevresel bir soruna ilişkin bir etiketi kullanmak ya da bir STK'nın çağrısına yorum yapmak, bireye toplumsal bir soruna duyarlı olduğu hissini verebilir. Sorun, bu sembolik eylemlerin her zaman daha somut sorumluluk biçimlerine dönüşmemesidir.

Bu bağlamda “sembolik dijital katılım” kavramı, dijital vicdan-eylem açığına açıklamak için kritik önemdedir. Sembolik dijital katılım, bireyin bir toplumsal meseleye yönelik görünür destek işaretleri üretmesini; ancak bu desteğin zaman, emek, para, örgütlü savunuculuk veya sürdürülebilir takip gibi daha yüksek maliyetli davranışlara zorunlu olarak dönüşmemesini ifade eder. Bu davranışlar tamamen değersiz değildir. Bir kampanyanın ilk görünürlüğünü artırabilir, gündem oluşturabilir, sessiz kalan kamuların meseleyi fark etmesine katkı sunabilir ve STK’ların erişim alanını genişletebilir. Buna karşın sembolik katılım, somut eylemle bağlantılandırılmadığında “katılım hissi” üretip “katılım pratiği” üretmeyebilir.

TDK’nin dijital vicdan açıklaması da bu ayrımı görünür kılar. Açıklamada kavram, sosyal medya ortamındaki beğeni ve paylaşımların bireyde vicdani rahatlama yaratabilmesi ve kişiyi daha somut sorumluluklardan uzaklaştırabilmesi üzerinden tartışılmaktadır (TDK, 2025). Bu nedenle dijital vicdan, STK iletişimi açısından yalnızca yeni bir sözcük ya da popüler kültürel gösterge olarak değil; dijital katılımın etik ve davranışsal sınırlarını açıklayan bir kavramsal araç olarak değerlendirilebilir. Böyle bir araç, STK kampanyalarında görünürlük ile mobilizasyon arasında ayrım yapılmasına yardım eder.

Dijital vicdan-eylem açığı, iki düzeyde çalışır. Bireysel düzeyde, kişi düşük maliyetli bir dijital tepki vererek kendi ahlaki benlik algısını güçlendirebilir. Örgütsel düzeyde ise STK, yüksek etkileşim rakamlarını kampanya başarısı olarak yorumlayarak gerçek mobilizasyon düzeyini olduğundan yüksek değerlendirebilir. Bu iki düzey birbirini beslediğinde, kampanya görünür olabilir fakat eylem kapasitesi sınırlı kalabilir. Dolayısıyla dijital vicdan-eylem açığı yalnızca bireyin pasifleşmesiyle değil, STK iletişiminin platform metriklerine aşırı bağımlı hâle gelmesiyle de ilgilidir.

2.2. Slacktivism/Clicktivism Tartışması: İkame mi Basamak mı?

Slacktivism ve clicktivism literatürü, dijital vicdan tartışmasının en yakın kuramsal zeminlerinden biridir. Slacktivism genel olarak düşük maliyetli, düşük riskli ve çoğu zaman dijital ortamda gerçekleşen destek davranışlarını ifade eder. Clicktivism ise tıklama, beğenme, paylaşma veya çevrim içi imza gibi kolaylaştırılmış dijital katılım biçimlerine gönderme yapar. Bu kavramlar literatürde tek yönlü biçimde olumsuz değerlendirilmemektedir. Bazı araştırmalar düşük eşikli çevrim içi eylemlerin daha güçlü katılım biçimlerine geçiş için bir başlangıç noktası olabileceğini, bazıları ise sembolik desteğin sonraki anlamlı katkıları zayıflatabileceğini ileri sürmektedir.

Kristofferson v.d.(2014), sembolik desteğin sonraki prososyal davranışlar üzerindeki etkisinin desteğin görünürlük düzeyine bağlı olduğunu göstermesi bakımından bu çalışma için özellikle önemlidir. Araştırma, kamusal olarak sergilenen destek davranışlarının bazı koşullarda sonraki anlamlı katkıları azaltabileceğini; daha özel veya görünürlüğü düşük destek biçimlerinin ise bireyin kendi değerleriyle tutarlılık arayışını güçlendirebileceğini ortaya koymaktadır. Bu bulgu, dijital vicdan kavramının yalnızca duyarlılıkla değil, aynı zamanda görünürlük, benlik sunumu ve ahlaki rahatlama ile ilişkili olduğunu göstermektedir.

Lee ve Hsieh (2013) de düşük maliyetli çevrim içi aktivizmin sonraki “civic action” üzerindeki etkisini “moral balancing” ve “consistency” yaklaşımlarıyla tartışmıştır. Bu yaklaşım dijital vicdan-eylem açığı bakımından önemlidir; çünkü aynı sembolik davranış farklı koşullarda iki ayrı sonuç üretebilir. Bir durumda birey “zaten destek verdim” düşüncesiyle daha maliyetli katkılardan uzaklaşabilir. Diğer durumda ise ilk destek, kişinin kendini belirli bir toplumsal amaçla özdeşleştirmesine ve sonraki eylemlerle tutarlılık kurmasına yardımcı olabilir. Bu nedenle model, sembolik dijital katılımı otomatik olarak olumsuz değil, bağlama bağlı bir eşik davranışı olarak ele almaktadır.

Schumann ve Klein’ın (2015) düşük eşikli çevrim içi kolektif eylemleri “ikame mi, basamak mı” sorusu etrafında değerlendiren çalışması da bu tartışmayı dengeler. Bu soru, STK iletişimi açısından doğrudan uygulanabilir niteliktedir. Eğer paylaşım, beğeni veya çevrim içi imza kampanyanın son noktası olarak tasarlanırsa sembolik katılım somut eylemin ikamesine dönüşebilir. Fakat bu davranışlar açık, kolay erişilebilir ve kademeli eylem basamaklarına bağlanırsa daha maliyetli katılım biçimleri için bir geçiş noktası hâline gelebilir. Bu ayrım, dijital vicdan-eylem açığının kaderci bir sonuç değil, kampanya tasarımıyla azaltılabilecek bir risk olduğunu gösterir.

Boulianne'ın (2015) sosyal medya kullanımı ve katılım arasındaki ilişkiye dair meta-analizi de dijital katılım tartışmasının tek yönlü okunmaması gerektiğini destekler. Çalışma, sosyal medya kullanımı ile katılım arasında çoğunlukla pozitif ilişkiler bulunduğunu; ancak ilişkinin nedensel ve dönüştürücü niteliği konusunda temkinli olunması gerektiğini belirtmektedir. Bu bulgu, STK'lar için pratik bir uyarı içerir: Sosyal medya katılımı mobilizasyon potansiyeli taşıyabilir, fakat bu potansiyelin gerçek eyleme dönüşüp dönüşmediği ayrıca ölçülmelidir.

2.3. Ahlaki Lisanslama ve Benlik Sunumu

Dijital vicdan-eylem açığının psikolojik temelini açıklamak için ahlaki lisanslama literatürü önemlidir. "Moral self-licensing" yaklaşımına göre birey, önceki iyi veya ahlaki görünen davranışını, sonraki daha az sorumlu davranışları için bir tür psikolojik izin olarak kullanabilir (Merritt v.d., 2010). STK kampanyaları bağlamında düşünüldüğünde, bireyin sosyal medyada bir yardım çağrısını paylaşması, bağış yapma veya gönüllü olma gibi daha maliyetli eylemlerden kaçınmasını meşrulaştırabilir. Burada önemli olan nokta, kişinin açıkça "eylemden kaçınma" niyeti taşıması değil, sembolik davranışın vicdani yükü hafifletmesidir.

Ahlaki lisanslama, sosyal medya ortamlarında benlik sunumuyla birleştiğinde daha karmaşık hâle gelir. Sosyal medya, bireyin toplumsal meselelere yönelik duruşunu yalnızca yaşadığı değil, aynı zamanda gösterdiği bir alan olarak işler. Bu nedenle bir STK kampanyasını paylaşmak, bireyin hem konuya duyarlılık göstermesi hem de çevresine duyarlı bir kimlik sunması anlamına gelebilir. Kristofferson v.d. (2014) tarafından vurgulanan sosyal gözlemlenebilirlik boyutu bu noktada merkezi önemdedir. Destek davranışı ne kadar kamusal ve görünürse, davranışın imaj yönetimi işlevi kazanma ihtimali de o kadar artabilir.

Bu durum STK'lar açısından etik bir ikilem üretir. Bir yandan kampanyaların görünür olması için kullanıcıların paylaşım yapması, duygusal tepki üretmesi ve kendi ağlarına çağrı taşımaları gerekir. Diğer yandan aşırı performatif destek biçimleri, bireyin kendisini eyleme geçmiş gibi hissetmesine neden olabilir. Bu nedenle STK iletişiminin hedefi yalnızca "paylaşılabilir" içerik üretmek olmamalıdır. Paylaşılabilirlik, eylem mimarisıyla birlikte tasarlanmadığında vicdani rahatlatma üreten fakat davranışsal dönüşümü sınırlayan bir kampanya döngüsü ortaya çıkabilir.

Burada "eylem mimarisi" ile kastedilen, kampanyanın kullanıcıya yalnızca neye üzülmeye, kızması veya duyarlılık göstermesi gerektiğini değil, bu duyarlılığı hangi somut adımlarla sürdürebileceğini göstermesidir. Örneğin bir afet yardım kampanyasında yalnızca dramatik görseller ve genel destek çağrıları kullanmak yerine, bağış miktarları, gönüllülük alanları, ihtiyaç listeleri, güvenilir ödeme kanalları ve yardımın sonuçlarına ilişkin geri bildirimler açık biçimde sunulmalıdır. Böylece sembolik destek, vicdani rahatlatmanın son noktası olmaktan çıkarılarak sorumluluk zincirinin ilk halkasına dönüştürülebilir.

2.4. STK İletişimi, Sosyal Medya ve Kamu Mobilizasyonu

STK'lar açısından sosyal medya yalnızca duyuru yapılan bir kanal değil, kamularla ilişki kurulan, topluluk oluşturulan ve eylem çağrılarının dolaşıma sokulduğu stratejik bir iletişim ortamıdır. Lovejoy ve Saxton'ın (2012) çalışması, kâr amacı gütmeyen kuruluşların sosyal medya kullanımında üç temel işlevin öne çıktığını göstermektedir: bilgi verme, topluluk oluşturma ve eyleme çağırma. Bu sınıflandırma, STK iletişimi açısından önemli bir ayrımı görünür kılar. Bir STK yalnızca bilgi veriyorsa takipçileri haberdar edebilir; topluluk oluşturuyorsa aidiyet ve ilişki geliştirebilir, fakat gerçek mobilizasyon için eylem çağrısını açık, ulaşılabilir ve sürdürülebilir biçimde kurması gerekir.

Waters v.d. (2009), STK'ların sosyal ağları paydaş ilişkilerini geliştirmek için kullanabileceğini; ancak yalnızca sosyal medya profiline sahip olmanın katılımı otomatik olarak artırmayacağını vurgulamaktadır. Bu bulgu, dijital görünürlük ile kamu mobilizasyonu arasındaki farkı açıklamak açısından önemlidir. Bir STK'nın sosyal medyada görünür olması, kamularıyla gerçek anlamda ilişki kurduğu veya onları eyleme geçirdiği anlamına gelmez. Halkla ilişkiler açısından başarılı STK iletişimi, görünürlüğü ilişkiye, ilişkiyi güvene, güveni ise somut katılıma dönüştürebildiği ölçüde anlam kazanır.

Guo ve Saxton (2014), sosyal medyanın kâr amacı gütmeyen kuruluşların savunuculuk pratiklerini dönüştürdüğünü ve örgütlerin mesaj düzeyinde bilgi verme, topluluk oluşturma ve eylem çağrısı üretme işlevleri arasında stratejik tercihler yaptığını göstermektedir. Bu bulgu, dijital vicdan-eylem açığı açısından önemlidir; çünkü STK'ların sosyal medya mesajları yalnızca görünürlük üretmekle kalmaz, takipçinin hangi tür katılımı "yeterli" göreceğini de ima eder. Eğer mesaj mimarisi yalnızca paylaşımı ve tepkiyi ödüllendiriyorsa, takipçi bu davranışı kampanyaya katılımın tamamı olarak yorumlayabilir.

Saxton ve Wang'ın (2014) sosyal medya üzerinden bağış davranışlarını inceleyen çalışması, dijital bağış ortamlarında sosyal ağ etkisinin geleneksel bağış açıklamalarına göre daha belirleyici olabileceğini ortaya koymaktadır. Bu sonuç, STK kampanyalarında sosyal çevrenin, ağ içi görünürlüğün ve bağlantıların bağış davranışını etkileyebileceğini göstermesi bakımından değerlidir. Ancak bu bulgu aynı zamanda şunu da hatırlatır: Sosyal ağ etkisi kendiliğinden ortaya çıkan bir sonuç değil, kampanyanın güven, kolaylık, tekrar edilebilirlik ve sosyal kanıt üretme kapasitesiyle ilgilidir. Dolayısıyla dijital vicdan-eylem açığını azaltmak isteyen STK'lar, görünürlüğü yalnızca duygu dolaşımı olarak değil, bağış ve gönüllülük gibi ölçülebilir eylemlerle bağlantılı bir sosyal ağ süreci olarak tasarlamalıdır.

Halkla ilişkiler literatüründe kamu kavramı bu tartışma açısından merkezi önemdedir. Hallahan (2000), halkla ilişkilerde yalnızca aktif kamulara odaklanmanın eksik olduğunu; düşük bilgi ve düşük ilgi düzeyine sahip pasif ya da inaktif kamuların da stratejik olarak dikkate alınması gerektiğini belirtmektedir. Dijital vicdan bağlamında bu ayrım daha da önem kazanır. Çünkü sosyal medyada bir kampanyaya düşük maliyetli destek veren bireyler görünürde aktif gibi algılanabilir; ancak bu bireyler somut eyleme geçmedikleri sürece gerçekte pasifleşen ya da sessizleşen kamular olarak kalabilirler.

Kent ve Taylor'ın (1998) diyalojik halkla ilişkiler yaklaşımı, dijital ortamda kamularla karşılıklı, sürdürülebilir ve ilişki odaklı iletişimin önemini vurgulamaktadır. Bu yaklaşım açısından STK'ların dijital kampanyalarda yalnızca duygu yoğunluğu yüksek içerikler üretmesi yeterli değildir. Kamuların soru sorabildiği, katkı sunabildiği, somut eylem seçeneklerini görebildiği ve eylemin sonucunu takip edebildiği bir iletişim yapısına ihtiyaç vardır. Bu nedenle dijital vicdan-eylem açığını azaltmak için STK iletişiminin tek yönlü görünürlük üretiminden diyalojik ve eylem odaklı ilişki yönetimine yönelmesi gerekir.

3. Yöntem

Bu çalışma kuramsal/kavramsal bir bildiri olarak tasarlanmıştır. Araştırmada ampirik veri toplanmamış; bunun yerine dijital vicdan, slacktivism/clicktivism, ahlaki lisanslama, dijital aktivizm ve STK iletişimi literatürü kavramsal olarak bir araya getirilmiştir. Yöntemin temel amacı, mevcut literatürde farklı başlıklar altında tartışılan kavramlar arasında açıklayıcı bir ilişki kurmak ve STK iletişimine uygulanabilecek teorik bir model önermektir. Dolayısıyla çalışma, herhangi bir STK kampanyasının başarısını ölçtüğü, saha verisi topladığı veya kullanıcı davranışlarını ampirik olarak sınıadığı iddiasında değildir.

Kavramsal sentez üç aşamada yürütülmüştür. Birinci aşamada dijital vicdan kavramı TDK'nin 2025 yılı kelimesi/kavramı açıklaması çerçevesinde ele alınmış ve kavramın vicdani duyarlılık, sembolik görünürlük ve eylemsizlik boyutları belirlenmiştir. İkinci aşamada bu kavram, slacktivism/clicktivism ve ahlaki lisanslama literatürüyle ilişkilendirilerek sembolik dijital katılımın hangi koşullarda eylemin basamağı, hangi koşullarda eylemin ikamesi olabileceği tartışılmıştır. Üçüncü aşamada ise bu ilişki halkla ilişkilerde kamu oluşturma, kamu segmentasyonu, sosyal medya temelli STK iletişimi ve mobilizasyon hedefleri bağlamında yeniden yorumlanmıştır.

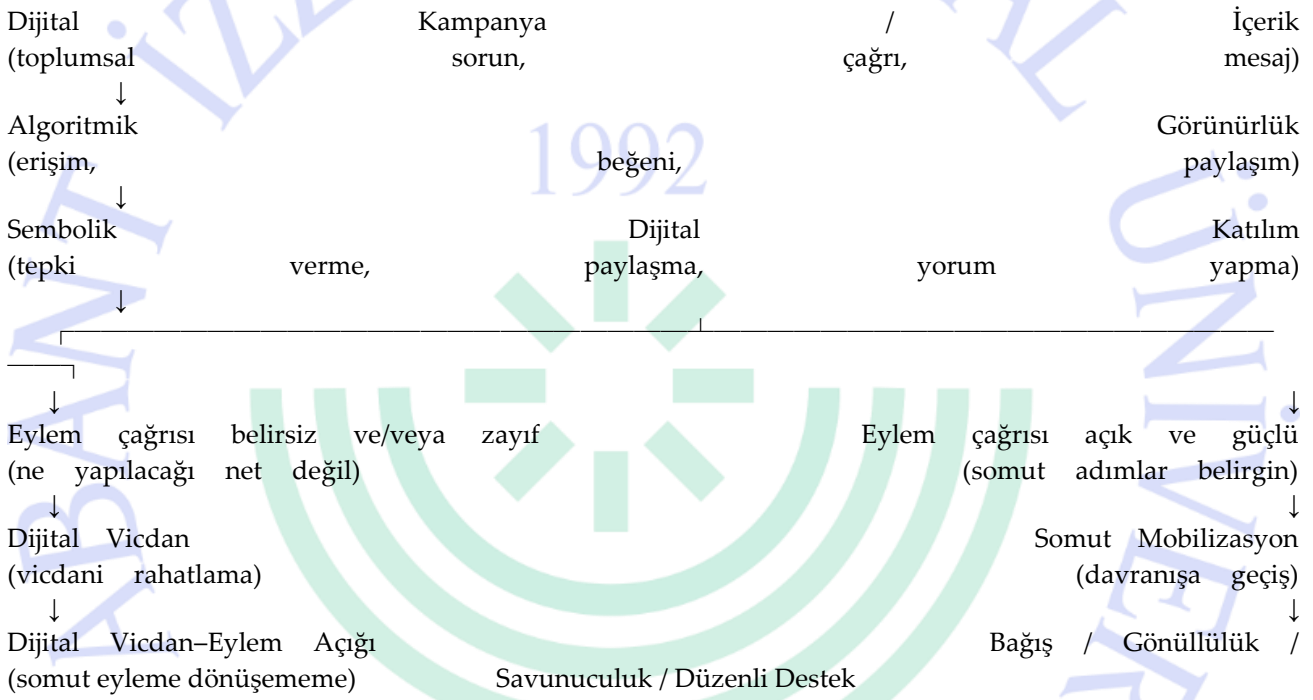
Çalışmanın sınırlılığı, modelin bu aşamada ampirik olarak sınanmamış olmasıdır. Bu nedenle geliştirilen model kesin nedensel sonuçlar ortaya koymaktan ziyade sonraki araştırmalar için test edilebilir önermeler üretmektedir. Model; deneysel çalışmalar, içerik analizleri, dijital kampanya vaka analizleri, takipçi davranışlarını ölçen nicel araştırmalar ve STK'larla yapılacak nitel görüşmelerle geliştirilebilir.

4. Dijital Vicdan-Eylem Açığı Modeli

Bu çalışmada önerilen model, STK iletişimde dijital görünürlük ile somut mobilizasyon arasındaki kopukluğu açıklamak üzere beş temel bileşene dayanmaktadır: algoritmik görünürlük, sembolik dijital katılım, dijital vicdan, eylem mimarisi ve somut mobilizasyon. Modelin çıkış noktası, sosyal medya platformlarında görünürlüğün çoğu zaman duygusal yoğunluk, tepki üretme kapasitesi, paylaşılabirlik ve hızlı etkileşim potansiyeliyle ilişkili olmasıdır. Bu platform mantığı, STK'ları daha çarpıcı, dramatik ve hızla tepki toplayabilecek içerikler üretmeye yöneltebilir.

Ancak bu etkileşim, eylem basamaklarıyla bağlanmadığında platform mantığının ödüllendirdiği görünürlük düzeyinde kalabilir. Bu çalışmada önerilen dijital vicdan-eylem açığı modelinin temel işleyişi Şekil 1'de gösterilmektedir.

Şekil 1. Dijital Vicdan-Eylem Açığı Modeli



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Şekil, STK kampanyalarında dijital görünürlüğün önce sembolik dijital katılım üretebildiğini; ancak sonraki sonucun eylem çağrısının niteliğine göre değiştiğini göstermektedir. Eylem çağrısı belirsiz ve/veya zayıf olduğunda süreç dijital vicdan ve eylem açığına yönelirken, açık ve güçlü olduğunda somut mobilizasyona dönüşebilmektedir. Modelin birinci bileşeni algoritmik görünürlüktür. STK içerikleri sosyal medya ortamlarında yalnızca kurumun iletişim tercihleriyle değil, platformların görünürlük dağıtım mantıklarıyla da karşılaşır. Dijital platformlarda görünürlük, nötr ve kendiliğinden işleyen bir dolaşım sonucu değildir; platformların yazılımsal düzenlemeleri, popülerlik ölçütleri, bağlantısallık yapıları ve veri odaklı işleyişleri hangi içeriğin öne çıkacağını etkileyebilir (van Dijck & Poell, 2013). Bucher (2012) de sosyal medya ortamlarında algoritmik gücün görünürlük ve görünmezlik koşullarını yapılandırabildiğini göstermektedir. Bu nedenle STK kampanyalarında algoritmik görünürlük, yalnızca erişim kapasitesi olarak değil, platform mantığı tarafından biçimlenen bir seçilme ve dolaşıma sokulma süreci olarak değerlendirilmelidir. Duygu uyandıran görseller, kısa videolar, kriz anı çağrıları ve paylaşılabirlik sloganlar daha hızlı dolaşıma girebilir. Bu durum, STK'lar için kısa vadede avantajlı görünür; çünkü konu daha geniş kamulara ulaşır. Ancak algoritmik görünürlük, eyleme dönüşüm için yeterli değildir. Hatta görünürlüğün kendisi kampanya başarısı olarak yorumlandığında eylem açığının üzeri örtülebilir.

Modelin ikinci bileşeni sembolik dijital katılımdır. Bu katılım, bireyin sosyal medya ortamında düşük maliyetli destek davranışları göstermesiyle ortaya çıkar. Beğeni, paylaşım, yorum, etiket kullanımı, profil fotoğrafı değiştirme ya da çevrim içi imza verme bu kategoriye dâhil edilebilir. Bu tür davranışlar tamamen değersiz değildir; farkındalık yaratabilir, gündem oluşturabilir ve bazı durumlarda kolektif eyleme geçişi kolaylaştırabilir. Nitekim dijital aktivizm literatürü, çevrim içi eylemlerin deneyimlerin görünür kılınması, topluluk oluşturulması ve kolektif kimliklerin pekiştirilmesi açısından işlevsel olabileceğini göstermektedir (Bennett & Segerberg, 2012; Earl & Kimport, 2011; Greijdanus v.d., 2020).

Modelin üçüncü ve merkezi bileşeni dijital vicdandır. Dijital vicdan, bireyin sembolik dijital katılım sonrasında vicdani rahatlama yaşaması ve daha fazla sorumluluk alma ihtiyacını zayıf hissetmesi durumunu ifade eder. Bu aşamada birey, sosyal medya performansını ahlaki sorumluluğun kendisiyle karıştırabilir. Bir başka ifadeyle dijital görünürlük birey için ahlaki tanıklığın, sembolik destek ise toplumsal sorumluluğun yerine geçebilir. Dijital aktivizmin fırsatları ve sınırlılıkları üzerine yapılan güncel değerlendirmeler de çevrim içi katılımın dönüştürücü kapasitesinin kampanya tasarımı, örgütlenme biçimine ve katılımcıların eylemle kurduğu ilişkiye bağlı olduğunu göstermektedir (Castillo-Esparcia v.d., 2023).

Modelin dördüncü bileşeni eylem mimarisidir. Eylem mimarisi, kampanyanın sembolik katılımdan sonra kullanıcıyı hangi somut adımlara yönlendirdiğini ifade eder. Bu mimari net bağış bağlantıları, gönüllülük formları, imza kampanyası sonrası karar vericiye ulaşma adımları, düzenli bağış seçenekleri, saha etkinliği takvimleri, bilgilendirme oturumları ve katkının sonucunu gösteren geri bildirim mekanizmalarından oluşabilir. Eylem mimarisi zayıf olduğunda kullanıcı kampanyayla duygusal olarak temas eder, dijital destek verir ve süreç orada sona erer. Eylem mimarisi güçlü olduğunda ise sembolik destek bir sonraki davranış için köprüye dönüşür.

Modelin beşinci bileşeni somut mobilizasyondur. STK iletişimi açısından asıl hedef, dijital etkileşimi bağış, gönüllülük, savunuculuk, üyelik, saha desteği, düzenli katkı veya politika değişimi talebi gibi daha maliyetli eylemlere dönüştürmektir. Dijital vicdan-eylem açığı, tam da bu dönüşümün zayıfladığı noktada ortaya çıkar. Birey kampanyayı görür, duygulanır, destek işareti verir; ancak bu süreç bağışa, gönüllülüğe veya uzun süreli katılıma dönüşmez. Bu nedenle model, görünürlük metriklerini nihai başarı ölçütü değil, mobilizasyon sürecinin erken göstergeleri olarak kabul eder.

4.1. Modelin Koşulları ve Önergeleri

Model, sembolik dijital katılımın her durumda eylemi zayıflatacağını ileri sürmez. Aksine, sembolik katılımın eylemi güçlendirmesi veya zayıflatması belirli koşullara bağlıdır. İlk koşul sosyal gözlemlenebilirliktir. Bireyin destek davranışı ne kadar görünürse, bu davranışın benlik sunumu ve imaj yönetimi işlevi kazanma ihtimali artabilir. İkinci koşul konu ile değer uyumudur. Birey kampanya konusunu kendi değerleriyle güçlü biçimde ilişkilendiriyorsa, sembolik destek daha sonraki tutarlı davranışların başlangıcı olabilir. Üçüncü koşul eylem kolaylığıdır. Bağış bağlantısı, gönüllülük formu veya karar vericiye mesaj gönderme gibi eylemler açık ve güvenilir değilse dijital destek mobilizasyona dönüşmeyebilir.

Dördüncü koşul güven ve hesap verebilirliktir. STK'ların topladığı bağışın, gönüllü emeğinin veya savunuculuk desteğinin nasıl kullanıldığını açık biçimde göstermesi gerekir. Eylemin sonucunu göremeyen destekçi, kampanyayla kurduğu ilişkiyi geçici bir duygusal tepki düzeyinde bırakabilir. Beşinci koşul ise diyalojik ilişki kapasitesidir. Kent ve Taylor'ın (1998) diyalojik yaklaşımı açısından STK'lar, kamulara yalnızca mesaj ileten değil, onları dinleyen, sorularına yanıt veren, katkılarını görünür kılan ve eylem sonrası ilişkiyi sürdüren aktörler olarak konumlanmalıdır.

Bu koşullardan hareketle geliştirilen önermeler şunlardır:

Önerme 1: STK kampanyalarında duygu yoğunluğu ve algoritmik görünürlük arttıkça sembolik dijital katılımın artma olasılığı yükselir.

Önerme 2: Sembolik dijital katılım, açık ve somut eylem çağrılılarıyla desteklenmediğinde dijital vicdanı güçlendirebilir.

Önerme 3: Dijital vicdan güçlendikçe bireyin bağış, gönüllülük ve savunuculuk gibi daha maliyetli eylemlere yönelme olasılığı azalabilir.

Önerme 4: Bireyin konu ile değer uyumu ve özdeşleşme düzeyi yüksekse sembolik katılım somut eyleme geçişi zayıflatmak yerine güçlendirebilir.

Önerme 5: Diyalojik iletişim, net eylem basamakları, güvenilir işlem kanalları ve geri bildirim mekanizmaları dijital vicdan-eylem açığını azaltabilir.

Önerme 6: STK'ların kampanya başarısını yalnızca beğeni, yorum, paylaşım ve görüntülenme gibi görünürlük metrikleriyle ölçmesi, gerçek mobilizasyon düzeyinin olduğundan yüksek değerlendirilmesine yol açabilir.

Önerme 7: Sembolik katılım sonrasında kullanıcıya kademeli eylem seçenekleri sunan kampanyalar, sembolik katılımı somut mobilizasyona dönüştürme bakımından daha yüksek potansiyel taşır.

5. STK İletişimi İçin Stratejik Çıkarımlar

STK kampanyalarında dijital görünürlük ile gerçek mobilizasyonun birbirinden ayrıştırılması, modelin temel stratejik çıkarımlarından biridir. Bu ayrım Tablo 1'de özetlenmektedir.

Tablo 1. STK Kampanyalarında Görünürlük ve Mobilizasyon Göstergeleri

Gösterge Türü	Örnek Göstergeler	Açıklama
Görünürlük göstergeleri	Erişim, görüntülenme, beğeni, yorum, paylaşım, etiket kullanımı	Kampanyanın dijital dolaşım, erişim ve dikkat çekme düzeyini gösterir. Ancak bu göstergeler, tek başına bağış, gönüllülük veya savunuculuk gibi somut katılım biçimlerinin gerçekleştiğini kanıtlamaz.
Sembolik katılım göstergeleri	Paylaşım yapma, çevrim içi imza verme, destek yorumu yazma, profil görselini değiştirme	Kullanıcının kampanyaya düşük maliyetli ve görünür destek verdiğini gösterir. Bu davranışlar farkındalık ve ilk temas açısından işlevsel olabilir; ancak somut eylem kanallarıyla ilişkilendirilmediğinde eylem açığıyla sonuçlanabilir.
Mobilizasyon göstergeleri	Bağışçı sayısı, bağış tutarı, gönüllü başvurusu, üyelik, savunuculuk eylemi	Kampanyanın davranışsal ve ölçülebilir çıktılar üretip üretmediğini değerlendirmeye imkân verir. Bu göstergeler, dijital etkileşimin somut kamu mobilizasyonuna dönüşme düzeyini ortaya koyar.
Sürdürülebilir katılım göstergeleri	Düzenli bağış, tekrarlanan gönüllülük, kampanya takibi, uzun dönemli savunuculuk desteği	Katılımın tek seferlik bir tepkiyle sınırlı kalıp kalmadığını değerlendirmeye yardımcı olur. Bu göstergeler, STK ile destekçi arasındaki ilişkinin sürekliliği ve mobilizasyonun kalıcılığı hakkında bilgi sunar.

Önerilen model, STK iletişimi açısından üç temel stratejik çıkarım üretmektedir. Birinci çıkarım, görünürlük ve mobilizasyon göstergelerinin ayrıştırılması gerektiğidir. Görünürlük göstergeleri; erişim, görüntülenme, beğeni, yorum, paylaşım, video izlenme süresi ve etiket kullanımı gibi platform metriklerinden oluşur. Mobilizasyon göstergeleri ise bağış sayısı, bağış tutarı, düzenli bağışçıya dönüşüm, gönüllü başvurusu, üyelik, etkinlik katılımı, karar vericiye gönderilen mesaj sayısı, imza sonrası takip eylemi ve kampanya sonrası sürdürülebilir katılım gibi daha somut çıktılardır. Bir kampanya yüksek görünürlüğe sahip olabilir; fakat mobilizasyon göstergeleri düşükse dijital vicdan-eylem açığı ortaya çıkmış demektir.

İkinci çıkarım, kampanya mesajlarının “duygu üretme” ile “eylem üretme” arasındaki dengeyi gözetmesi gerektiğidir. STK kampanyalarında duygu önemlidir; çünkü aciliyet, empati, dayanışma ve adalet duygusu olmadan kamu mobilizasyonu zayıflayabilir. Ancak duygu tek başına yeterli değildir. Duygu yoğunluğu yüksek fakat eylem çağrısı zayıf içerikler, kullanıcıyı geçici bir vicdani rahatlamaya yönelebilir. Bu nedenle her kampanya mesajında izleyicinin ne yapabileceği, bunu nasıl yapabileceği, hangi güvenli kanaldan katkı sunabileceği ve katkısının neyi değiştireceği açık biçimde belirtilmelidir.

Üçüncü çıkarım, sembolik katılımın kampanya tasarımında bir son nokta değil, geçiş basamağı olarak konumlandırılması gerektiğidir. Örneğin bir kullanıcı kampanya gönderisini paylaştığında, sonraki adımda bağış bağlantısı, gönüllülük formu veya bilgilendirici etkinlik davetiyle karşılaşmalıdır. Çevrim içi imza atan kullanıcıya karar vericiye e-posta gönderme, konu hakkında yerel temsilciyle iletişime geçme veya kampanya sonuçlarını takip etme seçeneği sunulmalıdır. Böylece clicktivism, eylemin yerine geçen bir davranış olmaktan çıkarılıp daha yüksek maliyetli katılım biçimlerine giden bir köprüye dönüştürülebilir.

Bu stratejik çıkarımların uygulanabilmesi için STK’ların kampanya değerlendirme kültürünü de dönüştürmesi gerekir. Kampanya raporlarında yalnızca erişim ve etkileşim sayıları değil, dönüşüm oranları da yer almalıdır. Örneğin bir kampanya bir milyon görüntülenme aldıysa, bu görüntülenmelerin kaç bağışa, kaç gönüllü başvurusuna, kaç düzenli destekçiye ve kaç savunuculuk eylemine dönüştüğü ayrıca raporlanmalıdır. Bu ayırım, STK’ların platform başarısını toplumsal etkiyle karıştırmasını engeller.

Ayrıca STK’ların güven ve hesap verebilirlik iletişimini güçlendirmesi gerekir. Kullanıcıların dijital destekten somut eyleme geçmesi için katkılarının boşa gitmeyeceğine inanması önemlidir. Bağış sonrası etki raporları, gönüllü deneyimlerinin görünür kılınması, kampanya hedeflerinin güncellenmesi, şeffaf bütçe bilgileri ve periyodik sonuç bildirimleri bu güveni güçlendirebilir. Böylece kullanıcı yalnızca bir paylaşım yapıp uzaklaşmak yerine kampanyanın devam eden bir parçası olduğunu hissedebilir.

Son olarak, STK iletişimi pasif kamuları aktif kamu gibi görme hatasından kaçınmalıdır. Hallahan’ın (2000) kamu tipolojisi dikkate alındığında, sosyal medyada etkileşim gösteren herkesin aynı düzeyde bilgi, ilgi ve eylem kapasitesine sahip olmadığı açıktır. Bu nedenle STK’lar takipçilerini yalnızca etkileşim düzeyine göre değil, eylem niyeti, konuya yakınlık, güven düzeyi ve geçmiş katılım davranışı gibi ölçütlere göre de segmentlere ayırmalıdır. Bu segmentasyon, her kullanıcıya aynı çağrıyı yapmak yerine farklı katılım düzeylerine uygun çağrılar üretmeyi sağlar.

6. Tartışma ve Sonuç

Önerilen model, dijital aktivizm literatüründeki iyimser ve eleştirel yaklaşımlar arasında denge kurmaya çalışmaktadır. Dijital medya STK’lara önemli fırsatlar sunmaktadır; bu nedenle sosyal medya temelli katılımı bütünüyle yüzeysel veya etkisiz görmek doğru değildir. Greijdanus v.d. (2020), çevrim içi aktivizmin deneyimlerin görünür kılınması, topluluk oluşturulması, normların paylaşılması ve ortak gerçekliklerin kurulması açısından önemli işlevler görebileceğini belirtmektedir. Ancak aynı literatür, çevrim içi eylemlerin çevrim dışı veya daha maliyetli kolektif eylemlerle ilişkisinin her zaman doğrusal olmadığını da göstermektedir.

Bu nedenle STK iletişiminde temel mesele, sosyal medyada etkileşim almak değil, etkileşimi kademeli ve anlamlı eylem süreçlerine bağlamaktır. Dijital vicdan kavramı bu noktada uyarıcı bir işleve sahiptir. Çünkü STK’lar yüksek etkileşim rakamlarını kampanya başarısı olarak yorumladığında gerçek mobilizasyon düzeyini olduğundan yüksek değerlendirebilir. Oysa beğeni ve paylaşım sayıları, ancak bağış, gönüllülük, üyelik,

etkinlik katılımı veya karar vericilere yönelik baskı gibi göstergelerle birlikte değerlendirildiğinde anlamlıdır.

Modelin halkla ilişkiler açısından bir diğer katkısı, kamu kavramını dijital davranış göstergeleri üzerinden yeniden tartışmaya açmasıdır. Sosyal medyada etkileşim gösteren bireyler her zaman aktif kamu olmayabilir. Bazı takipçiler görünür destek verirken somut sorumluluk almaktan uzak kalabilir. Bu durum, aktiflik göstergelerinin dijital ortamda yeniden tanımlanmasını gerektirir. STK'lar için "aktif kamu", yalnızca içerikle etkileşime geçen değil, belirli bir amaç doğrultusunda sürdürülebilir katkı sunan kamu olarak ele alınmalıdır.

Sonuç olarak dijital çağda STK'ların temel iletişim sorunu görünmezlik kadar, görünürlüğün eyleme dönüşmemesi sorunudur. Dijital vicdan kavramı, bu sorunu anlamak için güçlü bir teorik araç sunmaktadır. Çalışmada önerilen dijital vicdan-eylem açığı modeli, sosyal medyada ortaya çıkan sembolik katılımın bazı durumlarda vicdani rahatlama üreterek bağış, gönüllülük, savunuculuk ve sürdürülebilir destek gibi daha maliyetli eylemleri zayıflatabileceğini ileri sürmektedir. Bu yönüyle çalışma, slacktivism/clicktivism literatürünü halkla ilişkilerde kamu oluşturma ve mobilizasyon hedefleriyle birleştirmekte; STK iletişimi açısından görünürlük göstergeleri ile gerçek eylem göstergeleri arasında ayırım yapılması gerektiğini vurgulamaktadır.

Gelecek araştırmalar için beş yön önerilebilir. Birincisi, model nicel olarak ölçülebilir hâle getirilebilir. Dijital vicdan düzeyi, sembolik katılım davranışı, değer uyumu, konuya yakınlık, güven düzeyi ve somut eylem niyeti gibi değişkenler üzerinden deneysel tasarımlar kurulabilir. İkincisi, farklı STK türlerinde kampanya vaka analizleri yapılabilir. Çevre, insan hakları, afet yardımı, hayvan hakları ve sağlık alanındaki kampanyalar karşılaştırılarak dijital vicdan-eylem açığının hangi bağlamlarda daha güçlü ortaya çıktığı incelenebilir. Üçüncüsü, STK mesaj tasarımları deneysel olarak karşılaştırılabilir. Duygu yoğunluğu yüksek ancak eylem çağrısı zayıf mesajlarla, daha düşük duygu yoğunluğuna sahip fakat net eylem basamakları içeren mesajların mobilizasyon etkisi ölçülebilir. Dördüncüsü, STK'ların kampanya sonrası geri bildirim ve hesap verebilirlik pratiklerinin destekçilerin tekrar katılım davranışları üzerindeki etkisi araştırılabilir. Beşincisi, gelecek araştırmalarda bu kuramsal çerçeve yapay zekâ destekli dijital uygulamalarla ilişkilendirilerek geliştirilebilir. Bu tür çalışmalar, sembolik dijital katılımın somut katılıma dönüşmesini kolaylaştırabilecek dijital yönlendirme süreçlerini ve veri analitiği olanaklarını ayrı bir araştırma hattı olarak ele alabilir (Battrinca & Treleaven, 2015). Bu araştırma hattı tasarlanırken şeffaflık, mahremiyet, insan denetimi ve hesap verebilirlik gibi etik ilkeler ayrıca dikkate alınmalıdır.

Bu çalışmada önerilen modelin kavramsal katkısı, dijital vicdanı yalnızca ahlaki bir yakınma veya güncel bir kavram olarak değil, STK iletişiminde görünürlük, sembolik katılım ve somut mobilizasyon arasındaki ilişkiyi açıklayan analitik bir araç olarak konumlandırmasıdır. Bu çerçeve, hem akademik araştırmalar için test edilebilir önermeler sunmakta hem de STK'ların kampanya tasarımında görünürlükten eyleme geçişi daha bilinçli yönetmesine katkı sağlamaktadır.

Kaynakça

- Battrinca, B., & Treleaven, P. C. (2015). Social media analytics: A survey of techniques, tools and platforms. *AI & Society*, 30(1), 89-116. <https://doi.org/10.1007/s00146-014-0549-4>
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739-768. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661>
- Boulianne, S. (2015). Social media use and participation: A meta-analysis of current research. *Information, Communication & Society*, 18(5), 524-538. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1008542>
- Bucher, T. (2012). Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook. *New Media & Society*, 14(7), 1164-1180. <https://doi.org/10.1177/1461444812440159>
- Castillo-Esparcia, A., Caro-Castaño, L., & Almansa-Martínez, A. (2023). Evolution of digital activism on social media: Opportunities and challenges. *Profesional de la información*, 32(3), e320303. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.may.03>

- Earl, J., & Kimport, K. (2011). Digitally enabled social change: Activism in the Internet age. MIT Press.
- Greijdanus, H., de Matos Fernandes, C. A., Turner-Zwinkels, F., Honari, A., Roos, C. A., Rosenbusch, H., & Postmes, T. (2020). The psychology of online activism and social movements: Relations between online and offline collective action. *Current Opinion in Psychology*, 35, 49-54. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.03.003>
- Guo, C., & Saxton, G. D. (2014). Tweeting social change: How social media are changing nonprofit advocacy. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 43(1), 57-79. <https://doi.org/10.1177/0899764012471585>
- Hallahan, K. (2000). Inactive publics: The forgotten publics in public relations. *Public Relations Review*, 26(4), 499-515. [https://doi.org/10.1016/S0363-8111\(00\)00061-8](https://doi.org/10.1016/S0363-8111(00)00061-8)
- Kent, M. L., & Taylor, M. (1998). Building dialogic relationships through the World Wide Web. *Public Relations Review*, 24(3), 321-334. [https://doi.org/10.1016/S0363-8111\(99\)80143-X](https://doi.org/10.1016/S0363-8111(99)80143-X)
- Kristofferson, K., White, K., & Peloza, J. (2014). The nature of slacktivism: How the social observability of an initial act of token support affects subsequent prosocial action. *Journal of Consumer Research*, 40(6), 1149-1166. <https://doi.org/10.1086/674137>
- Lee, Y.-H., & Hsieh, G. (2013). Does slacktivism hurt activism? The effects of moral balancing and consistency in online activism. In *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 811-820). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/2470654.2470770>
- Lovejoy, K., & Saxton, G. D. (2012). Information, community, and action: How nonprofit organizations use social media. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 337-353. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01576.x>
- Merritt, A. C., Effron, D. A., & Monin, B. (2010). Moral self-licensing: When being good frees us to be bad. *Social and Personality Psychology Compass*, 4(5), 344-357. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9004.2010.00263.x>
- Saxton, G. D., & Wang, L. (2014). The social network effect: The determinants of giving through social media. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 43(5), 850-868. <https://doi.org/10.1177/0899764013485159>
- Schumann, S., & Klein, O. (2015). Substitute or stepping stone? Assessing the impact of low-threshold online collective actions on offline participation. *European Journal of Social Psychology*, 45(3), 308-322. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2084>
- Türk Dil Kurumu. (2025, 29 Aralık). Türk Dil Kurumu 2025 yılının kelimesi/kavramını açıkladı: Dijital vicdan. <https://tdk.gov.tr/icerik/basindan/turk-dil-kurumu-2025-yilinin-kelimesi-kavramini-acikladi-dijital-vicdan/>
- van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Understanding social media logic. *Media and Communication*, 1(1), 2-14. <https://doi.org/10.17645/mac.v1i1.70>
- Waters, R. D., Burnett, E., Lamm, A., & Lucas, J. (2009). Engaging stakeholders through social networking: How nonprofit organizations are using Facebook. *Public Relations Review*, 35(2), 102-106. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2009.01.006>



BAİBÜİLEF-İG
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Günleri
Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication Communication Days

15.09.2026



Kodlanan Yaratıcılık Bağlamında Reklamın Alfabeden Algoritmaya Yolculuğu

The Journey of Advertising from Alphabet to Algorithm in the Context of Coded Creativity

Yasemin TEKELİ¹

Geliş Tarihi (Received): 01.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 02.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Öz: Dijitalleşen iletişimle birlikte reklamcılık paradigma değişimine girmiştir. Merkeze alfabeyi alarak üretim yapılan geleneksel reklamcılıkta hâkim kodlar retorik ve semiyotik temelli olmuştur. Algoritma merkezli reklamcılıkta ise üretilen kodlar algoritmik sistemlerin veriyi anlamlandırarak içerik üretmesine dayanmaktadır. Reklamda yaratıcılığın ontolojik sınırları yapay zekâdan destek alarak yeniden çizilmiştir. Bu çalışmada, reklamcılıkta “Kodlanan Yaratıcılık” olgusu kuramsal bir çerçevede incelenmiştir. İnsanı merkeze alan reklamın yaratıcı sürecinin üretken modellerle hesaplamalı optimizasyona dönüşmesi çalışma kapsamında eleştirel bir perspektifle analiz edilmiştir. Küresel iletişimde insan odaklı yaratıcılık retorik ve estetik üzerine kurulan bir ikna sanatı olmuştur. Hesaplamalı bir mühendislik sürecine evrilen reklamcılıktaki yaratıcılık ise teknik verimlilik arayışına dönüşmüştür. Yapay zekâ ile reklam üretim otonomisi algoritmik önyargıdan sentetik gerçekliğin epistemolojik geçerliliğine kadar bir dizi etik sorunu da beraberinde getirmiştir. “Kodlanan Yaratıcılık” reklamcılık disiplinini matematiksel bir modelleme alanına taşımıştır. Sonuç olarak bu çalışmada reklamın alfabeden algoritmaya uzanan yolculuğunun sürdürülebilir bir nitelik kazanması için insan etiği ile algoritmik şeffaflık eleştirel bir bakış açısıyla sentezlenmiştir.

Anahtar kelimeler: Kodlanan Yaratıcılık, Yapay zekâ, Reklamcılık, İletişim Paradigması

&

Abstract: With the digitalization of communication, advertising has undergone a paradigm shift. In traditional advertising, where production was based on the alphabet, the dominant codes were rhetorical and semiotic. In algorithm-centered advertising, however, the codes produced are based on algorithmic systems interpreting data and generating content. The ontological boundaries of creativity in advertising have been redefined with the support of artificial intelligence. This study examines the phenomenon of “Coded Creativity” in advertising within a theoretical framework. The transformation of the creative process of human-centered advertising into computational optimization with generative models is analyzed from a critical perspective within the scope of the study. In global communication, human-centered creativity has become an art of persuasion based on rhetoric and aesthetics. Creativity in advertising, which has evolved into a computational engineering process, has transformed into a pursuit of technical efficiency. The autonomy of advertising production with artificial intelligence has brought with it a series of ethical issues, from algorithmic bias to the epistemological validity of synthetic reality. “Coded Creativity” has moved the advertising discipline into a field of mathematical modeling. In conclusion, this study synthesizes human ethics and algorithmic transparency from a critical perspective to ensure the sustainability of advertising’s journey from alphabet to algorithm.

Keywords: Coded Creativity, Artificial Intelligence, Advertising, Communication Paradigm

Atıf/Cite as Tekeli, Y. (2026). *The Journey of Advertising from Alphabet to Algorithm in the Context of Coded Creativity*. BAİBÜİLEF-İG 2026: 3. Uluslararası İletişim Günleri Sempozyumu, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu, Türkiye.

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Doktor Öğretim Üyesi, İstanbul Galata Üniversitesi, Sanat ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, yasemin.tekeli@galata.edu.tr, 0000- 0002- 6905-220X

Giriş

Bu bildiride alfabe kavramı sadece yazı olarak değil, geleneksel ikna yöntemleri olarak, algoritma kavramı ise tahminleme ve manipülasyon kapasitesi yüksek olan teknolojik yapılar olarak ele alınmıştır. Yapay zekâ teknolojilerinin reklamcılık disiplindeki ontolojik dönüşümünün geleneksel reklam retoriğinden veri odaklı üretim süreçlerine geçişi Under Armour vakası üzerinden kodlanan yaratıcılık bağlamında incelenmiştir.

Kavramsal- Kuramsal Çerçeve

Retorik, dil oyunları ve kültürel imgelerle sembolik aşamadan çift yönlü iletişim ile etkileşimli aşamaya geçen reklamcılık yapay zekâ ile büyük veri analitiği sayesinde algoritma aşamasına evrilmiştir. Reklamcılık, alfabenin anlamı sabitleyen doğasından algoritmanın anlamı akışkan hale getiren doğasına doğru bir kırılma yaşamaktadır. Yaratıcı reklam literatürünü incelediğimizde karşımıza çıkan belli başlı reklamcılar şunlardır: Claude C. Hopkins, David Ogilvy, William Bernbach, Leo Burnett, Al Ries ve Jack Trout, Jacques Séguéla, Oliviero Toscani, Luke Sullivan, Micheal Newman, Rosser Reeves ve Raymand Rubicam. Adı geçen reklamcıların çalışmalarında insan emeği ve zekâsı görülmektedir. Örneğin, David Ogilvy döneminde yaratıcılık, insan psikolojisinin derinliklerinden süzülen büyük bir fikir etrafında şekillenmekteydi. (Kerr ve Richards 2021), son yıllarda reklamcılık uygulama ve araştırmasının değişmesiyle birlikte reklamcılığın yeniden tanımlanması gerektiği üzerine çalışma yapmışlardır. Teknolojik gelişmelerin reklamcılığı şekillendirmesiyle tüketici davranışlarındaki değişimler, çok platformlu medyada hem sahip olunan hem de kazanılan medyanın reklam kararlarına dahil edilmesi, reklam uygulamasındaki değişiklikler, küresel pazarın zorunlulukları reklamın anlam ve kapsamını dönüştürmektedir. Reklamcılığın sınırları sahip olunan ve kazanılan medyayı içerecek şekilde reklam ajanslarının müşterileri için veri ve analizlerden içerik oluşturarak üretmesi de dahil olmak üzere topluluk yönetimine kadar genişletilmiştir (Kerr ve Richards 2021). Shannon ve Weaver'ın (1949) matematiksel iletişim modeli, iletişimi lineer bir süreç olarak ele almaktaydı (Shannon ve Weaver'dan akt. Yaylagül, 2014). Yapay zekânın mesajı alıcıya göre anlık olarak yeniden kodladığı dinamik modele geçiş ise iletişim paradigmasını dönüştürmektedir. Marshall McLuhan, aracın gerçek içeriğinin aslında kendisi olduğunu şu ifadesinde belirtmiştir (Aktaran Rigel vd., 2005, s. 15): *"Bir medya(arac) bizim algımızı şekillendirir ve yeniden şekillendirir. Araç mesajdır diyerek bunu kastetmeye çalışırım."* Roland Bartes ise toplumdaki en önemli mit üretme aracının medya olduğunu belirtir (Güngör, 2018, s.256).

