



**T.C.
ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI
MEDYA VE İLETİŞİM BİLİMLERİ BİLİM DALI**

**KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ VE ELEŞTİRİSİNİN DİJİTAL
TRANSFORMASYONU: MOLLEINDUSTRIA ÜZERİNE BİR
ANALİZ**

Yüksek Lisans Tezi

Neslihan YAYLA

**DANIŞMAN
Doç. Dr. M.Nur ERDEM**

**SAMSUN
2021**

T.C.
ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI
MEDYA VE İLETİŞİM BİLİMLERİ BİLİM DALI



**KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ VE ELEŞTİRİSİNİN DİJİTAL
TRANSFORMASYONU: MOLLEINDUSTRIA ÜZERİNE BİR
ANALİZ**

Yüksek Lisans Tezi

Neslihan YAYLA

Danışman

Doç Dr. M. Nur ERDEM

SAMSUN
2021

TEZ KABUL VE ONAYI

Neslihan YAYLA tarafından, Doç. Dr. M. Nur ERDEM danışmanlığında hazırlanan “Kültür Endüstrisi ve Eleştirisinin Dijital Transformasyonu: Molleindustria Üzerine Bir Analiz” başlıklı bu çalışma, jürimiz tarafından 19.2.2021 tarihinde yapılan sınav sonucunda oy birliği ile başarılı bulunarak Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

| | Unvanı Adı Soyadı Üniversitesi Ana Bilim/Ana Sanat Dalı | İmza | Sonuç |
|----------------------|---|------|--|
| Başkan (Danışman) | Doç. Dr. M. Nur ERDEM | | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | Ondokuz Mayıs Üniversitesi İletişim ve Tasarımı Anabilim Dalı | | Kabul <input type="checkbox"/> Ret |
| Üye | Doç. Dr. Nihal KOCABAY ŞENER | | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | İstanbul Ticaret Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Anabilim Dalı | | Kabul <input type="checkbox"/> Ret |
| Üye | Dr. Öğr. Üyesi Hasan TURGUT | | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | Ondokuz Mayıs Üniversitesi İletişim ve Tasarımı Anabilim Dalı | | Kabul <input type="checkbox"/> Ret |

Bu tez, Enstitü Yönetim Kurulunca belirlenen ve yukarıda adları yazılı jüri üyeleri tarafından uygun görülmüştür.

ONAY
... / ... / ...
Prof. Dr. Ali BOLAT
Enstitü Müdürü

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK BEYANI

Hazırladığım Yüksek Lisans tezinin bütün aşamalarında bilimsel etiğe ve akademik kurallara riayet ettiğimi, çalışmada doğrudan veya dolaylı olarak kullandığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin Kaynaklar'da gösterilenlerden oluştuğunu, her unsurun enstitü yazım kılavuzuna uygun yazıldığını ve TÜBİTAK Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu Yönetmeliği'nin 3. bölüm 9. maddesinde belirtilen durumlara aykırı davranılmadığını taahhüt ve beyan ederim.

İmza
12/03/2021
Neslihan YAYLA

TEZ ÇALIŞMASI ÖZGÜNLÜK RAPORU BEYANI

Tez Başlığı : Kültür Endüstrisi ve Eleştirisinin Dijital Transformasyonu: Molleindustria Üzerine Bir Analiz

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışması için şahsım tarafından 08.03.2021 tarihinde intihal tespit programından alınmış olan özgünlük raporu sonucunda;

Benzerlik oranı : % 16
Tek kaynak oranı : % 3 çıkmıştır.