Herkesin yapay zekâya soru sorduğu post-truth çağında iletişim kuramcısı Jean Baudrillard Yunan felsefecilerin öncülüğünde gelişen soru sorma sanatını devam ettiren düşünürlerdendir. Rigel vd. (2005) gerçeğin işlevsel bir şeye dönüştüğünü belirten Baudrillard'ın (1998) görüşünü şu şekilde aktarmışlardır: *"Aslında gerçek bu değildir, çünkü onu sarıp sarmalayan bir düşsellikten yoksundur. Bu sentetik bir şekilde üretilmiş, atmosferden yoksun bir hiperuzamda kombinatuvar modellere ait ışığı yaymaya çalışan bir gerçek yani hipergerçektir. ... Bundan böyle her türlü düşsel ve gerçek ayırımından yoksun, yalnızca yinelenen bir yörüngeye sahip modeller ve farklılık simülasyonu üretiminden ibaret bir hiper-gerçekten sözdebiliriz."* (Rigel vd., 2005, s. 213). Üç boyutlu simülakların gerçeğe iki boyutlu olanlardan daha fazla benzediğini belirten Baudrillard, dördüncü boyuttan da şu şekilde bahsetmiştir: *"Oysa bir de üzerimizde paradoksal bir izlenim bırakan dördüncü boyut vardır. Bu boyut gizli hakikat yani her şeyin sırrını gizleyen bir boyut olma özelliğine sahiptir. Simülakr giderek kusursuz bir görünüm kazandıkça, karşımıza her şeyin yeniden canlanma, ikiz ve benzerliğin elinden kaçabildiği bir durum çıkmaktadır."* (Aktaran Rigel vd., 2005, s. 283). Baudrillard'ın "hiper-gerçek" kavramı sentetik içeriklerle vücut bulmaktadır. Sentetik bir reklam içeriği gerçek bir referansı olmayan bir simülakr olarak belirtilebilir. Markalar gerçekte var olmayan AI tabanlı dijital influencer ile kampanya yapmaktadır. Bu modeller, insan anatomisinin dışında algoritmik olarak mükemmel bir hale getirilmiştir. Tüketici gördüğü mükemmelliğin bir kanıt olmadığını bildiği halde gerçekmiş gibi kabul etmektedir. Bu durum reklamın epistemolojik geçerliliğini sarsmaktadır. Çünkü artık mesajın kaynağı bir insan deneyimi değil bir kod satırıdır. Gerçekte var olmayan dijital mankenlerin veya mekanların reklam yüzü olarak kullanılmasına Vogue dergisindeki Guess reklamı örnek olarak verilebilir. Ağustos 2025 tarihli Vogue dergisinin iki sayfadan oluşan Guess reklamı yapay zekâ ile oluşturulan model kullanılması sebebiyle eleştirilmiştir. Sentetik bir karakterin Vogue'un basılı sayfalarında yer alması kayıtlara ilk vaka olarak geçirilmiştir. İçeriğin ücretli bir reklam olduğu dergi yönetimi tarafından açıklansa da insan emeği, yaratıcılığı ve çeşitliliği yapay zekânın sunduğu kolaylık uğruna arka plana atıldığı

için okuyucu tarafından tepkiyle karşılanmıştır. Yapay zekâ tarafından üretilen örnekler arasından seçilen modelin olduğu sayfaya “Seraphinne Vallora tarafından AI ile üretilmiştir.” şeklinde not düşülmesine rağmen gelen tepkilerden bazıları şu şekilde olmuştur: *“Bu tür temsillerin sektörde beden pozitifliği ve ırksal çeşitlilik konusunda zor kazanılan ilerlemeleri tehlikeye atabileceği,..., gerçek olmayan, kusursuz bir modelin görünümünün endişe verici olduğu,..., bu tür reklamların etiketi bile olsa, özlem ve çarpıtma arasındaki çizgiyi bulanıklaştırdığı.”* (Alimoğlu, 2025). Bu örnekte içeriğin yapay zekâ tarafından üretildiği beyan edilerek şeffaflık sağlanmaya çalışılsa da okuyucu tepkisiyle karşılaşmıştır. Vogue- Guess vakası yaratıcılık için reklamda yapay zekâ kullanımının sentetik görselle karşılaşan insanlara ilham vermediği sonucunu getirmektedir. Reklamın alfabeden algoritmaya yolculuğunda sürdürülebilir olması için ikna faktörünün manipülasyona yenik düşürülmemesi adına izleyicide güven oluşturmaya gerekmektedir. Bu açıdan baktığımızda geleceğin reklamı alfabenin sağladığı “insani dokunuş” ve “etik sorumluluk” ile algoritmanın sağladığı “ölçeklenebilirlik” ve “otonom” arasında sentezlenmek durumundadır. Safiya Umoja Noble (2018), “Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism” isimli kitabında algoritmaların eğitildikleri verilerin ideolojik yüklerini taşımaları sebebiyle kodun nötr olmadığını belirtir. Yapay zekâ ve makine öğrenimi teknolojilerinin desteklediği algoritmik sistemler çoğunlukla insan müdahalesi olmadan karar verme sürecine gidebilmektedirler. Algoritmik şeffaflık, kodun insan hayatı üzerindeki niyetinin görünür olmasıyla sağlanabilir. Reklamın gösterildiği kişilerin nasıl seçildiğini reklamı izleyen tam olarak bilemez. Şeffaflık aynı zamanda insani önyargı ve değerlerin neye göre referans alındığını beyan etmektir. Yapay zekâ üretimi olan bir içeriğin sentetikliği alfabetik dipnot olarak değil algoritmik damga olarak belirtilmelidir. Algoritmik şeffaflık ile otomatik karar süreci kriterleri net açıklanarak güvensizlik ortadan kaldırılabılır (Zerill, vd., 2019, s. 661-683). Bu noktada insan etiği algoritmada söz sahibi olmalıdır. Algoritmanın yanlış yönlendirmesi ya da önyargılı temsili kodu kurgulayan iradenin temsili olarak algılanabilmektedir.

Olivera ve Rosa (2018), Mori’nin (1970) “Tekinsiz vadi” hipotezinin insan gibi görünen bir varlığın gözlemleyen kişide negatif duygu yaratabileceğini ifade etmişlerdir. *“Bir dağa tırmanmak, sürekli artmayan bir işlev örneğidir: bir kişinin yüksekliği, araya gelen tepeler ve vadiler nedeniyle zirveye olan mesafe azaldıkça her zaman artmaz. Robotlar daha insan benzeri göründükçe, bir vadiye gelene kadar aşinalık duygumuzun arttığını fark ettim. Bu ilişkiye “tekinsiz/ürkütücü vadi” diyorum”* (Mori, 1970, 2005, s. 33). Gray ve Wegner (2012) insan zihni üzerine yapılan çalışmalara dayanarak, insan olmakla ilgili anlayışımızı ihlal eden insan kopyalarının ürkütücü algılanabildiğinden bahseder. Tekinsiz vadi hipotezi (Mori, 1970), insana benzeyen bir nesne gözlemlendiğinde insana benzerlik derecesiyle paralel bir şekilde olumlu ve olumsuz duyguları tetiklediğinden bahseder. Olumlu duygu oluşturan pozitif değer, insan benzeri nesneyle duygusal etkileşim ve empati kurma deneyimini yansıtmaktadır. Gözlemleyen kişi, bir nesneyi gerçek insandan ayırt etme noktasında zorluk yaşadığında duygusal rahatsızlık hissetmektedir. Mori bu rahatsızlığı, tikslenme duygusuna kadar gidebilen ürkütücü bir huzursuzluk olarak ifade eder. Esrarengiz olarak tanımladığı bu duygu, negatif vadiye de yansımaktadır. Mori gözlemcinin bir nesneye karşı duygusal izlenimlerini, insan olmayan ve insan olan kategorilerine göre oluşturduğunu belirtir. Sanal karakterlerin tasarımında, video oyunu tasarımlarında, robotik karakter oluştururken tekinsiz vadiye düşmemek için nasıl tasarlanması gerektiğine dair araştırmalar yapılmıştır (Walters ve ark., 2008, Mac Dorman ve ark., 2009). İçeriğin gerçeğe olan aşırı benzerliği, izleyicide “aşına olma duygusu” yerine derin bir yabancılaşma ve tekinsizlik hissi oluşturmaktadır. Mori (1970) tarafından tanımlanan tekinsiz vadi etkisine göre, Under Armour reklamındaki yapay içerikler insan zihnindeki doğrulama mekanizmalarını rahatsız edebilir. İnsana özgü bir performansın sentetik olarak üretilmesi, markanın dürüstlük vaadine ters düşmüş gibi algılanabilir. Bu durumda reklam epistemolojik bir güven erozyonunun önünü açabilir. Makinelere bir işi yapmak yerine canlıya özgü algılama ve hissetme atfedildiğinde ürkütücü olabilecekleri öne sürülmektedir (Gray ve Wegner, 2012, s. 125). Müşterilerin yapay zekâ entegreli robotlarla girdiği etkileşime odaklanan ilk araştırmalar, tekinsiz vadi ile bağlantılı bir şekilde bu etkileşimden duyulan rahatsızlığı ortaya çıkarmıştır. Tüketicilerin fazla yemek yeme veya statü malı satın alma gibi davranışlara eğilim gösterdiği belirtilmiştir (Mende vd., 2019). Kişiyi özel tasarlanmış kullanıcı merkezli yapay zekâ, ürün yaşam döngüsü sürecinde sürekli öğrenme yinelemesiyle güncellenen çözümler sunabilmektedir. Yapay zekâyı merkeze alan işletim sistemlerinin daha fazla benimsenmesiyle dijitalleşen iş süreci insan emek ve yönetimini işletme faaliyetinin dışında bırakmaktadır. Geleneksel firmalarda ürün fiyatı insan tarafından belirlenirken Amazon gibi örnekler bakıldığında algoritmaların yazılım kodlarını gerçek zamanlı olarak otomatikleştirdiği görülmektedir.

Algoritma insan müdahalesi olmadan kullanıcıya özel çözüm üretebilmektedir. Öğrenme yeteneğini geliştiren yapay zekâ kullanıcı ihtiyaç ve davranışları hakkındaki tahminleri geliştikçe daha iyi çözümler tasarlayabilir. Yaratıcı tasarım deneyimi şekillendirilirken yapay zekânın çözmeye çalıştığı sorun, sonucu tahmin etmekle alakalıdır. Bir makinenin sorunu çözerken izlediği kurallar kümesi olan algoritma, bu tahmin sürecinin aracıdır (Domingos, 2012). Doğrusal regresyon, Markov zincirleri ya da kümeleme gibi klasikleşmiş istatistiksel modeller kavramsal ve matematiksel olarak uzun süredir bilinmektedir. Mihaly Csikszentmihalyi ve Herbert Simon yaratıcılığın doğası üzerine yapılan bir tartışmayla gündeme gelmişlerdir. “Nasıl yaratıcı düşünüyoruz?” ve “Nasıl fikir sahibi olarak çözüm üretebiliyoruz?” soruları tartışmanın merkezini oluşturmuştur. Carneige Mellon Üniversitesi’nde “Bacon” isimli bir bilgisayar programı üzerinde çalışılırken problem çözme süreci şeklinde tanımlanabilen yaratıcılığın bilgisayara gömülebileceği ileri sürülmüştür (Simon, 1982). Csikszentmihalyi ise yaratıcılığın problem çözme sürecinden çok problem bulma olarak ele alınması gerektiğini önermekteydi (Feldman, Csikszentmihalyi ve Gardner, 1995). Yaratıcılıkta doğru problemi bulabilmek için de doğru talimatları verebilmek bizi prompt mühendisliğine götürür.

Prompt (istem) mühendisliği, istenen çıktının doğru olarak elde edilmesi için yapay zekâ modellerine doğru ve etkili talimatı vermek şeklinde açıklanabilir. Yapay zekâ, dil bilimi ve kullanıcı deneyiminin etkileşimi prompt mühendisliğinde önemlidir (Lo, 2023). Büyük dil modellerinin (LLM) kapasitesini yükseltmek için prompt mühendisliğinin öneminden bahseden Amatriain’e (2024) göre prompt (istem) yöntemleri şu şekilde sınıflandırılabilir: Temel prompt tasarımı, doğrudan soru ya da verilen bir görev için girilen talimatlardan oluşan modelin çıktısını yönlendiren metinsel girdileri içerir. Zincirleme yöntemi, çok basamaklı bir görevi yapabilmek için geniş dil modelleri (LLM) kullanımının bir basamağı olarak farklı bileşenlerin ardışık bağlantısını içerir. Düşünce zinciri yöntemi, yapay zekâ modellerinin mantıklı bir akışla sonuca ulaşması için modelden düşünme sürecinin takibinin istenmesidir. Örneklerle destekleme yöntemi, modelin cevaplarını üst düzeye çıkarmak için örneklerin içerik ve sırasının modelin vereceği cevabı etkileme gücü düşünülerek seçilmesi ve farklı prompt denemelerinin yapılmasıdır. Doğru istemleri girerek yaratıcı reklam üretiminde insanın konumlandığı yer konusunda da çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Yaşanmış tecrübe yerini hesaplanabilir performansa bırakmaktadır. Steigler’in (2014) “sembolik sefalet” olarak tanımladığı bir süreçte insana özgü ter dökmek, yorulmak gibi eylemler algoritma tarafından standartlaştırılmış bir meta haline getirilir. Sembolik sefalet bireyin değer ve sembol üretimine katılamadığı durumda aidiyet hissetmediği için toplumsallaşma sorunu yaşaması olarak açıklanmaktadır. Sembolik katılımı sağlayamayan birey hissettiği boşluğu tüketerek doldurmaya çalışmaktadır (Steigler, 2014, s. 5-9). Under Armour örneği reklamın hayatı simüle eden sentetik bir gerçekliğe evrilme şekli olabilir. Reklam endüstrisi için bir performans göstergesi olan veri, post-truth çağında tüketicinin duygusal manipülasyonunun sayısal dökümüne karşılık gelmektedir. Makine öğrenmesi ve yapay zekânın algoritmalarıyla insan dikkatinin belli noktalara çekilmeye çalışılmasını Steigler algoritmik yönetimsellik kavramı üzerinden açıklar (Steigler, 2018). Alınan verilerden çıkartılan bilgilerle bireyler kategorize edilerek modeller vasıtasıyla sınıflandırılmaktadır. Rouvroy öznenin gelecekteki tercih, davranış ve tutumları hakkında tahminde bulunmayı “veri davranışçılığı” şeklinde tanımlar (Rouvroy, 2012, s. 143-145). Düşünmek için boşluğa ihtiyaç duyulur, bugün ise düşünme bozularak hesaplamaya dönüşmüştür (Han, 2018, s. 19). Rouvroy’un algoritmik yönetimsellik kavramından yola çıkan Steigler veri davranışçılığı ile hesaplamaya dayalı gerçeklikten bahseder. Steigler Husser’ın anlık algılamasıyla birincil hatırlama, algılanmış olan şeyin hatırlanmasıyla ikincil hatırlatma üzerinden dijital kodun varlığını “senkronizasyon” kavramıyla açıklar. Algılama ile geçmiş zamana dönük hatırlamayı birleştiren üçüncül hatırlatma kavramını ise Steigler ortaya atmıştır (Steigler, 2016, s. 40). Ona göre insanın hayal kurma yeteneği algoritmik hesaplamalar tarafından kısa devreye uğratılmıştır (Steigler, 201, s. 100). Vignola’ya (2016) göre kendi geleceğini hayalleriyle şekillendirmesi gereken insan, profilinden toplanan tercih ve tutumlarıyla alakalı verilerle algoritma tarafından şekillendirildiğinde beklentiler otomatize edilir (Vignola, 2016, s. 275). Örneğin, Stitch Fix fiziksel bir mağaza kullanmadan müşteriye uygun kıyafetleri ulaştırır. Müşteriler stil anketi doldurup örnek olarak sunulan stilleri değerlendirir.

Makine algoritmaları pinleri, kelime ve sayıları inceleyerek stilistlerin kullanması için bulguları özetler. İnsan girdisi ile yapay zekâ girdisi arasındaki denge bu şekilde kurulmaktadır (Wilson vd., 2016). İsteddiği şeyin hayalini zihninde canlandırmak yerine ekranda görmeye başlayan insan reklamın vaad ettikleriyle tüketici kimliğini şekillendirebilmektedir.

Tüketici kendi kimliğinin merkezinde yer alan tüketim faaliyetinden başarılı bir sonuç elde ettiğinde bu başarıyı kendisine mal etmekten hoşlanmaktadır (Leung vd., 2018, s. 60). Bir tüketim faaliyetinde yapay zekâ kullanılması hile yapmakla eşdeğer gören tüketiciler ise tüketim faaliyetinin sonrasında aynı başarıyı sahiplenmekte zorlanmaktadır. Kim ve Duhackek (2018), tüketicinin yapay zekâ uygulamalarını bağımsız hedeflerle bağdaştıramadığını belirtmektedir. Örnek olarak; Google Alpha Go yazılımındaki kendiliğinden belirlenen hedefin ulusal Go şampiyonluğunu kazanmak olduğuna tüketicilerin inanmadıklarını göstermektedir. Tüketicide oluşan algı Go oyununun oynanması için yapay zekâ uygulamasının programlandığı şeklindedir. “Neden?” yerine “Nasıl?” sorusunu soran tüketici yapay zekâ ile etkileşime girdiğinde düşük seviyede bir soyutlama zihniyetine sahip olmaktadır. Verilmek istenen gerçek mesaj içeriği ile kaynağın algılanan özelliği eşleştğinde mesajın etki değerinin arttığı bilinmektedir. İletişimin içinde yapay zekâ olduğunda “Nasıl?” sorusunun “Neden?” sorusundan önce gelmesi verilmek istenen mesajın etkisini arttırmaktadır (Lee vd., 2015, s. 59; Matyka vd., 2014, s. 78). Kim ve Duhackek (2018), tüketim davranışının tüketici açısından önemini yapay zekânın anladığından şüphe duymaktadır. Yapay zekâ tarafından verilen mesajın ikna gücünün yüksek olması için o ürünün neden kullanılması gerektiği değil nasıl kullanılacağı ön plana çıkarılmalıdır (Kim ve Duhackek, 2018).

Yapay zekânın insan gibi doğrudan dış dünyayla deneyimi olmadan veri kümeleri, sınıflandırma sistemleri, optimizasyon hedefleri ile algoritmik düzenele ürettiği bilgi rejimi sentetik epistemoloji olarak karşımıza çıkmaktadır. Dijital kültürün düşünürlerinden olan Lev Manovich, yapay zekâ çağında imajın artık sadece temsilden ibaret olmadığını belirtir. Yazılım tarafından işlenerek arayüzde görünen, otomatik sistemler tarafından tekrar üretilen imaj artık veri tabanlarından beslenen kültürel bir nesneye dönüşmüştür. “Software Takes Command” isimli eserinde Manovich, medyadaki görsellerin ve metinlerin piksellerden değil kodlardan oluştuğundan bahseder (Craft, 2014, s. 194-197). Tüketici görüntünün gerçek mi yoksa kod mu olduğunu ayırt edemediğinde iletişim paradigması sekteye uğramaktadır. Gerçek ile sentetik arasındaki sınırın kaybolması reklamın ikna edici gücünü algoritma manipülasyonuna kaydırmaktadır. Sentetik gerçeklik ampirik gerçekliğin yerine geçtiğinde temsil edilen şeyin var olmadığı bir iletişim modelinin etik olarak geçerli olup olmayacağı sorgulanmalıdır. Boden (2004) tarafından mekanizmaları tanımlanan bilgisayarlı yaratıcılık, Manovich’in (2014) yazılım komutası olarak adlandırdığı süreçle birleşerek reklamcılığı matematiksel bir modelleme alanına taşımaktadır. Makinelerin sayısız kombinasyon üretme potansiyeli hesaplamalı yaratıcılık kavramını gündeme getirirken Boden (1998), kombinasyonel, keşifsel ve dönüşümsel olmak üzere yaratıcılığı üç türe ayırarak incelemiştir. İlginç fikirlerin kombinasyonlarından üretilen tanıdık görünmeyen yaratıcılığı kombinasyonel olarak adlandırmıştır. Mevcutta olan kural ve olasılıkların yeni fikirler oluşturmak amacıyla kullanılmasını keşifsel yaratıcılık ve kavramsal alan içinde yeni yollar keşfederek köklü değişiklikler yapmayı ise dönüşümsel yaratıcılık olarak ifade etmiştir (Boden, 2007). Hesaplamalı yaratıcılığı belirli kural ve olasılıkların sistematik bir keşfi olarak sunan Boden’in tanımlamalarına bakarak günümüz reklamcılığında yaratıcılığın, fikir niteliğinden çok o fikrin demografik katmanlarda üreteceği dönüşüm oranının önceden simüle edilmesi olarak görebiliriz. Alfabenin anlam arayışı temelinden algoritmanın işlem gücüne uzanan yolda kodlanan yaratıcılık reklamcılığın gelişimine hizmet eden bir paradigma olmalıdır.

Under Armour reklamında Anthony Joshua’nın sergilediği performans biyolojik bir insanın gerçek emeği olmaktan öte algoritmanın ideal sporcu parametrelerine göre kurguladığı bir gösterime dönüşmüştür. Reklamda sporcudan süzülen ter gerçek bir sıvı değildir. Sentetik ter insanın gerçek algısı manipüle edilerek daha ikna edici hale getirilmiştir. Don Fallis (2020), videoların epistemolojik değerinden bahsederken görsel algının yerine geçerek güvenilir kaynak işlevi gördüklerini belirtir. Epistemolojik geçerliliğin deepfake videolar ile erozyona uğratıldığını belirtir. Under Armour reklamını izleyen bir tüketici, sporcunun azmine hayran kalırken o an hissettiği duygu matematiksel bir modellemeye karşı oluşmuştur. Joshua’nın gerçekten o tozlu salonda olup olmadığını anlayamamaktadır. Bir sporcunun reklamda rol alması için orada fiziki olarak bulunmasına gerek kalmadığı bu reklamla tartışma konusu olmuştur. Reklamda kullanılan sahnelerin birçoğunun gerçek bir çekime değil, Joshua’nın dijital ikizine ve yapay zekâ tarafından üretilen arka planlara ait olma durumu da ayrı bir tartışmayı başlatmıştır. Dijital ikiz terimi 2010’da NASA’dan John Vickers ile duyulmaya başlanmıştır. 1960’larda uzay keşif çalışmaları için NASA tarafından uçan her bir araca karşılık karada bir versiyonunun simülasyonda kullanılmak amacıyla yapıldığı iddia edilmektedir. Cao ve Bai, çalışmalarında dijital ikizi, gerçek zamanlı veri vasıtasıyla güncellenen simülasyon, makine öğrenimi ve akıl

yürütmeyi kullanarak bir sistemin ya da bir nesnenin yaşam döngüsünün yeniden yaratılması olarak tanımlanmışlardır (Cao ve Bai, 2024). 2003 senesinde Grieves ile piyasaya sürülen dijital ikiz konsepti, fiziki karşılığı ile eş zamanlı olarak gerçek dünyadaki bir nesnenin kopyasıdır. Endüstriyel üretimden yapay zekâya kadar çeşitli uygulamalarla birlikte dijital ikiz, operasyonları izleyebilen, tahmin yürütebilen, optimize edebilen makinelerin canlı-cansız fiziksel olarak var olan şeylerin sanal bir temsildir. Endüstri 4.0'la bilgi ve iletişim teknolojilerinin akıllı yazılım ve donanım platformlarıyla bağ kurabilmesiyle siber ve fiziki alanları birbirine bağlayan dijital ikizlerin oluşturulabilmesi mümkün olmuştur (Parkı, Easwaran, ve Andalam, 2019). Reklamda Jashua'nın biyometrik verileriyle beslenen sentetik bir performanstan bahsedilebilir. Kişisel verilerin kullanımı söz konusu olduğunda Zuboff'un fikirlerinden de bahsetmek gerekmektedir.

Shoshana Zuboff (2019), yeni bir kapitalizm türü olan "gözetim kapitalizmi" çağının başladığından bahseder. Zuboff'a göre gözetim kapitalizmi, kişisel verilerin ekonomik değer yaratmak için kullanıldığı yeni bir düzendir. IoT sistemleriyle verilerin toplanması, kullanıcı özerkliğini zayıflatmakta ve ülkelerin dijital egemenlik hedeflerinde denetim kaybı yaratmaktadır. Daha önce reklam verenler anahtar kelimeleri ürün ve hizmetleriyle alakalı olacak şekilde kendileri seçmekteydi. Google kullanıcılardan elde ettiği verilerle doğrudan bireysel kullanıcıları hedeflemeye olanak tanımaktadır. Kullanıcıların dijital ayak izleriyle kimlik analizi yapılabilmekte ve reklamlar her kullanıcıya benzersiz bir şekilde yönlendirilebilmektedir. Kişiselleştirilmiş hedefleme, reklamın etki düzeyiyle başarının doğru orantılı olarak artmasını sağlamaktadır. Bu bakış açısıyla kullanıcı farkına varmadan ürün haline gelmektedir. Zuboff bu durumun Google'a devasa bir ekonomik güç sağladığını ileri sürmektedir (Aktaran Hongladarom, 2020). Zuboff'un gözetim kapitalizmi ışığında reklam bir mesaj iletme sürecinden kullanıcı verileriyle beslenen bir algoritmaya evrilmektedir. Otonom sistemler dönüşüm oranını maksimize etmek amacıyla kullanıcıyı rahat ettiren içeriği sunmaktadırlar. Bu durumda birey kendi ön kabullerinin içine sıkışmakta ve çeşitlilik matematiksel olarak verimsiz bir duruma dönüşmektedir. Bu durum yankı odalarını aklımıza getirir. Cinelli ve arkadaşları (2020) yankı odalarını, herhangi bir görüş, düşünce ya da eğilimin benzer bakış açılarına sahip kişilerle sürekli etkileşim içinde olunması sebebiyle pekiştirildiği ortamlar olarak ifade etmişlerdir (Cinelli vd., 2020, s. 2). Çok boyutlu bir vektör uzayda hedef kitleye en uygun matematiksel koordinatları bulmaya benzer şekilde kodlanan yaratıcılık da geleneksel reklamcılıktaki ölçülemeyen sezgi, ilham gibi kavramların olasılık hesabına dönüştürülmüş biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır. Dijital pazarlamada yapay zekânın ürettiği görsel içerik ile insanın ürettiği görsel içerik Milić ve arkadaşlarının yaptığı çalışmada karşılaştırılmıştır. Çıkan sonuçlar incelendiğinde, yenilikte yapay zekâ tasarımları, duygusal özgünlükte ise insan tasarımları daha yüksek puan almıştır (Milić, Spajić, Bošković, vd., 2024). Müge Elden "Reklam ve Reklamcılık" isimli kitabında Mike Destiny'nin reklamın gücü hakkındaki görüşlerini şu şekilde aktarmıştır *"Birçok bira markası; tat, renk ve alkol oranı açısından neredeyse aynıdır. Hatta iki bardaktan sonra, bir eksper bile aradaki farkı söyleyemez. Yani tüketici tamamen reklamı içmektedir ve reklam artık markadır."* (Sullivan'dan akt. Elden, 2018, s. 140).

Problem Durumu

Reklamın yaratıcılık (alfabe) özelliğini yitirerek tahminleyici bir hesaplama (algoritma) haline gelip gelmediği tartışmasıyla birlikte kodlanmış bir içeriğin yeni ya da geçmiş kombinasyonların bir birleşimi olup olmadığı da gündeme gelmektedir. "Yaratıcılık sanatsal bir özgürlük alanı değil, matematiksel kısıtlar altında çalışan bir sistem tasarımı mı?" sorusundan yola çıkarak reklamcılıktaki yaratıcı fikir problem durumu olarak incelenmektedir. Reklamın büyük veri ile beslenerek otonom bir yapıya dönüşmesindeki temel problem tüketicinin bir veri setine indirgenmesi ve etik sınırların belirsizleşmesidir.

Vaka Analizi

Anthony Joshua & Under Armour, "Forever Is Made Now" reklamı incelenmek üzere seçilmiştir. About.underarmour.com adresinde reklam hakkında şu bilgiler paylaşılmıştır (Forever Is Made Now, 2024): *"Under Armour, 2015'ten beri AJ'ye ring içinde ve dışında lider performans çözümleri sunuyor ve son sekiz yılda iki kez birleşik ağır siklet dünya şampiyonu olma yolculuğunda ona destek oluyor. Ağır siklet karma dövüş sanatçısı ve profesyonel boksör Francis Ngannou ile yaptığı 'Knockout Chaos' karşılaşmasından önce, Under Armour, uzun vadeli ortaklıklarını yenilemesini AJ ile 'Forever Is Made Now' adlı yapay zekâ spor reklamını yayımlayarak gerçekleştirdi. 'Forever Is Made Now' adlı film, Tool AI ekibiyle birlikte Joshua'nın boksa olan bağlılığının yoğunluğunu yakalayabilen bir film yaratan Wes Walker tarafından yönetiliyor; bu da Under Armour'un AJ'ye erişmeden bu benzersiz anlatıyı*

anlatmasına olanak tanıyor.”

Kreatif Direktör Wes Walker, toolofna.com adresinde reklam hakkında görüşlerini şu şekilde belirtmiştir (Toolofna, 2024): *“İstenilen görsel doğruluğu sağlamak için, yapay zekâ, CG ve lisanslı görüntüleri birleştiren yapay zekâ tabanlı karma medya üretim yaklaşımını benimsedik. Joshua o kadar benzersiz ve yetenekli bir dövüşçü ki, yetenekleri kadar zamansız bir film yaratmak istedik. Yapay zekâ, geleneksel çekimlerden daha hızlı etkileyici görseller üreten ve yaratıcılığımızı ilerletmek için sınırsız sürümlere sahip güçlü bir araç sundu. Sonuç olarak, Joshua’nın zihniyetini, spora olan yoğun bağlılığını ve Under Armour ile marka olarak arasındaki benzersiz bağa hitap eden destansı bir hikaye.”*

Tim Nudd, 22 Mart 2024 tarihinde yapay zekâ ve yönetmen tartışmaları ile ilgili şu yorumu yapmıştır (Nudd, 2024): *“Son zamanlarda yapay zekâ yardımıyla yapılan ve yapım camiasında büyük eleştirilere maruz kalan reklam yönetmeni Wes Walker, bu eseri savunuyor ve sektörü, yapay zekânın ortaya koyduğu zor sorularla yüzleşmeye çağırıyor; bunların ortadan kalkmasını ummak yerine. Under Armour AI tartışması —yönetmen eleştirileri ve yapay zekânın reklamcılıktaki rolüne değiniyor.”*

Reklamın yönetmeni Wes Walker, bir dakika süren reklamı *“yapay zekâ destekli spor reklamı”* olarak nitelendirmektedir. Sektördeki bazı yönetmenler, İngiliz boksörün daha önce çekilmiş görüntüleri kullandığı için reklamı eleştirmişlerdir. Lauren Chadwick, 15 Mart 2024 tarihli yazısında şu eleştirilere yer vermiştir: *“Kino adıyla bilinen İngiltere merkezli moda fotoğrafçısı ve yönetmen Hermeilio Miguel Aquino, ‘Diyelim ki bir araba reklamı yaptım ve aniden araba reklamımı animasyon tarzında görüyorum ve başka bir yönetmen ‘Ah, ben yönettim’ diyor. Bu oldukça endişe verici,’ dedi. ‘Ben bir fotoğrafçıyım. Büyük markalar için fotoğraf çektim ve kampanyaları fotoğrafladım. Fotoğraflarımın bir yapay zekâ motoruna takılıp videoya dönüştüğünü görmeye mi başlayacağım?’ Kino, bu tür örneklerin yönetmenler ve görüntü yönetmenlerinin görüntülerin tam hakları konusunda markalarla yaptıkları sözleşmeleri değiştirmesine yol açabileceğini söyledi....Reklamın yönetmeni Walker, ‘Anthony Joshua’nın 3D modelinden ve sporcu erişimi olmadan bir film yapması’ istendiğini söyledi. Walker, Under Armour ve yapım şirketi 72 ile Sunny’nin görüntülerinin haklarına sahip olduğunu ve resmi olarak kullanım talep edip lisans verdiğini söyledi. “Zaman değişiyor, uyum sağlıyoruz,” diye ekledi.”*

Reklam sporcuların sahaya çıkmadan önce yapılan motivasyon konuşmasını kurguluyor. Spor tarihindeki ilham veren hitabet metinleri taranarak algoritmanın acıyı hissettiği için değil, insan beyninin hangi kelime dizilimlerinde dopamin ya da adrenalin salgılayacağını istatistiksel olarak bildiği için duygu tetikleyici konuşma üretiliyor. Reklamda performans kültürü yapay zekânın üretimi ile insan iradesinin yüceltilmesi şeklinde sunulmaktadır. Yaratıcılık artık bir senaristin zihninde değil, algoritmanın pikselleri birleştirme hızındadır görüşüyle Under Armour vakasında gördüğümüz boksör Anthony Joshua’nın performansının kodlanması, reklamı temsilden simülasyona kaydırmıştır. Reklamda dil ve kültür sınırlarını aşan evrensel bir performans dili kullanılmıştır. Under Armour’un (2023) *“The Next Death Valley”* kampanyası reklamın ampirik bir kayıttan simülasyona geçiş örneği olarak gösterilebilir. Reklam metni ve görsel akışına bakıldığında yapay zekâ ajanlarının markanın kararlı duruşunu verilerle optimize ettiği görülmektedir. Bir sporcunun emeği sentetik olarak imal edilebiliyorsa, reklamın temsil ettiği gerçek insan performansı vaadi Baudrillard’ın simülasyon kuramını aklımıza getirmektedir. Reklamın yönetmeni Walker’ın, yapay zekâyı araç olarak kullandıklarını belirtmiş olmasına rağmen reklam insan emeğini yansıtmadığı gerekçesiyle eleştirilmiştir. (Floridi, 2023), yapay zekânın etik boyutlarını göz önünde bulundurarak fiziksel ve dijital varlığın birbirine karıştığı bir dünyada yaratılan sentetik hayranlığın ontolojik bir yanılsama olduğunu ifade etmektedir.

Sonuç ve Tartışma

Reklamın alfabeden algoritmaya yolculuğunda kusursuz sahneler değil, gerçek dünyadaki anlamlı kusurlarla insanın varlığı hissedilmelidir. Algoritmanın bir reklam iletisini saniyeler içinde küresel çapta farklı yerel sürümlere ulaştırabilmesi, insan denetiminin nerede konumlandırıldığı tartışmasına yol açmaktadır. Prompt mühendisliğiyle reklamdaki hikaye anlatıcılığının doğru promptları girme dönemine evrilmesi yeni bir iletişim dili olarak görülebilir. Günümüzde prompt ve algoritmalarla yeniden inşa edilen yaratıcılığın yeni olanın keşfinden çok geçmişin başarılı örüntülerinin optimizasyonuna indirgenip indirgenmediği tartışılmalıdır. Alfabeden algoritmaya uzanan bu yolculukta hibrit reklamcılık, yaratıcı direktör olarak yapay zekâ ile insanın simbiyotik ilişkisinin bir sonucu olmaktadır. Sentetik gerçeklik reklamı teknik olarak kusursuzlaştırırsa da bir post-truth nesnesine dönüştürmektedir. Under Armour'un reklam kampanyası kodların arkasındaki etik sorumluluğun insan elinde olduğunun bir göstergesidir. Jean Baudrillard'ın şu cümlesi içinde bulunduğumuz çağı özetleyerek insan olarak daha geniş bir perspektifle bakmamız gerektiğini göstermektedir (Baudrillard'dan akt. Batı, 2012, s.286): “‘Düşünüyorum, öyleyse varım’ argümanı yerini, ‘Görülüyorum, demek ki görüntüyüm’ argümanına mı bıraktı yoksa?”

Kaynakça

- Alimoğlu, İ. (29 Temmuz 2025). *Moda dünyasında “AI” krizi! Vogue’un Guess reklamı tartışma yarattı*. Erişim tarihi: 6 Mayıs 2026, <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/moda-dunyasinda-ai-krizi-vogueun-guess-reklamı-tartisma-yaratti/> adresinden alındı.
- Amatriain, X. (2024). Prompt design and engineering: Introduction and advanced methods (Research paper). <https://arxiv.org/pdf/2401.14423>
- Batı, U. (2012). *Reklamın Dili*. İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım San. ve Tic. Ltd. Şti.
- Baudrillard, J. (1998). *Simülakrlar ve Simülasyon*. Çev. Oğuz Adanır, İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.
- Boden, M. A. (2004). *The Creative Mind: Myths and Mechanisms*. London: Routledge.
- Boden, M. A., Creativity and artificial intelligence. *Artificial Intelligence*, August 1998, Volume 103, Issues 1-2, pp. 347-356. [https://doi.org/10.1016/S0004-3702\(98\)00055-1](https://doi.org/10.1016/S0004-3702(98)00055-1)
- Cao, G., Bai, J. (2024). Design Optimisation and Implementation of An Industrial Robot System Based on Digital Twin Technology. 2024th International Conference on Machine Learning and Intelligent Systems Engineering (MLISE). S. 461-464. 979-8-3503-7507-7/24. <https://doi.org/10.1109/MLISE62164.2024.10674459>
- Cheetham, M., Suter, P., Jäncke, L. (2011). The Human Likeness Dimension of the “Uncanny Valley Hypothesis”: Behavioral and Functional MRI Findings. *Cognitive Neuroscience*, volume 5. <https://doi.org/10.3389/fnhum.2011.00126>
- Cinelli, M., Morales, G.D.F., Galezzi, A., Quattrociocchi, W. Ve Starnini, M. (2020). Echo Chambers on Social Medi: A Comparative Analysis. <https://arxiv.org/pdf/2004.09603.pdf> adresinden 29.08.2026 tarihinde erişildi.
- Craft, B. (2014). Software Takes Command, by Lev Manovich. *Popular Communication. The International Journal of Media and Culture*, Volume 12, 2014, Issue3, Ağustos 2014, s.194-197. <https://doi.org/10.1080/15405702.2014.929377>
- Domingos, P. (2012). A few useful things to know about machine learning. *Communication of the ACM*, 55(10):78-87.
- Elden, M. (2018). *Reklam ve Reklamcılık*. İstanbul: Say Yayınları.
- Fallis, D. The Epistemic Threat of Deepfakes. *Philosophy & Technology* (2021). 34:623–643. <https://doi.org/10.1007/s13347-020-00419-2>

- Feldman, D.H., Csikszentmihalyi, M., Gardner, H. T. (1995). Changing the World: A Framework for the Study of Creativity by David Henry Feldman, Mihaly Csikszentmihalyi, Howard Gardner. Review by: Paul G. Muscari. *The Journal of Mind and Behavior*, Vol.16, No.1 (Winter 1995), s. 99-101. <https://www.jstor.org/stable/43853671>
- Floridi, L. (2023). *The Ethics of Artificial Intelligence: Principles, Challenges, and Opportunities*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780198883098.001.0001>
- Gray, K., Wegner, D.M. (2012). Feeling robots and human zombies: Mind perception and the uncanny valley. 125(1), s.125-130.
- Güngör, N. (2018). *İletişim Kuramlar Yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Han, B.-C. (2018). *Şeffaflık Toplumu*. (H. Barışcan, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.
- Husserl, E. (1970). *The Crisis of European Sciences and Transcendental Phenomenology: An Introduction to Phenomenological Philosophy*. (D. Carr, Çev.) Evanston: Northwestern University Press.
- Kerr, G., & Richards, J. (2021). Redefining Advertising in Research and Practice. *International Journal of Advertising*, 40(2), 175–198. <https://doi.org/10.1080/02650487.2020.1769407>
- Kim, T., & Duhackek, A. (2018). The impact of artificial agents on persuasion: A construal level account. *ACR Asia-Pacific Advances*.
- Lauren, C. (2024. 15. 03). A sports advertisement posted by Under Armour sparked a debate among directors concerned about the future of the industry. <https://www.euronews.com/next/2024/03/15/massively-concerning-under-armours-ai-powered-sports-commercial-sparks-controversy> adresinden 07.05.2026 tarihinde erişildi.
- LeCun, y., Bengio, Y., & Hinton, G. (2015). Deep Learning. *Nature*, 521/(7553), 436-444.
- Lee, A.Y., Keller, P.A., & Sternthal, B. (2009). Value from regulatory construal fit: The persuasive impact of fit between consumer goals and message concreteness. *Journal of Consumer Research*, 36(5), 735- 747.
- Leung, E., Paolacci, G., & Puntoni, S. (2018). Man versus machine: Resisting automation in identity-based consumer behaviour. *Journal of Marketing Research*, 55(6), 818- 831.
- Lo, L.S. (2023). The art and science of prompt engineering: A new literacy in the information age. *Internet Reference Services Quarterly*. 27(4), 203-210. <https://doi.org/10.1080/10875301.2023.2227621>.
- Matyka, S., Grewal, D., Puccinelli, N. M., Roggeveen, A. L., Avnet, T., Daryanto, A., vd. (2014). Regulatory fit: A meta-analytic synthesis. *Journal of Consumer Psychology*, 24(3), 394-410.
- Mende, M., Scott, M.L., Van Doom, J., Grewal, D., & Shanks, I. (2019). Service robots rising: How humanoid robots influence service experiences and food consumption. *Journal of Marketing Research*, 56(4), 535-556.
- Milić, B., Spajić, J., Bošković, D., Mitrović, K., Lalić, D. (2024). AI vs. Human Designers: Evaluating The Effectiveness Of AI-Generated Visual Content In Digital Marketing. November 2024, International Symposium on Graphic Engineering And Design Conference. <https://doi.org/10.24867/GRID-2024-p42>
- Mori, M. (1970). The uncanny valley. (K.F. MacDorman, & T. Minato, Trans.). *Energy*, 7(2005), s.33- 35.
- Noble, S. U. (2018). *Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism*. New York University Press. ISBN-10: 1479837245
- Nudd, T. (2024. 03. 22). Under Armour AI debate—director addresses criticisms and AI's role in advertising. <https://adage.com/article/creativity/under-armour-ai-ad-wes-walker-company-tool-address-backlash/2548221/> adresinden 07.05.2026 tarihinde erişildi.
- Olivera, A. ve Rosa, L. (2018). Wrong outside, wrong inside: A social functionslist approach to the uncanny feeling. *New Ideas in Psychology*, Volume 50, s.38-47.

- Parkı, H., Easwaran, A. ve Andalam, S. (2019). TiLA: Twin-in-the-Loop Architecture for Cyber-Physical Production Systems. 2019 IEEE 37th International Conference on Computer Design (ICCD). November 2019. <https://doi.org/10.1109/ICCD46524.2019.00019>
- Pist (2024. 04. 02)). How Tool is reimagining the commercial production process with Runway. <https://runway.com/customers/how-tool-is-reimagining-the-commercial-production-process-with-runway> adresinden 07.05.2026 tarihinde erişildi.
- Rigel, N., Batui, G., Yücedoğan, G. ve Çoban, B. (2005). 21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar Kadife Karanlık. İstanbul: Su yayınevi.
- Rouvroy, A. (2012). The End(s) of Critique: Data-Behaviourism versus Due-Process. M. Hildebrandt, & K. de Vries (Dü) içinde, Privacy Due Process and the Computational Turn: The Philosophy of Law Meets the Philosophy of Technology (s. 143-167). Abingdon: Routledge.
- Simon, H. A. (1982). The Science of the Artificial. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Sports B. J. (2024. 03. 25). Director of Under Armour spot defends use of AI in commercial amid backlash. <https://www.sportsbusinessjournal.com/Articles/2024/03/25/under-armour-ai-commercial-ad-wes-walker-boxer-anthony-joshua/> adresinden 07.05.2026 tarihinde erişildi.
- Stiegler, B. (2014). Symbolic Misery: Hyperindustrial Epoch. (B. Norman, Çev.) Cambridge: Polity Press.
- Stiegler, B. (2016). Automatic Society: Future of Work (Cilt 1). (D. Ross, Çev.) Cambridge: Polity Press.
- Stiegler, B. (2018). The Neganthropocene. (D. Ross, D., & D. Ross, Çev.) London: Open Humanities Press.
- Sullivan, L. (2002). Satan Reklam Yaratmak. (Sevtap Yaman, Çev.). İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Under Armour. (2024. 05.03). Forever Is Made Now. <https://about.underarmour.com/en/stories/2024/03/forever-is-made-now.html> adresinden 07.05.2026 tarihinde erişildi.
- Vignola, P. (2016). Nietzsche in the Amazon: For A Nomadology Beyond Algorithmic Governmentality. *Etica& Politica/ Ethics& Politics*, XVIII (3), 269-285.
- Vinchon, F., Gironnay, V., Lubart, T. (2024). GenAI Creativity in Narrative Tasks: Exploring New Forms of Creativity. *Journal of Intelligence*, 12(12), 125; <https://doi.org/10.3390/jintelligence12120125>
- Walters, M. L., Syrdal, D. S., Dautenhahn, K., Boekhorst, R., Koay, K. L. (2008). Avoiding the Uncanny Valley – Robot Appearance, Personality and Consistency of Behavior in an Attention-Seeking Home Scenario for a Robot Companion. *Autonomous Robots* 24(2):159-178. <https://doi.org/10.1007/s10514-007-9058-3>
- Wilson, J., Daugherty, P., & Shukla, P. (2016). How one clothing company blends AI and human expertise. *Harvard Business Review*, November 21. Retrieved February 11 from <https://hbr.org/2016/11/how-one-clothing-company-blends-ai-and-human-expertise>.
- Yaylagül, L. (2013). Kitle iletişim kuramları: Egemen ve eleştirel yaklaşımlar (4. Baskı). Ankara: Dipnot Yayınları.
- Zuboff, S. (2019). The age of surveillance capitalism: the fight for a human future at the new frontier of power: New York: Public Affairs, 704 pp. ISBN 978-1-61039-569-4 (hardcover) 978-1-61039-270-0 (ebook). Soraj Hongladarom, November 2020, *AI & SOCIETY* 38(6.) <https://doi.org/10.1007/s00146-020-01100-0>



İklim Kanunu ve Sosyal Medyada Yaşanan Dezenformasyon Süreci

The Climate Act and the Process of Disinformation on Social Media

Pelin TEKİN ÇELİK¹

Geliş Tarihi (Received): 01.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 02.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Öz: İklim değişikliği günümüz dünyasında yaşanan en büyük küresel sorundur. Bu bağlamda Türkiye'nin iklim değişikliğiyle mücadelesi için, 9 Temmuz 2025 tarihinde Resmî Gazete 'de yayımlanarak Türkiye'nin ilk iklim kanunu yürürlüğe girmiştir. Bu kanun ile birlikte Türkiye, çevre ve iklim politikalarını yasal bir zemine kavuşturmuş olmuştur. Kanun, iklim değişikliğiyle mücadelede kapsamlı ve bütüncül bir yaklaşımı benimseyerek sera gazı emisyonlarının azaltılması, iklim değişikliğine uyum, enerji verimliliği, yenilenebilir enerji kullanımı ve yeşil finansman mekanizmaları gibi birçok alanda somut düzenlemeleri içermektedir. Ancak sosyal mecralarda yaşanan tartışmalar, iklim değişikliğinin bilimsel gerçekliği, ekonomik çıkarlar veya politik kutuplaşmalar doğrultusunda manipüle edilerek "bilimsel şüphecilik" adı altında bir dezenformasyon nesnesine dönüştürülmektedir. İklim kanununun meclisten geçiş sürecinde sosyal medyada dolaşan yanlış bilgi serüveni arkasında yatan neden; yankı odaları ve dezenformasyondur. İklim kanunun TBMM'den geçiş sürecinde; sosyal medya, iklim krizine dair toplumsal algıyı şekillendiren en güçlü araç olmuştur. Bu mecralardaki dezenformasyonla mücadele, yalnızca teknik bir engelleme değil, aynı zamanda ekolojik adaletin tesisi için hukuki bir zorunluluktur. Bu çalışmada sosyal medyanın, kamu nezdinde iklim değişikliği gibi soyut ve anlaşılması zor olan konu hakkında, dezenformasyonun hızla yayılmasına zemin hazırladığı sorunsalından yola çıkarak, Türkiye'deki ilk iklim kanununun sosyal medyadaki dezenformasyonu süreci literatür kapsamında incelemeyi amaçlamaktadır.

Anahtar kelimeler: İklim Kanunu, Sosyal Medya, Dezenformasyon

&

Abstract: Climate change is the greatest global challenge facing the world today. In this context, to help Turkey combat climate change, the country's first climate law entered into force on July 9, 2025, following its publication in the Official Gazette. With this law, Turkey has established a legal framework for its environmental and climate policies. The law adopts a comprehensive and holistic approach to combating climate change, incorporating concrete regulations in numerous areas such as the reduction of greenhouse gas emissions, adaptation to climate change, energy efficiency, the use of renewable energy, and green financing mechanisms. However, discussions on social media are manipulating the scientific reality of climate change—often in the service of economic interests or political polarization—and turning it into a tool of disinformation under the guise of "scientific skepticism." The underlying cause of the spread of misinformation on social media during the climate law's passage through parliament is echo chambers and disinformation. During the climate bill's passage through the Turkish Grand National Assembly (TBMM), social media has been the most powerful tool in shaping public perception of the climate crisis. Combating disinformation on these platforms is not merely a technical challenge but also a legal imperative for establishing ecological justice. This study, building on the premise that social media creates a breeding ground for the rapid spread of disinformation regarding abstract and difficult-to-understand topics such as climate change in the public sphere, aims to examine the process of disinformation on social media surrounding Turkey's first climate law within the existing literature.

Keywords: Climate Law, Social Media, Disinformation

Atıf/Cite as Tekin Çelik P. (2026). *İklim Kanunu ve Sosyal Medyada Yaşanan Dezenformasyon Süreci*. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Günleri, BAİBÜİLEF-İĞ 2026 3. Alfabeden Algoritmaya Küresel İletişimde Yeni Ufuklar Sempozyumu, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi.