İmza
12/03/2021
Doç Dr. M. Nur ERDEM

ÖZET

KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ VE ELEŞTİRİSİNİN DİJİTAL TRANSFORMASYONU: MOLLEINDUSTRIA ÜZERİNE BİR ANALİZ

Neslihan YAYLA

Ondokuz Mayıs Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı

Yüksek Lisans, Mart/2021

Danışman: Doç Dr. M. Nur ERDEM

Eleştirel teorinin en önemli kavramlarından biri olan kültür endüstrisi kavramı uzun yıllardır iletişim çalışmalarının ilgisi dahilindedir. Dijitalde ve teknolojik anlamda yaşanan gelişmeler ise kültür endüstrisi tartışmalarının önünü açmış, yeni medyada kültür endüstrisi eleştirilerinin literatüre kazandırılmasına imkân tanımıştır. Özellikle 21. yüzyılın tüketim alışkanlıkları bambaşka bir boyuta evrilmiş, öyle ki tüketim kültürü kavramı hayatın içerisinde bulunan bir kavram halini almıştır. Tüketim kültürünün dijitalde evrildiği son yıllar ise yeni medya ve eleştirel teoriyi bir arada düşünmeye sebep olmaktadır.

Öte yandan dijital oyun çalışmaları, dijital oyunların statü, sınıf, yaş gibi kriterler gözetmeksizin hemen her bireyin günlük bir etkinliği halini almasıyla disiplinler arası bir konu olarak gündemdedir. Bir konuyu eleştirmek üzerine tasarlanan anti-oyunlar ise bu çalışmanın temel odağındadır. Anti-oyunlar kimi zaman özellikle bir markanın aleyhine söylem üretmek, markaya karşı negatif bir imaj çizmek üzerine kurulan anti-advergamelere olabilyorken, kimi zaman ise bir markayı doğrudan hedef almadan genel bir konu üzerine eleştiri içerebilirler.

Bu çalışmada İtalyan bir eleştirel oyun kolektifi olan Molleindustria'nın Phone Story isimli oyunu, Catherine K. Reismann'ın anlatı analizi ile incelenmiştir. Çalışmanın amacı kültür endüstrisi eleştirisinin dijital ortamdaki tezahürünü dijital oyunlar çerçevesinde ortaya çıkarmaktır.

Anahtar Sözcükler: kültür endüstrisi, eleştirel teori, Frankfurt Okulu, eleştirel oyun, Molleindustria.

ABSTRACT

DIGITAL TRANSFORMATION OF CULTURE INDUSTRY AND CRITICISM: AN ANALYSIS ON MOLLEINDUSTRIA

Neslihan YAYLA

Ondokuz Mayıs University

Institute of Graduate Studies

Department of Communication Sciences

Master, March/2021

Supervisor: Assoc. Prof. Dr. M. Nur ERDEM

One of the most important concepts of critical theory, the concept of culture industry has been focus in communication studies for many years. Developments in digital and technological terms have paved the way for culture industry discussions, and enabled the culture industry criticism to be brought into the literature in new media. Especially consumption habits of 21th Century have involved into a completely different dimension. So the concept of consumption culture has become a concept found in life. Recent years when consumer culture has evolved to digital has caused that thinking together new media and critical theory.

On the other hand, digital games studies are popular as a multidisciplinary concept because of digital games take the form a daily activity with irrespective of criterion like status, class or age. Anti-games designed for criticize of a subject are in primary focus of this study. While anti-games can sometimes be anti-advergaming based on producing discourse against a brand and creating a negative image against the brand, sometimes they can include criticism on a general issue without directly targeting a brand..

In this study examined with Catherine K. Reismann's narrative analysis the game called "Phone Story" of Molleindustria who an Italian game collective. The aim of this study is to reveal of manifestation of culture industry criticism's on digital environment within the framework of digital games.

Keywords: culture industry, critical theory, Frankfurt School, critical game, Molleindustria.

ÖNSÖZ VE TEŞEKKÜR

Yıllardır hayalini kurduğum ve tüm çabamı yatırdığım akademinin henüz ilk basamağını tamamlıyorum. Dijital oyun çalışmalarının kuramsal olarak geliştirilmesi gerektiği fikriyle ve kültür endüstrisi eleştirisine olan düşünsel yakınlığımla ortaya çıkan bu çalışmanın bir nebze de olsa alana katkı sağlamasını, gelecek çalışmalar için bir kıvılcım yaratabilmesini umuyorum.

Lisans dönemimde dijital oyun çalışmalarıyla beni tanıştıran ve o günlerden bu yana desteğini her zaman hissettiren, fikir ve önerileriyle farklı bir bakış açısını kazanmamı sağlayan saygıdeğer danışmanım Doç. Dr. M. Nur Erdem'e teşekkürlerimi sunuyorum, emeğiniz büyük... Yıllardır benimle birlikte bu stresi yaşayan, hayatım boyunca benden maddi ve manevi hiçbir desteğini esirgemeyen, her zaman harika bir aileye sahip olduğum ve güçlü bir kadın olduğum hissini bana yaşatan canım ailem; Mustafa Yayla, Şevkiye Yayla ve Ümit Nihat Yayla'ya sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum. Ne yapsam hakkınızı ödeyemem. Sizleri çok seviyorum.

Tezin ve derslerin yükünü, kimi zaman da hayatın yükünü beraber omuzladığımız dostum Nazan Kılıcı, başaracağım konusunda beni daima yüreklendiren, yüzümü güldüren kuzenim Burçak Ögeç Mercan ve bu sürecin en zorlu zamanlarında sevgisi ve varlığıyla bana destek olan, motivasyonumu her zaman yüksek tutan sevgili Erdem Demir hepimize çok teşekkür ediyorum. İyi ki hayatımdasınız.

Neslihan YAYLA

İÇİNDEKİLER

| | |
|---|------------|
| ÖZET | i |
| ABSTRACT | ii |
| ÖNSÖZ VE TEŞEKKÜR | iii |
| GİRİŞ | 1 |
| 1. BÖLÜM KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ | 3 |
| 1.1. İletişim Çalışmalarında Temel Eleştirel Yaklaşımlar | 3 |
| 1.2. Eleştirel Kuram ve Frankfurt Okulu..... | 7 |
| 1.2.1. Frankfurt Okulu Felsefesi | 13 |
| 1.2.2. Adorno ve Horkheimer’da Kültür Endüstrisi | 15 |
| 1.2.2.1. Kültür Endüstrisinin Geleneksel Mekanları..... | 23 |
| 1.2.2.1.1. Radyo | 24 |
| 1.2.2.1.2. Sinema..... | 25 |
| 1.2.2.1.3. Televizyon..... | 27 |
| 1.2.2.1.4. Müzik | 28 |
| 2. BÖLÜM KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ İLE ELEŞTİRİSİNİN DİJİTAL MEKANLARI VE DİJİTAL OYUNLAR | 31 |
| 2.1. Performans Sanatı..... | 31 |
| 2.2. Video Paylaşım Siteleri | 34 |
| 2.3. Dizi Platformları | 36 |
| 2.4. Sosyal Medya | 38 |
| 2.5. Dijital Oyunlar..... | 40 |
| 2.5.1. Gelenekselden Dijitale Oyunun Dönüşümü..... | 42 |
| 2.5.2. Dijital Oyunun İşlevleri | 45 |
| 2.5.3. Kültürel Bir Ürün Olarak Dijital Oyun..... | 50 |
| 2.5.4. Dijital Oyunlar ve Dijital Aktivizm | 53 |
| 3. BÖLÜM KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ YAKLAŞIMININ DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜ BAĞLAMINDA DİJİTAL OYUNLAR: MOLLEINDUSTRIA ÜZERİNE BİR ANALİZ | 59 |
| 3.1. Dijital Oyunlar ve Kültür Endüstrisi | 59 |
| 3.2. Molleindustria Hakkında | 60 |
| 3.3. Molleindustria Oyunlarında Kültür Endüstrisi Yansımalarına Dair Bir Çözümleme..... | 62 |
| 3.3.1. Araştırmanın Amacı..... | 62 |
| 3.3.2. Araştırmanın Yöntemi | 64 |
| 3.3.3. Çözümleme | 66 |
| SONUÇ | 77 |

| | |
|-----------------------|-----------|
| KAYNAKÇA | 80 |
| ÖZ GEÇMİŞ..... | 87 |

ŞEKİLLER DİZİNİ

| | |
|----------------------------------|----|
| Şekil 3.1. Açılış Ekranı | 67 |
| Şekil 3.2. Hikaye Anlatıcı | 73 |