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Dr., e-posta: tekin.pelin@hotmail.com, ORCID: 0000-0003-2663-9753

Giriş

İnsanoğlu etrafında ne olduğunu kavrama, anlama ve bilgi alma isteği hedefi doğrultusunda çokça düşünmüştür. Gerbner'in belirttiği gibi; insanların diğer canlılardan farklı ve tek olduğunu, anlattıkları hikâyelerden oluşan dünyada yaşamalarından bellidir. İnsanlar öğrendikleri bilgileri veya bildiklerini sandıklarının çoğunu yalnız kendileri deneyimlememiş, duydukları hikâyelerden de öğrenmişlerdir. (Gadimov, 2021) Haber; olay ya da olgu olarak ifade edilir ve çeşitli olaylar hakkında okuyucuya, kamuya bilgi aktarımını haber metinleri ile sağlamaktadır. Haber metinlerinin görevi; gerçeği değiştirmeden aktarmaktır, ancak haberi yazan, yayınlayan; kişilere ve kuruma göre de haberdeki dilin kullanımı değişiklik gösterdiğinden; haber metinleri sosyal yaşamımızı da oluşturan gerçeklik olarak ifade edilmektedir. Dijital çağda yaşanan gelişmelerden sonra; haber alma biçimlerimiz değişmiş olup, her an yanımızda olan dijital araçlar sayesinde haber alma imkân olanağımız ve hızımız artmıştır. Ancak dijital gelişmelerin avantajlı olmasının yanı sıra dezavantajlı durumları da mevcuttur. Geleneksel haber alma biçimlerimizde filtre mekanizması gören editöryal süreçleri artık işlevini yitirmiştir. Bu doğrultuda; iklim değişikliği gibi anlaşılması zor ve soyut konularda habercilik yapmak daha da önemli hale gelmektedir.

Küresel iklim değişikliği evrensel olarak; "karşılaştırılabilir zaman dilimlerinde gözlenen doğal iklim değişikliğine ek olarak, doğrudan veya dolaylı olarak küresel atmosferin bileşimini bozan insan faaliyetleri sonucunda iklimde oluşan bir değişiklik" olarak tanımlanmaktadır. İklim değişikliği, Dünya'nın hava koşulları ve sıcaklık derecelerinde uzun vadede meydana gelen önemli değişiklikleri ifade etmektedir. Doğal süreçlerin yanı sıra, özellikle insan faaliyetleri bu değişimin hızlanmasına neden olmaktadır. Günümüzde yaşanan iklim değişikliği büyük ölçüde kömür, petrol ve doğalgaz gibi fosil yakıtların kullanımı sonucu atmosfere salımı olan sera gazlarının artışıyla ilişkilendirilmektedir. (IPCC, 2021)

Çalışmanın önemi; iklim kanunun TBMM'den geçiş sürecinde, sosyal medya, iklim krizine dair toplumsal algıyı şekillendiren en güçlü araç olmuştur. Bu mecralardaki dezenformasyonla mücadele, yalnızca teknik bir engelleme değil, aynı zamanda ekolojik adaletin tesisi için hukuki bir zorunluluktur. Çalışmanın amacı ise; sosyal medyanın, kamu nezdinde iklim değişikliği gibi soyut ve anlaşılması zor olan konu hakkında, dezenformasyonun hızla yayılmasına zemin hazırladığı sorunsalından yola çıkarak, Türkiye'deki ilk iklim kanununun sosyal medyadaki dezenformasyonu sürecini incelemeyi amaçlamaktadır.

Kavramsal Çerçeve

Haber ve Dezenformasyon Süreci

İngilizcede haber anlamına gelen "news" kelimesinin baş harflerinden meydana gelen; kuzey (North), doğu (East), batı (West), güney (South) haber kelimesi; genel anlamda "her yönde meydana gelen olaylar" şeklinde tanımlanmaktadır. (Girgin, 2008) Genel kabul görmüş haliyle; "olan her şey haberdır", "dün bilmediğimiz haberdır", "insanların üzerinde konuştukları haberdır", "haber, okuyucuların öğrenmek istedikleridir" biçimde tanımlar yapılmıştır.

Medyanın özellikle kitle iletişim araçları kullanarak oluşturduğu haber, haberin üreticisi ve okuyucusu arasında tek taraflı bir ilişki oluşturmaktadır. Değişen ve gelişen iletişim olanaklarıyla birlikte; kamusal hak olan bilgiyi üretme, bilgiyi alma ve yayma işlemleri de dönüşmektedir. Kitle iletişim dediğimizde ilk aklımıza gelen radyo; görsel medyanın televizyonun da yaygınlaşmasıyla hem görsel hem de işitsel olarak var olmuştur. Daha sonra Web 2.0 'ın hayatımıza girmesiyle beraber tek yönlü iletişim, artık çift yönlü var olmaya başlamış, insanların bilgiyi alma ve yayma hızları da aynı oranda artmıştır. Aynı zamanda fiili olan kamusal alanlar artık yeni bir mecrada da kendine yer bulmuştur. (Nebiler, 1995)

Haber, çoğu zaman "nesnel bilgi aktarımı" olarak görülse de eleştirel yaklaşımlar haberin tarafsız bir gerçeklik yansıtmamasından çok, seçme, düzenleme ve sunum pratikleriyle inşa edilmiş bir söylem biçimi olduğunu vurgular. Haber bir söylem türü olup; haberde kullanılan dil, haber değerleri, başlık seçimleri, olayların nasıl

Çerçevesi, toplumsal ve ideolojik bakış açıları yansıtmaktadır. Ayrıca haberler, toplumsal grupları, olayları ve kimlikleri belirli kalıplar içinde temsil ederek kamusal algıyı şekillendirmektedir.

McCombs ve Shaw'un Gündem Oluşturma Kuramı, geleneksel haberin toplumsal algı üzerindeki etkisini açıklamaktadır. Geleneksel medya, bireylere "ne düşüneceklerini" dikte etmekten ziyade "ne hakkında düşüneceklerini" de belirlemektedir. Haber bültenlerinin başlıkları, gazete manşetlerinin punto büyüklükleri ve haberin sunum süresi gibi unsurlar, kamuoyunun öncelik sıralamasını doğrudan yönlendirmektedir.

Erving Goffman'ın Sosyolojik Çerçeveleme Kuramı ile haber sosyolojisine aktarılan yaklaşıma göre geleneksel haber, olayları belirli anlam çerçeveleri (frames) içerisine yerleştirmektedir. İletişim bilimci Robert Entman'ın vurguladığı üzere haber; sorunu tanımlar, nedenlerini teşhis eder, ahlaki değerlendirmelerde bulunur ve çözüm önerir. Bu süreçte dilin kullanımı ve haberin görsel yapısı, izleyicinin gerçekliği kavrama biçimini sınırlar. Erving Goffman'ın kavramsallaştırdığı Çerçeveleme Analizi (Frame Analysis), toplumsal aktörlerin gündelik yaşamdaki deneyimleri ve olayları nasıl algıladığını, sınıflandırdığını ve anlamlandırdığını açıklayan sosyolojik bir yaklaşımı temsil etmektedir. Goffman'ın 1974 tarihli *"Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience"* adlı eseriyle temelleri atılan kuram, haber sosyolojisinde ve iletişim bilminde olayların medya tarafından sunuluş biçimlerini çözümlemekte kullanılan anahtar bir altyapı sunmaktadır. (Goffman, 1974).

Goffman'a göre insan zihni, dünyayı kavrayabilmek adına "çerçeve" (frame) adı verilen zihinsel şablonlardan ve bilişsel yapılardan yararlanmaktadır. Çerçeveler, bireyin "Burada ne oluyor?" sorusuna yanıt vermesini sağlayan görünmez sınır ve yorumlama ilkesidir. Medya, haber metinlerinde olayları doğal ya da sosyal çerçeveler içine yerleştirerek okuyucunun sorumluluk ve nedensellik algısını doğrudan inşa etmektedir. Çerçeveleme kuramı; haberin yalnızca olayları yansıtan nötr bir ayna olmadığını, tam aksine sembolik işaretler, vurgular ve ayıklamalar aracılığıyla gerçekliğin belirli bir açıdan yeniden inşa edildiği editoryal ve sosyo-kültürel bir inşa süreci olduğunu göstermektedir. Geleneksel medyada yaşanan çerçeveleme kuramı sayesinde okuyucu/dinleyiciye neyi düşünmesi gerektiğini söyleyen medya, aslında yaşanan dijital gelişmelerle birlikte, neyi, ne kadar, nasıl ve ne sürede düşünebileceğimizi de belirlemektedir. (Goffman, 1974).

Manuel Castells'in belirttiği gibi; yeni iletişim teknolojilerinin var olmasıyla bireysel iletişimin geliştiği, kitlenin heterojenleştirildiği ve ana akım (geleneksel) medya örgütlenmelerinin biçim değiştirdiği görülmektedir (Aydoğan & Kırık, 2012, s. 61). İletişim teknolojilerinin gelişmesi ile, topluluk sadece coğrafi bağlamda var olmamaktadır, yani sanal ya da online olarak adlandırdığımız mecralarda da kamusal alanlar oluşmaktadır. İnternetin hayatımıza girmesiyle, kişisel blog ve web siteleri oluşturulmuş, bunlar haber grupları için de kullanılmıştır. Söz konusu siteler, aynı fikre inanan, o fikri destekleyen insanların da beraber hareket edebildiği mecralar olup, desteklediği örgütlerin seslerini duyurması, iletişimde bulunmaları açısından da önemli bir araçtır. Alternatif medya çok daha ucuza çok daha fazla izleyici/okuyucuya ulaşmaktadır, daha fazla bilgi alış-verişi çok daha hızlı sağlanmaktadır, geri dönüşler daha kolay alınmaktadır ve istenilen her bilgi her kesime ulaşılabilir. Belirtilen sebeplerden ötürü, alternatif medya geleneksel medyadan daha geniş bir açığa sahiptir (Watz, 2005, s. 120). Dijital iletişim teknolojilerinin gelişimi ve alternatif medyanın yaygınlaşması, bireylerin coğrafi sınırları aşarak çevrim içi mecralarda yeni kamusal alanlar ve topluluklar oluşturmaya olanak tanımıştır. Kişisel bloglar, web siteleri ve haber grupları; benzer fikirlere sahip bireylerin bir araya gelmesini, örgütlenmesini ve alternatif söylemlerin geniş kitlelere hızla ulaştırılmasını kolaylaştırmıştır. Watz'ın (2005) da belirttiği üzere, düşük maliyeti, hızlı bilgi akışı ve kolay geri bildirim olanağı sayesinde alternatif medya, geleneksel medyanın sınırlarını aşarak daha geniş bir perspektif sunmaktadır. Ancak çevrim içi alanların sağladığı bu özgürlük ve erişim kolaylığı, beraberinde dijital iletişim ekosisteminin en kritik olgularından biri olan yankı odası (echo chamber) kavramını gündeme getirmektedir.

Yankı odası, bireylerin dijital ağlarda çoğunlukla kendi inanç, değer ve dünya görüşleriyle paralel bilgi ve fikirlerle karşılaştığı, karşıt görüşlerin ise sistemli bir şekilde dışlandığı veya bastırıldığı kapalı bilgi ortamlarını ifade etmektedir. Alternatif medyanın sağladığı katılımcı yapı, her ne kadar çoğulculuğu destekliyor gibi görünse de benzer düşünen bireylerin bir araya gelme eğilimi (homofili) ve dijital platformların algoritmik yapısı nedeniyle zıt bir işleyişe bürünebilmektedir.

Bu durumun ortaya çıkmasında iki temel etken öne çıkmaktadır:

- **Aksiyolojik Seçicilik ve Psikolojik Etkenler:** Bireyler, bilişsel çelişkiden kaçınmak amacıyla kendi ön kabullerini doğrulayan bilgileri arama (doğrulama sapması) ve kendi görüşlerini destekleyen dijital topluluklara katılma eğilimindedir.
- **Algoritmik Filtreleme:** İnternet siteleri ve sosyal medya platformları, kullanıcı etkileşimini artırmak adına bireylerin geçmiş tercihlerine uygun içerikleri öne çıkararak kişiselleştirilmiş "filtre balonları" yaratmaktadır.

Sonuç olarak, alternatif medya geleneksel medyanın tekeli ve hiyerarşik yapısını kırarak farklı seslerin duyurulmasına zemin hazırlarken; yankı odaları ise bu özgürlükçü potansiyeli sınırlama riski taşımaktadır. Çevrim içi mecralarda sadece benzer düşünen grupların etkileşimde bulunması, kutuplaşmayı derinleştirmekte, eleştirel düşünceyi zayıflatmakta ve demokratik bir kamusal alanın ihtiyaç duyduğu çok sesli tartışma zeminini zedelemektedir.

İklim Değişikliği

Küresel iklim değişikliği; fosil yakıtların yakılması, arazi kullanımındaki değişiklikler, ormansızlaştırma ve sanayi süreçleri gibi insan etkinlikleri sonucunda atmosfere salınan sera gazlarının birikimindeki hızlı artışın, doğal sera etkisini güçlendirmesiyle ortaya çıkan küresel sıcaklık artışı ve iklimsel değişimleri ifade etmektedir.(UNFCCC,2022) Sanayi devrimiyle birlikte yaşanan teknolojik gelişmeler ve ilerlemeyle birlikte, insanoğlunun sınırlı olan doğal kaynakları aşırı ve bilinçsiz derecede kullanması, nihayetinde ortaya çıkan atıkları rastgele alıcı ortamlara bırakmaları doğayı tahrip etmiş ve doğal dengeleri bozmuştur. Söz konusu kirlilik önce yerel, devamında da küresel ölçekte büyük çevre sorunlarını ortaya çıkarmış, giderek sadece insanlığın değil dünya üzerindeki tüm canlı varlıkların yaşamını tehdit eder duruma gelmiştir. Böylece çevresel sorunların, bir bölgeyi veya ülkeyi değil tüm dünyayı tehdit eder konumda olduğu anlaşılmıştır. (Yücel & Kurnaz, 2021)

İklim değişikliğinin başlıca sonuçları arasında küresel sıcaklıkların artması (küresel ısınma), buzulların erimesi, deniz seviyesinin yükselmesi, aşırı hava olaylarının (kuraklık, sel, fırtına ve sıcak hava dalgaları) sıklık ve şiddetinin artması yer almaktadır. (IPCCC, 2021) Bununla birlikte tarımsal üretim olumsuz etkilenmekte, biyoçeşitlilik azalmakta, su kaynakları üzerindeki baskı artmakta ve temiz suya erişim zorlaşmaktadır. Bu etkiler yalnızca doğal sistemleri değil; insan yaşamını, ekonomik yapıları, gıda güvenliğini, halk sağlığını ve küresel güvenliği de tehdit etmektedir. Bu nedenle birçok ülke ve uluslararası kuruluş, sera gazı emisyonlarını azaltmaya yönelik politikalar geliştirmekte ve yenilenebilir enerji kullanımını teşvik etmektedir. İklim değişikliği, doğurmaya başladığı ağır faturalarla, dünyanın her ülkesinde farklı zamanlarda ve farklı doğa olaylarıyla kendisini hissettirmeye başlamıştır. Dünyanın her yerinden hissedilmeye başlanan etkilerinin, yakın gelecekte daha da belirginleşeceği aşikardır, bu sebeple çözüm için de tüm dünya devletleri ortak hareket etmelidir. Evrensel konu olan iklim değişikliği, aynı zamanda tüm bilim dallarının da koordineli çalışmasını gerektirmektedir. Uzmanların yaptığı analizlerin ve sonuçların, yönetim sistemlerine, siyasi karar mercileri doğru, anlaşılır ve tarafsız olarak iletilmesi gerekmektedir. Yapılan ya da yapılacak olan uygulamaların, ulusal ve uluslararası anlaşmaların kamuoyuna aktarımı sağlanmalıdır.

Bu doğrultuda medya, okuyucu/izleyicilerin güncel bilgi almalarını sağlamak, bilim insanları ve kamu ilişkisinde köprü vazifesi görmek, doğru ve anlaşılır verileri kamuoyunun gündemine aktarmak, çevre hususunda bilgilendirmenin ve farkındalığın oluşturulması için sorumluluk alandır (Flor, 2004, s. 5).

İklim Kanunu Süreci

İklim Kanunu'nun içeriği, ekolojik bir zaruretin ötesinde; küresel ekonomi-politik sistemle entegrasyonu koruma, uluslararası hukuktan doğan taahhütleri yerine getirme ve sosyo-ekonomik yapıyı iklim krizinin oluşabilecek risklerine karşı dirençli kılma amacını taşıyan stratejik bir mevzuat hamlesidir. Aslında bu doğrultuda Türkiye; 2021 yılında Paris Anlaşması'nı TBMM tarafından onaylayarak iç hukuka dahil edilmesi,

Türkiye'nin küresel karbon süreçlerindeki statüsünü taahhüt düzeyine taşımıştır. Bu doğrultuda ilan edilen 2053 Net Sıfır Emisyon ve Yeşil Kalkınma Devrimi hedefleri, mevcut kanunlar doğrultusunda sınırlarını aşan bağlayıcı bir yasal çerçeveyi zorunlu kılmıştır. İklim Kanunu, ulusal düzeyde sera gazı emisyon azaltım hedeflerinin ve sektör bazlı eylem planlarının yasal altyapısını tahkim etmeyi amaçlamaktadır.

Türkiye'nin en büyük ticaret ortağı olan Avrupa Birliği'nin yürürlüğe koyduğu Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizması (SKDM), ihracat odaklı sanayi sektörleri (demir-çelik, çimento, alüminyum, gübre vb.) üzerinde doğrudan finansal bir yük oluşturmaktadır. Karbon Fiyatlandırması ve Emisyon Ticaret Sistemi (ETS); aslında belirtilen Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizması (SKDM) uyarınca Türk ihracatçıların Avrupa Birliği sınırında ilave vergi ödemesini engellemenin somut yolu olup, emisyonların ülke içinde fiyatlandırılması anlamına gelmektedir. İklim Kanunu; ulusal bir Emisyon Ticaret Sistemi (ETS) kurarak, karbon bedellerinin iç piyasada kalmasını ve yeşil dönüşüm fonlarına aktarılmasını hedeflemektedir.

Hükümetler arası İklim Değişikliği Paneli (IPCC) raporlarına göre; Akdeniz Havzası, küresel ısınmadan en fazla etkilenen "hassas bölge" (hotspot) sınıfındadır. Türkiye'de sıklaşan kuraklık, su stresi, aşırı hava olayları, orman yangınları ve tarımsal verim kaybı; iklim değişikliğiyle mücadelede yalnızca azaltım (mitigation) değil, uyum (adaptation) politikalarının da kanuni zorunluluğa dönüştüğünü göstermektedir. Kanun, su kaynaklarının ve gıda güvenliğinin korunmasına yönelik yönetim esaslarını belirlemektedir.

Uluslararası finans kuruluşları (Dünya Bankası, EBRD, EIB vb.) ve küresel sermaye, kredi tahsis süreçlerinde "Çevresel, Sosyal ve Yönetişimsel" (ESG) kriterlerini ve şeffaf emisyon raporlama standartlarını ön koşul haline getirmiştir. İklim Kanunu; ulusal yeşil taksonominin kurulmasını, sürdürülebilir finans araçlarının (yeşil tahvil vb.) hukuki zemine kavuşturulmasını ve sanayi tesislerinin İzleme, Raporlama ve Doğrulama (İRD) mekanizmalarına entegrasyonunu güvence altına almaktadır.

Türkiye'de İklim Kanunu; sadece çevresel değerlerin muhafazasına yönelik editoryal bir metin değil, küresel üretim ilişkilerinde sanayinin rekabet gücünü korumayı ve sosyo-ekonomik yapıyı iklim krizinin risklerine karşı yeniden yapılandırmayı hedefleyen bütüncül bir sistem dönüşümü mevzuatıdır. Türkiye'de; Eylül ve Ekim 2023, İklim Kanunu taslağının detaylarının kamuoyuna sızdığı ve tartışıldığı kritik bir eşik olarak kayda geçmiştir. Dijital Kampanya süreçlerinde kullanıcılar; kanun teklifinin "karbon vergisi" getireceği ve "mülkiyet haklarını kısıtlayacağı" iddialarıyla #İklimKanununaHayır# etiketini defalarca sosyal mecra X (eski adıyla Twitter Trend Topic) "TT" yaptı.

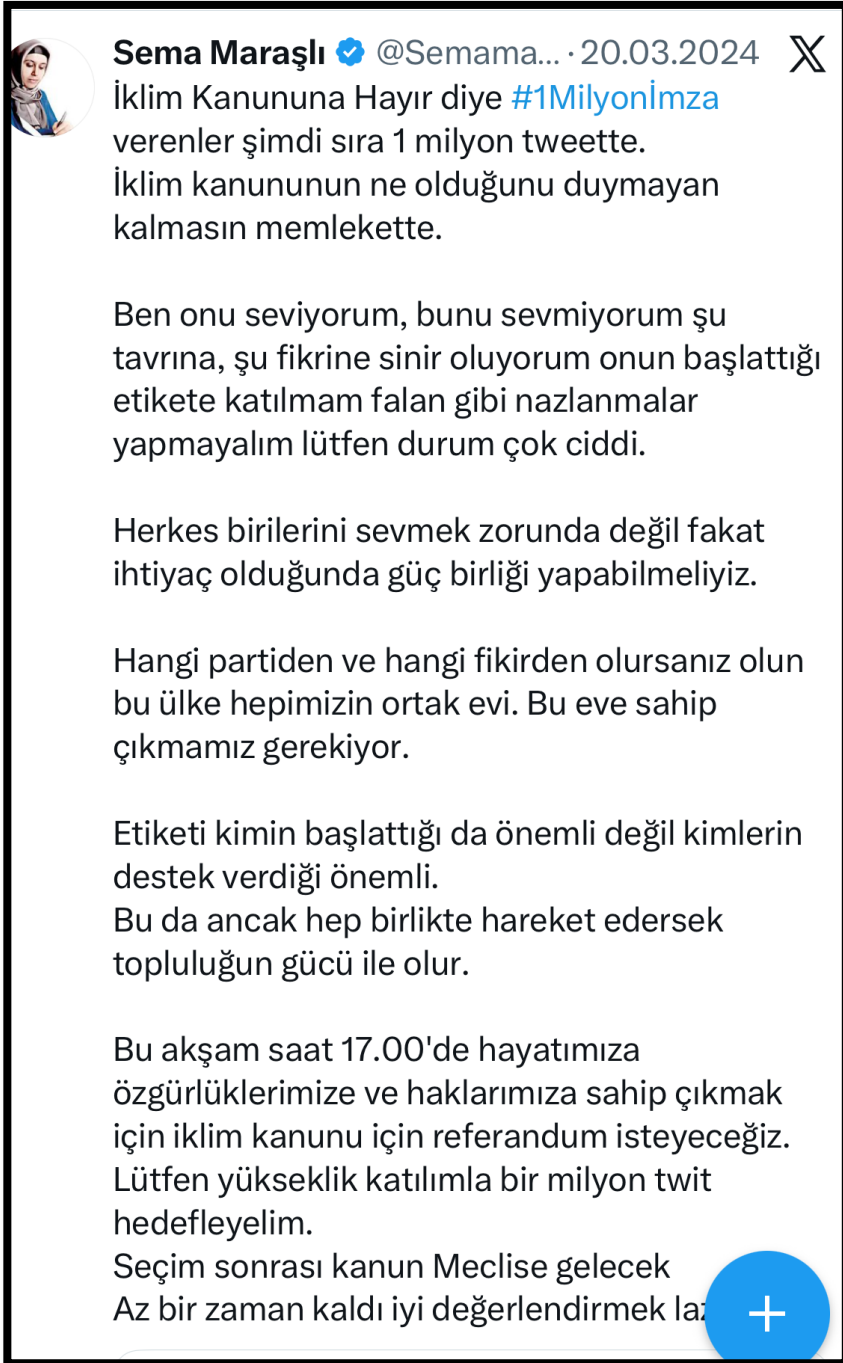
Yeni yasama yılı olan 1 Ekim tarihiyle birlikte, torba yasalar ve beklenen kanun teklifleri sosyal mecra olan X'te en çok konuşulan konular arasındaydı. Eylül-Ekim 2023 tarihlerinde; İklim Kanunu tasarısının meclise geleceğinin konuşulduğu ve çeşitli sivil platformların meydanlarda basın açıklamaları yaptığı dönemde etiket ilk kez kitlesel olarak "TT" oldu. Nisan -Temmuz 2025: Kanun teklifinin meclis komisyonlarında görüşüldüğü, maddelerinin kabul edilmeye başlandığı ve ardından gelen tepkiler üzerine ertelendiği/revize edildiği süreçte X üzerinde defalarca gündem belirledi. Sosyal medyada defalarca Trend Topic (TT) olmasının nedeni; sosyal medyadaki tepkilerin temelinde yasa tasarısının çevre korumadan ziyade bir "karbon fiyatlandırma ve vergilendirme" mekanizması olduğu iddiaları yer almaktaydı. Kullanıcılar; dijital karbon ayak izi takibi, hayvancılık kısıtlamaları ve mülkiyet haklarına yönelik endişelerini dile getirerek dijital kampanyalar yürüttüler.

Önemli Tarihler

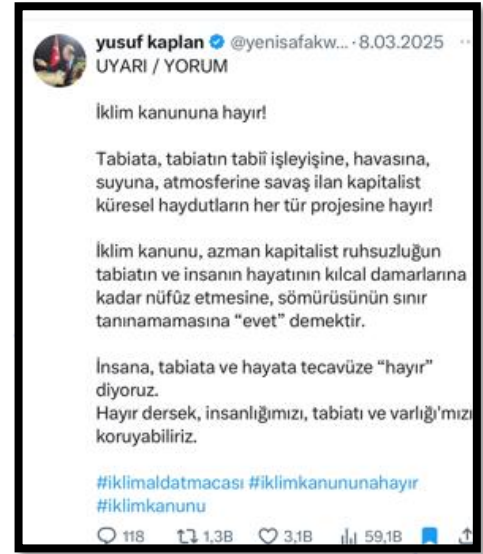
20 Şubat 2025: İklim Kanunu teklifi TBMM Başkanlığı'na sunuldu.

10 Nisan 2025: Meclis Genel Kurulu'nda görüşmeler başladı ve ilk 4 madde kabul edildi. Ancak kamuoyundan gelen tepkiler üzerine teklif 15 Nisan'da geri çekilerek komisyona iade edildi.

Belirtilen tarihlerde; X'te özellikle popüler olan bazı başlıkların içeriği şu şekildedir:



Görsel 1: #İklim Kanununa Hayır 1 Milyon imza kampanyası#



Görsel 2: #İklim Kanununa Hayır#



Görsel 3: #İklim Kanununa Hayır#



Görsel 4: #İklim Kanununa Hayır#



Görsel 5: #İklim Kanununa Hayır#



Görsel 6: #İklim Kanununa Hayır#



Görsel 7: #İklim Kanununa Hayır#



Görsel 8: #İklim Kanununa Hayır#

Kaynak: https://x.com/search?q=%22iklim%20kanununa%20hay%C4%B1r%22%20&src=typed_query

Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı tarafından Nisan 2025'te, sosyal medyadaki dezenformasyonu önlemek amacıyla yayımlanan "14 Soruda İklim Kanunu Teklifi" bilgilendirme notunun temel maddeleri şunlardır: (Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı <https://iklim.gov.tr/turkiye-nin-ilk-iklim-kanunu-neler-getiriyor-haber-4460>)

14 Soruda İklim Kanunu Bilgilendirme Özeti

- Vatandaşa yeni bir vergi mi geliyor?

Hayır. Kanun, bireylerden veya hane halkından herhangi bir "iklim vergisi" alınmasını öngörmemektedir.

- Mülkiyet hakkına müdahale edilecek mi?

Kesinlikle hayır. Kanun metninde tapu, konut veya şahsi taşınmazlara el konulması ya da kullanımının kısıtlanmasına dair hiçbir madde bulunmamaktadır.

- Hayvancılık faaliyetleri yasaklanacak mı?

Hayır. Aksine, iklim değişikliğinin tarım ve hayvancılık üzerindeki olumsuz etkilerini (kuraklık vb.) azaltmak ve gıda güvenliğini korumak amaçlanmaktadır.

- Emisyon Ticaret Sistemi (ETS) nedir, kimi kapsar?

ETS, sadece yüksek enerji tüketen ve atmosfere yoğun sera gazı salan sanayi tesislerini (demir-çelik, çimento, enerji santralleri vb.) kapsamaktadır.

- Karbon ayak izi takibi zorunlu mu olacak?

Bireysel yaşam tarzına yönelik bir takip söz konusu değildir. Takip ve raporlama yükümlülüğü sadece kapsam dahilindeki sanayi kuruluşları içindir.

- Seyahat özgürlüğü kısıtlanacak mı?

Hayır. Karbon kotası nedeniyle şehirler arası veya uluslararası seyahatlerin engelleneceği iddiaları asılsızdır.

- Dijital cüzdan veya karbon puan sistemi var mı?

Kanun teklifinde vatandaşların harcamalarını karbon puanına bağlayan bir sistem yer almamaktadır.

- Neden şimdi bu kanuna ihtiyaç duyuldu?

Türkiye'nin 2053 Net Sıfır hedefi ve Avrupa Birliği ile olan ticaretimizde "Sınırdaki Karbon Düzenlemesi" nedeniyle sanayicimizin zarar görmemesi için hukuki altyapı gereklidir.

- Belediyelerin görevi nedir?

Belediyeler, şehirlerini afetlere ve iklim değişikliğine karşı dirençli hale getirmek için yerel eylem planları hazırlamakla yükümlü kılınmıştır.

- Yeşil Taksonomi nedir?

Hangi yatırımların çevreci olduğunu belirleyen uluslararası bir standarttır; bu sayede yeşil projelere daha kolay finansman bulunması hedeflenir.

- Sanayici bu kanundan nasıl etkilenecek?

Kendi emisyonunu azaltan sanayici ödüllendirilecek, karbon verimliliği yüksek tesisler küresel pazarda avantajlı konuma geçecektir.

- İklim değişikliğiyle mücadele sadece bir tercih mi?

Hayır, Paris İklim Anlaşması çerçevesinde Türkiye'nin uluslararası bir taahhüdüdür.

- İklim Kanunu bir dayatma mıdır?

Hayır, Türkiye'nin kendi sürdürülebilir kalkınma hedefleri ve ekonomik çıkarları doğrultusunda hazırlanmış yerli bir düzenlemedir.

- Yenilenebilir enerjiye destek artacak mı?

Evet, kanun güneş, rüzgar ve diğer temiz enerji yatırımlarının önünü açacak mekanizmaları teşvik etmektedir.

Yayımlanan bu bildiri sonrasında; sosyal medyada yayılan bilgi kirliliği yerini sessizliğe bırakmış olup;

2 Temmuz 2025: Yapılan revizelerin ardından mecliste yeniden oylan kanun, TBMM Genel Kurulu'nda kabul edilerek yasalaşmıştır.

9 Temmuz 2025: 32951 sayılı 7552 Kanun Numarası ile Resmî Gazete' de yayımlanarak resmen yürürlüğe girmiştir.

Sonuç

Geleneksel medya döneminde “neyi düşüneceğimizi” söyleyen medya, bugün sosyal medya algoritmalarıyla “neyi, nasıl ve ne kadar süreyle” konuşacağımızı belirleyen dinamik bir yapıya evrilmiştir. Dijital çağda bilginin yayılma hızının sınırsız ve doğruluğunun teyit edilebilirliğinin zor olması sebebiyle; “hakikat sonrası” olarak adlandırdığımız ve nesnel gerçeklerin anlaşılmasının zor olduğu bir döneme geçilmiştir. Sosyal medya platformlarında, bilginin yayılma hızı ve kişiye özgü gündem sunarak yankı odaları oluşturmaları toplumsal kutuplaşmayı tetiklemektedir. Ayrıca geleneksel medyada editoryal süzgeçten geçen bilgi, dijital mecralarda yerini denetimsiz içerik üretimine bırakmıştır. İklim kanununun meclisten geçiş sürecinde sosyal medyada dolaşan yanlış bilgi serüveni arkasında yatan neden; yankı odaları ve dezenformasyondur.

Geleneksel medyanın gündem belirleme kuramı çerçevesinde şekillenen “neyi düşüneceğimizi söyleme” gücü, dijitalleşme süreciyle birlikte algoritmik bir vesayete dönüşmüştür. Günümüz sosyal medya ekosisteminde bireyler, yalnızca hangi konulara maruz kalacaklarını değil; algoritmik manipülasyonlar, etkileşim odaklı yazılımlar ve veri madenciliği pratikleri doğrultusunda bu konuları “nasıl, hangi duygu tonuyla ve ne kadar süreyle” tartışacaklarını belirleyen dinamik bir yapının nesnesi haline gelmiştir. Bu durum, kamusal alanın rasyonel ve deliberatif niteliğini aşındırarak, iletişim süreçlerini nesnel gerçeklikten koparan bir dönüşümü tetiklemiştir.

Hakikat sonrası olarak adlandırılan bu yeni iletişim paradigmasında, bilginin yayılma hızının zamansal ve mekansal sınırları aşması, doğrulanabilirlik mekanizmalarının işlevsizleşmesine yol açmaktadır. Geleneksel medyadaki editoryal süzgeç ve “eşik bekçiliği” rollerinin zayıflaması, denetimsiz içerik üretimini kitleleştirilmiştir. Bu denetimsizlik, algoritmaların kullanıcı eğilimlerine göre kurguladığı “yankı odaları” ve “filtre balonları” ile birleştiğinde; bireyleri yalnızca kendi bilişsel yanlılıklarını doğrulayan enformasyona hapsedmekte ve toplumsal ölçekte epistemik bir kutuplaşmayı derinleştirmektedir.

İklim Kanunu’nun yasalaşma sürecinde sosyal medya mecralarında gözlemlenen dezenformasyon dalgası ve bilgi düzensizliği, söz konusu algoritmik yapının ve yankı odalarının somut bir yansımasıdır. Stratejik olarak kurgulanan ve algoritmik yankı odalarında hızla dolaşıma sokulan yanlış bilgi, meclis gündemindeki yasal bir düzenlemeyi dahi toplumsal bir kriz ve manipülasyon alanına dönüştürebilmiştir. Sonuç olarak dijital çağda hakikatin korunması; yalnızca bireysel dijital medya okuryazarlığının artırılmasıyla değil, sosyal medya platformlarının algoritmik şeffaflık ilkelerine tabi tutulması ve bağımsız doğrulama mekanizmalarının kamusal alanda etkin kılınmasıyla mümkün görünmektedir.

Kaynakça

- Aydoğan, F., & Kırık, A. (2012). Alternatif Medya Olarak Yeni Medya, Akdeniz İletişim Dergisi, 58-70.
- Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) (2021). Climate change 2021: The physical science basis, Cambridge University Press, Erişim Tarihi: 28.08.2024, Erişim Adresi: <https://doi.org/10.1017/9781009157896>.
- Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, <https://iklim.gov.tr/turkiye-nin-ilk-iklim-kanunu-neler-getiriyor-haber-4460>
- Flor, A. G. (2004). Environmental Communication: Principles, Approaches and Strategies of Communication Applied to Environmental Management, Las Banos: University of the Philippines Open University.
- Gadimov, J. (2021). Herman ve Chomsky’nin Propaganda Modeli: Rızanın İmalatı: Kitle Medyasının Ekonomi Politikası. Academia, 215-226, <https://www.academia.edu/>
- Girgin, A. (2008). Gazeteciliğin Temel İlkeleri. İstanbul: Der Yayınları.
- Goffman, E. (1974). Frame analysis: An essay on the organization of experience. Harvard University Press.
- Gülin Yücel & Levent Kurnaz (2021). Yeni Gerçeğimiz Sürdürülebilirlik: İstanbul, Yeni İnsan Yayınevi

Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC, 2021). Climate change 2021: The physical science basis

Nebiler, H. (1995). Medyanın Ekonomi Politikası, İstanbul, Sarmal Yayınevi

X (Eski adıyla Twitter), Erişim Tarihi:10.05.2026,Erişim Adresi:

https://x.com/search?q=%22iklim%20kanununa%20hay%C4%B1r%22%20&src=typed_query

Watz, M. (2005). Alternative and Activist Media. Edinburgh, Edinburgh University Press





BAİBÜİLEF-İG
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Günleri
Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication Communication Days



15.09.2026

Ümmülbanu (Banin) Yaratıcılığı Doğu ve Batı Edebi İlişkileri Bağlamında

The Creativity of Ümmübanı (Banin) In the Context of Eastern and Western Literary Relations

Terane TURAN RAHİMLİ¹

Geliş Tarihi (Received): 01.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 02.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Öz: Bu çalışma, Azerbaycan kökenli Fransız yazar Ümmülbanu Esedullayeva'nın (Banin) edebî yaratıcılığını Doğu-Batı edebî ve kültürel ilişkileri bağlamında incelemektedir. Araştırmada Banin'in yaşam öyküsü, göç deneyimi, hibrit kültürel kimliği ve eserlerinde yansıttığı tarihsel-toplumsal gerçeklikler disiplinlerarası bir yaklaşımla değerlendirilmiştir. Yirminci yüzyılın başlarında Azerbaycan'da yaşanan radikal siyasi dönüşümlerin, Bolşevik ihtilalinin ve zorunlu sürgün olgusunun yazarın entelektüel dünya görüşü üzerindeki derin etkileri ele alınmıştır. Özellikle "Bizimle", "Kafkas Günleri" ve "Paris Günleri" romanları odak noktasına alınarak, Doğu ve Batı medeniyetleri arasındaki estetik ve kültürel etkileşimler ayrıntılı biçimde analiz edilmiştir. Banin'in otobiyografik öğeler taşıyan narrative evreninde; Azerbaycan'ın zengin toplumsal ve kültürel yaşamına dair canlı hatıralar, Avrupa modernitesiyle karşılaşmanın yarattığı varoluşsal kimlik bunalımları, aidiyet sorgulamaları ve sürgün psikolojisi en temel izlekler olarak öne çıkmaktadır. Yazar, Fransızca kaleme aldığı metinlerinde Doğu'nun mistik ve geleneksel atmosferi ile Batı'nın bireysel ve seküler dünyasını çatıştırmaktan ziyade sentezleyen bir söylem geliştirmiştir. Bu çalışma, Banin'in yalnızca Fransız edebiyatı kanonu içerisinde değerlendirilen bir göçmen yazar olmadığını, aynı zamanda Azerbaycan kültürel mirasını ve Doğu estetiğini Avrupa entelektüel kamuoyuna taşıyan stratejik bir edebî şahsiyet olduğunu ortaya koymaktadır. Sonuç olarak Banin'in edebî üretimi, Doğulu kökleri ile Batılı yaşam pratiği arasında metinlerarası ve kültürlerarası sağlam bir bridge (köprü) işlevi görerek 20. yüzyıl dünya edebiyatında son derece özgün ve özneleşen bir konum kazanmıştır. Metinleri, çağdaş edebiyat araştırmalarında göç, bellek ve transdisipliner kimlik çalışmaları açısından zengin bir kaynak sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Banin, Ümmülbanu Esedullayeva, Azerbaycan edebiyatı, göçmen edebiyatı, Doğu-Batı ilişkileri, Fransız edebiyatı, kültürel kimlik.

&

Abstract: This study examines the literary work of the French author of Azerbaijani origin, Ummulbanu Asadullayeva (Banin), within the context of East-West literary and cultural relations. The research evaluates Banin's life story, migration experience, hybrid cultural identity, and the historical-social realities reflected in her works through an interdisciplinary approach. It addresses the profound impact that the radical political transformations in early 20th-century Azerbaijan, the Bolshevik Revolution, and the phenomenon of forced exile had on the author's intellectual worldview. Focusing particularly on the novels **Bizimle** (With Us), **Kafkas Günleri** (Caucasian Days), and **Paris Günleri** (Paris Days), the study provides a detailed analysis of the aesthetic and cultural interactions between Eastern and Western civilizations. In Banin's narrative universe—which incorporates autobiographical elements—key themes emerge, including vivid memories of Azerbaijan's rich social and cultural life, existential identity crises stemming from the encounter with European modernity, questions of belonging, and the psychology of exile. In her French-language texts, the author developed a discourse that synthesizes, rather than juxtaposes, the mystical and traditional atmosphere of the East with the individualistic and secular world of the West. This study demonstrates that Banin is not merely an immigrant writer situated within the canon of French literature, but also a pivotal literary figure who introduced Azerbaijani cultural heritage and Eastern aesthetics to the European intellectual public. Ultimately, Banin's literary output has secured a highly distinctive and self-defining position in 20th-century world literature by serving as a robust intertextual and intercultural bridge between her Eastern roots and her Western way of life. Her texts offer a rich resource for contemporary literary studies regarding migration, memory, and transdisciplinary identity studies.

Keywords: Banin, Ummulbanu Asadullayeva, Azerbaijani literature, migrant literature, East-West relations

Atıf/Cite as Turan Rahimli, T. (2026). *The Creativity of Ümmübanu (Banin) in the Context of Eastern and Western Literary Relations*. BAİBÜİLEF-İG 2026: 3. Uluslararası İletişim Günleri Sempozyumu, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu, Türkiye.

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Prof.Dr. Türk Akademisyenler Birliği Başkan Yardımcısı ve Uluslararası Temsilcilik Komisyonu Başkanı, telefon: +90 505 278 29 99, e-posta: terane.turan@gmail.com ORCID: 0000-0002-3640-0386

Giriş

XX. yüzyıl, savaşlar, devrimler, göçler ve siyasal dönüşümler nedeniyle bireysel ve toplumsal kimliklerin yeniden şekillendiği bir dönem olmuştur. Bu süreçte ortaya çıkan göçmen edebiyatı, farklı kültürler arasında kurulan ilişkilerin ve kimlik arayışlarının önemli bir ifade alanına dönüşmüştür. Azerbaycan kökenli Fransız yazarı Ümmülbanu Esedullayeva (Banin), yaşamı ve eserleriyle bu sürecin en dikkat çekici temsilcilerinden biridir.

Banin'in edebî kişiliği, Doğu ile Batı arasında şekillenen çok katmanlı bir kültürel deneyimin ürünüdür. Azerbaycan'da doğmuş, çocukluk yıllarını Bakü'nün kozmopolit ortamında geçirmiş, Sovyetleşme sürecinin ardından ailesiyle birlikte Avrupa'ya göç etmiş ve edebî faaliyetlerini Fransa'da sürdürmüştür. Bu nedenle onun eserleri yalnızca bireysel hatıraların anlatımı değil, aynı zamanda bir medeniyetler arası karşılaşmanın edebî yansıması niteliğindedir. Banin'in romanlarında Azerbaycan'ın tarihî ve kültürel gerçeklikleri, sürgün psikolojisi, kimlik sorunsalı, Doğu-Batı karşıtlığı ve kültürlerarası etkileşim temel temalar olarak öne çıkmaktadır. Özellikle "Bizimle" (1942), "Kafkas Günleri" (1946) ve "Paris Günleri" (1947) adlı eserleri, hem Azerbaycan'ın toplumsal tarihine hem de Avrupa'daki göçmen yaşamına ışık tutan önemli metinlerdir.

Bu çalışmanın amacı, Banin'in yaratıcılığını Doğu ve Batı edebî ilişkileri bağlamında değerlendirmek, eserlerinde yer alan kültürel kodları incelemek ve onun dünya edebiyatındaki yerini ortaya koymaktır. Bu doğrultuda Banin'in yaşamı, eserleri ve edebî görüşleri üzerinden kültürel kimlik, sürgün ve medeniyetler arası etkileşim meseleleri ele alınmıştır.

Ümmülbanu'nun hayatı ve edebi kişiliğinin oluşumu

Ümmülbanu'nun yaratıcılığı Azerbaycan okuruna ilk kez XX. yüzyılın 80'li yıllarında sunulmuştur. Anar'ın "Fransa görüşleri" (Anar,1985), Rauf İsmayılov'un "Dostluk bağları" (İsmayılov, 1982), Nigar Abutalıbova'nın "Azerbaycan-Fransa kültürel ilişkileri" (Abutalıbova, 1987) adlı araştırmaları, yurtdışında yaşayan Azerbaycanlı yazar hakkında ilk edebi-bilimsel kaynaklar olarak onun kişiliğine, hayatına ve faaliyetlerine karşı ciddi bir ilgi uyandırmıştır. 1988 yılında Hamlet Gocayev'in Fransızcadan çevirdiği ünlü "Kafkas Günleri" romanı ise Ümmülbanu'yu Azerbaycan edebi kamuoyuna daha yakından tanıtmıştır. Geçtiğimiz yüzyılın kırklı yıllarının başında edebiyata gelen, ilk romanı "Bizimle" (1942) ile edebi dünyaya adım atan, ikinci eseri "Kafkas Günleri" romanıyla yazar olarak kendini kanıtlayan ve edebi hayata kabul edilen Ümmülbanu'nun yaratıcılığıyla tanışma, yurtdışında yaşayan sanatçılarımızın karmaşık yaşam yolu, yoğun yaratıcı mücadelesi, toplumsal-siyasal meselelere bakışı, karşılaştıkları zorluklar ve elde ettikleri başarıların hangi sancılı yollardan geçtiği hakkında doğru bir tasavvur oluşturur.

Edebi-tarihî gerçeklerden bilindiği gibi Ümmülbanu, Azerbaycan'ın ünlü petrol zenginleri Şemsi Esedullayev ve Musa Nağıyev'in torunu, Azerbaycan Demokratik Cumhuriyeti'nin ticaret bakanı, dönemin petrol sanayisinde milli sermayenin yaklaşık yüzde altmışına sahip olan Mirza Esedullayev'in kızıdır. O, milli tarihin en karmaşık ve çelişkilerle dolu bir döneminde, ülkede siyasi karışıklıkların yoğunlaştığı, Ermenilerin Azerbaycan'da kitlesel katliamlar gerçekleştirdiği 1905 yılının Ocak ayında dünyaya gelmiştir (Bazı kaynaklar bu tarihi 18 Aralık 1905 olarak belirtmektedir). Bu, çarlık yönetiminin devrim gerilimini azaltmak amacıyla Ermenileri, Rusları, Kürtleri ve İranlıları milletlerarası çatışmalara teşvik ettiği, tarihsel düşmanlıkları bilinçli olarak alevlendirerek Kafkasya'da kargaşa yarattığı dönemdi. Masum sivillerin öldürüldüğü bu zamanda babası, hamile eşi Ümmülbanu'yu ve üç çocuğunu tehlikeli merkezden uzak bir köye gönderdiği için ailenin dördüncü kız çocuğu, Rus araştırmacıların yazdığı gibi, bakımsız ve imkânsızlıklar içindeki "Allah'ın unuttuğu" bir köyde doğmuştur. Doğum sırasında annesinin vefat etmesi nedeniyle çocuğa onun anısına "Ümmülbanu" adı verilmiştir. Bakü'de Ermeni-Rus birliklerinin provokasyonlarından sonra aile İran'a göç etmiş, altı ay sonra durum sakinleşince doğdukları şehre geri dönmüştür.

Onun seksen yedi yıllık yaşamının yalnızca on beş yılı Azerbaycan'da geçmiştir. Ülkede giderek ağırlaşan siyasi durum, idari yönetimdeki ani değişiklikler ve nihayet XX. yüzyılın 20'li yıllarında Sovyet iktidarının gelişi, milli tarihî kaderde keskin bir kırılma yaratmıştır. Bu dönüşüm özellikle petrol zenginlerinin ailelerini, Esedullayev ailesi de dahil olmak üzere derinden sarsmıştır. Yeni yönetimin gelişiyle Mirza Esedullayev'in mülküne el konulması ve karşı karşıya kaldığı tehditler Fransa'ya göçle sonuçlanmıştır. Ümmülbanu,

sevmediği ancak saygı duyduğu bir kişiyle evlenmek zorunda kalmış (bazı kaynaklarda Cemil adlı bir mühendisle, çoğu araştırmada ise Balabey Gocayev ile evlendiği belirtilir), ardından Fransa'ya gitmiştir. 1924 yılında, 19 yaşında iken Türkiye'de eşinden ayrılarak Paris'e ailesinin yanına giden genç kadın, üvey annesiyle yaşadığı sorunlar nedeniyle evi terk etmek ve bağımsız yaşamak zorunda kalmıştır. Kariyerine mankenlikle başlayan Ümmülbanu, Paris'in farklı yerlerinde satıcı, sekreter ve çevirmen olarak çalışmıştır. Hayat onu her türlü mesleğe yönlendirdikçe mücadele gücü daha da artmıştır.

Bu zaman Fransa'da edebi hayat en canlı ve en zengin dönemlerinden birini yaşamaktaydı. Yeni edebi eğilimler, yönelimler ve akımlar, yeni temalar dünyası, farklı anlatı kahramanı konseptleri ve değişen biçimler edebiyatı zenginleştiriyor, onu dünya edebi düşüncesinin öncü konumunda tutuyordu. Romain Rolland, Henri Barbusse, Louis Aragon, Jean-Paul Sartre, Albert Camus, Patrick Modiano, Jacques-Pierre Amette, Jean-Marie Rouart gibi dünya çapında ünlü yazarların eserler verdiği bu yıllarda Fransız edebiyatı bir yandan geleneksel yöntemlere bağlı kalarak yeni eserler ortaya koyuyor, diğer yandan dekadans, dadaizm, ekzistansiyalizm, sürrealizm ve postmodernizmin etkisiyle dikkat çeken eserler üretiyor, dünya edebi düşüncesini derinden etkiliyordu.

1920-30'lu yılların bu hareketli ve çok yönlü Fransız edebi ortamının Ümmülbanu'yu etkilememesi mümkün değildi. Bu nedenle hem hafızasında taşıdığı, Avrupalı için yabancı olan bir dünyanın yaşantılarını kâğıda dökme ihtiyacı, hem ait olduğu köklü ailenin ve büyük neslin hüznü tarihini ölümsüzleştirme arzusu, hem de Fransız dostlarının teşviki onu anılarını yazmaya yöneltti. Söz sanatıyla bu ilk temasından sonra genç kadın kendi yaratıcı "ben"ini yazarlıkta buldu ve ömrü boyunca kalemi elinden bırakmadı.

Ümmülbanu eserlerini Banin takma adıyla yazmıştır. Bu takma adı, gönülden bağlı olduğu ve ruhsal dostluk duyduğu ünlü Rus göçmen yazar İvan Bunin'in şerefine seçmiştir. On bir kitap ve çok sayıda çeviri eserin yazarı olan Banin'in ilk romanı "Bizimle", 1942 yılında Fransa'nın ünlü "Gallimard" yayınevinde yayımlanmıştır. 1911 yılında Gaston Gallimard tarafından kurulan ve bugün hâlâ torunu Antoine Gallimard tarafından yönetilen bu yayınevi, 1940'lı yıllarda yalnızca Fransa'nın değil, Avrupa'nın da en prestijli yayınevlerinden biri sayılmaktaydı. Rus göçmen yazarlarının – Zinaida Gippius, Nobel ödüllü İvan Bunin, Aleksey Remizov ve diğerlerinin – eserlerini yayımlayan "Gallimard" yayınevi, Azerbaycanlı yazarın ilk eserini de basmıştır.