GİRİŞ

20. ve 21. yüzyıl dijital gelişmelerin kazandığı ivme bakımından hem sosyoloji adına, hem teknoloji adına, hem de iletişim çalışmaları bakımından önemli bir yer teşkil etmektedir. Bu gelişmeler beraberinde birçok yeniliği de getirmiş, medya üretimi ve tüketimi bu yenilikler kapsamına dahil olmuştur. Temelde teknoloji ile bağlantılı olan bu yenilik ve gelişmeler insan hayatına yeni medya ya da bir diğer deyişle dijital medya kavramının girmesine neden olmuştur. Böylelikle “Yeni Medya Çalışmaları” bir araştırma alanı olarak 1960’larda hayatımıza girmiştir. Yeni medya en basit tanımıyla hedef kitlesine etkileşim olanağı sağlayan, dijital yöntemler kullanılarak oluşturulmuş iletişim ortamlarıdır. İnternet siteleri, cep telefonları, dijital oyunlar gibi örnekler yeni medya ortamları arasında gösterilmektedir. Bu çalışmanın da konusu dahilinde olan dijital oyun türlerindeki çeşitlilik dijital oyun çalışmalarının artmasına sebep olmuştur. Dijital oyun çalışmaları sosyal bilimlerde yeni medya çalışmalarının kapsamında olup, literatür incelendiğinde dijital oyunların disiplinler arası birçok çalışmanın da ilgisi dahilinde olduğu görülmektedir.

Öte yandan uzun yıllardır iletişim bilimlerinde oldukça önemli bir yeri olan “Kültürel Çalışmalar” bir başlık olarak güncelliğini korumaktadır. Bu çalışmada Frankfurt Okulu’nun kazandırdığı en önemli kavramlarından biri olan kültür endüstrisi kavramının ve eleştirel bakışın dijitale nasıl evrildiği incelenmektedir. Çalışmanın amacı bu dönüşümde kaçınılmaz olarak gerçekleşen ironik dili ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda eleştirel bir dijital oyun kolektifi olan Molleindustria.org sitesinde bulunan “Phone Story” isimli oyun ele alınmaktadır. Çalışma kültür endüstrisi kavramını tamamen eleştirel bir bakış açısıyla ele almaktadır. Kavrama, kavramın yaratıcısı olan Frankfurt Okulu düşünürlerine paralel bir bakışla yaklaşılmaya çalışılmaktadır. Araştırma yöntemi olarak Catherine K. Reissman (2005)’in anlatı analizi modelinden faydalanılacaktır.

Çalışmanın amacı doğrultusunda birinci bölümde kavramsal çerçeveyi hatırlatmak ve oturtabilmek adına eleştirel kuram ve eleştirel kurama ilişkin temel yaklaşımlar aktarılmakta, kültür endüstri kavramına ve kültürel ürünlerine yönelik bilgiler verilmektedir. İkinci bölümde yukarıda bahsedildiği üzere insan hayatında görece yeni bir kavram olan dijital medyada kültür endüstrisi anlayışının nasıl karşılık bulduğu anlatılmaktadır. Üçüncü bölümde ise kültür endüstrisinin dijital oyunlar

özelinde sağladığı dönüşümden bahsedilmekte ve eleştirel bir oyun olan Phone Story'nin anlatı analizine yer verilmektedir.

1. BÖLÜM KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ

1.1. İletişim Çalışmalarında Temel Eleştirel Yaklaşımlar

Kitle iletişim çalışmaları alanındaki eleştirel yaklaşımlar liberal çoğulcu toplum kuramına karşıt olarak geliştirilmiştir. İletişimin endüstrileşmesi, uluslararası yönü, yeni iletişim teknolojilerinin toplumsal etkileri, iletişim sosyolojisi, kültür incelemeleri gibi konularda yapılan araştırmalar eleştirel yaklaşımlar dâhilinde olmuştur. Elbette çalışmalar ve konuları açısından farklılıklar mevcuttur ancak yapılan çalışmaların ortak noktası mevcut toplumsal ilişkiler ile iktidar ilişkilerinin sürdürülmesinde iletişimin rolünü sorgulamak olmuştur. Bu sorgulama gereksinimi ise bahsi geçen çerçevede gerçekleştirilen çalışmaları “eleştirel” kategorisinde değerlendirmeye sebep olmaktadır (Slack ve Alor, 1983: 208).

Eleştirel kategorisindeki çalışmalar konusunda Gurevitch ve arkadaşları (2005: 3) “yapısalcılık, kültürel çalışmalar, ekonomi politik” şeklinde bir ayrıma gitmektedir. Levent Yaylagül (2014) ise “Kitle İletişim Kuramları” isimli kitabında Eleştirel yaklaşımları “İletişimi Araçlarını Kültürel ve İdeolojik Araç Olarak Gören Yaklaşımlar” ve “İletişimin Ekonomi Politik” şeklinde bir ayrım yapmaktadır. İki yazarın yaptığı bu ayrım oldukça geniş bir çalışma yapılmasını gerektirmektedir. Bu araştırma içerisinde yer verilmesi durumunda araştırmanın temel konusundan uzaklaşılacağı düşünüldüğü için eleştirel yaklaşımlar “İngiliz Kültürel Çalışmaları”, “Ekonomi-Politik” ve “Eleştirel Kuram ve Frankfurt Okulu” şeklinde sınıflandırılabilir.

İngiliz Kültürel Çalışmaları beşerî bilimler ve toplum bilimleri alanlarının önemli kuramları ve pratiklerini anlatan bir konu olarak yaygın şekilde kabul görmektedir. Kültürel çalışmalar kültürel süreçler –özellikle popüler kültür- üzerine çalışmanın önemli görüldüğü ve bu çabanın karmaşık, kuramsal ve siyasal olarak tatminkar bir uğraş olduğu fikrini benimsemektedir. İngiliz kültürel çalışmaların adındaki “kültür” insanların giydiklerini, duyduklarını, izlediklerini, yediklerini; kendilerini diğerlerine kıyasla nasıl gördüklerini; gündelik faaliyetlerinin işlevlerini içermektedir. Kültürel çalışmalar ekolü popüler kültürü modern uygarlığın ahlaki ve kültürel standartlarına bir tepki olarak görmektedir. Bu sebeple ekolün incelemek istediği şey insanların hayatlarının, varlıkları üzerinde güçlü, sorgulanamayan, etkili yönleridir. Bireyleri belli bir sınıfın, ülkenin, ırkın ya da toplumsal cinsiyetin üyeleri

olarak sınıflandırırken aynı zamanda günlük hayat içinde sorunsuz ve olağan görünen çarkın işleyişini sorgulamaktır (Turner, 2016: 9-11). Kültürel Çalışmalar medyanın ekonomi politigine odaklanmak yerine medya metinlerindeki dilsel ve ideolojik yapılar, izleyicinin metni okuma anlayışı, dilsel metin analizine odaklanmıştır. Kültürel Çalışmalar'a kadar medya metinlerini alımlayan kitlenin güçsüzlüğünden, dayatılan ideoloji karşısında savunmasız olduğu varsayılmışken; kültürel çalışmalar ile metnin gerçek anlamının tüketim anında ortaya çıkacağı ileri sürülmüş ve alımlayıcı kitlenin seçim yapabilme şansı olan, bu yetiye sahip, özgür bireylerden oluştuğu düşüncesi öne çıkmıştır. (Arık, 2004: 90-91). Bunların yanı sıra medyanın ideolojik işlevleri ve bunların çözümlemesi, kültürel pratiklerin toplum ve toplumsal değişimle ilişkisi, hegemonya, feminist araştırmalar, izler kitlenin popüler medya ürünlerinden kendi anlamlarını ve hazlarını nasıl devşirdiklerine dair çalışmalar, dışılık, sınıf tarihi, sınıf çatışmaları, ideoloji, popüler hafıza gibi konular İngiliz kültürel çalışmaların konusu dahilindedir (Hall vd. 2003; Turner, 2016: 95-99). Başta Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi olmak üzere, Televizyon Araştırmaları Merkezi, Kitle İletişim Araştırmaları Merkezi ve Açık Üniversite kültürel çalışmaların merkezleri arasında gösterilmektedir. Kültürel çalışmaların önemli isimleri arasında ise Richard Hoggart, Stuart Hall, Raymond Williams gibi isimler bulunmaktadır. İngiliz kültürel çalışmalar geleneği ve gelenek içerisinde düşüncelerin gelişimini sağlayan isimler iletişim çalışmalarındaki hatırı sayılır yerini halen korumaktadır.