"Bizimle" romanında yazar, Azerbaycan'da devrim öncesi dönemde toplumun tüm katmanlarını etkileyen, özellikle üst sınıfı sarsan sosyal-siyasal sorunları ele alır. Avrupalı okuyucu için ilgi çekici bir temaya sahip olmasına rağmen eser, Fransa edebiyat ortamında geniş bir yankı uyandırmamıştır. Buna rağmen ilk roman, yazarın önünde yeni kapılar açmıştır. "Bizimle" sayesinde edebi çevreye giren Ümmülbanu (Banin), hayatı boyunca dostluk kuracağı yazarlarla tanışmıştır. Alman yazar Ernst Jünger ile dostluğun temeli de bu dönemde atılmıştır. Banin ünlü Alman yazar, filozof ve entomolog Ernst Jünger ile 1943 yılında, onun Alman ordusunda subay olarak Paris'te görev yaptığı dönemde tanışmıştır.

Faşizmi kınayan ve liberal görüşlere sahip bir düşünür olan Jünger, "Çelik Fırtınalar İçinde" (In Stahlgewittern) ve "Mermer Kayalıklar Üzerinde" (Auf den Marmorklippen) gibi eserleriyle daha savaş öncesinde geniş bir üne kavuşmuştu. Banin, Alman işgali altındaki Paris'te bulunduğu 1942 yılında, bir dostunun tavsiyesi üzerine Jünger'in "Mermer Kayalıklar Üzerinde" adlı romanını okur ve yazarın edebî üslubundan ve cesaretinden derinden etkilenir. Bunun üzerine yakınlarda yaşayan Jünger'e hayranlığını dile getiren bir mektup gönderir ve mektubuna ilk kitabı "Bizimle"yi de ekler.

Romanı okuyup etkilenerek Banin'i arayan Jünger, onunla iletişim kurmak istemiş ve tanışmak için evine gitmiştir. Banin, bu olayı şöyle anlatır: "Jünger bana hemen cevap verdi." Böylece başlayan tanışıklık, yazarın ölümüne kadar devam etmiştir. Bu dostluk sonucunda Banin, Alman yazara ithaf ettiği üç eser kaleme almıştır: "Ernst Jünger ile Görüşler" (1951), "Ernst Jünger'in Portresi: Mektuplar, Metinler, Görüşler" (1971) ve "Ernst Jünger Farklı Yönleriyle" (1989). Banin, Paris'teki edebî faaliyetlerinde Ernst Jünger'in aracısı ve temsilcisi olmuş, onun makalelerini Fransızcaya çevirmiştir.

Ernst Jünger de kendi eserlerinde Banin'den büyük saygıyla söz etmiştir. İki dünya savaşına katılan, dünya edebiyatının sayılan isimlerinden biri olarak tanınan alman yazar ve filozof Ernst Jünger ile Baninin yarım asırdan fazla süren dostluğu dünya edebiyatına birçok değerli eser kazandırdı.

“Kafkas Günleri” romanında Azerbaycan gerçekliği ve kültürel kimlik

İlk eserinden dört yıl sonra yazar, onu edebi dünyada tanıtacak ve sanatçı kimliğini pekiştirecek ikinci romanını, otobiyografik nitelikteki “Kafkas Günleri”ni yayımlar. Bu eser yazara daha büyük başarı kazandırır. Yayımlandıktan sonra Fransız okuyucusu Banin imzasını daha iyi tanımaya başlar ve onun yaratıcılığını yakından takip eder. Romanı okuyan Andre Malraux, İvan Bunin, Henri de Montherlant, Nikos Kíazancakis, Ernst Jünger ve başka ünlü yazarlar Banine duygu dolu mektuplar yazdı.

Eser, Azerbaycan temasını Avrupa gündemine taşımıştır. “Kafkas Günleri”, yalnızca retrospektif yapısı, özgün Azerbaycan yaşamı ve hatıralarıyla değil, aynı zamanda olaylara ve sosyo-politik gerçekliğe son derece keskin ve gerçekçi yaklaşımıyla da dikkat çekmiştir. Burada Azerbaycan’ın 20. yüzyıl başlarına kadarki milli ve kültürel yaşamı, bir petrol zengini ailesinde yetişmiş, Avrupa eğitimi almış bir yazarın bakış açısından yansıtılmıştır. Edebiyat eleştirmeni Nikpur Cabbarlının “bu aristokrat kadının yaratıcılığı genel olarak Azerbaycan edebiyatının bir olayı, milli ruhumuzun ifadesi değildir. Üstelik yalnız dil faktöründen dolayı değil” (Cabbarlı, 2011, s.19) yönündeki değerlendirmesi de bu bakış açısından kaynaklanmaktadır. Batı kültürü içinde yetişen, hayatı ve milli-manevi değerlerimizi henüz doğru biçimde kavrayıp değerlendiremeyecek yaşta Avrupa’nın merkez şehirlerinden birinde yaşamak zorunda kalan ve yaşamının büyük bölümünde Batı etkisi baskın olan bir yazardan edebiyat biliminin ve eleştirinin “millilik” talep etmesi, onu “Paris’e gelir gelmez din değiştirmekle” ve milletin kültürünü küçümsemekle suçlaması (Guliyev, 2009, s.62) geniş tartışmalara yol açan ayrı bir mesele olmuştur. Bu tartışmalarda ortaya çıkan soruların en tutarlı cevapları yazarın yaşam yolunda, karmaşık biyografisinde ve eserlerinde aranmalıdır.

Otobiyografik nitelik taşıyan bu romanda yazar, çocukluk yıllarının manzaralarını, devrim öncesi dönemin yürekten gelen aile sahnelerini ve akrabalarının portrelerini yeniden canlandırır. Annesi tarafından dedesi olan ünlü milyoner Musa Nağıyev’i, diğer milyoner dedesi Şemsi Asadullayev’i ve aynı zamanda Azerbaycan Demokratik Cumhuriyeti hükümetinde ticaret bakanı olan babası Mirza Asadullayev’i tasvir eder. Ayrıca yakın akrabaları ve aile bireyleri arasındaki ilişkilere de yer verir. Onun anlatımları, yazarın biyografisini, Bakü petrol sanayicilerinin ünlü evlerinin tarihini, dönemin gerçekliklerini ve rengini, çocukluk ortamını, gelenek ve görenekleri, halk bayramlarını ve ritüellerini ayrıntılı bir şekilde yansıtır. Roman, genç kahramanın çevresindeki insanlarla ilişkilerini, dönemin olaylarına bakışını ve çağdaşlarının düşünce dünyasını da kapsamlı biçimde ele alır.

“Kafkas Günleri”nde Banin, büyüdüğü ailede çocukların üç farklı kültürün – Azerbaycan, Alman ve Rus geleneklerinin etkisiyle yetiştiğini, eğitimde bu yabancı kültürlerin milli ruhu geride bıraktığını gizlemez; aksine bunu daha belirgin şekilde ortaya koyar. Eserde İngilizce, Rusça, Fransızca ve Almanca öğrenen kardeşlerinin ve Banin’in kendi ana dili olan Azerbaycan Türkçesini konuşmaması, Avrupa tarzı yaşamın giderek baskın hale gelmesi gibi unsurların Esedullayev ailesini milli-manevi değerlerden uzaklaştırdığı, bunun da aile içi çatışmalara ve gerginliklere yol açarak aile yapısını zayıflattığı görülmektedir.

Yazar, mensubu olduğu zengin ailenin milli kimliğe, ana dile, geleneksel değerlere ve kültüre karşı soğuk yaklaşımını oldukça açık bir şekilde ortaya koyar. Aile bireylerinin ve kendi karakterindeki eksiklikleri, yaşadığı çevrenin olumsuzluklarını ve “çocukluğun, hayatın sabitliğine ve güzelliğine inancın kaybolduğu anda sona erdiği” bir dönemin ardından gördüğü gerçekleri eserinde eleştirisel bir bakışla işler. Böylece diğer realist yazarlar gibi Banin de realist sanat anlayışına bağlılığını gösterir.

Eserde Ümmülbanu ve kız kardeşlerinin dadısı olan Alman kökenli Fräulein Anna, yazar tarafından büyük bir sevgiyle anlatılır. Açık tenli, sarışın, ipek saçlı, yumuşak huylu, çocuklara karşı son derece şefkatli ve Avrupai kültürü onlara tanıtan bu kadın, eserde idealize edilmiş bir anne figürü olarak sunulur. Kafkas ve Fransa ortamlarının karşılaştırılması, Bakü’deki sosyal yaşamın özellikleri ve Fräulein Anna’nın eğitim anlayışının Ümmülbanu’nun dünya görüşüne etkisi romanda ayrıntılı biçimde yer alır. Yazar şöyle kaleme alır: “O, inançlı bir Müslüman ailesinde, Doğu’nun tüm özelliklerini taşıyan bir şehirde yaşamasına rağmen, çevresinde kendine özgü bir Avrupa ruhu oluşturmaya başarmıştı. Bize şarkılar söylerdi, bizden önce başka çocukların dinlediği şarkılar... bize Noel ağacını ve kremalı pastaları tanıttı, kendi ülkesinin geleneklerini öğretti ve sertlik ile kararlılığın da yumuşaklık ve sabırla bir arada olabileceğini gösterdi. O, çalışkan, kararlı ve cesur bir kadındı.” (Banin, 2006, s.9)

Otobiyografik özellikleriyle dikkat çeken eser, Fransız okuyucusunu yalnızca Azerbaycan'la ve yazarın hayatıyla tanıştırmakla kalmamış, aynı zamanda Sovyet rejimine dair sorulara da yanıt vererek dönemin siyasi gerçekliğine ışık tutmuştur. Kendi evinin ve Abşeron'daki yazlık evinin tasvirlerinden sonra yazarın dikkati, onun kaderini ve akrabalarının yaşamını etkileyen siyasi olaylara yönelir. Bu olaylardan biri Kızıl Ordu'nun Bakü'ye gelişi ve Sovyet iktidarının kurulmasıdır; aile trajedisinin sonraki süreci bu zemin üzerinde anlatılır. "Kafkas Günleri" Sovyet gerçekliğinin daha derin bir analizini sunar. Yazar, Sovyet sisteminin gelişyle birlikte yalnızca kendi ailesinin değil, tüm petrol zengini ailelerin yaşadığı yıkımı Azerbaycan halkının trajedisi olarak genelleştirir. Bu eser, aynı dönemde Sovyet Azerbaycan edebiyatında sosyalist ideolojinin etkisiyle yazılan eserlerden farklı olarak, olaylara daha gerçekçi ve bağımsız bir bakış açısı sunmasıyla dikkat çeker.

Şartlı olarak Banin'in yaratıcılığını iki bölüme ayırmak mümkündür: Azerbaycan konusunu ve motiflerini, anıları ve retrospektifi yansıtan eserler; ayrıca Fransız ve Avrupa konularını kapsayan eserler. Ancak yazarın bize bilinen kitaplarının çoğunda otobiyografik unsurlar bulunmaktadır ve bu özellik, Banin'in bir yazar olarak iki dünyaya – Doğu'ya ve Batı'ya ait olduğunu doğrulamaktadır. O, bir yandan Azerbaycan köklerine ve Doğu zihniyetine bağlı görünürken, diğer yandan eğitimi ve yaşam tarzıyla Avrupa dünyasına aittir. Bu durum, onun genel yaratıcı yöneliminde de kendini gösterir: Avrupa okuyucusuna yönelerek kendi dünyasını, onu Doğu geleneğine bağlayan tüm unsurları bu okuyucuya açmaya, açıklamaya ve ayrıntılı biçimde aktarmaya çalışır. Bu özellik, yurtdışında yaşayan ve yalnızca başka bir geleneği anlamaya değil, aynı zamanda yabancı bir ortamda anlaşılmaya çalışan Azerbaycanlı göçmen yazara özgü bir niteliktir.

Yazar, kendi hayatı, deneyimi ve dünya görüşü aracılığıyla Avrupa okuyucusunun dikkatini az tanıdığı olaylara, olgulara ve sıra dışı insan kaderlerine yöneltir. Bu kaderler ve eserlerde tasvir edilen tarihi şahsiyetler Avrupa okuyucusunda ilgi uyandırır. Ümmülbanu (Banin) kendi vatanından yazar – öyle bir vatandan ki burada dünya tarihini etkileyen olaylar yaşanmış, kapitalist düzen yıkılmış ve yeni "Sovyet sistemi" kurulmuştur. Bu sistem ise beraberinde çeşitli felaketler getirmiştir. Bu felaketlerin en ağırını ise Ümmülbanu'nun ait olduğu milyoner ailesi ve birçok aristokrat aile yaşamıştır. Bu olaylar Avrupa okuyucusu için son derece ilgi çekiciydi ve yazar da bu ilgiyi karşılamaya çalışmıştır.

Eğer onun dört yıl önce yazdığı ilk romanı "Bizimle" yalnızca değişen dönemin genel çizgilerini yansıtıyorsa, "Kafkas Günleri" romanı onun ve ailesinin, ayrıca varlıklı sınıfın ve petrol sanayicilerinin bir anda iktidarlarını, servetlerini, ayrıcalıklarını ve yaşam rahatlıklarını kaybettikleri trajik olayları daha somut edebi sahnelerle canlandırır. "Kafkas Günleri" romanında anlatılanlar Banin'in kendi kişisel hayatı, ailesinin ve yakınlarının kaderiyle ilgilidir. Eser, eski dünyanın çöküşünü anlatan romanlar dizisine dahil olsa da, öz konusuyla Sovyet dönemi edebiyatından oldukça farklıdır. Sovyet yazarlarının yeni düzeni öven eserlerinin aksine "Kafkas Günleri", bir toplumsal düzenin çöküşünü yaşayan insanların bakış açısını yansıtır.

Banin'in yaratıcılığı yalnızca nostaljik ve eleştirel yönüyle değil, zaman zaman öfke ve kırgınlık tonlarıyla da araştırmacıların dikkatini çekmiştir. Ancak bu durum bazı yorumcuların iddia ettiği gibi Azerbaycan'a veya kendi milletine yönelik bir nefret değildir. Aksine, onun eserlerindeki mesafenin temelinde Sovyet rejiminin yarattığı travmaya karşı duyduğu kırgınlık vardır. "Kafkas Günleri"nde bu yaklaşım açıkça görülür. Bununla birlikte roman yalnızca geçmişe yönelik bir hesaplaşma değil, aynı zamanda geleceğe dair umut taşıyan bir eserdir. 2006 baskısının editörü Eldar İsmayılov'un da belirttiği gibi: "Banin'in 'Kafkas Günleri' romanı bitmemiştir; çünkü geleceğe yönelen bir umudu içinde taşır." (İsmayılov, 2006, s.4)

"Paris Günleri" romanı ve Doğu-Batı etkileşiminin edebi yansımaları

"Paris Günleri" (1947) romanı, yazarın yaratıcılığında ikinci önemli temanın – Batı gerçekliğine duyarlı yaklaşımın bir sonucu olarak dikkat çeker. Yazarın eserlerinde belirgin şekilde görülen otobiyografik unsur burada farklı bir yön kazanır. Doğu zihniyetiyle Batı dünyasında yaşayan bir yazarın kendini Avrupa'ya kabul ettirme çabasıyla birlikte, Avrupalı okuyucunun kendi dünyasında Doğu'ya duyduğu gizli bağlılığın anlaşılması da eserin merkezinde yer alır. Ümmülbanu'nun bu romandaki temel başarısı da tam olarak bununla ilgilidir.

Bu bağlamda Banin'in yaratım üslubunda yeni bir nitelik daha belirgin biçimde gözlemlenir – otobiyografiklik, daha doğru bir ifadeyle, belgesellik ve olgusal temellilik. Bu özellik, edebi söylemin gerçekçi karakterini güçlendirir ve anlatılan olayları, yazar-özne katılımına dayanan güvenilir ve ikna edici bir tanıklık düzeyine

yaklaştırır. Sonuç olarak bu nitelik, Banin'in nesrinde yapısal ve biçimlendirici öneme sahip temel poetik ilkelerden birine dönüşür.

"Paris Günleri", sürgünde yaşayan Ümmülbanu'nun mankenlikten yazarlığa uzanan zorlu ve meşakkatli yolunu aydınlatır. Servetini kaybeden, eski yaşam alışkanlıklarından vazgeçmek zorunda kalan genç bir kadının karşılaştığı güçlüklerin içinde Paris'in onun hayatındaki belirleyici rolü ortaya konur. Önceden aldığı Avrupalı eğitim, dünya görüşü ve Fransız dilini bilmesi, onun iş bulma sürecinde önemli bir avantaj olarak öne çıkar. Romanda Paris, Ümmülbanu'yu Banin'e dönüştüren, ona yazarlık şöhretini kazandıran, hayatını yeniden şekillendiren ve onu manevi olarak besleyen bir şehir olarak sunulur. Aynı zamanda bu şehir, onun büyük aşkı İvan Bunin ile tanıştığı, edebi çevresini genişlettiği bir merkezdir.

Paris; Jean-Paul Sartre, Henri de Montherlant, André Malraux, Tessa (Teffi), Louis Aragon, Elsa Triolet, Marguerite Yourcenar, Ernst Jünger, Vyacheslav Ivanov, Marina Tsvetaeva, Konstantin Balmont, Igor Severyanin, Aleksey Remizov, Dmitri Merejkovski ve Zinaida Gippius, Aleksandr Kuprin, Boris Zaitsev, Georgi Adamoviç, ressam Aleksandr Benois, filozoflar Nikolay Berdyayev, Lev Shestov ve Nikolay Losski gibi birçok önemli sanatçı ve düşünürle tanıştığı kültürel bir merkez olarak betimlenir. Banin, Fransada mükemmel bir çevirmen olarak da ünlüydü, Rusca, İngilizce ve Almancadan çevirileri ile Paris edebi çevresinde saygın bir çevirmen olarak ismini duyura bilmişti. Özellikle Bunin ve Dostoyevski'nin eserlerini en iyi bilenlerden biri olarak kabul edilirdi.

Ümmülbanu'dan söz ederken, onun edebi takma adının kaynağı olan İvan Bunin'den bahsetmemek mümkün değildir. Yazarın Bunin ile tanışması, yakın dostu ve edebiyata yönelmesinde önemli rol oynayan Rus yazar, şair ve çevirmen Teffi'nin evinde gerçekleşir. Burada gümüş saçlı, 75 yaşındaki Bunin'in fotoğrafı 40 yaşındaki Ümmülbanu'nun dikkatini çeker ve bu kişiyle ilgilenir. Tanışma 13 Haziran 1946'da gerçekleşir. İvan Bunin, Doğu estetiğinin zarafetini taşıyan, siyah saçlı ve siyah gözlü bu Azerbaycanlı kadına hayran kalır ve ona "cennetin siyah gülü", "Şamahı prensesi" ve "kara gözlü ceylan" gibi ifadelerle hitap eder.

Banin'in Paris edebi çevresinde tanınmasına değerli arkadaşları Janet Andronikova ile Teffinin önemli katkıları olmuştur. Janet Andronikova Rus İmparatorluk Sarayı'nın nedimesi ve Romanov ailesine yakın idi. Teffi ise Rusya'da yeterince tanınan ve Paris'de de ün kazanan yazar ve satirikdi. Banin Teffi sayesinde yalnız İvan Bunini değil, birçok yazarı tanıdı.

Banin yaratıcılığında göçmenlik

"Kafkas" ya da "Azerbaycan" teması savaş öncesi dönemde (1920-1940'lı yıllar) Fransız ve daha geniş anlamda Avrupa okuyucusunun bilişsel-tarihsel ilgisini karşılarken, sonraki aşamada Banin'in yaratım sisteminde yeni bir tematik yönelim oluşur – göçmen öznenin yaşam deneyimi. Göçmenlik söylemi, toplumsal mekânın gündelik yaşam, gündelik hayat yapıları ve kişilerarası ilişkiler düzeyinde çok katmanlı bir analizine imkân tanır; aynı zamanda yazar öznenin kendi yaşamına ve kaderine mesafeli, reflektif ve analitik bir bakış geliştirmesini mümkün kılar. Bu yaklaşım, göçmenliğe yol açan tarihsel-siyasal ve sosyo-psikolojik belirleyicilerin daha derinlikli biçimde kavranmasını sağlar. Bununla birlikte, okuyucuya – kabul eden toplumun temsilcilerine – yeni sosyal ortamda hegemon konumda bulunan gruplarla birlikte, marjinal ya da periferik statüde algılanan göçmen öznenin durumunu kavrama imkânı sunulur. Burada söz konusu olan Rus göçmenliği, yani Banin'in de kendisini dahil ettiği Sovyetler Birliği'nden göç etmiş entelektüel çevrelerdir. Ömrünün sonlarında göçmenlik konusunu ele aldığı bir makalesinde Banin şöyle yazıyordu: "Rus göçü, toplumun tüm sınıflarından temsilcilerden oluşuyordu: Beyaz Ordu subaylarından bale yıldızlarına, soylulardan yazarlara, din adamlarından özgür düşünörlere, filozoflardan milyonerlere kadar. Bu insanlar yalnızca tüm sınıfları değil, aynı zamanda çarlık imparatorluğunun Baltık'tan Kafkasya'ya kadar sınırları içinde yaşayan tüm milliyetleri ve halkları da temsil ediyordu. Onlardan Rus İmparatorluğu'nu küçük ölçekte yeniden oluşturmak mümkün olurdu. Başlangıçta Rus göçmenler Paris'te bir tür getto oluşturuyordu; burada Teffi – burada pek tanınmayan, ancak Rusya'da popüler olan romancı – "Şehircik" adlı eserinde bunu kendine özgü canlılık ve keskinlikle tasvir etmiştir. Bu şehircikte 40.000 sakin, bir kilise ve çok sayıda meyhane vardı. Şehircikten bir dere geçiyordu. Antik çağlarda buna Sekana, sonra Sena denmişti; daha sonra şehircik onun etrafında büyüdüğüçe "bizim küçük Neva'mız" adını aldı. Sakinler ya Passy banliyösünde ya da "Rive Gauche" bölgesinde yoğunlaşmış olarak yaşıyorlardı. Şehircik nüfusu erkekler ve kadınlardan, genç nesilden

ve ayrıca borç içinde yaşayan ve hem yazarın adını yüceltmek hem de hemşehrilerinin başına utanç getirmek amacıyla anılar yazan generallerden oluşuyordu.” (Figaro, Paris, 2 Aralık 1992)

Banin, Rus ya da daha doğru bir ifadeyle kendi göçmenlik deneyimi eksenine yöneldiğinde, amacı ne “şöhret kazanmak” ne de “hemşehrilerini küçük düşürmek” olmuştur. Doğup büyüdüğü Azerbaycan’daki yeni iktidarlara yaklaşımında da açık bir nefret ya da düşmanlık dili kullanmamış, olayları mümkün olduğunca olduğu gibi aktarmayı tercih etmiştir. Tam da bu nesnel anlatım tutumu, ona “sınıf karşıtı” olarak nitelendirilen kesimleri tasvir ederken daha yüksek bir ifade gücü ve inandırıcılık kazandırmıştır. Bununla birlikte, felaketin doğrudan etkilediği kendi akrabalarını ve yakın çevresini ele alırken de dışarıdan bakıldığında tarafsız ve yargıdan uzak bir anlatı üslubunu sürdürmüştür.

Banin’in yaratıcılığında Azerbaycan kimliği ve edebi mirası

Ümmülbanu’nun “Bizimle” (1942), “Kafkas Günleri” (1946), “Paris Günleri” (1947), “Ernst Jünger ile Görüşler” (1951), “Ben Afyonu Seçtim” (1959), “Sonra” (1961), “Yabancı Fransa” (1968), “Son Umudun Çağrısı” (1971), “Ernst Jünger’in Portresi” (1971), “Ernst Jünger Farklı Kimliklerde” (1989), “İvan Bunin’in Son İsteği” gibi eserleri, Fransız edebiyat ortamında özgün düşünce tarzı ve yazı üslubuyla tanınmasını sağlamıştır. Yazarın ömrünün son yıllarında üzerinde çalıştığı Meryem Ana konulu “Meryem’in Bana Anlattıkları” (1991) adlı romanı ise Banin’in vefatından bir yıl önce yayımlanmıştır.

Ayrıca Fransız edebiyatına yaptığı çevirilerle de dikkat çeker. Dostoyevski’nin “Öteki Kadının Kocasını”, Ernst Jünger’in “Barış” romanı ve diğer bazı Alman yazarların eserlerini Fransızcaya çevirmiştir. Banin, Lev Tolstoy’un büyük kızı Tatyana Suhotina-Tolstaya’nın günlüğünü Fransızcaya çevirmiş, bu eser 1953 yılında Fransa’nın Plon Yayınevi tarafından André Maurois’nın ön sözüyle yayımlanmış ve geniş okuyucu kitlesinin beğenisini kazanmıştır. Banin, henüz hayattayken kişisel arşivini oluşturan kitaplarını, mektuplarını ve belgelerini Alman yazar Rolf Stürmer’e emanet etmiştir.

Hamlet Gocayev ve Nikpur Cabbarlı, Ümmülbanu’yu “Azerbaycan kökenli Fransız yazarı” olarak tanımlar. Bu tanım yerindedir. Dünya edebiyatında Gabriel García Márquez’in İspanyol kökenli bir Latin Amerika yazarı olması gibi, Ümmülbanu da eserlerinde Azerbaycan ruhunu yansıtan bir yazardır. Bazı eleştirmenlerin onu kendi kültüründen uzaklaşmakla suçlamasına rağmen, onun eserlerinde Doğu’nun izleri açıkça görülür.

Banin, Paris’te yaşamasına rağmen bazı araştırmacıların iddia ettiği gibi hiçbir zaman vatanından kopmamış, onun sorunlarına kayıtsız kalmamıştır. Azerbaycan’da yaşanan toplumsal ve siyasal gelişmeler ile çatışmalar, yazarın daima yakından ilgisini çekmiştir. Bir gerçek vardır ki, Banin’i Fransa tanıtmış ve şöhrete kavuşturmuştur; o da ömrü boyunca Fransız edebiyatına ve kültürüne hizmet etmiş, bu alanlara değerli katkılar sunmuştur. Fransız bir yazar olarak geniş bir ün kazanmıştır. Hatta dönemin Sovyet basınında da (“Nedelya”, 1987, No: 18) Banin’in eserleri Fransız edebiyatına ait kabul edilmiştir. Azerbaycan edebiyat bilimi açısından ayrıca araştırılması gereken önemli bir konu olarak Ümmülbanu (Banin)’in edebî mirası ciddi incelemeleri hak etmektedir. Buna rağmen Azerbaycan edebiyat eleştirisi ve edebiyat araştırmalarında Banin’i hâlâ bir muhacir yazar olarak kabul etmeyen, hatta onun Azerbaycan millî varlığıyla hiçbir bağının bulunmadığını ileri sürerek yazarı bütünüyle reddeden görüşler de mevcuttur.

Bu soruya açık ve tartışmasız cevabı ise bizzat yazarın kendisi vermiştir. XX. yüzyılın sonlarında, özellikle 1990’larda Karabağ olayları sırasında Ümmülbanu, uzun yıllar içinde bastırdığı vatan sevgisini açıkça ifade etmeye başlamıştır. Paris’te “Azerbaycan Evi” Derneği’nde aktif olarak yer almış ve Fransız basınında ülkesinin meseleleri hakkında yazılar yazmıştır. Azerbaycan halkının zor günler yaşadığı bir dönemde, Fransa’nın saygın gazetelerinden Le Monde’da (20 Ocak 1990) bir yazı kaleme almıştır. “Dağlık Karabağ” başlıklı makalenin başında gazete yönetimi şu notu yayımlamıştır: “Azerbaycan’ın görüşünü Azerbaycanlı yazar Ümmülbanu dile getiriyor.” Banin “Dağlık Karabağ” başlıklı makalesinde Azerbaycan’ın tarihî gerçeklerini açıklamış, Ermenilerin bölgeye yerleştirilme sürecini ve yaşanan trajedileri uluslararası kamuoyuna aktarmıştır.

Banin bu yazısında Karabağ’dan, XIX. yüzyılın başlarında İran ve Türkiye ile yapılan savaşların ardından Çarlık yönetimi tarafından Azerbaycan topraklarına yerleştirilen Ermenilerden söz etmektedir. Ayrıca Ermenilerin Azerbaycan toprakları üzerindeki tarihî iddialarını, Taşnakların Bolşeviklerle olan ilişkilerini ve

Azerbaycan halkına karşı birlikte gerçekleştirdikleri faaliyetleri ele almaktadır.

Banin şöyle yazıyordu: “Ermenilerden sık sık Osmanlı emperyalizminin ‘kurbanları’ olarak söz edildiği hâlde, nedense onların geçmişte Azerbaycan’da gerçekleştirdikleri vahşetlerden hiç kimse bahsetmiyor.” Banin bu sözleriyle hem bir vatansever olarak kendi duruşunu ortaya koymuş, hem de dürüst ve objektif bir insan olarak haklı tepkisini dile getirmiştir.

Bu nedenle 29 Ekim 1992 tarihli “Le Figaro” gazetesi onun ölüm haberini verirken onu “Azerbaycan’ın milli gururu”, “Bir asırdan geçen ve zamanın tüm tekil şahsiyetlerini taşıyan bir mıknaş taşı gibi çeken *La vie romanesque* kişiliklerinden biri olarak nitelendirmiştir. Gerçekten de Ümmülbanu (Banin) roman gibi bir hayat yaşamıştı. Yazdıklarını başkahramanı, en seçkin ve en etkileyici, unutulmaz karakteri de yine kendisiydi. Yazarın yaratıcılığı, Doğu ile Batı arasındaki edebi ve kültürel ilişkilerin gelişiminde önemli bir yere sahip olmuş, Azerbaycan’ın kültürel kimliğini Avrupa’da tanıtmak açısından değerli bir edebi miras oluşturmuştur.

Sonuç

Ümmülbanu (Banin), XX. yüzyıl Azerbaycan göçmen edebiyatının en önemli temsilcilerinden biri olarak Doğu ile Batı arasında özgün bir kültürel ve edebî köprü kurmuştur. Azerbaycan’da başlayan yaşamının Fransa’da devam etmesi, onun eserlerinde iki farklı medeniyetin değerlerini, çelişkilerini ve ortak yönlerini bir araya getiren zengin bir anlatı dünyasının oluşmasına imkân vermiştir.

Banin’in eserleri, yalnızca bireysel anıların veya göç deneyiminin edebî ifadesi değildir. Aynı zamanda Azerbaycan’ın tarihî hafızasını, kültürel mirasını ve toplumsal dönüşümlerini Avrupa okuyucusuna tanıtan önemli kaynaklar niteliğindedir. Yazarın eserlerinde Doğu’nun geleneksel değerleri ile Batı’nın modern yaşam anlayışı arasında kurulan diyalog, kültürlerarası etkileşimin başarılı örneklerinden biri olarak değerlendirilebilir.

Araştırma sonucunda Banin’in Fransızca yazmasına rağmen eserlerinde Azerbaycan’a ait tarihî, kültürel ve manevi unsurları koruduğu, böylece milli kimliğini farklı bir edebî ortamda yaşatmayı başardığı görülmektedir. Bu yönüyle Banin, yalnızca Fransız edebiyatının değil, aynı zamanda Azerbaycan ve dünya edebiyatının da önemli yazarları arasında yer almaktadır. Onun yaratıcılığı, Doğu-Batı ilişkilerinin edebî düzlemde anlaşılması ve kültürel etkileşimin değerlendirilmesi açısından önemli bir araştırma alanı olmaya devam etmektedir.

Kaynakça

- Abutalıbova, N. (1987). Azerbaycan-Fransa kültürel ilişkileri. Gobustan Sanat Dergisi, 3(75).
- Anar. (1985, 9 Ocak). Fransa görüşleri. Bakü Gazetesi.
- Banin (Ummulbanu). (2006). Kafkas Günleri. Bakü: Kafkas.
- Cabbarlı, N. (2011). Azerbaycan göçmen nesri. Bakü: Çarşıoğlu.
- Cabbarlı N. (2015). Göçmenlik ve klasik edebi irs. Bakü: İlm ve Tahsil.
- Gocayev, H. (2006). Banin ve onun edebi irsi. İçinde B. Ümmülbanu, Kafkas Günleri (s.5-12). Bakü: Kafkas.
- Guliyev, V. (2009). Son yılların yazıları. Bakü: Ozan.
- İsmayılov, R. (1982). Dostluk bağları: Fransa-Azerbaycan edebi ilişkileri. Bakü.
- İsmayılov, E. (2006). Editörden. İçinde B. Banin, Kafkas Günleri (ss. 3–5).



BAİBÜİLEF-İG

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Günleri
Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication Communication Days

15.09.2026



Yapay Zekâ Çağında Görsel İletişimin Yeni Kodları New Codes of Visual Communication in the Age of Artificial Intelligence

Mahmut Rıfkı ÜNAL¹ Mustafa Orhan YALINIZ²

Geliş Tarihi (Received): 01.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 02.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Öz: Dijital iletişim teknolojilerindeki dönüşüm, görsel üretim süreçlerinde özellikle dil ve görüntü arasındaki geleneksel ilişkiyi sarsarak metinden görüntüye geçişi sağlayan yeni bir paradigmayı ortaya çıkarmıştır. Bu çalışmanın temel sorunsalı, yapay zekâ tabanlı görsel üretim sistemlerinde metinsel komut (prompt) kullanımının, teknik bir yönlendirmeden öte anlam üretimini belirleyen yeni bir görsel iletişim koduna dönüşmesi ve bu sürecin öznenin üretimdeki konumunu nasıl yeniden tanımladığıdır. Araştırmanın amacı, prompt temelli görsel üretim süreçlerinin çağdaş görsel iletişim alanında oluşturduğu yeni anlatı yapısını ve algoritmik yorumlamanın anlamsal çıktılarını incelemektir. Çalışmanın kuramsal çerçevesi, Roland Barthes'in göstergebilimsel yaklaşımı üzerine kurgulanarak dijital kültür ve algoritmik üretim tartışmalarıyla zenginleştirilmiştir; bu bağlamda prompt, Barthes'in düz anlam-yan anlam ayrımının algoritmik bir düzlemde yeniden inşa edildiği bir alan olarak ele alınmaktadır. Araştırmada nitel araştırma deseni benimsenmiş; amaçlı örnekleme yoluyla oluşturulan kavramsal bir prompt seti, Midjourney ve Adobe Firefly platformlarında üretilen çıktılar karşılaştırmalı analiz tekniğiyle incelenmiştir. Görsel veriler; kompozisyon, renk paleti, temsil biçimi, sembolik yapı ve estetik yaklaşım parametreleri üzerinden göstergebilimsel çözümlemeye tabi tutulmuştur. Bulgular, aynı promptun farklı yapay zekâ motorlarında radikal biçimde farklılaşan estetik ve anlamsal çıktılar ürettiğini; algoritmik yorumlama süreçlerinin görsel iletişimde belirleyici bir aktöre dönüştüğünü göstermektedir. Çalışmanın sonucunda, prompt kültürünün dil, algoritma ve görsel temsil arasında hibrit bir iletişim düzlemi kurduğu ve kullanıcı öznenin üretici konumdan yönlendirici/küratör konuma evrildiği saptanmıştır. Çalışma, yapay zekâ ve görsel iletişim arasında yeni bir metodolojik bakış sunarak dijital görselleştirme literatürüne kuramsal ve uygulamalı katkı sağlamayı hedeflemektedir.

Anahtar kelimeler: Yapay Zekâ, Prompt, Göstergebilim, Görsel İletişim, Algoritmik Estetik

&

Abstract: The transformation in digital communication technologies has given rise to a new paradigm that facilitates a shift from text to image, disrupting the traditional relationship—particularly between language and imagery—within visual production processes. The central problem addressed in this study is how the use of textual commands (prompts) in AI-based visual production systems has evolved from a mere technical instruction into a new visual communication code that shapes meaning creation, and how this process redefines the subject's position within production. The study aims to examine the new narrative structure created by prompt-based visual production processes in the field of contemporary visual communication and to analyze the semantic outcomes of algorithmic interpretation. The theoretical framework is grounded in Roland Barthes's semiotic approach and enriched by discourses on digital culture and algorithmic production; in this context, the prompt is treated as a space where Barthes's distinction between denotation and connotation is reconstructed on an algorithmic plane. A qualitative research design was adopted; a conceptual prompt set was created using purposive sampling, and the outputs generated on the Midjourney and Adobe Firefly platforms were analyzed using a comparative analysis technique. The visual data underwent semiotic analysis based on parameters such as composition, color palette, mode of representation, symbolic structure, and aesthetic approach. The findings indicate that the same prompt yields radically different aesthetic and semantic outputs across different AI engines, demonstrating that algorithmic interpretation processes have become a decisive actor in visual communication. The study concludes that prompt culture establishes a hybrid communication plane linking language, algorithms, and visual representation, and that the user-subject evolves from the role of producer to that of director or curator. The study aims to make theoretical and practical contributions to the digital visualization literature by offering a new methodological perspective on the relationship between artificial intelligence and visual communication.

Keywords: Artificial Intelligence, Prompt, Semiotics, Visual Communication, Algorithmic Aesthetics

Atıf/Cite as Ünal, M. R., & Yalınız, M. O. (2026). *New Codes of Visual Communication in the Age of Artificial Intelligence*. BAİBÜİLEF-İG 2026, BAİBÜ, Bolu.

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethik: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/pub/akade>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı bölümü, e-posta : mahmutrifkiunal@ibu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2791-9303

² Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Rektörlük, Uzaktan Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezi, e-posta: m.orhanyaliniz@ibu.edu.tr ORCID: 0000-0003-1508-0974

1. Giriş

Üretken yapay zekâ öncesinde görsel iletişim, uygulayıcının teknik ve estetik kararlarını ortama doğrudan yansıttığı bir eylem alanı olmuştur. Gerek geleneksel resimsel tekniklerde gerekse fotoğrafik ve dijital araçlarda imge, üreticinin fiziksel veya kurgusal müdahalesiyle inşa edilmiştir. Ancak 2020'li yıllarla birlikte yaygınlaşan üretken yaratıcı yapay zekâ (generative AI) sistemleri (Midjourney, DALL-E, Stable Diffusion ve Adobe Firefly) gibi bu doğrudan ilişkiyi kökten dönüştürmüş; görüntü artık elin değil, dilin bir ürünü hâline gelmiştir. Kullanıcı, bir fırça ya da deklanşör yerine, metinsel bir komut olan prompt aracılığıyla görsel üretim sürecine dâhil olmaktadır.

Bu dönüşüm yalnızca teknik bir yenilik değil, aynı zamanda kavramsal bir kırılmadır. Geçmişte görseller insan eliyle çizilir, fotoğraflanır ya da tasarlanırken; bugün metinsel komutlar, algoritmalar ve büyük veri kümeleri aracılığıyla otomatik olarak üretilebilmektedir. Bu değişim yalnızca teknik araçları değil; yaratıcılık, özgünlük, gerçeklik ve tasarımcı kimliği gibi görsel iletişim disiplininin temel kavramlarını da yeniden tartışmaya açmaktadır. Prompt, bu noktada teknik bir yönlendirme aracı olmanın ötesine geçerek, kullanıcının niyetini algoritmik bir yorumlama sürecine devrettiği; dolayısıyla anlamın üretiminde belirleyici bir kod hâline gelen yeni bir dilsel-görsel arayüz olarak konumlanmaktadır.

Bu çalışmanın temel sorunsalı, yapay zekâ tabanlı görsel üretim sistemlerinde prompt kullanımının yalnızca teknik bir yönlendirmeden ibaret olmadığı, aksine anlam üretimini belirleyen yeni bir görsel iletişim koduna dönüştüğü ve bu sürecin öznenin üretimdeki konumunu nasıl yeniden tanımladığı sorusudur. Bu bağlamda araştırma; yapay zekânın görsel üretim süreçlerini nasıl dönüştürdüğünü, prompt yazımının yeni bir tasarım diline nasıl evrildiğini, fotoğraf ve görsellerin gerçeklik kanıtı olma niteliğinin nasıl değiştiğini, yaratıcılık ve sanatçı kavramlarının nasıl yeniden tartışıldığını ve reklam, sinema, fotoğraf ile dijital medyada ortaya çıkan yeni estetik anlayışları sorgulamaktadır. Çalışma aynı zamanda telif, etik ve dezenformasyon gibi güncel sorunlara ve tasarımcıların sahip olması gereken yeni becerilere de değinmektedir.

Çalışma şu şekilde yapılandırılmıştır: İkinci bölümde Roland Barthes'ın göstergebilimsel yaklaşımı temelinde kuramsal çerçeve sunulmakta; üçüncü bölümde ilgili alanyazın özetlenmekte, dördüncü bölümde araştırmanın amacı ve sorunsalı netleştirilmekte; beşinci bölümde nitel araştırma yöntemi tanıtılmakta, altıncı bölümde Midjourney ve Adobe Firefly çıktılarına dayalı karşılaştırmalı bulgular sunulmakta; yedinci bölümde ise bulgular tartışılmakta ve çalışma sonuçlandırılmaktadır.

2. Kuramsal Çerçeve

2.1. Göstergebilim ve Roland Barthes'ın Görsel Çözümleme Yaklaşımı

Göstergebilimin temelleri Ferdinand de Saussure'ün gösteren ve gösterilen arasındaki keyfi ilişkiye dayanan dil göstergesi kuramına dayanmaktadır (Saussure, 1998). Roland Barthes, bu dilbilimsel modeli görsel kültür alanına taşıyarak göstergebilimi yalnızca dilin değil, imgenin, modanın, reklamın ve gündelik yaşam pratiklerinin de bir çözümleme aracı hâline getirmiştir. Barthes'a (1972) göre görüntüler, ilk bakışta görünen düz anlamsal bir katmanın altında, kültürel kodlarla yüklü yan anlamsal bir katman taşır; bu yan anlamlar zamanla doğallaşarak toplumsal bir mite dönüşür ve ideolojik bir işlev üstlenir.

Barthes'ın (1977) *Görüntünün Retoriği* kitabındaki çözümlemesinde geliştirdiği üç katmanlı model *dilsel ileti*, *kodlanmış ikonik ileti* (düz anlam) ve *kodlanmamış ikonik ileti* (yan anlam) bu çalışmanın kuramsal omurgasını oluşturmaktadır. Bu çalışmada prompt, tam olarak Barthes'ın dilsel ileti kategorisine karşılık gelen; ancak klasik reklam görselinde olduğu gibi görüntüye eşlik eden bir açıklama değil, görüntüyü bizzat var eden, onun düz ve yan anlamsal katmanlarını önceden çerçeveleyen bir gösterge dizgesi olarak ele alınmaktadır.

2.2. Fotoğrafik Gerçeklik, İndekssellik ve Simülakr

Barthes (2013), yani nesnenin gerçekten var olmuş olduğuna dair varoluşsal tanıklığına vurgu yapmaktadır. Geleneksel fotoğraf, mercek ile nesne arasındaki fiziksel, indeksel bir ize dayanırken; yapay zekâ ile üretilen görüntüde bu indeksel bağ ortadan kalkmaktadır. Görüntünün karşılığı olan bir gerçek nesne yoktur; yalnızca istatistiksel olasılıklarla yeniden birleştirilmiş bir veri kümesi vardır. Bu durum, Jean Baudrillard'ın (2011) simülakr kuramıyla doğrudan örtüşmektedir. Yapay zekâ görüntüleri, bir gerçekliği taklit eden değil, kendi gerçekliğini üreten hipergerçek imgelerdir; herhangi bir öze referans vermeksizin var olan saf simülasyonlardır.

Walter Benjamin'in (1995) tekniğin olanaklarıyla yeniden üretilebilirlik çağında sanat yapıtının aurasını yitirdiğine dair klasik tezi, algoritmik üretim çağında yeni bir boyut kazanmaktadır: Artık ortadan kalkan yalnızca biricik olan orijinal değil, üretimin kendisindeki insan izidir. Susan Sontag'ın (2008) fotoğrafı bir *gerçeklik kanıtı* olarak konumlandırıran yaklaşımı da bu bağlamda sorgulanmaya açılmaktadır; zira yapay zekâ ile üretilen fotogerçekçi görüntüler, kanıtlayıcı işlevi kültürel bir alışkanlık olarak sürdürmekte, ancak bu işlevin dayandığı indeksel temeli fiilen taşımamaktadır.

2.3. Algoritmik Kültür ve Prompt: Yeni Bir Gösterge Dizgesi Olarak Metin-Görüntü İlişkisi

Vilém Flusser (2009), fotoğraf makinesini bir *aparat*) olarak tanımlayarak, görüntü üreticisinin aslında aparatın programı içinde önceden belirlenmiş olasılıklar arasında oynadığını ileri sürer. Bu yaklaşım, yapay zekâ görsel üretim sistemleri için çarpıcı bir öngörü niteliği taşımaktadır: Kullanıcı prompt yazarken de modelin eğitim verisi ve mimarisi tarafından sınırlanmış bir olasılıklar uzayı içinde oynamaktadır. Lev Manovich (2001) ise yazılım kültürü kavramıyla, günümüz görsel kültürünün büyük ölçüde algoritmalar ve arayüzler tarafından biçimlendirildiğini; yapay zekânın stil ve estetiği nicel örüntüler hâlinde yeniden ürettiğini göstermektedir.

Gunther Kress ve Theo van Leeuwen'in (2006) geliştirdiği görsel dilbilgisi yaklaşımı, imgelerin de tıpkı dil gibi temsili, etkileşimsel ve düzenleyici anlam boyutlarına sahip olduğunu öne sürer. Bu çalışmada kompozisyon, renk paleti ve temsil biçimi parametrelerinin seçiminde bu yaklaşımdan yararlanılmıştır. Bu üç kuramsal hat Barthes'ın göstergebilimi, Baudrillard'ın simülakr kuramı ve Flusser-Manovich yaklaşımlarının algoritmik kültür yaklaşımıyla birlikte okunduğunda, prompt kavramı; dilin, algoritmanın ve görüntünün kesiştiği, anlamın insan öznesi ile makine arasında müzakere edildiği hibrit bir gösterge dizgesi olarak tanımlanabilir.

3. Alanyazın

Türkçe ve uluslararası alanyazında göstergebilimsel görsel çözümleme geleneği, Roland Barthes'ın (1977) görsel metinleri düz anlam, yan anlam ve mit katmanları üzerinden çözümleyen kuramsal modeliyle biçimlenmiştir. Barthes'ın modelinde fotoğraf, yalnızca nesnel gerçekliğin mekanik bir kaydı değil; kültürel kodlar, estetik tercihler ve ideolojik yönelimler doğrultusunda inşa edilen katmanlı bir iletişim aracıdır. Ancak Barthesian göstergebilimsel geleneğin reklam, basın fotoğrafı veya sinema gibi geleneksel görsel ortamlara uygulanmasına dair geniş bir birikim bulunmasına rağmen, üretken yapay zekâ yazılımları tarafından oluşturulan algoritmik imgeleri konu alan göstergebilimsel çalışmalar henüz başlangıç aşamasındadır. Bu çalışma, söz konusu alanyazın boşluğuna; metinsel prompt girdisini göstergebilimsel bir ekleme birimi olarak ele alarak ve üretken platformlar üzerinden karşılaştırmalı bir analiz yürüterek katkı sunmayı amaçlamaktadır.

Alanyazındaki bir diğer temel tartışma eksen, Walter Benjamin'in (2012) *Tekniğin Olanaklarıyla Yeniden Üretilen Çağda Sanat Yapıtı* adlı eserinde kavramsallaştırdığı aura ve nesnenin benzersizliği fikrinin dijital ve algoritmik üretim çağındaki karşılığıdır. Benjamin, mekanik yeniden üretim teknolojilerinin sanat yapıtının zaman ve mekâna bağlı özgünlüğünü (aurasını) zayıflatıldığını savunurken, üretken yapay zekâ teknolojileri bu tartışmayı bir adım öteye taşımaktadır. Yapay zekâ algoritmaları, yalnızca var olan imgeleri kopyalayan veya dağıtan pasif bir teknik araç değil; kendi eğitim veri setleri, mimari yapıları ve stil

parametreleriyle görselliği yeniden sentezleyen aktif bir üretim aracı konumundadır. Bu kuramsal çerçevede, çalışmanın *algoritmalar görsel anlamı inşa eden ve ideolojik kodları yeniden üreten etkin göstergebilimsel aktörlerdir* biçimindeki temel önermesini Benjamin'e öykünerek teknik dönüşüm vurgusuyla doğrudan desteklemektedir.

4. Araştırmanın Amacı, Sorunsalı ve Önemi

Araştırmanın temel sorusu, promptların görsel iletişimde nasıl yeni bir anlamsal sistem kurduğu ve algoritmaların bu sistemde nasıl belirleyici bir rol oynadığıdır. Bu çerçevede çalışmanın hedefleri şu şekilde sıralanabilir:

1. Prompt temelli anlatı yapısını incelemek,
2. Algoritmik yorumlamanın görsel çıktı üzerindeki etkisini analiz etmek,
3. Farklı yapay zekâ motorlarının aynı promptta verdiği yanıtları karşılaştırmak

Çalışma, prompt kültürünün çağdaş görsel iletişimde oluşturduğu yeni yapıyı açıklamayı ve yapay zekâ sistemlerinin anlamsal farklılıklarını göstergebilimsel bir çerçevede ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Çalışmanın önemi iki düzeyde tartışılabilir. Kuramsal düzeyde, Barthes'ın göstergebiliminin dijital/algoritmik bir bağlama taşınması, göstergebilim disiplininin güncel medya biçimlerini açıklama kapasitesini genişletmektedir. Uygulamalı düzeyde ise; reklamcılık, sinema, fotoğrafçılık ve dijital medya alanlarında çalışan tasarımcı, sanat yönetmeni ve iletişimcilere, prompt yazımının teknik bir beceriden öte anlam üretimi gerektiren bir okuryazarlık biçimi olduğunu göstermesi bakımından çalışma pratik bir referans niteliği taşımaktadır.

5. Yöntem

Araştırmada nitel araştırma deseni benimsenmiş; veri toplama ve örneklem seçiminde amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu doğrultuda, insan portresi, gastronomik ürün, kentsel mekân, endüstriyel/denizcilik sahnesi gibi farklı temsil biçimlerini kapsayacak biçimde kavramsal bir prompt seti oluşturulmuştur. Çözümleme sürecinde, yazar tarafından çekilen özgün fotoğraflar da veri setine dâhil edilerek yapay zekâ sistemlerinin üretken doldurma (generative fill), görselden görsele üretim ve bağlamsal genişletme işlevlerindeki manipülatif ve estetik performansı sınanmıştır. Aynı prompt metinleri ve kaynak görseller, farklı yapay zekâ motorlarında Midjourney ve Adobe Firefly ayrı ayrı çalıştırılmış ve elde edilen görsel çıktılar karşılaştırmalı analiz tekniğiyle incelenmiştir.

Fotogerçekçi görsel üretiminde kullanılan temel prompt yapısı şu şekilde formüle edilmiştir: *konu, ortam, ışık, kamera detayı, stil*. Örneğin portre çalışması için kullanılan prompt şu şekildedir: *professional portrait of a woman, curly hair, and brown skin. Dark eyes and local lights to face. natural window lighting, shallow depth of field, Canon EOS R5, 50mm f/1.4, cold/dark tones, editorial photography --ar 3:4 --v 7 --style raw*. Bu prompt yapısı, Barthes'ın (1977) düz anlam (konu: kadın portresi) ile yan anlam soğuk/karanlık tonlar, editoryal fotoğrafçılık atmosferi, sinematik ışık) katmanlarının aynı dilsel dizgede nasıl kodlandığını somut biçimde göstermesi bakımından örnek niteliğindedir.

Elde edilen görsel veriler; kompozisyon, renk paleti, temsil biçimi, sembolik yapı ve estetik yaklaşım olmak üzere beş parametre üzerinden göstergebilimsel çözümlemeye tabi tutulmuştur. Bu parametreler, Kress ve van Leeuwen'in (2006) görsel dilbilgisi yaklaşımı ile Barthes'ın (1977) düz anlam-yan anlam-mit üçlü modelinin sentezlenmesiyle oluşturulmuştur. Analiz sürecinde her bir görsel çift önce betimsel düzeyde (düz anlam), ardından yorumsal düzeyde (yan anlam ve olası mitsel/ideolojik çağrışımlar) okunmuştur.

6. Bulgular

6.1. Fotogerçekçi Portre Örneği

Portre kategorisinde kullanılan prompt, soğuk/karanlık tonlar ve yerel yüz aydınlatması gibi doğrudan atmosferik yönergeler içermektedir. Çıktılar incelendiğinde, düz anlam düzeyinde bir kadının portresi,

kıvrıkcık saç, kahverengi ten promptun temel önermesine sadık kalındığı; yan anlam düzeyinde ise doğal ışık, gerçekçi gölgeler ve portre fotoğraf kadrajı gibi atmosferik yönergelerin, sinematik ve editoryal bir moda dergisi estetiğine dönüştüğü görülmektedir.



Görsel 1: Fotogerçekçi portre promptunun Adobe Firefly (sol) ve Midjourney v7 (sağ) yapay zekâ motorlarındaki estetik ve anlamsal çıktı karşılaştırması.

Görsel 1'de yer alan iki farklı motor çıktısı karşılaştırmalı olarak incelendiğinde, prompt içinde yer alan Canon EOS R5 ve 50mm f/1.4 gibi teknik kamera parametrelerinin salt nesnel veriler olarak kalmadığı, algoritmik süreçte profesyonellik, editoryal kalite ve derinlik gibi gösterebilimsel yan anlamlara dönüştürüldüğü tespit edilmiştir. Adobe Firefly çıktısı (sol), pencere ışığının yüz üzerindeki geçişlerini ve cilt dokusunu daha yumuşak, doğal bir editoryal fotoğraf üslubuyla kurgularken; Midjourney çıktısı (sağ) gölge-ışık kontrastını artırarak, gözlerdeki kurgusal ışıltıları belirginleştirip sinematik bir dramatik atmosfer üretmiştir. Düz anlam seviyesinde her iki görsel de aynı tanımlanmış kadın figürünü sunsa da yan anlam katmanında Adobe Firefly doğallık ve gerçekçilik mitini, Midjourney ise dramatik ve artistik kurgu mitini öne çıkarmaktadır. Bu durum, promptun bir dilsel ileti olarak imgenin sınırlarını çizdiğini ancak algoritmanın kendi estetik önyargılarıyla bu alanın içini farklı anlamsal vurgularla doldurduğunu kanıtlamaktadır.

6.2. Mekânsal/Çevresel Üretim: Kıyı ve Gemi Sahnesi

Mekânsal ve çevresel görsel üretimi, yapay zekâ sistemlerinin yalnızca tekil nesneleri değil, nesneler arasındaki optik, atmosferik ve estetik ilişkileri bütüncül bir bağlam içinde kurabilme yeteneğini sınamaktadır. Algoritmalar; ışık kırılmaları, alan derinliği, gölge ölçeklendirmesi ve atmosferik pus gibi detayları simüle ederek izleyicide gerçek bir mekânın fotoğraflandığı izlenimini yaratır. Bu durum, coğrafi ve mimari gerçekliğin sınırlarını dilsel yönergelerin ve algoritmik kurguların alanına taşımaktadır.

Görsel kültürde mekân, tarihsel olarak kameranın karşında bizzat bulunmuş bir tanıklık alanı olarak algılanırken, sentetik nesne entegrasyonu ile birlikte bu bağ kopmaktadır. Gerçek bir arka plan ile yapay bir nesnenin aynı kadrada bir araya getirilmesi, görüntüyü fiziksel dünyanın ötesinde kurgusal bir düzleme taşır.

Bu çerçevede yürütülen uygulamada, doğal bir sahil şeridinde çekilen ham referans fotoğrafı kullanılmış; ardından metinsel prompt aracılığıyla *bu sahile büyük bir cruise gemisi yanaşsın, fotoğrafik gerçekliği koru* yönergesi verilerek kurgusal bir yolcu gemisi ortama entegre edilmiştir. Uygulama, algoritmik müdahalenin gerçeklik duygusunu bozmadan nasıl yeni bir temsil evreni inşa edebildiğini ortaya koymaktadır.



Görsel 2: Gerçek coğrafi mekân fotoğrafı (a) üzerine üretken yapay zekâ ile kurgusal cruise gemisi eklenmesi ve indeksel gerçeklik simülasyonu (b).

(a) Mahmut Rıfki Ünal, 2026, Amasra, Dijital Fotoğraf

(b) Mahmut Rıfki Ünal, 2026, Amasra, Dijital Fotoğraf

Görsel 2'de a ve b arasındaki dönüşüm, yapay zekânın gerçeklik algısını yönetme kapasitesini göstergebilimsel açıdan somutlaştırmaktadır. Barthes'ın (1977) fotoğrafik imgenin özü olarak kavramsallaştırdığı nesnel tanıklık, Görsel 2a'da sahil şeridinin yalın ve müdahalesiz dokusuyla korunmaktadır. Düzenlem boyutunda yalnızca sakin bir doğa kesiti sunan bu kadraj; küreselleşme, turizm ve insan müdahalesi gibi yananlamsal kodlardan uzaktır. Ancak bu ham referansın üzerine algoritmik bir cruise gemisinin entegre edilmesiyle (Görsel 2b), imge fiziksel dünyaya ait işaretel bir belge olmaktan çıkıp Baudrillard'ın (2011) kavramsallaştırdığı simülasyon evrenine ve hipergerçekliğe kaymaktadır.

Algoritma; geminin ölçeklendirmesini, deniz yüzeyindeki kırılma ve yansımaları, gölge açılarını ve atmosferik ışığı orijinal fotoğrafla orantılı şekilde uyumlandırarak izleyicide gerçekten olan hissi yaratmaktadır. Peirce'nin (1955) gösterge sınıflaması bağlamında değerlendirildiğinde, fiziksel gerçeklikle bağı kopan imge, gemi formunu taklit eden ikonik bir nitelik kazanırken aynı zamanda tüketim kültürünü temsil eden simgesel bir göstergeye dönüşmektedir. Yapay zekâ, eklediği sentetik nesneyi doğanın bir parçası gibi sunarak kurguyu doğallaştırmakta ve Barthes'in yaklaşımı (1977) anlamında yeni bir tatil ve doğaya hâkimiyet miti inşa etmektedir. Sonuç olarak kadrajdaki algoritmik müdahale, fotoğrafın kanıt niteliğini zedelemeyen kurgusal bir anlatı üretmekte ve görsel iletişimde belgesel belge ile dijital kurgu arasındaki sınırı muğlaklaştırmaktadır.



Görsel 3: (a) Mahmut Rıfki Ünal, 2026, Karabük, Dijital Fotoğraf

(b) Mahmut Rıfki Ünal, 2026, Karabük, Dijital Fotoğraf



Görsel 4: İki Referans Fotoğraf ve Metinsel Prompt Birleştirilerek Adobe Firefly ile Üretilen Kompozit Sanayi Sahnesi Görseli

Görsel 4'teki kompozit sanayi sahnesi üretimi, görsel sentezleme yeteneğini göstergebilimsel açıdan ortaya koymaktadır. Yazar tarafından farklı açılardan çekilen iki özgün sanayi tesisi (Görsel 3), bacalar, duman, yoğun sanayi blokları metinsel prompt yönergesiyle birleştirildiğinde; ortaya tamamen yeni ancak referans görsellerin mimari dokusunu taşıyan üçüncü bir kompozisyon çıkmıştır. Görsel 4'teki dumanların

yoğunluğu, metalik yüzeylerin üzerindeki endüstriyel pas ve kasvetli gökyüzü renk paleti, ağır sanayi ve çevre kirliliği temasını yan anlamsal boyutta güçlü bir şekilde üretmektedir.

Algoritma, iki farklı mekanik belgeyi alarak onları metinsel yönergenin sunduğu kavramsal çerçeve doğrultusunda ideolojik ve estetik bir sanayi miti görseline dönüştürmüştür.

6.3. Üretken Doldurma ve Bağlamsal Genişletme

Adobe Firefly'nin üretken doldurma ve bağlamsal genişletme işlevleri, var olan bir imgenin belirli kesitlerini maskeleyerek metinsel yönergeler aracılığıyla göstergebilimsel parçaları değiştirmeye olanak tanır. Sıfırdan bir görsel kurmaktan farklı olarak bu teknik; mevcut kadrajın ışık, gölge, perspektif ve doku parametrelerini korurken yalnızca hedeflenen anlamsal öğeleri yeniden kurgulamaktadır. Böylece prompt, bütünsel bir görsel oluşturma aracının ötesine geçerek imgenin yan anlamsal katmanlarına odaklanan esnek bir mikro-kodlama işlevi kazanmaktadır.

Bu durum, Barthes'ın (1977) kodlanmış ikonik ileti olarak tanımladığı kültürel ve estetik yan anlamların dijital düzlemde ne kadar esnek biçimde dönüştürülebildiğini sergiler. Geleneksel piksel retuşundan farklı olarak algoritmik üretken doldurma, seçili alanın etrafındaki bağlamı analiz ederek eklenen yeni nesneleri ortamın orijinal stiline kusursuzca entegre eder. Sonuç olarak görüntü, fotoğrafın gerçekliğe olan indeksel tanıklığını koruyor izlenimi verirken; sunduğu atmosfer, ilettiği mesaj ve temsil ettiği ideolojik söylem tamamen farklılaştırılabilmektedir.



Görsel 5: (a) Çiçek ve Dekoratif Nesnelerle Bezelı Stilize Pizza Dilimi Görseli

(b) Işık, Buhar ve Doku Detaylarıyla Reklam Fotoğrafçılığı Kodlarına Göre Yeniden Üretilen Pizza Görseli

Görsel 5'te yer alan a ve b arasındaki anlamsal fark, reklam göstergebilimi açısından dikkat çekici bulgular sunmaktadır. Sol tarafta (a) yer alan pizza dilimi; etrafına rastgele serpiştirilmiş çiçekler ve çiğ meyve parçalarıyla gerçekçi yemek tüketim bağlamından uzak, stilize ve yapay bir kurgu sergilemektedir. Buna karşın, reklam fotoğrafçılığı odaklı prompt yönlendirmesiyle üretilen sağ tarafta yer alan görsel (b), peynirin erimiş dokusu, hamur üzerindeki pişme yanıkları, hafif buhar etkisi ve sıcak stüdyo aydınlatması ön plana çıkarılmıştır. Görsel 5 (b), Barthes'ın (1972) bahsettiği *tazelik, lezzet ve iştah* mitlerini, reklam fotoğrafçılığının yıllar içinde oluşturduğu yerleşik görsel kodlarını düşük açı, makro çekim, parlak dokular kullanarak doğrudan üretmektedir. Algoritma, reklam estetiğinin kültürel kodlarını doğru çözümleyerek izleyici üzerinde arzu uyandırıcı bir hipergerçeklik inşa etmiştir.



Görsel 6: (a) DUMBO/New York Sokak Sahnesinin Otomobiller ve Kent Dokusu ile Orijinal Hâli

(b) Üretken Doldurma (Generative Fill) ile Yaya Bölgesi ve Çiçekli Park Alanına Dönüştürülmüş Hâli

Görsel 6'da yer alan a ve b'de New York'un DUMBO bölgesine ait ikonik sokak görünümü üzerinden yürütülen dönüştürme çalışması, yapay zekânın mekânsal ve ideolojik göstergeleri yeniden üretme kapasitesini sergilemektedir. Orijinal fotoğrafta (a) sokağın ortasında yer alan otomobiller ve asfalt doku, endüstriyel kentin ve araç odaklı yaşamın göstergesi olarak işlev görür. Üretken doldurma aracılığıyla bu araçlar silinip yerlerine metinsel prompt ile yeşil peyzaj, çiçek tarhları, yaya yolları ve ahşap oturma alanları eklendiğinde (b), mekânın anlamsal yapısı kökten değişmektedir. İkinci görsel, çağdaş kentleşme tartışmalarının temel bileşeni olan ekolojik kent, sürdürülebilirlik ve insan odaklı kamusal alan mitlerini görselleştirmektedir. Algoritma, mimari perspektifi ve ikonik Manhattan Köprüsü fonunu koruyarak mekânın ideolojik söylemini araç egemenliğinden doğa egemenliğine dönüştürmüştür.

7. Sonuç ve Tartışma

Bu çalışma, yapay zekâ tabanlı görsel üretim sistemlerinde promptun yalnızca teknik bir komut olmadığını, aksine dil, algoritma ve görsel temsil arasında hibrit bir gösterge dizgesi kurduğunu göstermiştir. Roland Barthes'ın düz anlam-yan anlam-mit modeli, algoritmik bir düzleme taşındığında hâlâ açıklayıcı gücünü korumakta; ancak yan anlamın üreticisi olarak artık yalnızca insan öznesi değil, insan niyeti ile algoritmik yorumlamanın ortak bir ürünü söz konusu olmaktadır. Midjourney ve Adobe Firefly platformlarında yürütülen karşılaştırmalı analiz, aynı prompt metninin motora göre radikal biçimde farklılaşan estetik ve anlamsal çıktılar ürettiğini; dolayısıyla algoritmaların görsel iletişimde pasif bir araç değil, aktif bir yorumlayıcı aktör olarak konumlandığını ortaya koymuştur.

Elde edilen bulgular, görsel iletişim alanında öznenin konumuna dair önemli bir dönüşüme işaret etmektedir. Geleneksel üretim sürecinde tasarımcı, fotoğrafçı ya da illüstratör; imgenin her bir unsurunu - *kompozisyon, ışık, renk*- doğrudan denetleyen bir *yazar* konumundaydı. Prompt temelli üretimde ise kullanıcı, artık görseli tek tek üretmek yerine sistemi dilsel olarak yönlendirmekte, sunulan seçenekler arasından seçim yapmakta ve çıktıyı sonradan düzenlemektedir. Bu durum, kullanıcının üretici konumundan yönlendirici/küratör konumuna evrildiği yeni bir özne biçimini işaret etmektedir.

Bu dönüşüm, dil, algoritma ve görsel temsilin iç içe geçtiği hibrit bir iletişim düzlemi kurmaktadır. Barthes'ın (1977) klasik göstergebilimsel modelinde yan anlam katmanı, büyük ölçüde bilinçli ya da kültürel olarak içselleştirilmiş seçimlerinin bir sonucuydu. Algoritmik üretimde ise yan anlam katmanı, insan niyeti (prompt) ile makinenin istatistiksel örüntü tanıma kapasitesi arasındaki bir müzakerenin ürünü hâline gelmektedir. Bu da göstergebilim disiplini için yeni bir kavramsal genişleme gerektirmektedir: Klasik

gönderici-ileti-alıcı şemasına, algoritmik yorumlayıcı biçiminde üçüncü bir aktörün eklenmesi kaçınılmaz görünmektedir.

Tartışılması gereken bir diğer boyut, bu dönüşümün reklamcılık, sinema, fotoğrafçılık ve dijital medya pratiklerine yansımalarıdır. Fotogerçekçi ama hiçbir zaman var olmamış sahnelerin üretilebilmesi, fotoğrafın tanıklık işlevini aşındırmakta; bu da telif hakkı, dezenformasyon ve görsel okuryazarlık gibi güncel etik sorunları gündeme getirmektedir. Aynı zamanda, tasarımcıların artık yalnızca teknik yazılım becerilerine değil; prompt mühendisliği, göstergebilimsel okuryazarlık ve algoritmik çıktı değerlendirme gibi yeni yetkinliklere de ihtiyaç duyduğu görülmektedir.

Özetle, prompt kültürü kullanıcı öznesini üretici konumdan yönlendirici/küratör konumuna taşıırken; bu geçiş görsel iletişim disiplininde yaratıcılık, özgünlük ve yazarlık kavramlarının yeniden tanımlanmasını gerektirmektedir. Bu bağlamda, göstergebilimsel çözümleme yöntemlerinin algoritmik/üretken görsel kültürü açıklamak üzere güncellenmesi ve genişletilmesi önerilmektedir.

Sonraki araştırmalar için üç temel öneri sunulabilir:

1. Daha geniş ve sistematik bir prompt korpusu üzerinden nicel içerik analiziyle desteklenmiş karma yöntemli çalışmalar yürütülmesi;
2. İzleyici/alımlama araştırmalarıyla, yapay zekâ görsellerinin gerçeklik etkisinin farklı kullanıcı gruplarında nasıl algılandığının test edilmesi;
3. Reklamcılık, haber fotoğrafçılığı ve sinema gibi alan-özgü bağlamlarda prompt kültürünün etik ve mesleki sonuçlarının ayrı ayrı derinlemesine incelenmesi.

Bu çalışmanın sunduğu kuramsal çerçeve ve karşılaştırmalı yöntem, söz konusu ileri araştırmalar için bir başlangıç noktası oluşturmayı amaçlamaktadır.

Kaynakça

- Barthes, R. (1972). *Mythologies* (A. Lavers, Çev.). Hill and Wang.
- Barthes, R. (1977). Rhetoric of the image. S. Heath (Çev.), *Image-Music-Text* içinde (s. 32–51). Hill and Wang.
- Barthes, R. (2013). *Camera Lucida: Fotoğraf Üzerine Düşünceler* (R. Akçakaya, Çev.). Altıkkırbeş Yayın.
- Baudrillard, J. (2011). *Simülakrlar ve Simülasyon* (O. Adanır, Çev.). Doğu Batı Yayınları.
- Benjamin, W. (1995). Tekniğin olanaklarıyla yeniden üretilebildiği çağda sanat yapıtı (A. Cemal, Çev.). *Pasajlar* içinde. İletişim Yayınları.
- Flusser, V. (2009). *Fotoğraf Felsefesine Giriş* (İ. Uysal, Çev.). Delidolu Yayınları.
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). *Reading Images: The Grammar of Visual Design* (2. bs.). Routledge.
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. MIT Press.
- Peirce, C. S. (1955). *Philosophical Writings of Peirce* (J. Buchler, Ed.). Dover Publications.
- Saussure, F. de. (1998). *Genel Dilbilim Dersleri* (B. Vardar, Çev.). Multilingual.
- Sontag, S. (2008). *Fotoğraf Üzerine* (O. Akınhay, Çev.). Agora Kitaplığı.



15.09.2026

Algoritmik Küratörlük: Dijital Müzecilikte İnsan Etkisinin Yeniden Tanımlanması

Algorithmic Curatorship: Redefining Human Agency in Digital Museology

Özlem VARGÜN¹

Geliş Tarihi (Received): 01.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 02.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Öz: ‘Dijital kültür çağında küratörlük pratiği, yalnızca nesneleri seçme ve sergileme eylemi olmaktan çıkarak; veri akışlarını, algoritmik filtreleme mekanizmalarını ve kullanıcı etkileşimlerini yöneten çok katmanlı bir yapıya dönüşmüştür. Bu çalışma, “algoritmik küratörlük” kavramını, kültürel içeriğin seçimi, sınıflandırılması ve görünür kılınmasında yapay zekâ ve veri temelli sistemlerin belirleyici rol üstlendiği hibrit bir kürasyon modeli olarak ele almaktadır. Lev Manovich’in kültürel analitik yaklaşımı ile Ted Striphas’ın “algoritmik kültür” kavramsallaştırması temelinde, algoritmaların yalnızca teknik araçlar değil; aynı zamanda kültürel dolaşımı düzenleyen ve anlam üretim süreçlerini yönlendiren aktörler olduğu ileri sürülmektedir. Bu dönüşüm, insan küratörün ortadan kalkması anlamına gelmemekte; aksine küratöryel rolün yeniden konumlanmasına işaret etmektedir. Küratör, seçici bir özne olmaktan ziyade; sistem tasarımcısı, veri etikçisi ve deneyim mimarı olarak işlev kazanmaktadır. Çalışmada dijital müzeler, yapay zekâ destekli arşiv sistemleri ve kişiselleştirilmiş sergi deneyimleri örnek alanlar olarak ele alınmakta ve algoritmik küratörlük kavramı bu bağlamlar üzerinden tartışılmaktadır. Algoritmaların hız, ölçeklenebilirlik ve kişiselleştirme kapasitesine karşın; bağlamsal yorumlama, kültürel duyarlılık ve etik karar verme süreçlerinde insan müdahalesinin belirleyici rolünü sürdürdüğü savunulmaktadır. Sonuç olarak algoritmik küratörlük, insanın yerini alan bir ikame modeli değil; küratöryel otoritenin veri ve algoritma temelli sistemler içinde yeniden dağıtıldığı bir geçiş alanı olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda küratör, içerik seçen bir aktörden çok, görünürlük rejimlerini tasarlayan ve algoritmik karar süreçlerini çerçeveleyen bir kültürel arabulucuya dönüşmektedir.

Anahtar kelimeler: Algoritmik Küratörlük, Dijital Müzecilik, Müzelerde Yapay Zekâ, Veri Temelli Kürasyon, Kültürel Analitik, Algoritmik Kültür

&

Abstract: In the age of digital culture, curatorial practice has evolved beyond the mere selection and exhibition of objects into a multi-layered process that manages data flows, algorithmic filtering mechanisms, and user interactions. This study conceptualizes “algorithmic curatorship” as a hybrid model in which artificial intelligence and data-driven systems play a decisive role in the selection, classification, and visibility of cultural content. Drawing on Lev Manovich’s concept of cultural analytics and Ted Striphas’s notion of algorithmic culture, the study argues that algorithms are not merely technical tools but also active agents that regulate cultural circulation and shape processes of meaning-making. This transformation does not imply the disappearance of the human curator; rather, it signals a reconfiguration of curatorial roles. The curator is repositioned from a selecting subject to a system designer, data ethicist, and experience architect. Within this framework, digital museums, AI-supported archival systems, and personalized exhibition experiences are addressed as exemplary domains through which the concept of algorithmic curatorship is discussed. Despite the advantages of algorithms in terms of speed, scalability, and personalization, it is argued that human intervention remains crucial in processes requiring contextual interpretation, cultural sensitivity, and ethical decision-making. Ultimately, algorithmic curatorship is not an alternative that replaces the human agent, but a transitional field in which curatorial authority is redistributed within data- and algorithm-driven systems. In this model, the curator evolves from a selector of content into a cultural mediator who designs visibility regimes and frames algorithmic decision-making processes.

Keywords: Algorithmic Curatorship, Digital Museology, AI in Museums, Data-Driven Curation, Cultural Analytics

Atıf/Cite as Vargün, Ö. (2026). *Algorithmic Curatorship: Redefining Human Agency in Digital Museology*. BAİBÜİLEF-İG 2026: 3. Uluslararası İletişim Günleri Sempozyumu, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu, Türkiye.

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Doç. Dr., Harran Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, e-posta : ozlemvargun@harran.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4803-5929

Giriş

Dijital kültür çağında müzecilik ve küratörlük pratikleri, teknolojik gelişmelerin etkisiyle köklü bir dönüşüm geçirmektedir. Bu dönüşümün ilk aşamasını oluşturan dijitalleşme, kültürel nesnelerin analog formdan sayısal ortama aktarılmasıyla müze koleksiyonlarının erişilebilirliğini ve dolaşımını genişletmiştir (Parry, 2007). Ancak bu süreç yalnızca teknik bir dönüşümle sınırlı kalmamış; dijital ortamlarda üretilen ve dolaşıma giren içeriklerin artışıyla birlikte kültürel alan giderek veri odaklı bir yapıya evrilmiştir. Bu noktada ikinci aşama olarak tanımlanabilecek verileştirme (datafication), kültürel içeriklerin, kullanıcı davranışlarının ve etkileşim biçimlerinin ölçülebilir veri formatlarına dönüştürülmesini ifade etmektedir. Verileştirme süreci, müze koleksiyonlarının yalnızca dijital ortama aktarılmasıyla yetinmeyip; bu içeriklerin metadata, etiketleme ve kullanıcı etkileşimleri üzerinden yeniden yapılandırılmasına olanak tanımaktadır (Manovich, 2020). Böylece kültürel üretim ve dolaşım süreçleri, giderek daha fazla veri temelli sistemler üzerinden organize edilmeye başlanmıştır.

Bu dönüşümün üçüncü ve belirleyici aşaması ise bu çalışmada algoritmikleştirme (algorithmization) olarak adlandırılmaktadır. Algoritmikleştirme, verileştirme yoluyla üretilen büyük veri setlerinin algoritmalar aracılığıyla işlenmesi, sıralanması ve görünürlük hiyerarşilerine dönüştürülmesi sürecini ifade eder. Bu bağlamda algoritmalar, yalnızca teknik araçlar değil; aynı zamanda kültürel içeriğin dolaşımını düzenleyen ve hangi içeriklerin görünür olacağını belirleyen aktif aktörler haline gelmektedir (Striphas, 2015; Gillespie, 2014). Böylece kültürel görünürlük, tekil küratöryel kararlardan ziyade veri, algoritma ve kullanıcı etkileşiminin oluşturduğu çok katmanlı bir yapı tarafından belirlenmektedir.

Bu gelişmeler, küratörlüğün klasik tanımını yetersiz kılmaktadır. Geleneksel küratörlük anlayışında küratör, eserleri seçen, sınıflandıran ve belirli bir anlatı çerçevesinde sunan merkezi bir özne olarak konumlanırken; dijitalleşme, verileştirme ve algoritmikleştirme süreçlerinin kesişiminde bu rol yeniden tanımlanmaktadır. Artık küratör, yalnızca içerik seçen bir aktör değil; veri akışlarını yöneten, algoritmik sistemleri yapılandıran ve kullanıcı deneyimini tasarlayan bir sistem kurucu haline gelmektedir. Bu bağlamda çalışmanın temel araştırma sorusu şu şekilde formüle edilmektedir:

Kültürel görünürlük artık kim tarafından ve nasıl belirlenmektedir? Bu soru, yalnızca teknolojik bir değişimi değil; aynı zamanda kültürel otoritenin, bilgi üretim süreçlerinin ve görünürlük rejimlerinin yeniden yapılandırılmasını gündeme getirmektedir. Çünkü dijital ortamda görünür olan içerikler, giderek daha fazla algoritmik sıralama, kullanıcı etkileşimi ve veri temelli önceliklendirme mekanizmaları tarafından belirlenmektedir (Srnicek, 2017). Bu çalışmanın amacı, algoritmik küratörlük kavramını dijital müzecilik bağlamında kuramsal bir çerçevede ele almak ve küratöryel rolün bu yeni koşullar altında nasıl yeniden tanımlandığını ortaya koymaktır. Bu doğrultuda çalışma, Lev Manovich'in kültürel analitik yaklaşımı ile Ted Striphas'ın algoritmik kültür kavramsallaştırmasını bir araya getirerek, algoritmaların kültürel dolaşımı düzenleyen ve anlam üretim süreçlerini yönlendiren yapısal mekanizmalar olduğunu ileri sürmektedir. Çalışmanın özgün katkısı, algoritmik küratörlüğü yalnızca teknolojik bir yenilik olarak ele almak yerine, dijitalleşme, verileştirme ve algoritmikleştirme süreçlerinin sürekliliği içinde değerlendirmesi ve küratöryel otoritenin bu süreçler içerisinde nasıl yeniden dağıtıldığını tartışmasıdır. Bu bağlamda küratör, içerik seçen bir özne olmaktan çıkarak, görünürlük rejimlerini tasarlayan ve algoritmik karar süreçlerini çerçeveleyen bir kültürel arabulucuya dönüşmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Dijital kültür ortamında küratörlük pratiğinin dönüşümünü anlayabilmek için, bu çalışmada üç temel kavramsal eksen üzerinden bir çerçeve kurulmaktadır: dijitalleşme, verileştirme ve algoritmikleştirme. Bu üçlü yapı, kültürel içeriğin üretimi, düzenlenmesi ve dolaşıma girmesi süreçlerinde meydana gelen değişimi aşamalı bir dönüşüm olarak ele almayı mümkün kılar.

Dijitalleşme ile başlayan sayısallaştırma süreci, verileştirme aracılığıyla genişleyerek kültürel içeriklerin ölçülebilir ve işlenebilir hale gelmesini sağlamış; algoritmikleştirme aşamasında ise bu veriler, görünürlük hiyerarşilerini belirleyen aktif mekanizmalara dönüşmüştür. Bu bağlamda kültürel görünürlük, artık

yalnızca insan merkezli küratöryel kararların sonucu değil; veri, algoritma ve kullanıcı etkileşimlerinin keşiminde oluşan çok katmanlı bir yapı olarak ortaya çıkmaktadır (Manovich, 2020; Striphas, 2015).

Bu kavramsal  er eve, küratörlüğü yalnızca estetik bir seçim pratiği olarak değil; aynı zamanda kültürel dolaşımı düzenleyen bir sistem olarak ele almayı gerektirmektedir. Dolayısıyla küratörlük, nesnelerin sergilenmesinden çok, içeriklerin nasıl organize edildiği, hangi koşullarda görünür hale geldiği ve nasıl deneyimlendiği ile ilişekli bir süreç olarak yeniden düşünülmelidir. Bu noktada küratörlük pratiğinin geçirdiği dönüşüm, klasik tanımların ötesine geçilmesini zorunlu kılmaktadır.

Küratörün Dönüşümü

Küratörlük, geleneksel müzecilik bağlamında uzun süre boyunca eserlerin seçimi, sınıflandırılması ve belirli bir anlatı çerçevesinde sunulmasıyla tanımlanan bir pratik olmuştur. Bu modelde küratör, koleksiyon üzerinde otorite sahibi olan, estetik ve tarihsel değerlendirmeler doğrultusunda karar veren merkezi bir özne olarak konumlanmaktadır (O'Neill, 2012). Ancak dijitalleşme süreciyle birlikte bu yapı giderek dönüşümü; küratöryel karar alma mekanizmaları, veri akışları ve teknolojik sistemlerle i  içe geçmiştir.

Dijital ortamlarda içeriklerin artan hacmi ve çeşitliliği, küratörlüğü yalnızca seçici bir faaliyet olmaktan çıkararak, karmaşık bilgi akışlarını yönetme sürecine dönüştürmüştür. Bu bağlamda küratör, artık tekil eserleri seçen bir aktörden ziyade; veri setlerini organize eden, algoritmik sistemleri yapılandıran ve kullanıcı deneyimini tasarlayan bir sistem kurucu olarak yeniden konumlanmaktadır. Özellikle algoritmik öneri sistemleri, kişiselleştirilmiş içerik akışları ve etkileşimli sergileme ortamları, küratöryel otoritenin tek merkezli yapısını zayıflatmakta ve bu otoriteyi insan-makine etkileşimi içinde yeniden dağıtmaktadır (Paul, 2015). Bu dönüşüm, küratörlüğün doğasını köklü biçimde değiştirmektedir: klasik modelde "neyin sergileneceğine" karar veren küratör, dijital bağlamda "neyin görünür olacağını belirleyen sistemleri" tasarlayan bir aktöre dönüşmektedir. Böylece küratörlük pratiği, seçim odaklı bir yapıdan çıkarak, görünürlük üretimi ve deneyim tasarımı merkezli bir yapıya evrilmektedir.

Dijitalleşme, Verileştirme ve Algoritmikleştirme

Bu  alışma, dijital müzecilikte küratöryel dönüşümü açıklamak üzere üç aşamalı bir kavramsal model önermektedir: dijitalleşme, verileştirme ve algoritmikleştirme. Bu model, kültürel içeriğin yalnızca teknolojik olarak dönüştürülmesini değil, aynı zamanda bu içeriğin nasıl işlendiğini ve görünür kılındığını açıklayan analitik bir  er eve sunar.

Dijitalleşme, bu modelin başlangıç aşamasını oluşturur ve analog içeriklerin sayısal ortama aktarılmasını ifade eder. Bu süreç, müze koleksiyonlarının erişilebilirliğini artırırken, küratöryel süreci doğrudan dönüştürmekten ziyade, dönüşümün altyapısını hazırlar. Başka bir deyişle dijitalleşme, içerikleri üretir ancak bu içeriklerin nasıl organize edileceğine dair bir mekanizma sunmaz (Parry, 2007). Verileştirme, dijitalleşmenin ötesine geçerek içeriklerin analiz edilebilir yapılara dönüştürülmesini kapsar. Bu aşamada kültürel nesneler, metadata, etiketleme sistemleri ve kullanıcı etkileşimleri aracılığıyla veri nesnelerine dönüşür. Verileştirme, küratöryel süreci ölçülebilir hale getirerek, içeriklerin karşılaştırılmasına ve kategorize edilmesine olanak tanır. Ancak bu aşama hâlâ karar üretmez; yalnızca kararın zeminini oluşturur (Manovich, 2020). Algoritmikleştirme ise bu modelin belirleyici aşamasıdır. Bu aşamada veriler, algoritmalar aracılığıyla işlenir, sıralanır ve belirli  nceliklendirme mantıkları doğrultusunda kullanıcıya sunulur. Böylece küratöryel seçim, tekil bir insan öznenin kararı olmaktan çıkarak, hesaplanabilir ve dinamik bir sürece dönüşür. Algoritmalar, hangi içeriğin  ne çıkacağını belirleyen aktif aktörler haline gelir ve kültürel görünürlük bu süreç içinde yeniden yapılandırılır (Striphas, 2015; Gillespie, 2014).

Bu üç aşama arasındaki temel fark, işlevsel düzeyde açık biçimde ayrışmaktadır:

Dijitalleşme → içeriği üretir

Verileştirme → içeriği anlamlandırılabilir hale getirir

Algoritmikleştirme → içeriği seçer ve görünür kılar

Bu bağlamda model, küratöryel sürecin insan merkezli bir seçim pratiğinden, veri ve algoritma temelli bir görünürlük üretim mekanizmasına evrildiğini göstermektedir. Dolayısıyla algoritmik küratörlük, yalnızca

teknolojik bir gelişme değil; kültürel otoritenin nasıl kurulduğunu yeniden tanımlayan yapısal bir dönüşüm olarak ele alınmalıdır.

Lev Manovich - Kültürel Analitik (Cultural Analytics)

Dijital kültürde veri-temelli analiz yaklaşımlarını anlamlandırmada Lev Manovich'in ortaya koyduğu "kültürel analitik" kavramı merkezi bir referans noktasıdır. Manovich, kültürel üretimin dijital ortamlarda büyük veri ölçeğine ulaşmasıyla birlikte, tekil eser okumasına dayalı geleneksel yöntemlerin yetersiz kaldığını ve bu nedenle kültürel içeriğin geniş veri setleri üzerinden incelenmesi gerektiğini ileri sürer (Manovich, 2020). Bu yaklaşım, kültürel nesneleri örüntüler, dağılımlar ve ilişkiler üzerinden analiz ederek, yorumlayıcı yöntemi veri temelli bir analitikle tamamlar.

Bununla birlikte, veri üzerinden kültür analizi yalnızca Manovich'e özgü bir yaklaşım değildir; farklı kuramsal hatlarla birlikte düşünülmelidir. Örneğin Franco Moretti'nin "uzaktan okuma" (distant reading) yaklaşımı, edebiyat metinlerini tek tek yakın okumak yerine geniş veri kümeleri üzerinden inceleyerek kültürel eğilimleri ortaya koymayı önerir (Moretti, 2013). Benzer şekilde Matthew L. Jockers, metin madenciliği teknikleriyle kültürel üretimin nicel analizini mümkün kılarak edebi ve kültürel örüntülerin veri aracılığıyla tespit edilebileceğini göstermektedir (Jockers, 2013). Bu çalışmalar, kültürel içeriğin sayısallaştırılmasıyla birlikte analizin de veri temelli bir yapıya evrildiğini ortaya koymaktadır. Görsel kültür alanında ise Johanna Drucker, dijital beşerî bilimler bağlamında verinin nötr bir yapı olmadığını, aksine yorumlayıcı süreçlerle üretildiğini vurgulayarak veri temelli analizlere eleştirel bir boyut kazandırmaktadır (Drucker, 2011). Bu yaklaşım, kültürel analitik yalnızca teknik bir analiz yöntemi değil, aynı zamanda epistemolojik bir çerçeve olarak değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir.

Bu farklı yaklaşımlar birlikte ele alındığında kültürel analitik, yalnızca veriyi inceleyen bir yöntem değil; kültürel üretimin nasıl okunacağını yeniden tanımlayan bir paradigma olarak ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda Manovich'in yaklaşımı, bu çalışmada önerilen verileştirme aşamasıyla doğrudan ilişkilidir. Verileştirme süreci kültürel içeriği analiz edilebilir veri yapılarına dönüştürürken, kültürel analitik bu verinin nasıl anlamlandırılacağını açıklar. Ancak bu yaklaşım doğrudan küratöryel karar üretmez; daha çok bu kararların temelini oluşturan analitik zemini sağlar. Kültürel analitik, hangi içeriklerin öne çıkarılacağını değil, içerikler arasındaki ilişkilerin nasıl ortaya konulacağını açıklar. Bu nedenle algoritmik küratörlük bağlamında kültürel analitik, analiz ve örüntü keşfi aşamasını temsil ederken; bu veriler üzerinden yapılan seçim ve görünürlük üretimi, bir sonraki aşama olan algoritmikleştirme ile ilişkilidir.

Sonuç olarak kültürel analitik, küratörlüğün dönüşümünü yalnızca teknolojik bir gelişme olarak değil, aynı zamanda kültürel analiz biçimlerinin yeniden yapılandırılması olarak ele almayı mümkün kılar. Bu bağlamda küratör, tekil eserler üzerinden anlam üreten bir yorumlayıcıdan, geniş veri setleri içinde örüntüleri tespit eden ve bu örüntüleri görünür kılan bir analizör konumuna evrilmektedir.

Ted Striphas - Algoritmik Kültür (Algorithmic Culture)

Dijital kültürde içeriklerin dolaşımı ve görünürlüğünün nasıl şekillendiğini açıklamak üzere Ted Striphas tarafından ortaya konulan algoritmik kültür kavramı önemli bir kuramsal çerçeve sunmaktadır. Striphas'a göre kültürel içeriklerin seçimi, sıralanması ve kullanıcıya sunulması süreçleri giderek artan biçimde algoritmalar tarafından düzenlenmektedir (Striphas, 2015, s. 397). Bu durum, kültürel üretimin yalnızca insan aktörler tarafından değil, aynı zamanda hesaplanabilir sistemler aracılığıyla yönlendirildiği bir yapıya işaret etmektedir.

Dijital platformlarda çalışan öneri sistemleri (recommendation systems), sıralama algoritmaları (ranking algorithms) ve filtreleme mekanizmaları (filtering mechanisms), bu sürecin temel bileşenlerini oluşturmaktadır. Bu sistemler, kullanıcı davranışlarını ve içerik özelliklerini analiz ederek hangi içeriğin öne çıkarılacağını belirlemekte, böylece kültürel görünürlüğü doğrudan şekillendirmektedir (Gillespie, 2014, s. 168). Bu bağlamda algoritmalar, yalnızca içerikleri düzenleyen teknik araçlar değil; aynı zamanda kültürel dolaşımı yönlendiren yapısal mekanizmalar haline gelmektedir. Bu yaklaşım, bu çalışmada önerilen algoritmikleştirme (algorithmization) aşamasıyla doğrudan ilişkilidir. Verileştirme süreciyle elde edilen veri setleri, algoritmikleştirme aşamasında işlenerek belirli görünürlük hiyerarşilerine dönüştürülmektedir. Bu

süreç yalnızca teknik bir düzenleme değil; aynı zamanda kültürel içeriğin dolaşımını yöneten bir görünürlük rejimi (regime of visibility)  retmektedir (Gillespie, 2014, s. 168; Groys, 2016, s. 2). Böylece hangi içeriklerin  ne çıkacağı, hangilerinin geri planda kalacağı algoritmik sistemler tarafından belirlenmektedir.

Bu durum, küratöryel otoritenin yapısını da dönüştürmektedir. Geleneksel modelde küratör içerik seçimi üzerinde doğrudan kontrol sahibi bir özne iken, algoritmik kültür bağlamında bu kontrol insan ve makine arasında dağıtılmış bir yapıya evrilmektedir. Küratör bu bağlamda yalnızca seçim yapan bir aktör değil; algoritmik sistemleri tasarlayan, yönlendiren ve sınırlarını belirleyen bir aracı haline gelmektedir (Paul, 2015, s. 23). Böylece küratörlük, seçim odaklı bir pratikten çıkarak görünürlük üretimi ve deneyim tasarımı merkezli bir yapıya dönüşmektedir.

Bununla birlikte algoritmik sistemlerin tarafsız olduğu varsayımı sorgulanmalıdır. Algoritmaların i leyişı, veri setlerinin yapısına ve tasarım tercihlerine bağlı olarak belirli içerikleri  ne çıkarırken diğerlerini sistematik olarak geri plana itebilmektedir. Bu durum literatürde algoritmik önyargı (algorithmic bias) olarak tanımlanmakta ve özellikle kültürel temsil ve eşitlik açısından önemli sorunlara işaret etmektedir (Noble, 2018, s. 11).

Bu çerçevede algoritmik kültür kavramı, algoritmik k rat rl  un karar, yönlendirme ve görünürlük üretimi boyutunu açıklamakta; Manovich'in kültürel analitik yaklaşımı ile ele alındığında, dijital kültürde k rat rl  un hem analitik hem de yönetsel dönüşümünü bütüncül biçimde anlamayı mümkün kılmaktadır.

Görünürlük Rejimi ve G  

Dijital kültürde küratörlük pratiğinin dönüşümünü anlamlandırmak için görünürlük kavramının yalnızca estetik bir mesele değil, aynı zamanda bir g   ilişkisi olarak ele alınması gerekmektedir. Bu bağlamda Michel Foucault'nun iktidar ve bilgi ilişkisi üzerine geliştirdiği yaklaşım, g r n rl  un nasıl bir denetim ve düzenleme mekanizması olarak i ledi ini anlamada önemli bir kuramsal temel sunmaktadır. Foucault'ya göre modern toplumlarda iktidar, yalnızca baskı yoluyla değil, bireyleri görünür kılarak ve bu g r n rl  u düzenleyerek i ler (Foucault, 1977, s. 200). Bu çerçevede görünürlük, tarafsız bir durum değil; aksine belirli yapıların, normların ve güç ilişkilerinin üretildiği bir alandır.

Foucault'nun panoptikon modeli, bu durumu açıklayan temel örneklerden biridir. Bu modelde bireylerin sürekli görünür olduğu ancak g zlemleyenin görünmez kaldığı bir yapı söz konusudur. Bu asimetrik görünürlük, denetimi içselleştiren bir özne üretir ve böylece iktidar doğrudan müdahale etmeksizin i ler (Foucault, 1977, s. 201). Bu yaklaşım, dijital kültürde içeriklerin nasıl görünür kılındı ına dair önemli bir analoji sunmaktadır. Dijital platformlarda hangi içeriklerin  ne çıkarıldığı, hangilerinin geri planda bırakıldığı ya da görünmez kılındığı, belirli algoritmik düzenlemeler aracılığıyla belirlenmektedir. Bu durum, g r n rl  un artık yalnızca fiziksel sergileme ile değil, veri ve algoritmalar aracılığıyla yapılandırıldı ını göstermektedir.

Bu noktada Boris Groys'un sanat ve görünürlük üzerine geliştirdiği yaklaşım, dijital kültür bağlamında önemli bir tamamlayıcı perspektif sunmaktadır. Groys'a göre sanatın temel işlevlerinden biri görünürlük üretmektir; bir nesnenin sanat olarak kabul edilmesi, onun belirli bir bağlamda görünür kılınmasıyla doğrudan ilişkilidir (Groys, 2016, s. 2). Bu bağlamda küratörlük pratiği, yalnızca seçim yapmak değil; aynı zamanda belirli içerikleri görünür kılma ve diğerlerini görünmez bırakma sürecidir.

Dijital ortamda bu süreç, insan küratörün tekil kararlarından çıkarak algoritmik sistemler aracılığıyla yürütülmektedir. Algoritmalar, içerikleri belirli kriterlere göre sıralayarak ve filtreleyerek bir görünürlük düzeni kurar. Bu düzen, kullanıcıların karşılaştığı içeriklerin sınırlarını belirler ve böylece kültürel dolaşımı yönlendirir. Bu bağlamda algoritmik sistemler, yalnızca teknik araçlar değil; aynı zamanda görünürlük rejimini kuran ve yöneten yapılar olarak işlev görmektedir (Gillespie, 2014, s. 168).

Bu durum, küratöryel otoritenin doğasını yeniden düşünmeyi gerektirir. Geleneksel modelde küratör, görünürlük üzerinde doğrudan kontrol sahibi olan bir akt rken; dijital bağlamda bu kontrol, insan ve algoritma arasında dağıtılmış bir yapıya dönüşmektedir. Küratör, artık yalnızca içerik seçen değil; hangi içeriklerin hangi koşullarda görünür olacağını belirleyen sistemleri tasarlayan bir aktör olarak konumlanmaktadır. Böylece küratörlük pratiği, estetik seçimden çok görünürlük üretimi ve bu üretimin

çerçevesi sürecine evrilmektedir. Görünürlük, dijital kültürde tarafsız bir durum değil; belirli güç ilişkileri içinde üretilen ve yönetilen bir yapı olarak değerlendirilmelidir. Algoritmik küratörlük, yalnızca teknolojik bir dönüşüm değil; aynı zamanda kültürel otoritenin nasıl kurulduğunu ve dağıtıldığını yeniden tanımlayan bir görünürlük rejimi olarak ele alınmalıdır.

Ancak algoritmaların küratöryel çerçeve içinde çalışması, onların güç üretmediği anlamına gelmemektedir. Aksine algoritmalar, belirlenen hedefler, veri yapıları ve metrikler doğrultusunda içerikleri sürekli, ölçekli ve otomatik biçimde sıralayarak görünürlüğü düzenler ve böylece küratöryel kararları işletim düzeyinde somutlaştırır (Gillespie, 2014, s. 168). Bu süreçte geri besleme döngüleri (feedback loops – geri besleme döngüleri) ve kullanıcı etkileşimleri, başlangıçta tanımlanan küratöryel çerçeveyi genişletebilir, daraltabilir ya da beklenmedik yönlere kaydırabilir. Bu durum, görünürlüğün yalnızca önceden belirlenmiş bir seçim değil, dinamik olarak yeniden üretilen bir süreç olduğunu göstermektedir.

Foucault'nun iktidarın dağınık ve ilişkisel doğasına dair yaklaşımı (Foucault, 1977, s. 202), bu yapının anlaşılmasında açıklayıcı bir çerçeve sunmaktadır. Buna göre güç, tek bir öznenin elinde toplanan bir yapı olmaktan ziyade, farklı aktörler ve mekanizmalar arasında dolaşan bir ilişkiler ağı içinde üretilir. Benzer şekilde Groys'un görünürlüğü sanatın temel üretim alanı olarak ele alan yaklaşımı (Groys, 2016, s. 2), dijital ortamda bu üretimin giderek algoritmik sistemler aracılığıyla gerçekleştiğini ortaya koymaktadır.

Dolayısıyla dijital müzecilik bağlamında küratöryel güç, ne yalnızca insan küratöre ne de tamamen algoritmalara ait bir yapı olarak düşünülebilir. Aksine bu güç, küratörün belirlediği çerçeve, algoritmaların işleyiş mantığı ve kullanıcı etkileşimleri arasında dağıtılmış bir görünürlük rejimi olarak ortaya çıkmaktadır. Bu durum, algoritmik küratörlüğün yalnızca teknik bir araç kullanımı değil; kültürel otoritenin yeniden dağıtıldığı yapısal bir dönüşüm alanı olduğunu göstermektedir.

Algoritmik Küratörlük Modeli

Bu çalışma kapsamında algoritmik küratörlük, doğrusal bir seçim süreci olarak değil; veri, algoritma ve kullanıcı etkileşimlerinin sürekli olarak birbirini beslediği döngüsel bir sistem olarak ele alınmaktadır. Bu model, kültürel içeriğin üretimi, işlenmesi ve görünür kılınması süreçlerini birbirine bağlı aşamalar halinde açıklamaktadır. Süreç, veri → algoritma → filtreleme → kullanıcı → geri besleme şeklinde ilerleyen, ancak her aşamada yeniden güncellenen dinamik bir yapıdan oluşmaktadır.

Modelin ilk aşamasını oluşturan veri, dijital ortamda üretilen tüm içerikleri, metadata (üst veri), kullanıcı davranışlarını ve etkileşim kayıtlarını kapsamaktadır. Bu aşama, algoritmik küratörlüğün temel girdisini oluşturur. Verinin kapsamı yalnızca kültürel nesnelerle sınırlı olmayıp; kullanıcı tercihleri, izleme süreleri, tıklama davranışları ve gezinme örüntüleri gibi unsurları da içerir. Bu yönüyle veri, yalnızca içerik hakkında değil, kullanıcı hakkında da bilgi üreten çok katmanlı bir yapı haline gelmektedir (Manovich, 2020).

İkinci aşama olan algoritma, bu verileri analiz ederek örüntüler çıkaran ve belirli karar kuralları üreten mekanizmadır. Algoritmalar, içerikler arasındaki benzerlikleri tespit eder, kullanıcı davranışlarını modelleyerek tahminlerde bulunur ve hangi içeriğin hangi kullanıcıya sunulacağını belirler. Bu aşamada algoritmalar, yalnızca teknik araçlar değil; içerik dolaşımını yönlendiren karar mekanizmaları olarak işlev görür (Striphas, 2015). Üçüncü aşama olan filtreleme, algoritmanın ürettiği kararların somutlaştığı noktadır. Bu aşamada içerikler belirli kriterlere göre sıralanır, önceliklendirilir ve kullanıcıya sunulacak hale getirilir. Filtreleme süreci, kültürel görünürlüğün fiilen üretildiği aşamadır; çünkü hangi içeriğin öne çıkacağı ya da geri planda kalacağı bu noktada belirlenir. Bu nedenle filtreleme, algoritmik küratörlüğün en kritik aşamalarından biri olarak değerlendirilebilir (Gillespie, 2014, s. 168).

Dördüncü aşama olan kullanıcı, sistemin pasif bir alıcısı değil, aktif bir bileşenidir. Kullanıcının içerikle kurduğu etkileşim—tıklama, izleme, beğeni, paylaşım gibi davranışlar—sistemin işleyişini doğrudan etkiler. Bu etkileşimler, hangi içeriklerin daha fazla görünür olacağını belirleyen önemli bir veri kaynağına dönüşür. Son aşama olan geri besleme (feedback – geri besleme), sistemin döngüsel yapısını tamamlar. Kullanıcı etkileşimleri yeniden veri olarak sisteme dahil edilir ve algoritmalar bu yeni veriler doğrultusunda kendilerini günceller. Böylece sistem sürekli öğrenen ve kendini yeniden yapılandıran bir mekanizma haline gelir. Bu döngüsel yapı, küratöryel kararın sabit bir noktada alınmadığını; aksine sürekli olarak yeniden

 retilmesini göstermektedir. Bu modelin en önemli sonucu, küratöryel kararın tekil bir özneye ait olmaktan çıkarak sistem içinde dağıtılmasıdır. Geleneksel k rat rl kte karar, belirli bir uzman tarafından alınırken; algoritmik k rat rl kte bu karar, veri, algoritma ve kullanıcı etkileşiminin ortak üretimi haline gelir. Bu durum, küratöryel otoritenin merkezsizleşmesine ve görünürlük üretiminin çok katmanlı bir yapıya dönüşmesine yol açmaktadır. Dolayısıyla algoritmik küratörlük modeli, yalnızca içerik seçimiyle ilgili bir süreç değil; kültürel dolaşımın nasıl organize edildiğini ve görünürlüğün nasıl üretilmesini açıklayan sistemsel bir yapı olarak değerlendirilmelidir. Bu bağlamda küratör, bu sistemin dışında kalan bir karar verici değil; sistemin nasıl işleyeceğini belirleyen, sınırlarını çizen ve yönünü tayin eden bir aktör olarak yeniden konumlanmaktadır.

Uygulama Alanları

Algoritmik küratörlük, yalnızca kuramsal bir model değil; günümüzde farklı dijital platformlar ve müze uygulamaları içinde somut olarak karşılık bulan bir pratiktir. Bu bölümde dijital müzeler, yapay zekâ destekli arşiv sistemleri ve kişiselleştirilmiş sergi deneyimleri üzerinden algoritmik küratörlüğün nasıl işlediği örneklerle ele alınmaktadır.

Dijital Müzeler

Dijital müzeler, algoritmik küratörlüğün en görünür uygulama alanlarından biridir. Özellikle Google Arts & Culture, farklı müze koleksiyonlarını dijital ortamda bir araya getirerek kullanıcıya kişiselleştirilmiş içerik  nerileri sunan bir yapı kurmaktadır. Bu platformda eserler yalnızca kronolojik ya da tematik olarak değil; kullanıcı davranışları, benzerlik algoritmaları ve etkileşim verileri üzerinden yeniden düzenlenmektedir.



(Resim 1) Dijital Müze  rnekleri

Bu durum, küratöryel seçimin sabit bir sergi düzeni olmaktan çıkarak dinamik bir içerik akışına dönüşmesine yol açmaktadır. Ancak bu sistemler çoğu zaman yüksek etkileşim alan, popüler ya da görsel olarak çarpıcı eserleri  ne çıkarma eğilimindedir. Bu bağlamda dijital müzeler, bir yandan erişimi demokratikleştirirken, diğer yandan belirli sanat tarihsel anlatıları yeniden üretme riski taşımaktadır.

Yapay Zekâ Destekli Arşiv Sistemleri

Yapay zekâ destekli arşiv sistemleri, kültürel içeriklerin otomatik olarak sınıflandırılması ve etiketlenmesi süreçlerinde kullanılmaktadır. Bu sistemler, görüntü tanıma ve makine öğrenmesi teknikleri aracılığıyla eserleri analiz eder ve içeriklerine göre kategorize eder. Böylece büyük ölçekli arşivler, insan müdahalesine gerek kalmadan hızlı ve sistematik biçimde düzenlenebilir hale gelir.



(Resim 2) AI Arşiv Sistem örnekleri

Ancak bu süreç, tamamen nötr değildir. Algoritmaların kullandığı veri setleri, belirli kültürel ve estetik normlara göre oluşturulduğu için, bazı sanat türlerini ya da görsel dilleri daha kolay tanıyabilirken, diğerlerini göz ardı edebilir. Bu durum, algorithmic bias (algoritmik önyargı) üretme potansiyeli taşımakta ve kültürel çeşitlilik açısından sorunlu sonuçlar doğurabilmektedir (Noble, 2018).

Kişiselleştirilmiş Sergi Deneyimleri

Kişiselleştirilmiş sergi deneyimleri, algoritmik küratörlüğün kullanıcı düzeyinde en somut karşılığını oluşturmaktadır. Bu sistemler, kullanıcıların ilgi alanları, geçmiş etkileşimleri ve tercihleri doğrultusunda içerik önerileri sunar. Böylece her kullanıcı, aynı sergiyi farklı bir içerik akışı içinde deneyimleyebilir.



(Resim 3) Kişiselleştirilmiş Sergi Deneyimleri

Bu durum, küratörlüğü sabit bir anlatı kurmaktan çıkararak, kullanıcıya göre şekillenen çoklu anlatılar üretmeye yönelir. Ancak bu kişiselleştirme süreci, aynı zamanda kullanıcıyı belirli içerik türlerine hapseden “filtre balonu” etkisi yaratabilir. Kullanıcı, yalnızca ilgi duyduğu içeriklerle karşılaşırken, farklı ve potansiyel olarak geliştirici içeriklerden uzaklaşabilir.

Küratöryel Çerçeve ve Algoritmik Sistem: İstanbul Bienali Örneği

15. İstanbul Bienali kapsamında küratörler Elmgreen & Dragset tarafından belirlenen “İyi Bir Komşu” teması, küratöryel çerçevenin kültürel üretimi nasıl yönlendirdiğini açık biçimde ortaya koymaktadır. Bu tür büyük ölçekli sergilerde küratör, hangi sanatçıların davet edileceğini, hangi temaların öne çıkarılacağını ve sergi anlatısının nasıl kurulacağını belirleyen temel aktördür. Bu anlamda küratöryel karar, hâlâ güçlü bir insan müdahalesine dayanmaktadır.

15. İstanbul Bienali kapsamında sergilenen işlerin dijital dolaşımı incelendiğinde, tüm eserlerin eşit biçimde görünür olmadığı; fotoğraflanabilir, etkileşim üreten ve sosyal medyada paylaşılabılır nitelikteki işlerin daha geniş kitlelere ulaştığı görülmektedir. Bu durum, küratör tarafından kurulan sergi çerçevesinin, dijital platformlarda kullanıcı etkileşimleri ve algoritmik sıralama mekanizmaları aracılığıyla yeniden düzenlendiğini göstermektedir. Böylece bienal, fiziksel kürasyon ile algoritmik dolaşımın kesiştiği iki katmanlı bir görünürlük üretim alanına dönüşmektedir.



(Resim 4) 15. İstanbul Biennial

Bu durum, küratöryel gücün ortadan kalkmadığını, ancak iki düzeye ayrıldığını göstermektedir:

- Küratör → çerçeveyi kurar (ne gösterilecek?)
- Algoritma → görünürlüğü da ıtır (ne daha çok görülecek?)

Dolayısıyla biennial örneğinde algoritma, küratörün yerine geçen bir aktör değil; onun kurduğu yapıyı yeniden dolaşıma sokan ve genişleten bir mekanizma olarak işlev görmektedir. Ancak bu genişleme süreci nötr değildir. Algoritmalar, belirli içerikleri daha görünür kılarken diğerlerini geri planda bırakabilir ve böylece küratöryel anlatıyı yeniden yorumlayabilir.

Bu bağlamda algoritmik küratörlük, küratörün otoritesini ortadan kaldıran bir yapıdan ziyade, bu otoriteyi farklı katmanlara bölen bir sistem olarak değerlendirilmelidir. Küratör hâlâ anlam kuran ve y n belirleyen akt rken, algoritmalar bu anlamın dolaşımını, yo unlu unu ve erişimini belirleyen ikinci bir g   katmanı oluşturur.

Bu dört uygulama alanı birlikte değerlendirildiğinde, algoritmik k rat rl   n temel özellikleri daha kapsamlı biçimde ortaya çıkmaktadır:

- İçerik üretiminden çok içerik dolaşımı ve erişim biçimleri belirleyici hale gelmektedir
- Küratöryel karar, sabit ve tekil bir otoriteye ba lı olmaktan çıkarak dinamik, çok katmanlı ve farklı düzeylerde işleyen bir yapıya dönüşmektedir
- G r n rl  , yalnızca insan küratörün tercihleriyle değil; algoritmik sistemler, veri yapıları, platform dinamikleri ve kullanıcı etkileşimlerinin kesişiminde üretilmektedir

Bienal  rne i, bu sürecin yalnızca dijital platformlara özgü olmadığını; fiziksel sergi pratiklerinde de küratöryel çerçevenin insan tarafından kurulurken, g r n rl   n dolaşımının giderek algoritmik sistemler aracılığıyla genişlediğini göstermektedir.

Dolayısıyla algoritmik küratörlük, yalnızca dijital araçların kullanımına indirgenemeyecek; insan küratörün anlam kurucu rolü ile algoritmik sistemlerin dolaşımı düzenleyen işleyişinin birlikte şekillendirdiği hibrit bir küratöryel yapı olarak değerlendirilmelidir. Bu bağlamda kültürel içeriğin nasıl organize edildiği, kimler tarafından ve hangi yoğunlukta görüldüğü ile hangi ba lamalarda anlam kazandığı, insan ve algoritma arasındaki bu çok katmanlı etkileşim sürecinde belirlenmektedir.

Son  

Bu  alışma, algoritmik küratörlük kavramını dijital müzecilik bağlamında ele alarak küratöryel pratiğin dijitalleşme, verileştirme ve algoritmikleştirme süreçleri içinde nasıl dönüştüğünü ortaya koymayı amaçlamıştır. Elde edilen bulgular, k rat rl   n artık yalnızca eser seçimine dayalı bir pratik olmaktan çıkarak, veri akışlarının yönetildiği ve g r n rl   süreçlerinin yapılandırıldı ı çok katmanlı bir sisteme dönüştüğünü göstermektedir.

Dijital müzeler, yapay zekâ destekli arşiv sistemleri, kişiselleştirilmiş sergi deneyimleri ve bienal  rne i birlikte değerlendirildiğinde, algoritmik k rat rl   n kültürel içeriğin üretiminden çok dolaşımını düzenleyen bir yapı olduğu anlaşılmaktadır. Bu süreçte küratöryel karar, sabit ve merkezi bir otoriteye

bağlı olmaktan çıkarak; insan küratör, algoritmik sistemler ve kullanıcı etkileşimleri arasında dağıtılmış bir yapıya dönüşmektedir.

Bu bağlamda algoritmalar, küratörün yerini alan aktörler değil; küratöryel çerçevenin dolaşımını, görünürlüğü ve etkisini genişleten mekanizmalar olarak işlev görmektedir. Ancak bu durum, algoritmik sistemlerin nötr olduğu anlamına gelmemekte; aksine veri yapıları, platform dinamikleri ve tasarım tercihleri doğrultusunda belirli içerikleri öne çıkaran ve diğerlerini görünmez kılabilen bir güç ilişkisini beraberinde getirmektedir.

Sonuç olarak algoritmik küratörlük, insan küratörün ortadan kalktığı bir model değil; küratöryel otoritenin yeniden dağıtıldığı hibrit bir yapı olarak değerlendirilmelidir. Bu yapıda küratör, içerik seçen bir özne olmaktan çıkarak, görünürlük rejimlerini tasarlayan ve algoritmik karar süreçlerini çerçeveleyen bir kültürel arabulucuya dönüşmektedir. Dolayısıyla dijital müzeciliğin geleceği, yalnızca teknolojik gelişmelerle değil; aynı zamanda bu gelişmelerin etik, kültürel ve epistemolojik boyutlarının nasıl ele alınacağı ile doğrudan ilişkilidir.

Kaynakça

- Drucker, J. (2011). Humanities approaches to graphical display. *Digital Humanities Quarterly*, 5(1).
- Foucault, M. (1977). *Discipline and punish: The birth of the prison*. Pantheon Books.
- Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms. In T. Gillespie, P. J. Boczkowski, & K. A. Foot (Eds.), *Media technologies: Essays on communication, materiality, and society* (pp. 167–194). MIT Press.
- Groys, B. (2016). *In the flow*. Verso.
- Manovich, L. (2020). *Cultural analytics*. MIT Press.
- O'Neill, P. (2012). *The culture of curating and the curating of culture(s)*. MIT Press.
- Paul, C. (2015). *Digital art* (3rd ed.). Thames & Hudson.
- Parry, R. (2007). *Recoding the museum: Digital heritage and the technologies of change*. Routledge.
- Srnicek, N. (2017). *Platform capitalism*. Polity Press.
- Striphas, T. (2015). Algorithmic culture. *European Journal of Cultural Studies*, 18(4–5), 395–412. <https://doi.org/10.1177/1367549415577392>
- Jockers, M. L. (2013). *Macroanalysis: Digital methods and literary history*. University of Illinois Press.
- Manovich, L. (2020). *Cultural analytics*. MIT Press.
- Moretti, F. (2013). *Distant reading*. Verso.
- Noble, S. U. (2018). *Algorithms of oppression: How search engines reinforce racism*. NYU Press.



BAİBÜİLEF-İG

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Günleri
Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication Communication Days

15.09.2026



Algoritmik Gündem: X (Twitter) Trend Topic Listesi Üzerine Nitel Bir İnceleme

Algorithmic Agenda: A Qualitative Analysis of X (Twitter) Trending Topics

Mustafa Orhan YALINIZ¹, Mahmut Rıfki ÜNAL²

Geliş Tarihi (Received): 01.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 02.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Öz: İletişim süreçleri, tarihsel gelişim içerisinde alfabenin fiziksel kayıt sistemlerinden algoritmaların dinamik ve veri odaklı yapısına doğru köklü bir dönüşüm yaşamıştır. Geleneksel medya döneminde toplumsal gündem, kurumsal yapılar ve editöryal eşik bekliliği süreçleri aracılığıyla şekillenirken, günümüz yeni medya ekosisteminde bu işlevin önemli ölçüde algoritmik sistemlere devredildiği görülmektedir. Bu çalışma, X (Twitter) platformunda yer alan Trend Topic (TT) listesini odak noktasına alarak algoritmaların gündem belirleme süreçlerindeki rolünü ve iletişimsel içerik üretimi üzerindeki etkisini nitel içerik analizi yöntemiyle incelemeyi amaçlamaktadır. 8-13 Haziran 2026 tarihleri arasında X platformu Türkiye gündeminden elde edilen 195 benzersiz TT başlığı, siyaset, spor, sosyal olaylar, ekonomi, magazin ve eğlence, teknoloji ile diğer kategorilerine göre tematik olarak analiz edilmiştir. Bulgular, Siyaset (%32,3) ve tematik olarak kodlanamayan başlıkların oluşturduğu diğer kategorisinin (%28,2) listenin yarısından fazlasını oluşturduğunu; buna karşılık Ekonomi ve Sosyal Olaylar gibi kamusal yararı yüksek kategorilerin toplamda yalnızca %15,4'lük bir paya sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Bu örüntü, algoritmaların etkileşim odaklı ve şeffaflıktan yoksun bir mantıkla dijital gündemin oluşumunda belirleyici rol oynadığını göstermektedir. Çalışma, gündem belirleme kuramı ve algoritmik iletişim literatürüne güncel ve özgün bir katkı sunmayı hedeflemektedir.

Anahtar kelimeler: Algoritmik Gündem, Gündem Belirleme, X (Twitter), Trend Topic, Nitel İçerik Analizi.

&

Abstract: Communication processes have undergone a profound transformation throughout history, shifting from the alphabet's physical recording systems toward the dynamic, data-driven structure of algorithms. While public agenda was historically shaped by institutional structures and editorial gatekeeping in the traditional media era, this function appears to have been largely delegated to algorithmic systems within today's new media ecosystem. This study aims to examine, through qualitative content analysis, the role of algorithms in agenda-setting processes and their effect on communicative content production, focusing on the Trending Topics (TT) list on the X (Twitter) platform. A total of 195 unique TT headlines, collected from X's Turkey agenda between June 8-13, 2026, were thematically analyzed according to the categories of politics, sports, social events, economy, entertainment, technology, and other. The findings reveal that Politics (32.3%) and the Other category (28.2%), comprising thematically uncodable headlines, together constitute more than half of the list, whereas categories of high public value such as Economy and Social Events account for only 15.4% combined. This pattern demonstrates that algorithms play a decisive role in shaping the digital agenda through an engagement-driven and opaque logic. The study aims to provide a current and original contribution to agenda-setting theory and the literature on algorithmic communication.

Keywords: Algorithmic Agenda, Agenda-Setting, X (Twitter), Trending Topics, Qualitative Content Analysis.

Atıf/Cite as Yalınız, M. O., & Ünal, M. R. (2026). *Algorithmic Agenda: A Qualitative Analysis of X (Twitter) Trending Topics*. BAİBÜİLEF-İG 2026: 3. Uluslararası İletişim Günleri Sempozyumu, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu, Türkiye.

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Öğr. Gör Dr., Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Rektörlük, e-posta: m.orhanyalınız@ibu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1508-0974

² Dr. Öğr. Üyesi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı bölümü, e-posta:

mahmutrifkiunal@ibu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2791-9303

Giriş

İletişim tarihi, bilginin nasıl üretildiği, kimin tarafından taşındığı ve toplumsal düzlemde nasıl dolaşıma sokulduğuna ilişkin köklü dönüşümlerin tarihidir. Alfabenin icadı, bilgiyi sözlü aktarımın geçiciliğinden kurtararak somut bir kayıt ortamına dönüştürmüş, böylece bilginin zaman ve mekân sınırlarını aşma kapasitesi tarihte ilk kez gerçek anlamda ortaya çıkmıştır. Matbaanın icadıyla birlikte bu dönüşüm hız kazanmış, bilginin kitlesel çoğaltılması ve geniş coğrafyalara yayılması mümkün kılınmıştır. Radyo ve televizyonun yaygınlaşmasıyla iletişim, tek merkezden milyonlara ulaşan yayın mantığıyla yeniden biçimlenmiş; gündem belirleme işlevi büyük ölçüde kurumsal medya yapılarında toplanmıştır. Kısaca medya, insanların çoğunun ne hakkında konuşacağına ve izleyicilerin/okuyucuların gerçekleri ne olarak düşüneceğini, kuracağı gündemle etkilemiştir. Gündem belirleme araştırmaları medya içerikleriyle kamuoyunun düşündüğü konular arasındaki ilişkiyi gösterme açısından hala verimli çalışmalardır. İnsanlar için en önemli enformasyon kaynağı medya olmuştur (Yaylagül, 2006, s. 68). Geleneksel kitle iletişim araçlarının bu dönemdeki belirleyiciliği, iletişim kuramcılarının gündem belirleme, çerçeveleme ve bilgi aşılama gibi kavramsal çerçevelerle uzun yıllar boyunca sorguladığı bir iktidar ilişkisine karşılık gelmektedir.

Dijital çağın ve özellikle sosyal medyanın yükselişiyle birlikte bu tablo köklü biçimde değişmiştir. İletişim süreçlerini düzenleyen en belirleyici unsur artık ne bir editör masası ne de bir yayın kurulu olmuştur. Bu işlevin yerini giderek artan biçimde algoritmalar almaktadır. (Bucher, 2018). Bu bağlamda, yaşanan gelişmeler yalnızca teknolojik bir geçişi değil, aynı zamanda kamusal tartışma alanının örgütlenme biçimindeki derin bir epistemolojik ve siyasal kırılmayı da simgelemektedir. Dönüşümün en gözlemlenebilir ve analiz edilebilir yansımalarından biri, X (eski adıyla Twitter) platformunda yer alan Trend Topic (TT) listesidir. TT listesi, belirli bir coğrafi bölgede belirli bir zaman diliminde en yoğun biçimde konuşulan başlıkları anlık olarak sıralayan, algoritma tarafından üretilen dinamik bir gündem aracıdır. Sosyal medya platformlarına atfedilen katılımcı ve çoğulcu söylemin aksine, TT listesi bütünüyle bir algoritmik çıktı haline gelmiştir. Kullanıcılar bu listeye bakarak toplumun gündemine ilişkin bir fikir edindiklerini düşünürlerken, aslında bir platformun hesaplamalı kararlarıyla yüz yüze gelmektedirler. Meraz ve Papacharissi'nin (2013, s. 140-141) ifade ettiği üzere, sosyal medyada gündemin oluşumu görünürde demokratikleşmiş gibi görünse de algoritmik filtreleme mekanizmaları yeni bir asimetri biçimini beraberinde getirmektedir.

Bu çalışma, söz konusu algoritmik gündem mekanizmasını nitel içerik analizi yöntemiyle incelemeyi, X platformu Türkiye gündemindeki TT başlıklarını tematik kategorilere göre sınıflandırmayı ve algoritmanın hangi içerik türlerini görünür kıldığını ya da görünmez bıraktığını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Böylece çalışma, klasik gündem belirleme kuramını algoritmik çağın koşulları içinde yeniden sorgularken, yeni medya ve platformlar üzerine büyüyen iletişim literatürüne kuramsal bir katkı sunmayı hedeflemektedir. Çalışmanın bulgularının tartışılabilmesi için öncelikle bu araştırmanın dayandığı kuramsal zeminin aktarılması gerekmektedir.

Kuramsal Çerçeve

Gündem Belirleme Kuramı ve Sosyal Medyaya Uzanan Kolu

Gündem belirleme kuramı, medyanın toplumdaki bireylerin ne düşüneceğini değil, ne hakkında düşüneceğini belirlediğini öne süren temel bir iletişim teorisidir. Maxwell McCombs ve Donald Shaw'ın 1968 ABD başkanlık seçim sürecine ilişkin yürüttükleri Chapel Hill araştırmasında, medya içeriği ile seçmenlerin gündem öncelikleri arasında güçlü bir korelasyon tespit edilmiş; bu bulgular 1972 yılında yayımlanan makaleyle akademik literatüre kazandırılmıştır (McCombs & Shaw, 1972). Kuramın merkezi iddiası, medyanın haber seçim ve sunum süreçlerinin kamuoyunun ilgi önceliklerini doğrudan biçimlendirdiği yönündedir. İzleyen yıllarda McCombs (2004), bu çerçeveyi ikinci düzey gündem belirlemeyle genişletmiş, medyanın yalnızca konuları değil, o konuların nasıl çerçevelendiğini ve hangi özelliklerinin ön plana çıkarıldığını da belirlediğini ileri sürmüştür.

Geleneksel medya ortamında gündem belirleme işlevi, gazete editörleri ve televizyon haber direktörleri gibi kurumsal eşik bekçileri aracılığıyla yürütülmekteydi. Ancak dijital platformların yaygınlaşmasıyla bu yapı temelden değişmiştir. Yaylagül'ün (2006) de dikkat çektiği üzere, kitle iletişiminin ekonomik ve ideolojik işlevleri medyanın mülkiyet yapısıyla doğrudan bağlantılıdır. Bu ilişki dijital platformlar söz konusu olduğunda algoritma tasarımı aracılığıyla sürmektedir. Sosyal medya bağlamında gündem belirlemenin yeniden ele alınması, araştırmacıların gündemin artık çift yönlü ve ağ temelli bir süreç izlediğini ortaya koymuştur. Meraz ve Papacharissi (2013, s. 138-140), Twitter üzerinden yürüttükleri Mısır Devrimi analizinde, "ağ tabanlı eşik bekçiliği" kavramıyla bu dönüşümü kavramsallaştırmış, kullanıcıların gündem oluşumuna katılımının algoritmik filtreler tarafından yapılandırıldığını göstermiştir.

Bu kuramsal perspektif doğrultusunda, X platformundaki TT listesi gündem belirlemenin hem bir aracı hem de bir çıktısı olarak konumlandırılabilir. Liste, hangi başlıkların görünür olduğunu belirlerken aynı zamanda kullanıcılara "toplumun gündeminin" bu olduğu mesajını vermektedir.

Algoritmik Filtreleme ve Filtre Balonu

X platformu TT listesinin oluşturulma mantığı, platformun kamuoyuyla paylaştığı açıklamalar çerçevesinde şöyle özetlenebilmektedir. Algoritma, belirli bir zaman diliminde belirli bir coğrafi bölgede paylaşım hacmi hızla artan konuları tespit eder. Bu tespitte yalnızca mutlak paylaşım sayısı değil, söz konusu artışın hızı ve yönü de belirleyicidir. Başka bir deyişle, uzun süredir yavaş birikimle tartışılan bir konu değil, kısa sürede patlama yaşayan bir başlık TT listesine girebilmektedir. Bu mekanizma, kalıcı ve derinlikli toplumsal meselelerin değil, ani duygusal tepkilerin, spor sonuçlarının ve magazin haberlerinin görünürlük kazanmasına yapısal bir zemin hazırlamaktadır (Gillespie, 2018). Üstelik platformun ücretli "Sponsorlu Trend Topic" seçeneği, ekonomik gücü olan aktörlerin gündem üzerinde doğrudan bir satın alma kapasitesi elde etmesine olanak tanımakta, bu durum gündem oluşumundaki eşitsizliği daha da derinleştirmektedir.

Eli Pariser, 2011 yılında yayımladığı *The Filter Bubble* adlı çalışmada, internet algoritmalarının bireyleri kendi ilgi ve görüşleriyle uyumlu içeriklerle çevreleyen bilişsel baloncuklar oluşturduğunu savunmuştur (Pariser, 2011). Filtre balonu kavramı, algoritmaların kişiselleştirme odaklı yapısının toplumsal çoğulculuğu zedeleyebileceğini ve kamusal tartışma alanını parçalayabileceğini ileri sürmektedir. Bu durum, yalnızca bireysel düzeyde değil, kolektif gündem oluşumu açısından da belirleyici sonuçlar doğurmaktadır.

TT listeleri bu bağlamda özel bir analiz nesnesi sunmaktadır. Bireysel tercihlerden bağımsız olarak tüm kullanıcılara sunulan bu liste, bir yandan kolektif bir gündem göstergesi işlevi görürken öte yandan büyük ölçüde bir algoritmik çıktıdır. Bucher (2018), platformların etkileşim metriklerine dayalı içerik sıralama mantığını çözümlyerek algoritmaların görünürlük ve sessizleşme üretme kapasitesini teorik düzeyde ele almıştır. Araştırmalar, sosyal medya algoritmalarının beğeni, yorum, paylaşım ve tıklama gibi etkileşim ölçütlerini öncelikli sıralama kriteri olarak kullandığını ortaya koymaktadır. Bu durum, gerçek anlamda geniş kesimleri ilgilendiren konular yerine, yüksek duygusal reaktivite taşıyan ve hızlı etkileşim üretebilen içeriklerin öne çıkması sonucunu doğurmaktadır.

Algoritmik filtrelemenin bu boyutu, gündem belirleme ile platform ekonomisi arasındaki bağı somutlaştırmaktadır. Bu ilişkiyi kavramsal düzeyde derinleştirmek için platform kapitalizmi ve dikkat ekonomisi çerçevesine geçmek gerekmektedir.

Algoritmik gündem belirlemenin bir diğer kritik boyutu, TT listesinin yalnızca organik kullanıcı davranışlarının değil, aynı zamanda koordineli manipülasyon girişimlerinin de hedefi olmasıdır. Literatürde "astroturfing" olarak kavramsallaştırılan bu pratik, gerçek bir tabandan kaynaklanıyormuş izlenimi yaratan, ancak bütünüyle yapay ve organize bir kamuoyu oluşturma faaliyetini tanımlamaktadır. Dijital platformlar bağlamında astroturfing, bot hesapların koordineli biçimde belirli bir anahtar kelimeyi kısa sürede yoğun paylaşım trafiğine sokarak algoritmayı yanıltması ve ilgili başlığı TT listesine taşıması yoluyla gerçekleşmektedir. İsviçre Federal Teknoloji Enstitüsü'nden (EPFL) araştırmacıların yürüttüğü kapsamlı çalışmada bu saldırılar "geçici astroturfing saldırıları" (*ephemeral astroturfing attacks*) olarak adlandırılmış,

2015–2019 yılları arasında Türkiye TT listesindeki başlıkların yaklaşık %47'sinin bu yolla yapay biçimde üretildiği ortaya konmuştur (Elmas vd., 2021). Söz konusu saldırılarda bot hesaplar, hedef anahtar kelimeyi paylaştıktan hemen sonra tweetlerini silmekte, algoritma ise silinen tweetleri hesaba katmadığından yapay trend varlığını sürdürmeye devam etmektedir. Bu bulgu, TT listesinin algoritmik bir gündem göstergesi olarak taşıdığı güvenilirlik sorununu somut bir biçimde gözler önüne sermekte, aynı zamanda platformun şeffaflıktan uzak yapısının siyasi ve ticari aktörler tarafından nasıl istismar edilebildiğini de açıkça ortaya koymaktadır.

Platform Kapitalizmi ve Dikkat Ekonomisi

Platform kapitalizmi kavramı, dijital platformların yalnızca teknik altyapılar olmadığını, aynı zamanda belirli ekonomik çıkarlar etrafında örgütlenmiş ve verileri temel sermaye olarak kullanan piyasa aktörleri olduğunu vurgulamaktadır (Srnicek, 2017). X gibi platformlar, reklam gelirine dayalı iş modelleri çerçevesinde işlemekte ve kullanıcı dikkatini olabildiğince uzun süre platformda tutmayı hedeflemektedir. Bu yapı içinde algoritmalar, yalnızca "ilgili içeriği" değil, etkileşimi ve platformda geçirilen süreyi maksimize edecek içerikleri ön plana çıkarmak üzere tasarlanmaktadır.

Zuboff (2019), gözetim kapitalizmi kavramıyla bu ilişkiyi daha ileri bir eleştirel çerçevede ele almaktadır. Buna göre dijital platformlar, kullanıcı davranışlarını ham madde olarak toplamakta, bu verileri davranışsal tahmin ürünlerine dönüştürmekte ve bu ürünleri reklam pazarlarında satmaktadır. Kullanıcı bir müşteri ya da ürün değil, davranışsal verisi işlenen bir *ham madde* kaynağıdır. Bu ekonomik mantık içinde TT listesi, kullanıcı dikkatini çeken, platformda kalış süresini uzatan ve etkileşimi tetikleyen bir araç olarak işlev görmektedir.

Dikkat ekonomisi perspektifinden değerlendirildiğinde, TT listesi "dışarıda kalmama" korkusunu besleyen ve merak güdüsünü harekete geçiren bir gündem aracıdır. Kullanıcılar listeyi inceleyerek "toplumun ne hakkında konuştuğunu" öğrenmek isterler; ancak bu süreçte aslında bir platformun ekonomik hedefleri doğrultusunda biçimlendirilmiş bir gündemle karşılaşmaktadırlar. Tüm bu ilişkilerin kuramsal izleği, eşik bekçiliğinin dönüşümüne ilişkin dördüncü eksen olmadan tamamlanamaz.

Eşik Bekçiliğinin Dönüşümü: İnsandan Algoritmaya

Geleneksel medyada White'ın (1950) çalışmasıyla kavramsallaştırılan eşik bekçisi modeli, belirli bir kurumsal aktörün enformasyon akışında seçici bir filtre işlevi gördüğünü açıklamaktaydı. Bu modelde insan aktörler, mesleki normlar, etik kaygılar ve kurumsal kısıtlamalar çerçevesinde hangi haberin kamusal alana taşınacağına karar veriyordu. Ancak dijital medya ortamında bu model köklü bir dönüşüme uğramıştır. Günümüzde eşik bekçiliği işlevini büyük ölçüde üstlenen algoritmalar, insan karar alma süreçlerinin taşıdığı normatif sorumluluklardan muaf olduklarını iddia etmektedir. Bu geçiş, yalnızca teknolojik bir yer değiştirme değil, aynı zamanda "normatif bir boşalma" sürecidir. Nitekim insan eşik bekçisi gazetecilik etiği ve kamuya karşı sorumluluk çerçevesinde bir hesap verebilirlik yükümlülüğü taşıırken, algoritma, bu yükümlülüğü teknik bir tarafsızlık kılıfına büründürerek devre dışı bırakmaktadır.

Diakopoulos (2015), "algoritmik hesap verebilirlik" kavramıyla bu dönüşümün demokratik açıdan doğurduğu sorunları sistematik biçimde ele alırken, algoritmaların karar mantığının kamuoyuna kapalı tutulmasının katılımcı demokrasi için ciddi bir risk oluşturduğunu savunur. Pasquale'nin (2015) "kara kutu" metaforu ise bu şeffaflık sorununu özetlemektedir. Gillespie'ye (2018) göre algoritma, hiçbir zaman yalnızca bir mühendislik ürünü değildir, aynı zamanda platforma ait değerlerin, ekonomik önceliklerin ve tasarım tercihlerinin somutlaşmış halidir. Bu durum, algoritmaların her zaman siyasi ve kültürel bir içerik taşıdığını kanıtlar. X platformunun TT listeleri özelinde düşünüldüğünde; hangi başlığın görünür olacağı kararı artık bir editörün elinde değil, büyük ölçüde belirli ekonomik hedefler doğrultusunda kodlanmış bir sistemin elindedir. Sonuç olarak algoritmik eşik bekçiliği, şeffaflıktan yoksun ve ekonomik güdülerle yönlendirilen bir gündem oluşturma pratiğine dönüşmektedir. Bu dönüşümü görünür kılmak, günümüz iletişim araştırmalarının en temel sorumluluklarından biridir.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışma, X (eski adıyla Twitter) platformunun Türkiye yerelindeki gündemini sistematik bir yaklaşımla inceleyerek dijital algoritmaların kamusal gündem belirleme süreçlerindeki dönüştürücü rolünü ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda araştırma, gündem başlıklarını tematik kategorilere ayırmayı, bu kategorilerin dağılımını yorumlamayı ve ortaya çıkan örüntüyü algoritmik etkileşim mantığı ekseninde çözümlemeyi hedeflemektedir. Çalışma, sempozyumun "Alfabelen Algoritmaya" temasıyla da bütünlüklük bir kuramsal yapı sergilemektedir.

Sosyal medya platformlarının toplumsal tartışmaların merkezine yerleştiği günümüzde, bu sistemlerin gündem üzerindeki etkisini sorunsallaştırmak iletişim çalışmaları açısından kritik bir gereklilik haline gelmiştir. Türkiye'de X platformunun siyasi ve kültürel gündemi şekillendirme gücü yadsınamaz olmakla birlikte, literatürdeki çalışmalar ağırlıklı olarak seçim dönemleri ve siyasi iletişim pratikleri üzerine yoğunlaşmış; algoritmik süreçlerin rutin gündem listeleri üzerindeki etkisini bütüncül bir tematik çerçevede ele alan araştırmalar sınırlı kalmıştır (Kıyan & Kocager, 2020, s. 465-468). Bu çalışma, güncel bir veri kümesiyle söz konusu boşluğu doldurmayı ve aşağıdaki sorulara yanıt aramayı hedeflemektedir: (1) X platformu Türkiye gündemindeki TT başlıklarının tematik dağılımı nasıldır? (2) Hangi içerik kategorileri algoritmik görünürlük kazanmakta, hangileri geri planda kalmaktadır? (3) TT listesinin tematik yapısı, etkileşim odaklı algoritmik mantık çerçevesinde nasıl yorumlanabilir?

Yöntem

Araştırma Deseni

Bu çalışmada nitel araştırma paradigması benimsenmiş, temel veri toplama ve analiz aracı olarak nitel içerik analizi yöntemi seçilmiştir. Nitel içerik analizi, araştırmacının önceden belirlediği kategorik çerçeveler doğrultusunda metin, görsel ya da sembolik içerikleri sistematik biçimde incelediği yorumsamacı bir yöntemdir (Karataş, 2015, s. 62-63). Bu çalışmada söz konusu kategorik çerçeve, X platformu Türkiye gündemindeki TT başlıklarının tematik sınıflandırılması amacıyla oluşturulmuştur. Yöntemin seçimindeki temel gerekçe, TT başlıklarının niceliksel bir ağırlık sıralaması yerine niteliksel bir tematik örüntü ortaya koyup koymadığını sorgulamanın bu araştırmanın asıl hedefiyle uyuşmasıdır.

Veri Toplama Süreci

Veriler, X platformunun Türkiye gündemine ilişkin TT listelerinden kesit alma yöntemiyle toplanmıştır. Kesit alma yöntemi, belirli zaman aralıklarında anlık veri toplanmasına dayanan ve zamana bağlı değişim örüntülerini gözlemlemeye olanak tanıyan bir yaklaşımdır. Bu çerçevede veri toplama 8-13 Haziran 2026 tarihleri arasında, farklı saat dilimlerinde (sabah, öğle ve öğleden sonra) gerçekleştirilmiş, her erişimde platformun "Gündemdekiler" sekmesinde sıralanan ilk yirmi ila otuz başlık ile "Haberler", "Spor" ve "Eğlence" alt sekmelerinde görünen tematik başlıklar birlikte kaydedilmiştir. Bu çoklu sekme stratejisi, platformun tek bir genel listeye sınırlı kalmayıp içerikleri önceden kategorize ettiği gerçeğini araştırma tasarımına dâhil etmek amacıyla benimsenmiştir. Toplam altı zaman kesitinden elde edilen veri seti, tekrar eden başlıkların ayıklanması sonrasında 195 benzersiz TT başlığından oluşmaktadır. Verilerin toplanmasında yalnızca platformun kullanıcı arayüzü ve mobil uygulama üzerinden erişim kullanılmış, herhangi bir üçüncü taraf araç ya da API'ye başvurulmamıştır. Konum filtresi Türkiye olarak sabitlenmiştir.

Kategori Sistemi

TT başlıklarının tematik sınıflandırılmasında aşağıdaki yedi kategori kullanılmıştır. Kategori sistemi oluşturulurken hem mevcut literatürdeki benzer sınıflandırmalar hem de araştırma öncesinde gerçekleştirilen ön gözlemler esas alınmıştır:

1. Siyaset: Siyasi partiler, siyasetçiler, seçim süreçleri, hükümet politikaları ve kamu yönetimine ilişkin içerikler.

2. Spor: Futbol başta olmak üzere tüm spor dallarına ilişkin maçlar, sonuçlar, sporcular ve kulüpler.
3. Magazin ve Eğlence: Ünlü kişiler, dizi ve filmler, müzik, sosyal medya fenomenleri.
4. Sosyal Olaylar: Güncel toplumsal gelişmeler, afet ve acil durum haberleri, kaza ve olaylar.
5. Ekonomi: Döviz kurları, enflasyon, piyasa gelişmeleri, ekonomi politikalarına dair içerikler.
6. Teknoloji ve Dijital Gündem: Yapay zekâ, uygulama güncellemeleri, platform haberleri.
7. Diğer: Yukarıdaki kategorilere dahil edilemeyen başlıklar.

Analiz sürecinde "Diğer" kategorisinin beklenenin üzerinde bir hacme ulaşması, bu kategorinin tek bir kalem olarak bırakılmasının analitik açıdan yetersiz kalacağını göstermiştir. Bu nedenle "Diğer" başlığı altında toplanan içerikler ikinci bir kodlama turunda beş alt temaya ayrıştırılmıştır: (a) kişiselleştirilmiş veya bağlamı belirsiz referanslar (kişi adları, marka ve kurum adları), (b) gündelik dil ve sosyal ifadeler (selamlaşma kalıpları, gün adları, dinî ifadeler), (c) hak talebi ve kampanya etiketleri, (d) eğitim gündemine ilişkin başlıklar ve (e) bağlamından koparılmış biçimde kodlanamayan ifadeler. Bu ikincil sınıflandırma, Bulgular bölümünde ayrıntılı biçimde sunulmaktadır.

Bulgular ve Tartışma

Genel Tematik Dağılım

8-13 Haziran 2026 tarihleri arasında altı farklı zaman kesitinde toplanan veri seti, tekrar eden başlıkların ayıklanması sonrasında 195 benzersiz TT başlığından oluşmaktadır. Bu başlıkların yedi kategoriye göre dağılımı, X platformunun Türkiye gündeminde hangi içerik türlerinin sistematik biçimde görünürlük kazandığını ortaya koymaktadır. Tablo 1'de sunulan bulgulara göre Siyaset kategorisi %32,3'lük (n=63) oranla TT listesinde en yüksek paya sahip kategori olarak belirlenmiştir. Bu kategoriyi %28,2'lik (n=55) oranla Diğer kategorisi, %15,9'luk (n=31) oranla Spor kategorisi takip etmektedir. Sosyal Olaylar ve Ekonomi kategorileri eşit biçimde %7,7'lik (n=15) bir paya sahip olurken, Magazin ve Eğlence ile Teknoloji ve Dijital Gündem kategorileri %4,1'lik (n=8) oranlarla listenin en az temsil edilen kategorileri olarak ortaya çıkmıştır.

Tablo 1. TT Başlıklarının Kategorilere Göre Dağılımı (N=195)

Kategori	n	%
Siyaset	63	32,3
Diğer	55	28,2
Spor	31	15,9
Sosyal Olaylar	15	7,7
Ekonomi	15	7,7
Magazin ve Eğlence	8	4,1
Teknoloji ve Dijital Gündem	8	4,1

Not. N = 195 benzersiz TT başlığı; toplam yüzdeler yuvarlama nedeniyle 100'e tam ulaşmayabilir.

Bu dağılım, ilk bakışta gündem belirleme kuramının klasik öngörüsüyle kısmen örtüşmektedir. Siyasetin TT listesinde baskın kategori olması, McCombs ve Shaw'ın (1972) öne sürdüğü gibi medyanın kamuoyunun ilgi önceliklerini siyasi gündem etrafında biçimlendirdiği yönündeki tezi desteklemektedir. Nitekim, bu görünüşteki süreklilik, dağılımın bütününe bakıldığında yanıltıcı olabilir. Zira Diğer kategorisinin listenin yaklaşık üçte birine yakın bir kısmını oluşturması, kategori sisteminin kendisi kadar algoritmanın görünürlük ürettiği içeriğin niteliği hakkında da kritik bir soru işareti doğurmaktadır. Bu sorunun ele alınması, ikinci kuramsal eksen olan algoritmik filtreleme ve şeffaflık tartışmasına doğrudan bağlanmaktadır.

"Diğer" Kategorisinin Alt-Tematik Çözümlemesi

Yöntem bölümünde belirtildiği üzere, Diğer kategorisi altında toplanan 55 başlık ikinci bir kodlama turunda beş alt temaya ayrıştırılmıştır. Bu ikincil çözümleme, Tablo 2'de özetlenmektedir: kişiselleştirilmiş veya bağlamı belirsiz referanslar (kişi adları, marka ve kurum adları) %38,2 (n=21) ile alt temaların en büyüğünü oluştururken, gündelik dil ve sosyal ifadeler (selamlaşma kalıpları, gün adları, dinî ifadeler) %30,9 (n=17) ile ikinci sırada yer almaktadır. Bağlamından koparılmış biçimde kodlanamayan ifadeler %16,4 (n=9), hak talebi ve kampanya etiketleri %7,3 (n=4) ve eğitim gündemine ilişkin başlıklar %7,3 (n=4) ile alt temaların kalan kısmını oluşturmaktadır.

Tablo 2. "Diğer" Kategorisinin Alt-Tematik Dağılımı (n=55)

Alt Tema	n	%
Kişiselleştirilmiş/Belirsiz Referanslar	21	38,2
Gündelik Dil ve Sosyal İfadeler	17	30,9
Kategorisiz/Kodlanamayan İfadeler	9	16,4
Hak Talebi ve Kampanya Etiketleri	4	7,3
Eğitim Gündemi	4	7,3

Not. n = 55 başlık; Diğer kategorisi kapsamındaki ikincil kodlama turunun sonuçlarını yansıtmaktadır.

Bu bulgu, TT listesinin önemli bir kısmının (tüm veri setinin yaklaşık beşte biri oranında) herhangi bir toplumsal, siyasi ya da ekonomik tematik çerçeveye oturmayan, bağlamından koparılmış kişi adları ve gündelik dil örüntülerinden oluştuğunu göstermektedir. Bu durum, Pasquale'nin (2015) "kara kutu" metaforuyla işaret ettiği şeffaflık sorununu somutlaştırmaktadır. Bir başlığın neden TT listesine girdiği, çoğu durumda dışarıdan bakan bir gözlemci için anlaşılır bir tematik gerekçeye sahip değildir. Aynı bulgu, Bucher'in (2018) algoritmik görünürlüğün tarafsız bir teknik süreç olmadığı yönündeki tezini de desteklemektedir. Görünürlük kazanan içeriğin niteliği, anlamlı bir kamusal tartışma değerinden bağımsız olarak, yalnızca paylaşım hacmindeki ani artışa bağlı görünmektedir. Nitekim 2.2 bölümünde aktarılan algoritmik işleyiş mantığı (paylaşım hacminin mutlak büyüklüğünden ziyade artış hızının belirleyici olması) bu alt temaların TT listesine giriş biçimini açıklayan en tutarlı çerçeve olarak öne çıkmaktadır.

Siyaset Kategorisinin Ağırlığı ve Gündem Belirleme Kuramıyla İlişkisi

Siyaset kategorisinin TT listesinde en yüksek paya sahip kategori olması, ilk bakışta algoritmik gündemin kamusal açıdan önemli bir alanı görünür kıldığı biçiminde yorumlanabilir. Ancak veri setinin ayrıntılı incelenmesi, bu kategorideki başlıkların büyük ölçüde parti içi anlaşmazlıklar, polemik nitelikli siyasi söylemler (örneğin "Hain Kemal", "Ben Kemal" gibi kutuplaştırıcı ifadeler) ve güncel siyasi olaylara dair anlık tepkilerden oluştuğunu, kapsamlı politika tartışmalarının ise görece sınırlı bir yer tuttuğunu ortaya koymaktadır. Bu örüntü, Meraz ve Papacharissi'nin (2013, s. 138-140) "ağ tabanlı eşik bekçiliği" kavramıyla işaret ettiği dinamikte örtüşmektedir. Algoritmik gündem, kullanıcıların duygusal ve polemik içerikli paylaşımlarını önceliklendirerek siyasi tartışmayı çoğulcu bir müzakere alanından ziyade kutuplaşmayı besleyen bir görünürlük yarışına dönüştürmektedir.

Bu noktada gündem belirleme kuramının ikinci düzey önermesiyle (McCombs, 2004) bir bağlantı kurulabilir. Kuram, medyanın yalnızca hangi konuların tartışılacağını değil, bu konuların hangi çerçeve ve niteliklerle sunulacağını da belirlediğini öne sürmektedir. Bulgular, algoritmik gündemin siyasi içeriği seçerken aynı zamanda bu içeriğin sunum biçimini kutuplaştırıcı, polemik ve kişiselleştirilmiş bir dille şekillendirdiğini göstermesi bakımından ikinci düzey önermeyi algoritmik bağlamda doğrulamaktadır.

Kamusal Yararı Yüksek Kategorilerin Görece Düşük Görünürlüğü

Araştırma sorularından ikincisi, hangi içerik kategorilerinin algoritmik görünürlük kazandığı ve hangilerinin görece geri planda kaldığı sorusuna işaret etmektedir. Bulgular bu açıdan dikkat çekici bir örüntü ortaya koymaktadır. Kamusal yararı doğrudan ilgilendiren Ekonomi (%7,7) ve Sosyal Olaylar (%7,7) kategorileri, listenin toplamda yalnızca %15,4'ünü oluşturmaktadır. Bu oran, Siyaset ve Diğer kategorilerinin toplam payının (%60,5) üçte birinden daha azına karşılık gelmektedir. Ekonomi kategorisinde görünürlük kazanan başlıkların da (örneğin döviz kurları, borsa endeksleri, banka adları) büyük ölçüde anlık piyasa hareketlerine ilişkin teknik göstergelerden ibaret olduğu, derinlikli ekonomi politikası tartışmalarının ise listede neredeyse hiç yer almadığı gözlemlenmiştir.

Bu bulgu, dikkat ekonomisi çerçevesiyle (Srnicek, 2017; Zuboff, 2019) doğrudan açıklanabilir niteliktedir. TT listesinin önceliklendirme mantığı, kullanıcı etkileşimini azami düzeye çıkarmayı hedeflediğinden, uzun soluklu kamusal tartışma gerektiren ekonomik ve toplumsal meseleler yerine anlık ve duygusal tepki üretme kapasitesi yüksek içerikler sistematik olarak öne çıkmaktadır. Mevcut durum, 2.3 bölümünde ele alınan "dışarıda kalmama" mekanizmasının bir yansıması olarak değerlendirilmiştir. Kullanıcılar TT listesine bakarak toplumun gündemini öğrendiklerini düşünseler de aslında platformun etkileşim maksimizasyonu hedefine hizmet eden seçilmiş bir içerik kümesiyle karşı karşıya kalmaktadırlar.

Spor, Magazin ve Eğlence Kategorilerinin Konumu

Spor kategorisinin %15,9'luk payla beklenenin nispeten altında kalması, dikkat çekici bir başka bulgudur. Bu durumun olası açıklaması, veri toplama döneminin 2026 FIFA Dünya Kupası'nın erken aşamalarına denk gelmesi ve buna bağlı içeriklerin bir kısmının "Sosyal Olaylar" ya da ulusal takım isimleri özelinde "Diğer" kategorisinde kodlanmış olmasıdır. Bu da kategori sınırlarının kesişim noktalarında belirli bir geçirgenlik bulunduğuna işaret etmektedir. Magazin ve Eğlence kategorisinin görece düşük payı (%4,1) ise literatürde sıklıkla varsayılan "TT listesinin ağırlıklı olarak magazin içeriğiyle doldurulduğu" yönündeki genel kabulü bu veri seti özelinde doğrulamamaktadır. Bu bulgu, TT listesinin tematik bileşiminin sabit bir örüntü izlemediğini, aksine güncel siyasi ve toplumsal atmosfere bağlı olarak dönemsel dalgalanmalar gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Tematik dağılıma, alt-tematik çözümlemeye ve kategoriler arası ilişkilere dair yukarıdaki bulgular birlikte okunduğunda, TT listesinin hangi içerik türlerini görünür kıldığı ve bu görünürlüğün hangi mantıkla işlediği sorusu tutarlı bir çerçevede yanıtlanmış olmaktadır. Çalışmanın kuramsal kısmında öne sürülen dört eksenin (gündem belirleme, filtre balonu, platform kapitalizmi ve algoritmik eşik bekçiliği) birbirini dışlamayan, aksine aynı örüntüyü farklı açılardan açıklayan tamamlayıcı bakış açıları olduğu bu noktada doğrulanmaktadır. TT listesi, ne yalnızca toplumsal gerçekliğin tarafsız bir yansıması ne de bütünüyle rastlantısal bir çıktıdır. Aksine, ekonomik güdülerle yönlendirilen, şeffaflıktan yoksun ve kutuplaştırıcı içeriği sistematik biçimde ödüllendiren bir algoritmik gündem aygıtı olarak işlev görmektedir.

Sonuç

Bu çalışma, iletişim süreçlerinin tarihsel dönüşümünü "alfabeden algoritmaya" metaforu üzerinden izleyerek X platformundaki Trend Topic listesinin algoritmik gündem belirleme bağlamındaki işlevini kuramsal düzeyde sorgulamıştır. 8-13 Haziran 2026 tarihleri arasında altı zaman kesitinde toplanan 195 benzersiz TT başlığının nitel içerik analiziyle sınıflandırılması, Siyaset (%32,3) ve diğer (%28,2) kategorilerinin listenin %60'ından fazlasını oluşturduğunu, buna karşılık Ekonomi ve Sosyal Olaylar gibi kamusal yararı yüksek kategorilerin toplamda yalnızca %15,4'lük bir paya sahip olduğunu göstermiştir. Bu bulgular, kuramsal çerçevede bir arada değerlendirilen gündem belirleme kuramı (McCombs & Shaw, 1972), filtre balonu (Pariser, 2011), platform kapitalizmi (Srnicek, 2017) ve algoritmik eşik bekçiliği (Bucher, 2018; Pasquale, 2015) yaklaşımlarının TT listesini açıklama gücünü doğrulamış, listenin yalnızca teknik bir çıktı olmadığını, aynı zamanda ekonomik, siyasi ve kültürel boyutları olan bir gündem aygıtı olduğunu ortaya koymuştur. Böylece TT başlıklarının tematik dağılımına, bu dağılımdaki görünürlük örüntüsüne ve bunun algoritmik mantıkla ilişkisine yönelik yanıtlar bulgular ve tartışma bölümünde sunulan çözümlemeler aracılığıyla bütüncül bir biçimde ortaya konmuştur.

Araştırmanın en dikkat çekici bulgusu, diğer kategorisinin ikinci kodlama turunda ortaya çıkardığı alt-tematik yapı olmuştur. Bu kategorinin yaklaşık üçte ikisinin (%69,1) kişiselleştirilmiş veya bağlamı belirsiz referanslar ile gündelik dil örüntülerinden oluşması, TT listesinin önemli bir kısmının anlamlı bir kamusal tartışma değeri taşımadığını, bunun yerine algoritmanın paylaşım hacmindeki ani artışları önceliklendiren teknik mantığının doğrudan bir yansıması olduğunu göstermektedir. Bu bulgu, Pasquale'nin (2015) "kara kutu" kavramsallaştırmasını ve Bucher'in (2018) algoritmik görünürlüğün tarafsız olmadığı yönündeki tezini güçlü biçimde desteklemekte, aynı zamanda Diakopoulos'un (2015) algoritmik hesap verebilirlik çağrısının güncelliğini bir kez daha teyit etmektedir.

Siyaset kategorisinin TT listesinde en yüksek paya sahip kategori olarak belirlenmesi, gündem belirleme kuramının (McCombs & Shaw, 1972) algoritmik çağda da geçerliliğini sürdürdüğüne işaret etmekle birlikte, bu kategorideki içeriğin büyük ölçüde polemik nitelikli ve kutuplaştırıcı bir dilden oluştuğu gözlemlenmiştir. Bu örüntü, Meraz ve Papacharissi'nin (2013) "ağ tabanlı eşik bekçiliği" kavramıyla işaret ettiği dinamiği doğrulamakta, algoritmik gündemin siyasi tartışmayı çoğulcu bir müzakere alanından ziyade duygusal tepki ve kutuplaşma üzerine kurulu bir görünürlük yarışına dönüştürdüğünü ortaya koymaktadır. Bu bağlamda çalışma, Türkiye'de Twitter/X gündeminin yerel siyasi atmosferle nasıl kesiştiğine ilişkin güncel ve özgün bir gözlem sunmuştur.

Sonuç olarak bu çalışma, iletişim araştırmacılarını ve politika yapıcılarını algoritmik şeffaflık ve hesap verebilirlik konularında daha kapsamlı bir tartışmaya davet etmektedir. Bulgular, gündemin artık yalnızca gazeteler ya da televizyon tarafından değil, büyük ölçüde kapalı kod bloklarında çalışan ve etkileşim maksimizasyonunu önceleyen algoritmalar tarafından belirlendiğini, bu sürecin kamusal yararı yüksek içerikleri sistematik biçimde geri planda bıraktığını somut verilerle göstermektedir. Araştırmanın altı zaman kesitiyle sınırlı kapsamı, bulguların Türkiye'deki algoritmik gündem örüntülerinin geneli için kesin bir genelleme yapma iddiası taşımadığını gösterse de, bu çalışma daha kapsamlı ve uzun süreli araştırmalar için sağlam bir zemin ve yöntemsel model sunmaktadır. Algoritmik gündemin bu örtük işleyişini görünür kılmak, demokratik kamusal alanın savunulması açısından giderek daha fazla önem kazanan bir akademik sorumluluk haline gelmektedir.

Kaynakça

- Bucher, T. (2018). *If then: Algorithmic power and politics*. Oxford University Press.
- Diakopoulos, N. (2015). Algorithmic accountability: Journalistic investigation of computational power structures. *Digital Journalism*, 3(3), 398–415. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976411>
- Elmas, T., Overdorf, R., Özkalay, A. F. & Aberer, K. (2021). Ephemeral astroturfing attacks: The case of fake Twitter trends. *2021 IEEE European Symposium on Security and Privacy (EuroS&P)*, 403–422.
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62–80.
- Kıyan, Z. & Kocager, U. (2020). Türkiye'de Twitter'ın kamusal tartışmalardaki rolü üzerine bir araştırma. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 34, 464–489.
- McCombs, M. E. (2004). *Setting the agenda: The mass media and public opinion*. Polity Press.
- McCombs, M. E. & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- Meraz, S. & Papacharissi, Z. (2013). Networked gatekeeping and networked framing on #Egypt. *The International Journal of Press/Politics*, 18(2), 138–166. <https://doi.org/10.1177/1940161212474472>
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the internet is hiding from you*. Penguin Press.
- Pasquale, F. (2015). *The black box society: The secret algorithms that control money and information*. Harvard University Press.
- Srnicek, N. (2017). *Platform capitalism*. Polity Press.
- White, D. M. (1950). The 'gate keeper': A case study in the selection of news. *Journalism Bulletin*, 27(4), 383–390.
- Yaylagül, L. (2006). Kitle iletişim kuramları: Egemen ve eleştirel yaklaşımlar. Dipnot Yayınları.
- Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. PublicAffairs.



BAİBÜİLEF-İG
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Günleri
Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication Communication Days

15.09.2026



Sibernetik ve Yapay Zekâ İlişkisi

The Relationship Between Sybernetics and Artificial Intelligence

Remzi YILDIRIM¹, Samettin GÜNDÜZ²

Geliş Tarihi (Received): 01.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 02.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Öz: Bu çalışmada sibernetik ve yapay zekanın, epistemolojik temelleri, kuramsal modelleri, teknik yöntemleri ve toplumsal etik kuralları açısından karşılaştırılmıştır. Sibernetik bilimi canlılar ve yapay zeka bilimi ise makineler arasındaki ilişkiyi geliştiren iki temel bilimsel yaklaşımdır. Her iki disiplin de canlıların sistem bilimi kurallarını, kontrol, iletişim ve geribesleme kavramlarını modellemeye dayanır. Modern yapay zeka sistemleri; makine öğrenmesi, derin öğrenme, doğal dil işleme ve bilgisayarlı görü gibi alt alanlarını kullanarak genellikle büyük veri kümeleri üzerinden istatistiksel modeller kullanarak öğrenme ve karar verme süreçlerini iyileştirir. Sibernetikdeki biyolojik denge (Homeostaz) ve sistem dengesi, kavramını temel alır. Bu iki bilim alanı, bilgi anlayışları, metodolojik yaklaşımları ve ontolojik varsayımları bakımından önemli farklılıklar göstermektedir. Ortak kavramlar paylaşımlarına rağmen, ortaya çıkış amaçları, metodolojik yaklaşımları ve bilimsel yönelimleri bakımından önemli farklılıklar gösterirler. Bu iki bilim alanının zıt alanlar olmadığını aksine, birbirini tamamlayan iki bilim alanı olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sibernetik, Yapay Zeka, Sistem Teorisi, Öğrenme, Kontrol

&

Abstract: This study compares cybernetics and artificial intelligence in terms of their epistemological foundations, theoretical models, technical methods, and social ethical rules. Cybernetics and artificial intelligence are two fundamental scientific approaches that develop the relationship between living beings and machines. Both disciplines are based on modeling the system science rules of living beings, as well as the concepts of control, communication, and feedback. Modern artificial intelligence systems improve learning and decision-making processes by using statistical models, generally on large datasets, through subfields such as machine learning, deep learning, natural language processing, and computer vision. Cybernetics is based on the concepts of biological balance (homeostasis) and system equilibrium. These two scientific fields show significant differences in their understanding of knowledge, methodological approaches, and ontological assumptions. Although they share common concepts, they differ significantly in their aims of emergence, methodological approaches, and scientific orientations. It has been determined that these two scientific fields are not opposing fields, but rather complementary ones.

Keywords: Cybernetics, Artificial Intelligence, System Theory, Learning, Control

Atıf/Cite as Yıldırım, R., & Gündüz, S. (2026). *The Relationship Between Cybernetics and Artificial Intelligence*. BAİBÜİLEF-İG 2026: 3. Uluslararası İletişim Günleri Sempozyumu, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu, Türkiye.

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Prof. Dr., Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi, Bilgisayar Mühendisliği Bölümü, e-posta: remzi.yildirim@gop.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0396-9461

² Prof. Dr. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, e-posta: gunduz_s@ibu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6837-5971

1. Giriş

1.1. Sibernetik

Sibernetik biliminin kuramsal temelleri Norbert Wiener tarafından “canlılar ve makinelerde kontrol ve haberleşme bilimi” olarak tanımlanmıştır (Wiener, 1948). Bu tanıma göre sibernetik, mühendislik, biyoloji, psikoloji ve sosyal bilimlere kapsayan disiplinlerarası bir bilim alanıdır.

Bilim ve teknolojiye son gelişmeler, insan zekasının ve karmaşık kompleks sistemlerin modellenmesine yönelik yeni disiplinlerin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bu bağlamda sibernetik ve yapay zeka, hem teorik hem de uygulamalı yönleriyle dikkat çeken iki bilim ve uygulama alanı olarak güncel olarak öne çıkmaktadır. Sibernetik, sistemlerin kontrol ve iletişim süreçlerini inceleyen disiplinlerarası bir yaklaşımdır. inceler yani sisteme bütüncül olarak inceler; yapay zeka ise, makinelerin akıllı davranışlar sergilemesini amaçlayan bilgisayar bilimi temelli bir araştırma ve uygulama alanıdır (Wiener, 1948; Russell & Norvig, 2021).

20.yüzyıl, insan zihninin ve karmaşık sistemlerin bilimsel olarak modellenmesine yönelik yoğun çabaların yaşandığı bir dönem olmuştur. Bu çabaların sonucunda ortaya çıkan iki önemli alan sibernetik ve yapay zekadır. Her iki disiplin de makinelerin ve canlı sistemlerin davranışlarını açıklamaya çalışır; ancak bunu farklı sorular üzerinden yaparlar. Sibernetik, “Bir sistem nasıl kontrol edilir?” sorusuna odaklanırken, yapay zeka “Bir makine nasıl zeki davranabilir?” sorusunu merkezine alır (Wiener, 1948; Russell & Norvig, 2021).

Sibernetiğin merkezinde canlıların biyolojik sistem mekanizmasındaki geribesleme (feedback) ve kontrol kavramı yer alır. Geribesleme, bir sistemin her türlü şartlardaki çıktılarının durumuna göre tekrar girdi olarak kullanılmasını ve sistem tekrar stabil hale gelmesini sağlar. Bu durum için bilinen fiziksel örnek ise; termostat, ortam sıcaklığını algıyarak ısıtma sisteminin tekrar ayarlamasıdır. Bu süreçte herhangi bir “zeka” yoktur; ancak sistem geribesleme yardımı ile hedefe uygun şartlarda çalışır (Ashby, 1956).

Sibernetikteki biyolojik denge (Homeostaz) ve Sistem dengesi, kararlılık, önemli bir diğer kavramdır. Biyolojik denge (Homeostaz) kavramı, sistemlerin iç dengelerini koruma eğilimini ifade eder. Özellikle canlı organizmaların fiziksel büyüklüğü olan vücut sıcaklığını sabit tutmaya çalışması gibi veya sosyal toplumsal sistemlerin istikrar içerisinde bir arada yaşaması bu çerçevede ele alınır (Ashby, 1956). Bu yönüyle sibernetik, fiziksel bir büyüklüğü veya davranış sonuçlarından değerlendirir ve soyutları yada bir fiziksel büyüklük olmayan niyet veya bilinç gibi kavramlarla doğrudan ilgilenmez.

Sibernetik Biliminin Kuramsal Çerçevesi: Norbert Wiener tarafından “canlılar ve makinelerde kontrol ve haberleşme” bilimi olarak tanımlanmıştır (Wiener, 1948). Sibernetik yaklaşım, bir sistemin davranışlarını açıklarken içsel niyet veya bilinçten ziyade, girdi-çıktı ilişkilerine odaklanır.

Geribesleme Yapıları: Sibernetiğin temel kavramı olan geribeslemeli sistemin çıktılarının yeniden girdi olarak kullanılması anlamına gelir. Yani yeni bilgiler ile girişin ve çıkışın düzenlenmesi olarak tanımlanabilir. Doğrusal olmayan ve doğrusal geribesleme olarak temelinde ikiye ayrılır. Bunlarda, negatif geribesleme ve pozitif geribesleme olarak ikiye ayrılır. Negatif geribesleme sistemi kararlı hale getirmeye çalışırken, pozitif geribeslemede sistemi osilasyonlu kararsız hale getirir. Pozitif geribesleme, değişimin hızlanmasına yol açar (Ashby, 1956). Bu her iki geribesleme türü biyolojik organizmalardan mühendislik sistemlerine kadar geniş bir alanda uygulanmakta ve kullanılmaktadır. Endüstride tek değişkenli ve çok değişkenli geribeslemeler vardır. Çok değişkenli geribeslemeler karmaşık sistemlerin doğası gereği kullanılır. Çünkü dinamik sistemin değişkenleri fazladır. Bunun en belirgin örneği ise, insanlardaki tansiyonun oluşmasında en az 100 den fazla değişken vardır.

Sistem ve Kararlılık Anlayışı: Sibernetikte amaç, sistemin kararlı ve amaca uygun biçimde çalışmasını sağlamaktır. Bu bağlamda homeostaz kavramı önemli bir yer tutar. Canlı organizmaların iç dengelerini

koruması veya endüstrideki otomatik kontrol sistemlerinin belirli bir değeri sabit tutması, sibernetik düşüncenin temel örneklerindendir (Ashby, 1956).

Sibernetik, 1940'lı yıllarda Norbert Wiener tarafından ortaya atılmıştır ve temel olarak canlılar ile makinelerde kontrol ve haberleşme süreçlerini inceleyen disiplinlerarası bilim dalıdır. Sibernetiğin merkezinde geribesleme (feedback) yapısı vardır. Geribesleme, bir sistemin çıktılarının, yeniden sisteme girdi olarak kullanılmasıyla sistemin kendini yeniden düzenlemesi dengelenmesi hedeflenir.

Sibernetik, biyoloji, mühendislik, psikoloji ve sosyoloji gibi alanlardan beslenir. Örneğin: Termostatlı ısıtma sistemleri, insan sinir sistemi ve organizmalardaki denge (homeostaz) mekanizmaları gibi alanlardan beslenir. Sibernetikte amaç, zeka üretmekten ziyade sistemin dengede kararlı (sıtabil) kalmasını ve hedefe uygun davranmasını sağlamaktır.

1. 2. Yapay Zeka

Yapay zeka kavramı, 1956 yılında John McCarthy ve çalışma arkadaşları tarafından düzenlenen Dartmouth Konferansı'nda ortaya atılmıştır (McCarthy et al., 1956). Yapay zekanın temel hedefi, insan benzeri bilişsel süreçlerin makineler tarafından gerçekleştirilmesini sağlamaktır., Yapay zekanın, öğrenme ve uyum iki ayırt edici özelliği, sistemlerin deneyim yoluyla öğrenebilmesi sonucunda zamanla performanslarını artırabilmesidir.

Yapay zeka, 1956 Dartmouth Konferansı ile bağımsız bir araştırma alanı hâline gelmiştir (McCarthy et al., 1956). Yapay zekanın temel amacı, insan benzeri zekanın süreçlerinin kontrol mekanizmasının makine davranışları üzerinde gerçekleştirilmesini sağlamaktır. Yani teorik olarak makinelerin insan benzeri düşünme, öğrenme, problem çözme ve karar verme yeteneklere sahip olmasını amaçlayan bilgisayar bilim dalıdır. İnsan beyninin yapay halini makinelere uygulamasını yapmaktır. Bu teorinin gerçekleştirilmesi için bazı yaklaşımlar var . Bunlar;

Sembolik ve bağlantıcı yaklaşımlar. Bunlar:

Yapay zeka tarihsel olarak iki ana yaklaşıma ayrılır:

1. Sembolik yapay zeka ise mantık, kurallar ve semboller üzerinden akıl yürütmeyi hedefler.
2. Bağlantıcı yaklaşımlar ise yapay sinir ağları ve öğrenme algoritmaları aracılığıyla insan beynini modellemeye çalışır (Nilsson, 1998). Özellikle günümüzde derin öğrenme yöntemin gelişmesi sonucu çalışmalar büyük bir ivme kazanmıştır (Haykin, 2009).

Yapay zekanın temel alt alanları şunlardır:

1. Makine öğrenmesi
2. Derin öğrenme
3. Doğal dil işleme
4. Bilgisayarlı görü.

Modern yapay zeka sistemleri; makine öğrenmesi, derin öğrenme, doğal dil işleme ve bilgisayarlı görü gibi alt bilim alanlarını kullanarak genellikle büyük veri kümeleri üzerinden istatistiksel modeller kullanarak öğrenme ve karar verme süreçlerini iyileştirir (Russell & Norvig, 2021).

Yapay zekanın, sibernetikten en büyük farkı öğrenme yeteneğidir. Modern yapay zeka sistemleri, deneyim ve veri yoluyla performanslarını artırabilirler. Bu özellik ancak yapay zekayı dinamik sisteme dönüştürür ve statik kontrol sistemlerinden ayıran en önemli özelliktir (Russell & Norvig, 2021). Yapay zeka sistemleri, veri kümeleri üzerinde çalışır ve istatistiksel ya da matematiksel modeller kullanarak öğrenme yeteneğini geliştirir. Güncel uygulama alanları ise, sesli asistanlar, otonom araçlar, öneri sistemleri ve tıbbi tanı uygulamaları, mühendislik uygulamalarının pek çok alanda kullanılmaktadır

Sibernetik biyolojik sistemlerde , “sistem nasıl kontrol edilir?” sorusuna cevap ararken; yapay zeka ise “makine sistemi için nasıl düşünür ve öğrenilir?” sorusuna odaklanır. Sibernetikteki geribesleme etkisiyle doğru davranış yeterliyken, yapay zekada ise davranışın akıllı olması beklenir. Sonuç olarak her iki sistemde doğru karar vermeye odaklanmıştır. Sibernetik, biyolojik sistem içi mekanizması ile hatayı düzeltir iken, yapay zeka aynı hatayı düzeltmeye bilir. Bazen her ikisinde hata yapabilir.

Metodoloji: Sibernetik, dinamik sistem matematiksel oran eşitliklerini kullanarak dinamik matematiksel modelleme sistem teorisine dayanır. Bu dinamik sistem değişkenleri anlık olarak değişebilir. Bu değişkenken hiç bir zaman sabit olmayabilir. Yapay zeka ise insanların geliştirmiş olduğu algoritmalar, olasılık teorisi ve istatistiksel öğrenme yöntemlerini yoğun biçimde kullanır. Bu nedenle önce veri elde edilir sonra sistem karar verir. Yani değişkenler dinamik değişken değildir. Kullanılan algoritmalarda dinamik sistem sistem değildir. Aralarındaki fark ise sibernetikte veriler dinamiktir, sistem dinamiktir, yapay zekada ise önce veri elde edilir sonra statik algoritmalar ile sonuç elde edilmeye çalışılır.

Disiplinlerarası Konum; sibernetik doğası gereği biyolojik sistem bilimimidir ve disiplinlerarasıdır. Bir canlının yapısında bulunan çok genel sistemlerin başlıcaları ise; hesaplama sistemi, mekanik sistem, görme sistemi, ses ve akustik sistemi, kimyasal sistem, pinomaktik nefes alma sistemi, sinir ağ sistemi, sensör sistemi, konuşma sistemi, hidrolik sistem ve diğer pek çok bağlayıcı alt sistemden oluşur. Yapay zeka ise bilgisayar bilimi merkezlidir; pek çok algoritması ise sibernetikten ödünç alınmış yapılardan oluşur. Ancak bilişsel bilim, nörobilim ve dilbilim ile güçlü bağlara sahiptir.

2. Sibernetik ve Yapay Zeka İlişkisi

Güncel olarak sibernetik bağımsız bir mühendislik alanıdır. Daha çok kavramsal ve teorik bir çerçeve olarak varlığını sürdürmektedir. Ancak kuantum hesaplayıcıların, yada kuantum bilgisayarların yaygın kullanılmasıyla yapay zekanın yerini alacaktır. Yapay zeka ise , endüstri, savunma, sağlık ve finans, otonom robotlar ve adaptif sistem uygulamalarında öne çıkmaktadır (Haykin, 2009).

Sibernetik ve yapay zeka arasındaki en temel fark, odak noktalarında ortaya çıkar. Sibernetik, sistemlerin nasıl kontrol edildiği ve dengede tutulduğu ile ilgilenirken; yapay zeka, akıllı davranışların nasıl üretilceğini araştırır (Nilsson, 1998).

Sibernetikte öğrenme zorunlu bir unsur değildir, geribesleme yoluyla düzenleme yeterlidir. Buna karşılık yapay zeka da ise öğrenme, özellikle modern yapay zeka yaklaşımlarında temel bir bileşen olarak kabul edilir. Ayrıca sibernetik daha çok teorik ve felsefi bir çerçeve sunarken, yapay zeka pratik uygulamalar ve teknolojik ürünler açısından daha görünür hâle gelmiştir.

Her iki bilimde sistem teorisinden beslenir ve insan davranışlarını modellemeye çalışır. Özellikle geri beslemeli öğrenme, yapay sinir ağları ve otonom sistemler gibi alanlarda sibernetik düşüncenin yapay zekaya önemli katkıları olmuştur (Haykin, 2009). Bu durum, iki bilim alanı birbirini dışlayan değil, tamamlayan bilim dalları olduğunu göstermektedir.

Tablo.1 Karşılaştırma

Sibernetik ve Yapay Zeka Arasındaki İlişkiler		
Karşılaştırma Kriteri	Sibernetik	Yapay Zeka
Odak noktası	Kontrol ve geri bildirim	Zekâ ve öğrenme
Tarihsel köken	1940'lar	1950'ler
Disiplin yapısı	Disiplinlerarası	Bilgisayar bilimi ağırlıklı
Temel amaç	Sistem dengesini sağlamak	Akıllı davranış üretmek
Öğrenme	Zorunlu değil	Temel bileşen
Sibernetik ve Yapay Zeka Ortak Noktaları		
Sistem teorisinden yararlanır		
İnsan davranışlarının modellemeye çalışır		
Otomasyon ve karar verme süreçlerine katkı sağlar		

Modern yapay zeka, geribeslemeli öğrenme yaklaşımını kullanır ve geribeslemeli öğrenme ise, sibernetik teosinin temellerinden oluşmaktadır. Güncel olarak ise; sibernetik daha çok teorik bir çerçeve düşünme modeli olarak varlığını sürdürürken, yapay zeka ise pratik uygulamalar ve ticari ürünler açısından ön plana çıkmaktadır. Uygulama alanları olarak ise robotik, otonom siber fiziksel sistemlerin karar verme uygulamaların da sıklıkla kullanılmaktadır. Güncel olarak yapay zeka çeşitleri ise; genel yapay zeka, mühendislik hesaplamaları için yapay zeka, resim ve müzik-medya için yapay zeka, hibrit yapay zeka ve kuantum yapay zeka uygulamaları olarak farklılaşmakta ve uzman yapay zeka çeşitleri oluşmaktadır.

Amaç ve Odak Farklılığı: Sibernetik, bir sistemin nasıl kontrol edildiği ve dengede tutulduğu ile ilgilenir; yapay zeka ise, sistemin nasıl akıllı davranış üretebileceğine odaklanır. Sibernetikte doğru sonuç yeterliyken, yapay zekada ise bu sonucun öğrenme ve akıl yürütme süreçleriyle elde edilmesi önemlidir.

Metodolojik Yaklaşım: Sibernetik, sistem teorisi ve matematiksel modelleme temellidir. Yapay zeka ise algoritmik, istatistiksel ve hesaplamalı yöntemleri yoğun biçimde kullanır. Bu durum, yapay zekayı uygulama odaklı bir bilim alanı hâline getirmiştir.

Disiplinlerarası Konum: Sibernetik disiplinlerarası bir bilim dalıdır. Yapay zeka ise bilgisayar bilimi merkezli bir bilimdir. Fakat bilişsel bilim, nörobilim ve dilbilim gibi alanlarla etkileşim içindedir.

Güncel Uygulamalar ve Etkileşim Alanları: Günümüzde sibernetik, daha çok teorik bir çerçeve ve düşünme modeli olarak varlığını sürdürürken; yapay zeka endüstriyel ve ticari uygulamalarda yaygın biçimde kullanılmaktadır. Genel kullanım alanlarına başlıca örnek olarak robotik, otonom sistemler ve adaptif kontrol sistemlerin de birlik kullanılır. (Haykin, 2009).

Ontolojik Varsayımlar: Sibernetikte zeka, sistem davranışının bir sonucu olarak ele alınır; ayrı bir ontolojik kategori olarak tanımlanmaz. Yapay zeka ise zihni modellenenebilir bir yapı olarak kabul eder ve bu modeli makinelere aktarmayı amaçlar.

Amaç ve İşlev: Sibernetik için başarı, sistemin hızlı bir şekilde dengeye gelerek dengeyi korumasıdır. Yapay zeka da ise, sistemin uyum sağlaması, öğrenmesi ve genelleme yapabilmesi başarı kabul edilir.

Zaman ve Değişim: Sibernetik sistemler genellikle sabit hedeflere yöneliktir. Yapay zeka sistemleri ise hedeflerini ve stratejilerini zaman içinde değiştirebilir.

3. Sibernetik ve Yapay Zeka Biliminin Epistemolojik ve Kuramsal Temelleri

Sibernetikte Bilgi ve Kontrol Anlayışı: Sibernetik sistemin veri toplama tekniği, sistemin çevresiyle kurduğu haberleşme ve geribesleme sistemi üzerinden alır. Bu veri, bilgiden ziyade fonksiyonellik açısından değerlendirilir. Bir bilginin istenilen “doğru” bilgi olması, sistemin hedefe ulaşmasına ne kadar katkı sağlamasıyla ölçülür (Wiener, 1948). Yani elde edilen bilgi sistemi istenilen hedefe ulaştırıyor ise bilginin doğru bilgi olduğu kabul edileir. Diğer durumlarda bilginin yanlış "bilgi " olduğu kabul edilir. Bu yaklaşım ise, klasik epistemolojideki özne-nesne ayrımını ikinci plana iter. Sibernetikte biliminde önemli olan, sistemin içsel niyetleri değil, sistemin son davranış durumudur.

Birinci ve İkinci Derece Sibernetik: Geleneksel (birinci derece) sibernetikte, gözlemci sistemin dışındadır, ikinci derece sibernetikte ise, gözlemcinin de sistemin bir parçası olduğunu kabul eder. Bu yaklaşımda, veri üretiminin nesnel değil, bağlamsal ve öz-dönüslü (içsel dönüş, içe dönüş) olduğunu ileri sürer (von Foerster, 1974). Bu fikir yaklaşımı, bilişsel bilim ve yapay zeka tartışmalarını da etkilemiştir.

Yapay Zekada Zihin ve Temsil Problemi: Yapay zekanın temel varsayımlarından biri ise, fikir (zihinsel) süreçlerin hesaplanabilir ve biçimsel olarak da temsil edilebilir olduğudur. Sembolik yapay zeka, zihni sembollerle çalışan sistem olarak tanımlanır iken; bağlantıcı yaklaşımlar, öğrenmenin dağıtık ve istatistiksel

yapısını vurgular (Nilsson, 1998). Bu durumda yapay zeka, “makine düşünebilir mi?” sorusunu epistemolojik bir problem olarak tanımlar ve Turing Testi de, bu soruya davranışsal bir ölçüt sunar (Turing, 1950).

Öğrenme, Veri ve Olasılık: Modern yapay zeka sistemleri, veriyi önceden tanımlanmış kurallar yerine veri üzerinden öğrenir. Bu durumda, bilgiyi kesin olarak ortaya çıkarır ve bilgiyi doğrular, olasılık çıkarımlar şeklinde ele alan bir epistemolojik yaklaşımı beraberinde getirir (Russell & Norvig, 2021). Bu yaklaşımda ise yapay zeka, klasik deterministik sistemlerden ayrılır. Sistem nedensel sisteme dönüşür.

4. Etik ve Toplumsal Boyut

Sibernetikte Etik: Sibernetik bilimi, sosyal sistemlere uygulandığı zaman, kontrol, güç ve düzenleme sorunlarını gündeme getirir. Toplamların aşırı kontrol edilmesi, bireysel özgürlükler açısından riskleri ortaya çıkarır (Wiener, 1950).

Yapay Zeka Etiği: Yapay zekada etik tartışmalar ise; algoritmik önyargı, şeffaflık, sorumluluk ve otonomi kavramları etrafında yoğunlaşır. Öğrenen sistemlerin kararlarından kimin sorumlu olduğu hukuksal olarak tanımlanmamış bir sorundur.

Güncel ve Gelecek Perspektiflerilerde ise, günümüzde otonom robotlar, siber-fiziksel sistemler ve insan-makine etkileşimi alanlarında sibernetik ve yapay zeka yaklaşımları giderek bütünleşmektedir. Özellikle adaptif kontrol sistemleri, her iki alanın kuramsal mimarisini bir araya getirmektedir (Haykin, 2009).

5. Sonuç Değerlendirme

Sibernetik ve yapay zeka bilimi, modern bilimsel düşüncenin iki yüzünü temsil etmektedir. Sibernetik, sistemlerin nasıl dengede tutulduğunu açıklarken; yapay zeka, ise bu sistemlerin nasıl öğrenebileceğini ve karar verebileceğini araştırır. Bu iki alanın birlikte ele alınması, yalnızca teknolojik değil, aynı zamanda epistemolojik ve felsefi açıdan da daha bütüncül bir anlayış sunmaktadır.

Yapay zeka ve sibernetik, insan düşüncesini, davranışını ve kontrol mekanizmalarını anlamaya ve modellemeye çalışan iki önemli bilim alanıdır. Her iki bilimde, geribesleme ve karar verme süreçleriyle ilişkili olmasına rağmen tarihsel kökenleri, amaçları ve yöntemleri bakımından belirgin farklılıklar gösterir. Her iki disiplin de sistem teorisi, geribesleme ve karar verme kavramlarını kavramlarını temel alır. Ancak amaçları, yöntemleri ve tarihsel gelişimleri açısından farklılık göstermektedir.

Yapay zeka ve sibernetik, insan zekası, davranışı ve kontrol mekanizmalarını modellemeye yönelik iki temel bilim alanıdır. Sibernetik bilimi ve yapay zeka, farklı amaçlarla ortaya çıkmış olsalar da modern bilim ve teknolojinin gelişiminde tamamlayıcı roller üstlenmektedir. Sibernetik, sistemlerin kontrol ve denge prensiplerini açıklarken; yapay zeka bu sistemlere öğrenme, uyum ve karar verme yetenekleri kazandırmaktadır. Bu iki alanın birlikte ele alınması, özellikle otonom ve akıllı sistemlerin geliştirilmesinde önemli katkılar sunmaktadır. Sibernetik ve yapay zeka, birbirini dışlayan değil, tamamlayan iki bilim dalıdır. Gelecekte, özellikle insan-makine etkileşimi, otonom sistemler ve insan benzeri robotların (cyber) uygulamasında bu iki yaklaşımın bütünleşmesi beklenmektedir.

Kaynakça

- Ashby, W. R. (1956). *An Introduction to Cybernetics*. London: Chapman & Hall.
- Haykin, S. (2009). *Neural Networks and Learning Machines*. Pearson
- McCarthy, J., Minsky, M., Rochester, N., & Shannon, C. (1956). *A Proposal for the Dartmouth Summer Research Project on Artificial Intelligence*.
- Nilsson, N. J. (1998). *Artificial Intelligence: A New Synthesis*. San Francisco: Morgan Kaufmann.
- Russell, S., & Norvig, P. (2021). *Artificial Intelligence: A Modern Approach* (4th ed.). Pearson
- Turing, A. M. (1950). *Computing Machinery and Intelligence*. Mind
- Wiener, N. (1948). *Cybernetics: Or Control and Communication in the Animal and the Machine*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Wiener, N. (1950). *The Human Use of Human Beings: Cybernetics and Society*. Boston: Houghton Mifflin.



15.09.2026

Sinapstan Sözdizimine: İnsan Dil İşlemenin Temelinde Yatan Nörofizyolojik Mekanizmalar

From Synapse To Syntax: Neurophysiological Mechanisms Underlying Human Language Processing

Dana ZAQZOUQ¹, Aydın HIM²

Geliş Tarihi (Received): 01.08.2026

Kabul Tarihi (Accepted): 02.08.2026

Yayın Tarihi (Published): 15.09.2026

Öz: ‘İnsan dili, mikro düzeydeki sinirsel etkinliği daha üst düzey dilsel yapılarla ilişkilendiren karmaşık nörofizyolojik etkileşimlerden ortaya çıkan son derece gelişmiş bir bilişsel işlevdir. Bu çalışma, nörolingüistik çerçevede disiplinlerarası bir yaklaşımla dil işlemenin nörobiyolojik temellerini incelemekte ve sinapstan sözdizimine uzanan süreci ele almaktadır. Çalışmada, sinaptik iletim ve glutamat ile GABA gibi nörotransmitterler aracılığıyla gerçekleşen nöronlar arası elektrokimyasal sinyalleşmenin, dilsel bilişin biyolojik temeli olduğu vurgulanmaktadır. Araştırma ayrıca, hemisferik lateralizasyonu ve dil için sol hemisfer uzmanlaşmasını inceleyerek, özellikle Broca ve Wernicke alanlarına ve bu bölgelerin arcuate fasciculus aracılığıyla bütünleşmesine odaklanmaktadır. Bunun yanında, fonolojik ve sözdizimsel işlemlemeyi destekleyen dorsal yollar ile anlamsal kavrayış ve anlam oluşturmaya sağlayan ventral yolları birbirinden ayıran çift akış (dual-stream) modeli değerlendirilmektedir. Çalışmada ayrıca anlamsal işleme, iki dilli bireylerde dil temsili, zihinsel sözlük (mental lexicon) ve yaşam boyu nöroplastisite konularına da özel önem verilmektedir. Tartışma bölümünde, Broca afazisi, Wernicke afazisi, iletim (kondüksiyon) afazisi, disleksi ve disgrafi gibi dil bozuklukları, dilin dağıtılmış sinir ağlarının klinik kanıtları olarak ele alınmaktadır. Sinirbilim, dilbilim ve bilişsel psikolojiyi bütünleştiren bu çalışma, dilin sürekli sinaptik ve kortikal etkileşimlerle şekillenen dinamik ve dağıtılmış bir sinirsel sistem olduğunu ileri sürmektedir. Sonuç olarak, biyolojik mekanizmaların insan iletişimi, bilişi ve sembolik ifade yetisini birlikte ortaya çıkardığı ve bunun da dilin örgütlenmesine ilişkin nörolingüistik anlayışı geliştirdiği savunulmaktadır. Bu kuramsal çerçeve, gelecekte gerçekleştirilecek ampirik araştırmalar için sağlam bir temel sunmaktadır.

Anahtar kelimeler: Dilbilimsel Sinirbilim, Sinirsel Esneklik, Dilsel İşleme.

&

Abstract: Human language is a highly sophisticated cognitive function emerging from complex neurophysiological interactions that link micro-level neural activity to higher-order linguistic structures. This paper examines the neurobiological foundations of language processing within an interdisciplinary neurolinguistic framework, tracing the pathway from synapse to syntax. It highlights electrochemical signaling between neurons, mediated by synaptic transmission and neurotransmitters such as glutamate and GABA, as the biological basis of linguistic cognition. The study further explores hemispheric lateralization and left-hemispheric specialization for language, focusing on Broca’s and Wernicke’s areas and their integration via the arcuate fasciculus. It also evaluates the dual-stream model, distinguishing dorsal pathways for phonological and syntactic processing from ventral pathways supporting semantic comprehension and meaning construction. Additional emphasis is placed on semantic processing, bilingual language representation, the mental lexicon, and neuroplasticity across the lifespan. The discussion considers language disorders, including Broca’s aphasia, Wernicke’s aphasia, conduction aphasia, dyslexia, and dysgraphia, as clinical evidence of distributed language networks. Integrating neuroscience, linguistics, and cognitive psychology, the paper argues that language is a dynamic, distributed neural system shaped by continuous synaptic and cortical interaction. It concludes that biological mechanisms collectively give rise to human communication, cognition, and symbolic expression, advancing neurolinguistic understanding of language organization. This framework provides a foundation for future empirical research.

Keywords: Neurolinguistics, Neuroplasticity, Language processing.

Atıf/Cite as Zaqzouq, D., & Him, A. (2026). *From Synapse to Syntax: Neurophysiological Mechanisms Underlying Human Language Processing*. BAİBÜİLEF-İG 2026: 3. Uluslararası İletişim Günleri Sempozyumu, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu, Türkiye.

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Öğr. Gör., Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, e-posta: danov_y@yahoo.com, ORCID: 0000-0002-0530-53942

² Prof. Dr., Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Fizyoloji AD., e-posta: aydinhim@ibu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3279-1524

Introduction

Language and the Brain

The field of the neurobiology of language has emerged relatively recently as a distinct area of inquiry, extending beyond traditional approaches in neuropsychology, cognitive neuroscience, and general brain-language research. It focuses on the biological mechanisms that support the representations and processes required for language production and comprehension within communicative contexts. As a branch of neuroscience, the neurobiology of language integrates knowledge from psychology and linguistics while emphasizing the anatomical, physiological, genetic, and neural network foundations of language. Furthermore, advances in this field are expected to contribute to biologically informed approaches for the assessment and treatment of speech and language disorders (Small et al., 2013).

Unlike cognitive neuroscience, which primarily relies on experimental psychological paradigms and functional brain measurements, the neurobiology of language places greater emphasis on cellular, molecular, and systems-level mechanisms underlying linguistic functions. This perspective also incorporates evolutionary principles, recognizing that the human brain evolved from earlier primate nervous systems and that comparative research involving non-human species can provide valuable insights into the biological origins of language (Bornkessel-Schlesewsky et al., 2015). Consequently, both cognitive neuroscience and neurobiology seek to explain language processes, although they approach the problem from different methodological and theoretical directions.

Recent methodological developments have significantly advanced understanding of language-related brain networks. High-resolution structural imaging has enabled detailed examination of gray matter morphology and white matter connectivity, allowing researchers to investigate the relationship between brain structure, functional activation, and language behaviour. These approaches have contributed to the reconstruction of neural pathways and the identification of language-processing circuits. In addition, direct recordings from cortical tissue in patients undergoing neurosurgical procedures have provided important evidence regarding the neural basis of language. Studies employing cortical stimulation, electrocorticography, and other biological techniques including genetic analysis, single-cell recording, pharmacological interventions, and molecular imaging continue to expand our understanding of the neural architecture underlying human language (Chang et al., 2010; Duffau, 2008; Flinker et al., 2015; Lenneberg et al., 1960; Ojemann et al., 1989). Neurolinguistics refers to the scientific investigation of the relationship between the human nervous system and language (Stavrakaki, 2005). More specifically, it examines the neural architectures and systems that underlie language acquisition, comprehension, and production. The central aim of the discipline is to explain the biological foundations of speech and language and to specify the mechanisms through which linguistic processes are implemented in the brain (Nuessel, 2012).

The scope of neurolinguistics is broad and includes the study of language and speech impairments, both developmental and acquired aphasia in adults and children, as well as disorders of reading and writing. It also addresses hemispheric lateralization and the functional specialization of neural systems involved in language and speech processing (Alduais et al., 2023; Stavrakaki, 2005). Within this framework, neurolinguistic research seeks to construct explanatory models of how language is represented in neural tissue, how it is produced, and how the brain coordinates complex behaviors such as speaking, listening, reading, and writing (Goodglass, 1998).

Neurophysiological Foundations of Language

Neurons and Synaptic Transmission

Neuronal communication occurs at specialized junctions known as synapses, where signalling is mediated through the release of neurotransmitter molecules that function as chemical messengers (Südhof, 2013). When an action potential reaches the presynaptic terminal, it triggers an influx of calcium ions, which in turn initiates the fusion of neurotransmitter-containing synaptic vesicles with the presynaptic membrane. This process results in the rapid release of neurotransmitters into the synaptic cleft, enabling signal transmission to the postsynaptic neuron. Remarkably, synaptic vesicle fusion operates with extremely high temporal precision, with both the initiation and completion of fusion occurring on a sub-millisecond timescale (KATZ & MILEDI, 1965; Südhof, 2013).

The propagation of electrical signals along the axon prior to synaptic transmission, as well as the postsynaptic response to chemical signalling, has been modelled through theoretical frameworks that bridge macroscopic electrophysiological behaviour with underlying molecular mechanisms (Destexhe et al., 1994; Hodgkin & Huxley, 1952). These models provide a mechanistic account of how ionic currents generate action potentials and how neuronal membranes integrate synaptic inputs, thereby supporting coherent signal transmission across neural circuits.

Together, presynaptic and postsynaptic processes form a continuous electrochemical system that enables fast and reliable communication between neurons. This system constitutes the fundamental biophysical substrate upon which higher-order cognitive and linguistic functions are constructed.

Transmitters are synthesized in presynaptic nerve terminals and stored in synaptic vesicles. Transmitter release is evoked by presynaptic action potentials (APs), which activate influx of Ca^{2+} into terminals and trigger a Ca^{2+} -dependent exocytosis of transmitter from synaptic vesicles into the synaptic cleft. Once released, neurotransmitters activate specific receptor-gated channels in the postsynaptic cell and elicit a transient, 1–2 m/sec change in the membrane permeability to cations or anions. The excitatory postsynaptic potentials (EPSPs) at the skeletal neuromuscular junction are called end-plate potentials (EPPs). EPPs are always large enough to depolarize the muscle membrane to threshold level and to trigger muscle AP. EPSPs generated at any single neuronal synapse are too small to depolarize the postsynaptic neuron to threshold. Synaptic signals converging onto a neuron are normally integrated through summation of EPSPs and inhibitory postsynaptic potential (IPSPs), and AP is triggered only when the resultant membrane potential reaches or exceeds the threshold for AP. Many drugs, toxins, or diseases impact the efficacy of synaptic transmission by interfering either with the process of transmitter release or with transmitter-receptor interactions and transduction of a chemical signal into a voltage change in the postsynaptic cell. (Meriney & Fanselow, 2019)

Neurotransmitters and Language Processing

Communication within the central nervous system relies predominantly on the release of specialized chemical messengers at synaptic sites, collectively referred to as neurotransmitters. Among these, γ -aminobutyric acid (GABA), glutamate, and acetylcholine constitute the principal transmitters, each contributing distinct functional roles within neural circuits. GABAergic neurons serve as the primary inhibitory components of the brain and represent the dominant class of local circuit interneurons, although they also function as projection neurons in specific pathways. In contrast, glutamatergic neurons act as the main excitatory projection system, particularly prominent within the cerebral cortex, thalamus, and retina. Acetylcholine-containing neurons are generally excitatory and are distributed across ascending brainstem and basal forebrain systems, as well as in cranial and spinal motor neurons and autonomic pathways of the sympathetic and parasympathetic nervous systems. (MOORE, 1993)

In addition to these core systems, catecholaminergic transmitters such as dopamine and norepinephrine play crucial modulatory roles across multiple brain regions. Dopaminergic neurons originate primarily in the midbrain and project to structures including the neostriatum, basal forebrain, and cerebral cortex, as well as hypothalamic projections targeting the median eminence and pituitary. These pathways are characterized by a high degree of topographical organization. Noradrenergic systems exhibit broader distribution patterns, with the locus coeruleus projecting extensively to the thalamus, cerebral cortex, and cerebellum, while lateral tegmental neurons innervate basal forebrain, hypothalamic, brainstem, and spinal cord regions. Serotonergic neurons arising from brainstem raphe nuclei provide widespread modulatory input across the neuraxis. Midbrain raphe projections primarily target the diencephalon and telencephalon, whereas pontine and medullary raphe systems project to brainstem and spinal cord structures. Additional neurotransmitter systems, including glycinergic and histaminergic neurons, constitute smaller but functionally significant components of the broader neurochemical network. (MOORE, 1993)

Glutamate is the primary excitatory neurotransmitter within the central nervous system and plays a fundamental role in higher cognitive functions, including learning, memory, and attention (Traynelis et al., 2010). Although the specific contribution of glutamatergic neurotransmission to language processing remains incompletely understood, growing evidence suggests that it is critically involved in the neural mechanisms underlying linguistic comprehension and production. Progress in this area has been limited by the absence of suitable animal models, given that complex language is a uniquely human capacity. Nevertheless, current findings indicate that the regulation of glutamate signalling is essential for the efficient access, interpretation, and generation of linguistic information. (Li et al., 2020)

The involvement of glutamate is particularly relevant within distributed models of language processing. Quillian's spreading activation theory proposes that semantic memory operates through the propagation of activation across interconnected conceptual nodes, enabling the retrieval of relevant lexical and semantic information (Collins & Loftus, 1975; Quillian, 1967). Similarly, theories of automatic spreading activation suggest that exposure to a word or concept can facilitate the activation of semantically related representations throughout a distributed network. For example, the concept (sour) may automatically activate related concepts such as (lemon), a phenomenon supported by evidence from N400 semantic priming studies (Kiefer, 2002).

Although these theoretical models do not explicitly identify the neurochemical mechanisms underlying semantic activation, glutamate represents the most plausible biological substrate for such processes. As the dominant excitatory neurotransmitter in the cerebral cortex, glutamate is ideally positioned to mediate the propagation of neural activation across large-scale semantic networks, thereby supporting the dynamic processing of meaning during language comprehension and production.

The capacity of the human brain to adapt behaviour in response to experience depends on a dynamic balance between neural excitation and inhibition (Tatti et al., 2017). Disruptions in this balance have been implicated in numerous neuropsychiatric conditions, including autism spectrum disorder and schizophrenia (Horder et al., 2018; Reddy-Thootkur et al., 2022). Central to this regulatory system are the neurotransmitters glutamate and gamma-aminobutyric acid (GABA), which serve as the primary excitatory and inhibitory neurotransmitters of the central nervous system, respectively. The interaction between glutamatergic excitation and GABAergic inhibition is essential for maintaining efficient neural processing, cognitive performance, and behavioural regulation (Bojesen et al., 2021; Duncan et al., 2014; Heaney & Kinney, 2016). GABAergic neurotransmission has been shown to play a critical role in a range of cognitive functions, including attention, sensory processing, learning, and memory (Duncan et al., 2014; Heaney & Kinney, 2016; J. Y. Jung et al., 2022). In addition, GABA contributes to synaptic plasticity by regulating excitatory neuronal activity and influencing mechanisms of long-term potentiation (LTP) and long-term depression (LTD), both of which are fundamental for learning and neural adaptation (Isaacson & Scanziani, 2011; Schmidt-Wilcke et al., 2018; Wolff et al., 1993). Variations in cortical GABA concentrations have also been associated with

individual differences in cognitive performance, including motor control, sensory discrimination, working memory capacity, and learning efficiency(Boy et al., 2010; Kolasinski et al., 2017; Porges et al., 2017; Puts et al., 2011; Stagg et al., 2011; Yoon et al., 2016).

Although the specific contribution of GABA to language processing remains less clearly defined than that of glutamate, its role in regulating neural plasticity and semantic memory suggests an important contribution to linguistic cognition. By modulating cortical excitability and facilitating adaptive changes within neural networks, GABAergic inhibition may support the stability and efficiency of language-related processes, including semantic representation, lexical access, and language learning. Consequently, understanding GABAergic mechanisms is essential for elucidating the neurochemical foundations of higher cognitive functions and their relationship to language and neuroplasticity.(J. Jung et al., 2025).

Communication between neural networks depends on the coordinated transmission of information across distributed brain regions through excitatory and inhibitory signalling. Glutamatergic neurotransmission promotes the propagation of neural activity between interconnected cortical areas, whereas GABAergic mechanisms regulate the timing, strength, and selectivity of this activity, preventing excessive excitation and maintaining network stability (Duncan et al., 2014; Heaney & Kinney, 2016). The dynamic balance between these neurotransmitter systems enables functional connectivity among large-scale neural networks responsible for cognition, memory, attention, and language processing (Bojesen et al., 2021; Tatti et al., 2017). At the systems level, communication between brain regions is supported by synchronized patterns of neural activity that allow information to be integrated across specialized cortical and subcortical structures. Excitatory glutamatergic pathways facilitate the transmission of signals within these networks, while inhibitory GABAergic circuits coordinate neural oscillations and regulate information flow, ensuring efficient processing and preventing interference between competing neural representations (Isaacson & Scanziani, 2011). This interaction is particularly important for language, which relies on the continuous exchange of information among distributed networks involved in phonological processing, semantic representation, lexical retrieval, and syntactic computation. Consequently, effective communication between neural networks emerges from the complementary actions of excitatory and inhibitory neurotransmission, providing the neurophysiological basis for complex linguistic and cognitive functions.

Neural Plasticity in Learning and language adaptation

Neuroplasticity constitutes a fundamental mechanism underlying language learning and adaptation, enabling the brain to modify its structure and function in response to experience and environmental demands(Klibi, 2020). Language learning is a complex cognitive process that shares characteristics with other highly developed skills, such as musical performance and athletic training, requiring the integration of multiple cognitive systems and information-processing mechanisms (Chun & Frodesen, 2014). The acquisition of language typically progresses from effortful, controlled processing to increasingly automatic performance through repeated practice. Furthermore, the frequency and quality of linguistic input influence the development of phonological, grammatical, and syntactic knowledge, contributing to patterns such as the acquisition order of morphemes(N. C. Ellis, 2002). The complexity of language learning is further shaped by social, cultural, historical, and environmental influences, highlighting its multifaceted nature(Fäcke, 2014).

Language functions are supported by specialized yet interconnected neural systems distributed across both cerebral hemispheres. While the left hemisphere is predominantly associated with grammar, syntax, speech production, writing, and processing information from the right visual field, the right hemisphere contributes to prosody, spatial cognition, emotional aspects of language, and processing information from the left visual field (VOVK et al., 2022). Although lexical and grammatical functions are generally lateralized to the left hemisphere, the right hemisphere plays a crucial role in interpreting emotional and contextual aspects of communication(Dackow, 2005). Among the most extensively studied language-related structures are Broca's area in the left frontal lobe and Wernicke's area in the superior temporal lobe. These regions are primarily

involved in language production and comprehension, respectively, and are interconnected through the arcuate fasciculus, a major white-matter pathway that facilitates communication between frontal and temporal language networks(Hong et al., 2017). Efficient interaction among these regions is essential for vocabulary acquisition, language processing, and the maintenance of linguistic competence(Klibi, 2020).

The relationship between neuroplasticity and language acquisition is particularly evident in developmental research. The Critical Period Hypothesis proposes that neural systems supporting language learning exhibit heightened plasticity during childhood, allowing for more efficient acquisition of grammatical structures and native-like linguistic competence(Nikolov & Djigunović, 2006). Although vocabulary learning can continue throughout adulthood, grammatical learning appears to be most effective before approximately ten years of age(Iversen et al., 2008). This distinction may reflect differences between declarative memory systems, which support explicit vocabulary learning, and implicit learning mechanisms involved in grammatical acquisition(Garside, 2019). Nevertheless, contemporary neuroscience has demonstrated that neuroplasticity extends throughout the lifespan, contradicting earlier assumptions that meaningful neural reorganization was restricted to childhood(Uden, 2023). Consequently, adults retain the capacity to acquire new languages through experience-dependent modifications of neural circuits(Klibi, 2020).

A central mechanism underlying neuroplasticity is synaptic plasticity, which refers to activity-dependent changes in the strength and efficiency of synaptic connections between neurons (Dackow, 2005; Iversen et al., 2008). Synapses serve as the primary sites of neural communication and are essential for encoding, storing, and retrieving linguistic information (Iversen et al., 2008; Klibi, 2020). During synaptic transmission, neurotransmitters such as acetylcholine, serotonin, GABA, and dopamine regulate communication between neurons and contribute to the formation and reorganization of neural networks involved in learning and memory(Friedman et al., 2026; Klibi, 2020). These neurochemical systems influence both the strengthening of existing neural pathways and the establishment of new connections, thereby facilitating language acquisition and adaptation. Variations in neurotransmitter activity can significantly affect cognitive performance; for example, excessive or insufficient dopaminergic activity may impair attention, motivation, and learning efficiency(Sapolsky, 2017).

The effectiveness of language learning depends largely on repeated, purposeful practice that continuously engages language-related neural systems. Sustained cognitive training promotes structural and functional changes within the brain, strengthening the neural substrates that support linguistic performance(Klibi, 2020). Empirical evidence has demonstrated associations between increased gray matter density and higher levels of foreign-language proficiency, suggesting that intensive language experience can induce measurable neuroanatomical adaptations(M. Stein et al., 2012). Taken together, these findings indicate that neuroplasticity provides the biological foundation for language learning and adaptation by enabling the continuous reorganization of neural networks in response to linguistic experience.

Brain Organization for Language

Hemispheric Lateralization

Hemispheric lateralization refers to the functional specialization of the cerebral hemispheres, a characteristic that enhances neural efficiency by minimizing redundant information processing and reducing cognitive competition between brain regions(Corballis, 2017; Güntürkün et al., 2020; Rogers, 2021). As one of the most sophisticated cognitive capacities of the human brain, language has become a central focus of lateralization research.

One of the most extensively studied factors related to language lateralization is handedness. Hand preference is influenced by both genetic and environmental factors and has long been proposed to share a relationship with language dominance(Annett, 1967, 1972; Corballis, 1997; S. J. Ellis et al., 1998; Finch, 1941). Annett's Right-Shift Theory suggests that a dominant genetic factor promotes left-hemispheric specialization

for language and contributes to the predominance of right-handedness in humans (Annett, 1972, 1998; Annett & Alexander, 1996). According to this model, approximately 80% of individuals possess a genetic predisposition toward left-hemisphere language dominance, whereas the remaining proportion demonstrates greater variability in both handedness and cerebral organization. Evidence from anatomical and functional neuroimaging studies, including functional magnetic resonance imaging (fMRI) and transcranial Doppler investigations, has provided partial support for this hypothesis by demonstrating associations between language lateralization and hemispheric asymmetries (Foundas et al., 1998; Knecht, Dräger, et al., 2000; Szaflarski et al., 2002)

A substantial body of evidence indicates that language functions are predominantly localized within the left hemisphere. Findings from lesion studies, presurgical evaluations of epilepsy patients, positron emission tomography (PET), transcranial Doppler ultrasonography, and fMRI investigations consistently demonstrate left-hemispheric dominance for language in most healthy individuals (Borod et al., 1985; Knecht, Dräger, et al., 2000; Knecht et al., 2003; Pujol et al., 1999; Rasmussen & Milner, 1977; Springer et al., 1999; Szaflarski et al., 2002; Tzourio et al., 1998).

Approximately 95% of right-handed individuals exhibit left-hemisphere language dominance, whereas atypical patterns of lateralization, including bilateral or right-hemisphere dominance, are more frequently observed among left-handed individuals, occurring in roughly 20–27% of cases (Knecht, Deppe, et al., 2000; Knecht, Dräger, et al., 2000; Pujol et al., 1999; Springer et al., 1999; Szaflarski et al., 2002). Nevertheless, the nondominant hemisphere also contributes to language processing, although the extent of its involvement varies across individuals (Knecht et al., 2003; Knecht et al., 2000a, 2000b; Tzourio-Mazoyer et al., 2004; Tzourio et al., 1998). Current evidence further suggests that language lateralization may be influenced by additional factors, including age and family history of handedness, although the developmental trajectory of these effects remains incompletely understood (Brown et al., 2005; Holland et al., 2001; Schlaggar et al., 2002; Springer et al., 1999; Szaflarski et al., 2002)

Classical Language Areas

Human language processing depends on the coordinated activity of multiple neural systems that collectively support the construction and interpretation of linguistic meaning. A central objective of the neurobiology of language is to identify the neural substrates responsible for specific linguistic functions and to determine how these functions are organized within the brain. Although language processing involves a distributed network of cortical and subcortical regions, contemporary neurolinguistic models continue to emphasize the importance of two principal left-hemispheric language centres: Broca's area and Wernicke's area (Price, 2012). These regions have long served as the foundation for understanding the neural architecture of language and remain among the most extensively investigated structures in cognitive neuroscience.

The classical localization model does not imply that language functions are confined exclusively to these cortical areas. Research has demonstrated that numerous subcortical structures contribute to lexical retrieval, phonological processing, syntactic computation, and semantic interpretation (Duff & Brown-Schmidt, 2017; Duffau et al., 2014; Tiedt et al., 2017). Furthermore, right-hemispheric regions participate in important aspects of language processing, particularly those related to contextual interpretation, discourse integration, and prosodic information (Silbert et al., 2014). Linguistic processing also interacts with broader cognitive systems, including those involved in numerical reasoning, spatial cognition, and executive control, illustrating the complex relationship between language and other cognitive domains (De Bruin et al., 2014; Hauser et al., 2002).

Despite the growing recognition of distributed language networks, Broca's and Wernicke's areas remain the core components of the classical language system. Extensive clinical, neuroimaging, and neuropsychological evidence has consistently demonstrated their crucial role in language production and comprehension.

Consequently, these regions continue to provide a fundamental framework for investigating the neural mechanisms that support human linguistic abilities and for understanding how language is organized within the brain (Price, 2012).

Broca's area

Functional neuroimaging research has demonstrated that Broca's region, particularly Brodmann areas 44 and 45 within the inferior frontal gyrus (IFG), exhibits functionally differentiated roles in language processing (Bookheimer, 2002). While the IFG is often activated bilaterally, a consistent left-hemispheric dominance emerges during tasks involving lexical retrieval such as naming, phonological judgment, semantic evaluation, and syntactic processing (Amunts et al., 2004; Ben-Shachar et al., 2003; Friederici et al., 2003; Heim et al., 2003; Salmelin et al., 1994; Thierry et al., 1999; Thompson-Schill et al., 1997). This pattern indicates that Broca's area is not limited to speech production alone but is also engaged in higher-order linguistic computations, including the processing of grammatical structures and sound-based representations.

Evidence further suggests that Broca's region is involved in both the perceptual and productive aspects of language. It is activated during the acquisition of grammatical rules, discrimination of speech sounds, word production, temporal estimation, and rhythmic reproduction (Bookheimer, 2002). This broad functional profile indicates that Broca's area operates as an interface between perception and action systems in the brain, integrating auditory and motor information during language processing. This integrative role has led to the proposal that its functional contribution may extend beyond linguistic domains to include nonverbal cognitive functions that rely on similar perception-action coupling mechanisms.

From a network perspective, Broca's area is embedded within distributed frontotemporal systems that support distinct components of language processing. Segmental, lexical, and syntactic information are primarily processed within left-hemispheric networks involving the inferior frontal gyrus, temporo-parietal regions, and superior temporal cortex (Friederici & Alter, 2004). In contrast, prosodic and intonational features are predominantly supported by right hemispheric temporofrontal circuits, including the frontal operculum and superior temporal gyrus (Friederici & Alter, 2004; Meyer et al., 2002; Mitchell et al., 2003). However, this hemispheric specialization is not absolute; interhemispheric communication via the corpus callosum allows modulation of right- and left-lateralized processes depending on task demands. Consequently, the functional role of Broca's region emerges from dynamic interactions within a broader language network rather than from isolated modular computation.

Wernicke's area

Wernicke's area is typically localized in the left cerebral hemisphere, predominantly within the posterior portion of the superior temporal gyrus (STG), with extensions into the supramarginal gyrus and angular gyrus of the parietal lobe. Although its precise anatomical boundaries may vary across individuals, it is consistently associated with the posterior temporal region of the dominant hemisphere for language in most people (Hickok & Poeppel, 2007).

This cortical region is critically involved in language comprehension and represents one of the fundamental nodes in the neural system supporting linguistic understanding. It was first systematically described by Carl Wernicke in the late nineteenth century, who identified its role in receptive aphasia. Based on clinical observations of patients with preserved speech production but severely impaired comprehension, Wernicke demonstrated that lesions in the left posterior temporal region result in profound deficits in understanding spoken language. These findings established a direct relationship between localized brain damage and specific language impairments and provided early evidence for the neuroanatomical organization of language functions (Saura et al., 2008; Wernicke, 1969).

Arcuate fasciculus

The arcuate fasciculus is a major white matter tract that links Wernicke's area in the posterior superior temporal region with Broca's area in the inferior frontal gyrus. It constitutes a critical component of the language network by enabling the transfer of linguistic information between temporal regions involved in comprehension and frontal regions responsible for speech production. Through this connection, auditory linguistic input can be transformed into organized motor output, thereby supporting the integration of perception and articulation within spoken language processing. (Wani, 2024)

Disruption of this pathway is classically associated with conduction aphasia, a condition in which patients typically exhibit relatively preserved language comprehension and fluent speech production but demonstrate marked impairment in the ability to repeat spoken material (Glasser & Rilling, 2008). This clinical profile highlights the functional importance of the arcuate fasciculus in mediating phonological processing and maintaining accurate transmission of verbal information between posterior and anterior language areas.

Neural Pathways and Linguistic Processing

The Dual-Stream Model

The architectural organization of human speech processing is robustly characterized by the dual-stream model formulated by Hickok (Hickok & Buchsbaum, 2003; Hickok & Poeppel, 2007). According to this framework, early stages of speech perception are mediated bilaterally within the superior temporal gyrus, where spectrotemporal and phonological analysis occurs. Following this initial acoustic breakdown, the processing architecture bifurcates into two anatomically and functionally distinct streams: a ventral pathway and a dorsal pathway. The ventral stream, structurally extending along the superior and middle temporal gyri toward the anterior temporal lobe, acts as a "form-to-meaning" pathway. This system is fundamentally organized bilaterally albeit with minor hemispheric computational variations and is responsible for mapping acoustic speech representations onto lexical, conceptual, and semantic networks to facilitate comprehension. (Hickok & Poeppel, 2007)

Conversely, the dorsal stream operates as a highly lateralized, left-dominant "form-to-articulation" network that mediates essential sensorimotor integration. Extending dorsally from the parietal-temporal junction into posterior frontal structures, including Broca's area and the premotor cortex, this pathway is responsible for translating acoustic-based representations of speech into the corresponding articulatory motor programs required for speech production. Rather than executing simple feedforward commands, contemporary updates to the model highlight the dorsal stream's role as an active sensory-motor feedback control mechanism operating over both auditory and somatosensory domains. By segregating receptive comprehension (ventral) from expressive motor planning (dorsal), the dual-stream framework successfully explains distinct aphasic dissociation patterns that classical localized models fail to accommodate. (Hickok & Poeppel, 2007)

Language Disorders

Broca's aphasia

Broca's area is in the inferior frontal gyrus of the dominant cerebral hemisphere and corresponds primarily to Brodmann areas 44 and 45. Language functions are strongly lateralized to the left hemisphere in approximately 96% to 99% of right-handed individuals and in about 60% of left-handed individuals. This region is interconnected with multiple neural systems, including the frontal lobe, basal ganglia, cerebellum, and contralateral hemisphere, forming part of a broader network that supports language production and cognitive control. (Watari et al., 2014)

Lesions affecting Broca's area typically disrupt the relationship between conceptual intention and linguistic expression. Individuals with damage to this region often retain awareness of what they intend to communicate but experience significant difficulty in translating thoughts into coherent verbal output. This impairment reflects a breakdown in the ability to organize phonological and syntactic elements into structured speech, resulting in reduced fluency and effortful articulation. The functional role of Broca's area is therefore closely associated with the sequential organization of speech sounds into words and words into syntactic structures, enabling coherent language production.(Friedrich et al., 2019; Grossman & Irwin, 2018) Broca's aphasia, first described by Pierre Paul Broca in 1861, refers to a language disorder characterized primarily by expressive deficits. A milder form of this condition is often termed dysphasia. It is important to distinguish aphasia from dysarthria: while aphasia reflects a disturbance in symbolic language processing at the cortical level, dysarthria results from motor impairment affecting the muscles of speech, leading to slurred articulation but typically preserving linguistic comprehension and fluency. The presence of aphasia is generally indicative of dysfunction within the dominant cerebral hemisphere and represents a cortical-level disruption of language processing systems(Friedrich et al., 2019; Ripamonti et al., 2018; Watari et al., 2014).

Wernicke's aphasia

Wernicke's aphasia is classified as a fluent aphasia characterized by severely impaired auditory-verbal comprehension, while speech production remains relatively fluent with preserved rate, prosody, and grammatical structure. Despite this fluency, speech output is often marked by semantic and phonemic paraphasias, neologisms, and jargonetic speech, resulting in reduced meaningful content. Additional impairments typically include deficits in naming, repetition, reading, and writing, which frequently parallel spoken-language dysfunction. A key clinical feature is the lack of awareness of these deficits (anosognosia), whereby individuals are often unable to recognize errors in their own speech(Devaraj et al., 2018; Grossman & Irwin, 2018; Javed & Wroten, 2018).

The lesion underlying Wernicke's aphasia is most located in the posterior superior temporal gyrus of the dominant hemisphere and is frequently associated with ischemic stroke affecting the inferior division of the middle cerebral artery. In more severe cases, extension of damage into adjacent temporal and parietal regions, including the middle and inferior temporal gyri or the inferior parietal lobule, is associated with poorer functional recovery. Clinical assessment typically involves evaluation of spontaneous speech, comprehension of single- and multi-step commands, naming ability, repetition, reading, and writing. Standardized diagnostic instruments, such as the Boston Diagnostic Aphasia Examination, along with neuroimaging techniques, are used to confirm diagnosis and exclude alternative conditions such as delirium or neurodegenerative disorders. Recovery is most pronounced within the first two to six months following stroke, with outcomes influenced by lesion extent, patient age, and the integrity of contralateral language-supporting networks.(Manickam et al., 2018)

The classical model of aphasia, developed by Carl Wernicke and Ludwig Lichtheim in the nineteenth century and later refined by Norman Geschwind in the 1960s, provides the foundational framework for understanding Wernicke's aphasia and its neuroanatomical correlates. Within this model, language processing is localized primarily to the dominant (typically left) perisylvian region. Auditory language input is initially processed in the primary auditory cortex (Heschl's gyrus) and subsequently transmitted to Wernicke's area in the posterior superior temporal gyrus for comprehension. Written language information is conveyed from the primary visual cortex in the occipital lobe to the angular gyrus and then relayed to Wernicke's area. This distributed pathway architecture underlies the integration of auditory and visual language inputs within the broader language network and explains the pattern of impairments observed in Wernicke's aphasia(Fridriksson et al., 2018).

Developmental Dyslexia

Developmental dyslexia is defined as an unexpected difficulty in acquiring reading skills in individuals who otherwise demonstrate adequate intelligence, motivation, and educational opportunity for fluent and accurate reading. It represents the most prevalent and extensively investigated form of learning disability, accounting for approximately 80% of identified cases of learning disorders. While earlier accounts of dyslexia were marked by conceptual and diagnostic ambiguity, advances in epidemiology, neurobiology, genetics, and cognitive science have enabled its interpretation within a more systematic medical framework.(Shaywitz, 2020)

Reading, understood as the process of deriving meaning from written symbols, depends on the integration of both visual perceptual (Willows et al., 2012)and linguistic systems(Shankweiler & et al, 1979). Accordingly, multiple explanatory models of dyslexia have been proposed, including accounts emphasizing deficits in visual processing, language-related mechanisms, and temporal processing across cognitive systems(J. Stein & Walsh, 1997; Tallal & Stark, 1982). Despite this diversity of perspectives, contemporary research converges on the view that the core impairment in dyslexia arises from a disruption within a specific component of the language system, namely the phonological module responsible for processing speech sounds.

According to the phonological-deficit hypothesis, individuals with dyslexia experience difficulty in developing awareness that spoken and written words can be decomposed into smaller phonemic units. This impairment affects the ability to map graphemes onto corresponding phonological representations, thereby weakening the fundamental correspondence between letters and speech sounds that underlies fluent reading acquisition. (Shaywitz, 2020)

Conclusion

The neurobiology of language operates as a sophisticated, multi-tiered hierarchy where micro-level electrochemical signalling directly shapes higher-order symbolic expression and syntactic computation. As demonstrated throughout this review, linguistic cognition is fundamentally rooted in the dynamic balance of neurotransmitter systems. Glutamatergic pathways drive the fast propagation of information across distributed semantic networks, while GABAergic circuits provide the requisite inhibition to modulate network stability, tune neural oscillations, and prevent cognitive interference. This delicate neurochemical equilibrium forms the essential biophysical substrate enabling seamless lexical access, comprehension, and phonetic execution.

At the macrostructural level, human language resists rigid compartmentalization, relying instead on a distributed yet highly organized network. While classical models rightfully emphasize the left-hemispheric lateralization of Broca's and Wernicke's areas, contemporary neurolinguistics refines this view through structural frameworks like the dual-stream model. By segregating language into a bilateral ventral stream for semantic comprehension and a left-dominant dorsal stream for sensorimotor, form-to-articulation mapping, the brain successfully decouples receptive understanding from expressive planning. These structural pathways are not static; rather, they exhibit continuous, experience-dependent neuroplasticity across the human lifespan. The capacity for cortical reorganization manifested in structural adaptations such as altered gray matter density following intensive language training undermines historical assumptions that meaningful neural modulation is confined to a childhood critical period.

Clinical pathologies offer profound empirical confirmation of these distributed neural architectures. The stark dissociations observed in Broca's expressive aphasia, Wernicke's receptive aphasia, and conduction aphasia underscore the specialized yet interconnected roles of cortical nodes and white-matter pathways

like the arcuate fasciculus. Similarly, the phonological deficits characteristic of developmental dyslexia illustrate how localized disruptions in mapping visual graphemes to language-specific phonemic units can impede an otherwise intact cognitive system.

In conclusion, language is neither a localized module nor an abstract cognitive construct; it is a dynamic, distributed neural system forged by continuous synaptic and cortical interactions. Future empirical research must continue to bridge the gap between cellular molecular mechanisms and systemic macrostructural models. Advancing our cross-disciplinary understanding of these neurophysiological networks will not only deepen our grasp of human evolution and cognitive architecture but will also catalyse the development of more precise, biologically informed therapeutic interventions for speech, language, and reading disorders.

References

- Alduais, A., Alduais, A., Amidfar, M., & Alizadeh Incheh, S. (2023). Neurolinguistics: A scientometric review. *Cogent Arts & Humanities*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311983.2023.2197341>
- Amunts, K., Weiss, P. H., Mohlberg, H., Pieperhoff, P., Eickhoff, S., Gurd, J. M., Marshall, J. C., Shah, N. J., Fink, G. R., & Zilles, K. (2004). Analysis of neural mechanisms underlying verbal fluency in cytoarchitectonically defined stereotaxic space: The roles of Brodmann areas 44 and 45. *NeuroImage*, 22(1), 42–56. <https://doi.org/10.1016/j.neuroimage.2003.12.031>
- Annett, M. (1967). The binomial distribution of right, mixed and left handedness. *The Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 19(4), 327–333. <https://doi.org/10.1080/14640746708400109>
- Annett, M. (1972). The distribution of manual asymmetry. *British Journal of Psychology*, 63(3), 343–358. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8295.1972.tb01282.x>
- Annett, M. (1998). Handedness and cerebral dominance: The right shift theory. *Journal of Neuropsychiatry and Clinical Neurosciences*, 10(4), 459–469. <https://doi.org/10.1176/jnp.10.4.459>
- Annett, M., & Alexander, M. P. (1996). Atypical cerebral dominance: Predictions and tests of the right shift theory. *Neuropsychologia*, 34(12), 1215–1227. [https://doi.org/10.1016/0028-3932\(96\)00048-6](https://doi.org/10.1016/0028-3932(96)00048-6)
- Ben-Shachar, M., Hendler, T., Kahn, I., Ben-Bashat, D., & Grodzinsky, Y. (2003). The neural reality of syntactic transformations: Evidence from functional magnetic resonance imaging. *Psychological Science*, 14(5), 433–440. <https://doi.org/10.1111/1467-9280.01459>
- Bojesen, K. B., Broberg, B. V., Fagerlund, B., Jessen, K., Thomas, M. B., Sigvard, A., Tangmose, K., Nielsen, M. Ø., Andersen, G. S., Larsson, H. B. W., Edden, R. A. E., Rostrup, E., & Glenthøj, B. Y. (2021). Associations between cognitive function and levels of glutamatergic metabolites and gamma-aminobutyric acid in antipsychotic-naïve patients with schizophrenia or psychosis. *Biological Psychiatry*, 89(3), 278–287. <https://doi.org/10.1016/j.biopsych.2020.06.027>
- Bookheimer, S. (2002). Functional MRI of language: New approaches to understanding the cortical organization of semantic processing. *Annual Review of Neuroscience*, 25, 151–188. <https://doi.org/10.1146/annurev.neuro.25.112701.142946>
- Bornkessel-Schlesewsky, I., Schlewsky, M., Small, S. L., & Rauschecker, J. P. (2015). Neurobiological roots of language in primate audition: Common computational properties. *Trends in Cognitive Sciences*, 19(3), 142–150. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2014.12.008>
- Borod, J. C., Carper, M., Naeser, M., & Goodglass, H. (1985). Left-handed and right-handed aphasics with left hemisphere lesions compared on nonverbal performance measures. *Cortex*, 21(1), 81–90. [https://doi.org/10.1016/S0010-9452\(85\)80017-4](https://doi.org/10.1016/S0010-9452(85)80017-4)
- Boy, F., Evans, C. J., Edden, R. A. E., Singh, K. D., Husain, M., & Sumner, P. (2010). Individual differences in subconscious motor control predicted by GABA concentration in SMA. *Current Biology*, 20(19), 1779–1785. <https://doi.org/10.1016/j.cub.2010.09.003>
- Brown, T. T., Lugar, H. M., Coalson, R. S., Miezin, F. M., Petersen, S. E., & Schlaggar, B. L. (2005). Developmental changes in human cerebral functional organization for word generation. *Cerebral Cortex*, 15(3), 275–290. <https://doi.org/10.1093/cercor/bhh129>
- Chang, E. F., Rieger, J. W., Johnson, K., Berger, M. S., Barbaro, N. M., & Knight, R. T. (2010). Categorical speech representation in human superior temporal gyrus. *Nature Neuroscience*, 13(11), 1428–1432.

<https://doi.org/10.1038/nm.2641>

Chun, D. M., & Frodesen, J. (2014). *Second language acquisition*.

Collins, A. M., & Loftus, E. F. (1975). A spreading-activation theory of semantic processing. *Psychological Review*, 82(6), 407–428. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.82.6.407>

Corballis, M. C. (1997). The genetics and evolution of handedness. *Psychological Review*, 104(4), 714–727. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.104.4.714>

Corballis, M. C. (2017). The evolution of lateralized brain circuits. *Frontiers in Psychology*, 8, Article 1012. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.01012>

Dackow, R. J. (2005). A classic guide to the neurophysiological foundations of emotions and behaviors. *PsycCRITIQUES*, 50(7). <https://doi.org/10.1037/040930>

De Bruin, A., Roelofs, A., Dijkstra, T., & FitzPatrick, I. (2014). Domain-general inhibition areas of the brain are involved in language switching: fMRI evidence from trilingual speakers. *NeuroImage*, 90, 348–359. <https://doi.org/10.1016/j.neuroimage.2013.12.049>

Destexhe, A., Mainen, Z. F., & Sejnowski, T. J. (1994). Synthesis of models for excitable membranes, synaptic transmission and neuromodulation using a common kinetic formalism. *Journal of Computational Neuroscience*, 1(3), 195–230. <https://doi.org/10.1007/BF00961734>

Devaraj, S., Muralles, S. A., Gill, C. E., & Meresh, E. (2018). Postseizure aphasia in Wernicke's encephalopathy: A case report and review of literature. *Neuropsychiatric Disease and Treatment*, 14, 2593–2598. <https://doi.org/10.2147/NDT.S174481>

Duff, M. C., & Brown-Schmidt, S. (2017). Hippocampal contributions to language use and processing. In *The hippocampus from cells to systems: Structure, connectivity, and functional contributions to memory and flexible cognition* (pp. 503–536). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-50406-3_16

Duffau, H. (2008). The anatomo-functional connectivity of language revisited: New insights provided by electrostimulation and tractography. In *Neuropsychologia*, 46(4), 927–934. Pergamon. <https://doi.org/10.1016/j.neuropsychologia.2007.10.025>

Duffau, H., Moritz-Gasser, S., & Mandonnet, E. (2014). A re-examination of neural basis of language processing: Proposal of a dynamic hodotopical model from data provided by brain stimulation mapping during picture naming. *Brain and Language*, 131, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.bandl.2013.05.011>

Duncan, N. W., Wiebking, C., & Northoff, G. (2014). Associations of regional GABA and glutamate with intrinsic and extrinsic neural activity in humans: A review of multimodal imaging studies. *Neuroscience and Biobehavioral Reviews*, 47, 36–52. <https://doi.org/10.1016/j.neubiorev.2014.07.016>

Ellis, N. C. (2002). Frequency effects in language processing. *Studies in Second Language Acquisition*, 24(2), 143–188. <https://doi.org/10.1017/S0272263102002024>

Ellis, S. J., Ellis, P. J., Marshall, E., Windridge, C., & Jones, S. (1998). Is forced dextrality an explanation for the fall in the prevalence of sinistrality with age? A study in northern England. *Journal of Epidemiology and Community Health*, 52(1), 41–44. <https://doi.org/10.1136/jech.52.1.41>

Fäcke, C. (2014). *Manual of language acquisition* (Vol. 2). Walter de Gruyter GmbH & Co KG.

Finch, G. (1941). Chimpanzee handedness. In *Science*, 94(2431), 117–118. <https://doi.org/10.1126/science.94.2431.117>

Flinker, A., Korzeniewska, A., Shestyuk, A. Y., Franaszczuk, P. J., Dronkers, N. F., Knight, R. T., & Crone, N. E. (2015). Redefining the role of Broca's area in speech. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 112(9), 2871–2875. <https://doi.org/10.1073/pnas.1414491112>

Foundas, A. L., Hong, K., Leonard, C. M., & Heilman, K. M. (1998). Hand preference and magnetic resonance imaging asymmetries of the central sulcus. *Cognitive and Behavioral Neurology*, 11(2), 65–71.

Fridriksson, J., Den Ouden, D. B., Hillis, A. E., Hickok, G., Rorden, C., Basilakos, A., Yourganov, G., & Bonilha, L. (2018). Anatomy of aphasia revisited. *Brain*, 141(3), 848–862. <https://doi.org/10.1093/brain/awx363>

Friederici, A. D., & Alter, K. (2004). Lateralization of auditory language functions: A dynamic dual pathway model. *Brain and Language*, 89(2), 267–276. [https://doi.org/10.1016/S0093-934X\(03\)00351-1](https://doi.org/10.1016/S0093-934X(03)00351-1)

Friederici, A. D., Rüschemeyer, S. A., Hahne, A., & Fiebach, C. J. (2003). The role of left inferior frontal and superior temporal cortex in sentence comprehension: Localizing syntactic and semantic processes. *Cerebral Cortex*, 13(2), 170–177. <https://doi.org/10.1093/cercor/13.2.170>

Friedman, I. A., Grobge, E., & Teichman-Weinberg, A. (2026). Neuropedagogy: From neurons to teaching and learning. *Frontiers in Education*, 11, Article 1774900. <https://doi.org/10.3389/feduc.2026.1774900>

- Friedrich, P., Anderson, C., Schmitz, J., Schlüter, C., Lor, S., Stacho, M., Ströckens, F., Grimshaw, G., & Ocklenburg, S. (2019). Fundamental or forgotten? Is Pierre Paul Broca still relevant in modern neuroscience? *Laterality*, 24(2), 125–138. <https://doi.org/10.1080/1357650X.2018.1489827>
- Garside, P. (2019). A synthesis of second language acquisition. *The Journal of Rikkyo University Language Center*, 1(42), 91–102. <https://doi.org/10.14992/00018498>
- Glasser, M. F., & Rilling, J. K. (2008). DTI tractography of the human brain's language pathways. *Cerebral Cortex*, 18(11), 2471–2482. <https://doi.org/10.1093/cercor/bhn011>
- Goodglass, H. (1998). Advances in neurolinguistic research. In *Handbook of neurolinguistics* (pp. 13–16). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-012666055-5/50003-4>
- Grossman, M., & Irwin, D. J. (2018). Primary progressive aphasia and stroke aphasia. In *Continuum Lifelong Learning in Neurology*, 24(3, Behavioral Neurology and Psychiatry), 745–767. <https://doi.org/10.1212/CON.0000000000000618>
- Güntürkün, O., Ströckens, F., & Ocklenburg, S. (2020). Brain lateralization: A comparative perspective. *Physiological Reviews*, 100(3), 1019–1063. <https://doi.org/10.1152/physrev.00006.2019>
- Hauser, M. D., Chomsky, N., & Fitch, W. T. (2002). The faculty of language: What is it, who has it, and how did it evolve? *Science*, 298(5598), 1569–1579. <https://doi.org/10.1126/science.298.5598.1569>
- Heaney, C. F., & Kinney, J. W. (2016). Role of GABAB receptors in learning and memory and neurological disorders. *Neuroscience and Biobehavioral Reviews*, 63, 1–28. <https://doi.org/10.1016/j.neubiorev.2016.01.007>
- Heim, S., Opitz, B., & Friederici, A. D. (2003). Distributed cortical networks for syntax processing: Broca's area as the common denominator. *Brain and Language*, 85(3), 402–408. [https://doi.org/10.1016/S0093-934X\(03\)00068-3](https://doi.org/10.1016/S0093-934X(03)00068-3)
- Hickok, G., & Buchsbaum, B. (2003). Temporal lobe speech perception systems are part of the verbal working memory circuit: Evidence from two recent fMRI studies. In *Behavioral and Brain Sciences*, 26(6), 740–741. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/S0140525X03340166>
- Hickok, G., & Poeppel, D. (2007). The cortical organization of speech processing. In *Nature Reviews Neuroscience*, 8(5), 393–402. <https://doi.org/10.1038/nrn2113>
- Hodgkin, A. L., & Huxley, A. F. (1952). A quantitative description of membrane current and its application to conduction and excitation in nerve. *The Journal of Physiology*, 117(4), 500–544. <https://doi.org/10.1113/jphysiol.1952.sp004764>
- Holland, S. K., Plante, E., Weber Byars, A., Strawsburg, R. H., Schmithorst, V. J., & Ball, W. S. (2001). Normal fMRI brain activation patterns in children performing a verb generation task. *NeuroImage*, 14(4), 837–843. <https://doi.org/10.1006/nimg.2001.0875>
- Hong, S. B., Park, J., Moon, Y., Grandmason, M. L., Nowroski, D. P., & Moon, M. (2017). Learning a foreign language in adulthood using principles of neuroscience. *ARC Journal of Neuroscience*, 2(1), 10–13. <https://doi.org/10.20431/2456-057x.0201003>
- Horder, J., Petrinovic, M. M., Mendez, M. A., Bruns, A., Takumi, T., Spooren, W., Barker, G. J., Künnecke, B., & Murphy, D. G. (2018). Glutamate and GABA in autism spectrum disorder: A translational magnetic resonance spectroscopy study in man and rodent models. *Translational Psychiatry*, 8(1). <https://doi.org/10.1038/s41398-018-0155-1>
- Isaacson, J. S., & Scanziani, M. (2011). How inhibition shapes cortical activity. In *Neuron*, 72(2), 231–243. <https://doi.org/10.1016/j.neuron.2011.09.027>
- Iversen, L., Iversen, S., Bloom, F. E., & Roth, R. H. (2008). *Introduction to neuropsychopharmacology*. Oxford University Press.
- Javed, K., & Wroten, M. (2018). Neuroanatomy, Wernicke area. In *StatPearls*. StatPearls Publishing. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK533001/>
- Jung, J., Williams, S., & Lambon Ralph, M. A. (2025). The role of GABA in semantic memory and its neuroplasticity. *eLife*, 12. <https://doi.org/10.7554/eLife.91771>
- Jung, J. Y., Williams, S. R., Nezhad, F. S., & Lambon Ralph, M. A. (2022). Neurochemical profiles of the anterior temporal lobe predict response of repetitive transcranial magnetic stimulation on semantic processing. *NeuroImage*, 258. <https://doi.org/10.1016/j.neuroimage.2022.119386>
- Katz, B., & Miledi, R. (1965). The measurement of synaptic delay, and the time course of acetylcholine release at the neuromuscular junction. *Proceedings of the Royal Society of London. Series B: Biological Sciences*, 161(985), 483–495. <https://doi.org/10.1098/rspb.1965.0016>

- Kiefer, M. (2002). The N400 is modulated by unconsciously perceived masked words: Further evidence for an automatic spreading activation account of N400 priming effects. *Cognitive Brain Research*, 13(1), 27–39. [https://doi.org/10.1016/S0926-6410\(01\)00085-4](https://doi.org/10.1016/S0926-6410(01)00085-4)
- Klibi, A. (2020). Insights from neuroscience into foreign language teaching and learning. *Journal of the Tunisian Association of Young Researchers (TAYR) Quarterly Journal*. <https://doi.org/10.31561/2014TQ>
- Knecht, S., Deppe, M., Dräger, B., Bobe, L., Lohmann, H., Ringelstein, E. B., & Henningsen, H. (2000). Language lateralization in healthy right-handers. *Brain*, 123(1), 74–81. <https://doi.org/10.1093/brain/123.1.74>
- Knecht, S., Dräger, B., Deppe, M., Bobe, L., Lohmann, H., Flöel, A., Ringelstein, E. B., & Henningsen, H. (2000). Handedness and hemispheric language dominance in healthy humans. *Brain*, 123(12), 2512–2518. <https://doi.org/10.1093/brain/123.12.2512>
- Knecht, S., Jansen, A., Frank, A., Van Randenborgh, J., Sommer, J., Kanowski, M., & Heinze, H. J. (2003). How atypical is atypical language dominance? *NeuroImage*, 18(4), 917–927. [https://doi.org/10.1016/S1053-8119\(03\)00039-9](https://doi.org/10.1016/S1053-8119(03)00039-9)
- Kolasinski, J., Logan, J. P., Hinson, E. L., Manners, D., Divanbeighi Zand, A. P., Makin, T. R., Emir, U. E., & Stagg, C. J. (2017). A mechanistic link from GABA to cortical architecture and perception. *Current Biology*, 27(11), 1685–1691.e3. <https://doi.org/10.1016/j.cub.2017.04.055>
- Lenneberg, E. H., Penfield, W., & Roberts, L. (1960). Speech and brain mechanisms. *Language*, 36(1), 97–109. <https://doi.org/10.2307/410626>
- Li, W., Kutas, M., Gray, J. A., Hagerman, R. H., & Olichney, J. M. (2020). The role of glutamate in language and language disorders: Evidence from ERP and pharmacologic studies. *Neuroscience and Biobehavioral Reviews*, 119, 217–241. <https://doi.org/10.1016/j.neubiorev.2020.09.023>
- Manickam, A., Sharma, R., & Weerakkody, Y. (2018). Wernicke aphasia. In *Radiopaedia.org*. StatPearls Publishing. <https://doi.org/10.53347/rid-60236>
- Meriney, S. D., & Fanselow, E. E. (2019). Synaptic transmission. In *Synaptic transmission*. Academic Press. <https://doi.org/10.1016/C2017-0-02762-3>
- Meyer, M., Alter, K., Friederici, A. D., Lohmann, G., & Von Cramon, D. Y. (2002). fMRI reveals brain regions mediating slow prosodic modulations in spoken sentences. *Human Brain Mapping*, 17(2), 73–88. <https://doi.org/10.1002/hbm.10042>
- Mitchell, R. L. C., Elliott, R., Barry, M., Cruttenden, A., & Woodruff, P. W. R. (2003). The neural response to emotional prosody, as revealed by functional magnetic resonance imaging. *Neuropsychologia*, 41(10), 1410–1421. [https://doi.org/10.1016/S0028-3932\(03\)00017-4](https://doi.org/10.1016/S0028-3932(03)00017-4)
- Moore, R. Y. (1993). Principles of synaptic transmission. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 695(1), 1–9. <https://doi.org/10.1111/j.1749-6632.1993.tb23018.x>
- Nikolov, M., & Djigunović, J. M. (2006). Recent research on age, second language acquisition, and early foreign language learning. *Annual Review of Applied Linguistics*, 26, 234–260. <https://doi.org/10.1017/S0267190506000122>
- Nuessel, F. (2012). The semiotics of communication. *Semiotica*, 2012(189), 271–285.
- Ojemann, G., Ojemann, J., Lettich, E., & Berger, M. (1989). Cortical language localization in left, dominant hemisphere: An electrical stimulation mapping investigation in 117 patients. *Journal of Neurosurgery*, 71(3), 316–326. <https://doi.org/10.3171/jns.1989.71.3.0316>
- Porges, E. C., Woods, A. J., Edden, R. A. E., Puts, N. A. J., Harris, A. D., Chen, H., Garcia, A. M., Seider, T. R., Lamb, D. G., Williamson, J. B., & Cohen, R. A. (2017). Frontal gamma-aminobutyric acid concentrations are associated with cognitive performance in older adults. *Biological Psychiatry: Cognitive Neuroscience and Neuroimaging*, 2(1), 38–44. <https://doi.org/10.1016/j.bpsc.2016.06.004>
- Price, C. J. (2012). A review and synthesis of the first 20 years of PET and fMRI studies of heard speech, spoken language and reading. *NeuroImage*, 62(2), 816–847. <https://doi.org/10.1016/j.neuroimage.2012.04.062>
- Pujol, J., Deus, J., Losilla, J. M., & Capdevila, A. (1999). Cerebral lateralization of language in normal left-handed people studied by functional MRI. *Neurology*, 52(5), 1038–1043. <https://doi.org/10.1212/WNL.52.5.1038>
- Puts, N. A. J., Edden, R. A. E., Evans, C. J., McGlone, F., & McGonigle, D. J. (2011). Regionally specific human GABA concentration correlates with tactile discrimination thresholds. *Journal of Neuroscience*, 31(46), 16556–16560. <https://doi.org/10.1523/JNEUROSCI.4489-11.2011>
- Quillian, M. R. (1967). Word concepts: A theory and simulation of some basic semantic capabilities.

Behavioral Science, 12(5), 410–430. <https://doi.org/10.1002/bs.3830120511>

Rasmussen, T., & Milner, B. (1977). The role of early left-brain injury in determining lateralization of cerebral speech functions. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 299(1), 355–369.

<https://doi.org/10.1111/j.1749-6632.1977.tb41921.x>

Reddy-Thootkur, M., Kraguljac, N. V., & Lahti, A. C. (2022). The role of glutamate and GABA in cognitive dysfunction in schizophrenia and mood disorders: A systematic review of magnetic resonance spectroscopy studies. *Schizophrenia Research*, 249, 74–84. <https://doi.org/10.1016/j.schres.2020.02.001>

Ripamonti, E., Frustaci, M., Zonca, G., Aggujaro, S., Molteni, F., & Luzzatti, C. (2018). Disentangling phonological and articulatory processing: A neuroanatomical study in aphasia. *Neuropsychologia*, 121, 175–185. <https://doi.org/10.1016/j.neuropsychologia.2018.10.015>

Rogers, L. J. (2021). Brain lateralization and cognitive capacity. *Animals*, 11(7), 1996.

<https://doi.org/10.3390/ani11071996>

Salmelin, R., Hari, R., Lounasmaa, O. V., & Sams, M. (1994). Dynamics of brain activation during picture naming. *Nature*, 368(6470), 463–465. <https://doi.org/10.1038/368463a0>

Sapolsky, R. M. (2017). *Behave: The biology of humans at our best and worst*. Penguin Press.

Saura, D., Kreher, B. W., Schnell, S., Kümmerer, D., Kellmeyer, P., Vry, M. S., Umarova, R., Musso, M., Glauche, V., Abel, S., Huber, W., Rijntjes, M., Hennig, J., & Weiller, C. (2008). Ventral and dorsal pathways for language. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 105(46), 18035–18040. <https://doi.org/10.1073/pnas.0805234105>

Schlaggar, B. L., Brown, T. T., Lugar, H. M., Visscher, K. M., Miezin, F. M., & Petersen, S. E. (2002). Functional neuroanatomical differences between adults and school-age children in the processing of single words. *Science*, 296(5572), 1476–1479. <https://doi.org/10.1126/science.1069464>

Schmidt-Wilcke, T., Fuchs, E., Funke, K., Vlachos, A., Müller-Dahlhaus, F., Puts, N. A. J., Harris, R. E., & Edden, R. A. E. (2018). GABA – from inhibition to cognition: Emerging concepts. *The Neuroscientist*, 24(5), 501–515. <https://doi.org/10.1177/1073858417734530>

Shankweiler, D., Crain, S., Katz, L., Fowler, A., Liberman, A. M., Brady, S. A., Thornton, R., Lundquist, E., Dreyer, L. G., Fletcher, J. M., Stuebing, K. K., Shaywitz, S. E., & Shaywitz, B. A. (1979). The speech code and learning to read. *Journal of Experimental Psychology: Human Learning and Memory*, 5(6), 531–545. <https://doi.org/10.1037/0278-7393.5.6.531>

Shaywitz, S. E., & Shaywitz, B. A. (1998). Dyslexia (developmental reading disorder). *The New England Journal of Medicine*, 338(4), 278–286. <https://doi.org/10.1056/NEJM199801223380407>

Silbert, L. J., Honey, C. J., Simony, E., Poeppel, D., & Hasson, U. (2014). Coupled neural systems underlie the production and comprehension of naturalistic narrative speech. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 111(43), E4687–E4696. <https://doi.org/10.1073/pnas.1323812111>

Small, S. L., Buccino, G., & Solodkin, A. (2013). Brain repair after stroke: A novel neurological model. *Nature Reviews Neurology*, 9(12), 698–707. <https://doi.org/10.1038/nrneurol.2013.222>

Springer, J. A., Binder, J. R., Hammeke, T. A., Swanson, S. J., Frost, J. A., Bellgowan, P. S. F., Brewer, C. C., Perry, H. M., Morris, G. L., & Mueller, W. M. (1999). Language dominance in neurologically normal and epilepsy subjects: A functional MRI study. *Brain*, 122(11), 2033–2045. <https://doi.org/10.1093/brain/122.11.2033>

Stagg, C. J., Bachtar, V., & Johansen-Berg, H. (2011). The role of GABA in human motor learning. *Current Biology*, 21(6), 480–484. <https://doi.org/10.1016/j.cub.2011.01.069>

Stavrakaki, S. (2005). Greek neurolinguistics: The state of the art. *Journal of Greek Linguistics*, 6(1), 187–234. <https://doi.org/10.1075/jgl.6.10sta>

Stein, J., & Walsh, V. (1997). To see but not to read: The magnocellular theory of dyslexia. *Trends in Neurosciences*, 20(4), 147–152. [https://doi.org/10.1016/S0166-2236\(96\)01005-3](https://doi.org/10.1016/S0166-2236(96)01005-3)

Stein, M., Federspiel, A., Koenig, T., Wirth, M., Strik, W., Wiest, R., Brandeis, D., & Dierks, T. (2012). Structural plasticity in the language system related to increased second language proficiency. *Cortex*, 48(4), 458–465. <https://doi.org/10.1016/j.cortex.2010.10.007>

Südhof, T. C. (2013). Neurotransmitter release: The last millisecond in the life of a synaptic vesicle. *Neuron*, 80(3), 675–690. <https://doi.org/10.1016/j.neuron.2013.10.022>

Szaflarski, J. P., Binder, J. R., Possing, E. T., McKiernan, K. A., Ward, B. D., & Hammeke, T. A. (2002). Language lateralization in left-handed and ambidextrous people: fMRI data. *Neurology*, 59(2), 238–244. <https://doi.org/10.1212/WNL.59.2.238>

- Tallal, P., & Stark, R. E. (1982). Perceptual/motor profiles of reading-impaired children with or without concomitant oral language deficits. *Annals of Dyslexia*, 163–176.
- Tatti, R., Haley, M. S., Swanson, O. K., Tselha, T., & Maffei, A. (2017). Neurophysiology and regulation of the balance between excitation and inhibition in neocortical circuits. *Biological Psychiatry*, 81(10), 821–831. <https://doi.org/10.1016/j.biopsych.2016.09.017>
- Thierry, G., Boulanouar, K., Kherif, F., Ranjeva, J.-P., & Démonet, J.-F. (1999). Temporal sorting of neural components underlying phonological processing. *NeuroReport*, 10(12), 2599–2603. <https://doi.org/10.1097/00001756-199908200-00029>
- Thompson-Schill, S. L., D'Esposito, M., Aguirre, G. K., & Farah, M. J. (1997). Role of left inferior prefrontal cortex in retrieval of semantic knowledge: A reevaluation. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 94(26), 14792–14797. <https://doi.org/10.1073/pnas.94.26.14792>
- Tiedt, H. O., Ehlen, F., Krugel, L. K., Horn, A., Kühn, A. A., & Klostermann, F. (2017). Subcortical roles in lexical task processing: Inferences from thalamic and subthalamic event-related potentials. *Human Brain Mapping*, 38(1), 370–383. <https://doi.org/10.1002/hbm.23366>
- Traynelis, S. F., Wollmuth, L. P., McBain, C. J., Menniti, F. S., Vance, K. M., Ogden, K. K., Hansen, K. B., Yuan, H., Myers, S. J., & Dingledine, R. (2010). Glutamate receptor ion channels: Structure, regulation, and function. In *Pharmacological Reviews* (Vol. 62, Issue 3, pp. 405–496). <https://doi.org/10.1124/pr.109.002451>
- Tzourio-Mazoyer, N., Josse, G., Crivello, F., & Mazoyer, B. (2004). Interindividual variability in the hemispheric organization for speech. *NeuroImage*, 21(1), 422–435. <https://doi.org/10.1016/J.NEUROIMAGE.2003.08.032>
- Tzourio, N., Crivello, F., Mellet, E., Nkanga-Ngila, B., & Mazoyer, B. (1998). Functional anatomy of dominance for speech comprehension in left handers vs right handers. *NeuroImage*, 8(1), 1–16. <https://doi.org/10.1006/nimg.1998.0343>
- Uden, L. (2023). Why neuroscience is important for teaching and learning. *Open Access Journal of Education & Language Studies*, 1(1), 1–3.
- VOVK, O., ZENYA, L., & BROVARSKA, I. (2022). NEUROPEDAGOGY: A CONCEPT OF BRAIN COMPATIBLE TEACHING A FOREIGN LANGUAGE. *Cherkasy University Bulletin: Pedagogical Sciences*, 2, 64–73. <https://doi.org/10.31651/2524-2660-2022-2-64-73>
- Wani, P. D. (2024). From Sound to Meaning: Navigating Wernicke's Area in Language Processing. *Cureus*, 16(9), e69833. <https://doi.org/10.7759/cureus.69833>
- Watari, T., Shimizu, T., & Tokuda, Y. (2014). Broca aphasia. *BMJ Case Reports*, 2014, 1–2. <https://doi.org/10.1136/bcr-2014-208214>
- Wernicke, C. (1969). *The Symptom Complex of Aphasia* (pp. 34–97). https://doi.org/10.1007/978-94-010-3378-7_2
- Willows, D. M. ., Kruk, R. S. ., & Corcos, E. (2012). Visual Processes in Reading and Reading Disabilities. In *Visual Processes in Reading and Reading Disabilities*. Lawrence Earlbaum Associates. <https://doi.org/10.4324/9780203052501>
- Wolff, J. R., Joó, F., & Kása, P. (1993). Modulation by GABA of neuroplasticity in the central and peripheral nervous system. *Neurochemical Research*, 18(4), 453–461. <https://doi.org/10.1007/BF00967249>
- Yoon, J. H., Grandelis, A., & Maddock, R. J. (2016). Dorsolateral prefrontal cortex GABA concentration in humans predicts working memory load processing capacity. *Journal of Neuroscience*, 36(46), 11788–11794. <https://doi.org/10.1523/JNEUROSCI.1970-16.2016>

BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
BOLU ABANT İZZET BAYSAL UNIVERSITY
FACULTY OF COMMUNICATION

BAİBÜİLEF-İG



www.ilefig.ibu.edu.tr BAİBÜİLEF-İG2026 baibuilefig