Ekonomi-Politik ise en basit tanımıyla iletişim kaynakları da dahil olmak üzere, kaynakların üretim, dağıtım ve tüketimini karşılıklı olarak oluşturan sosyal ilişkilerin incelenmesidir. İncelenen özellikle güç ilişkileridir. Bu tanım iletişim ilişkilerinin egemen iktidar bağlamında nasıl yaşandığına dair fikir vermektedir (Mosco, 2009: 2). Adam Smith'in liberal toplum kuramına göre, ideal bir düzende devlet ve hükümetin bireyin sözleşmelerini garanti altına alacak şekilde hareket etmesi gerekmektedir. Ancak aynı zamanda piyasa ilişkileri çerçevesinde iktisadi alana müdahale etmemesi gerekmektedir. Devlet ekonomik alana müdahale etmek yerine ulusal güvenlik, altyapı, hukuk ve eğitim sistemlerinin sağlanması gibi konularda etkinlik göstermelidir. Hayek'e göre, devletin görevi piyasa için gerekli kurumların yaratılması ve geliştirilmesidir. Ancak bunun yanı sıra Hayek için devletin temel işlevi, bireysel özgürlüğün korunması ve geliştirilmesini sağlamaktır. Bireysel özgürlüğün vazgeçilmez koşulu ise piyasa ekonomisinden geçer. Dolayısıyla devlet piyasa

ekonomisini güçlendirmek için pazara ve kurumlara müdahale eder. Friedman'a göre ise, devlet hem oyunun kurallarını saptayacak bir rol oynamalı, hem de bu kuralları yorumlayacak ve bunlara uyulmasını sağlayacak bir hakem olmalıdır. Birçok ülkenin resmi politikası olan neo-liberalizmde buna benzer argümanlar gözlemlenir. Bu yaklaşım bütün iktisadi ve ticari faaliyetleri pazar mekanizmasına ve egemen iktidarın görünmez güçlü eline bırakır. Buna iletişim de dahildir. İletişim, bilgi, kültür endüstrileri gibi piyasalarda devletin neden var olduğunu ya da bahsi geçen siyasal gücün iletişimsel süreçleri üzerinde etkilerini sorgulamaz, sürecin kendisini sorgular (Ataay, 2016: 131; Gandy, 1992: 31; Yaylagül, 2019:136).Ancak iletişime eleştirel ekonomi-politik yaklaşım bu sorgulamayı içine almaktadır. Güç, zenginlik, mülkiyet ve denetim ekonomi-politiğin temel konularıdır (Laughey, 2010: 69). Medya kurumlarının siyasal ve ekonomik bağlantılarının ne kadar etkili olduğu, bir medya kurumunun medya dışındaki farklı sektörlerde de faaliyet göstermesi ve bunların sonuçları, sahiplik durumunun ne kadar çoğulcu ve eşitlikçi olduğu birebir eleştirel ekonomi-politiğin konusudur. Tüm bunların ve bu çok yönlü gücün sonuçlarının tüketici üzerinde ne kadar etkili olduğu, tüketici tercihlerini ne kadar etkilediği sorgulanmaktadır (Özçetin, 2019: 208).

Ekonomi-politik direkt olarak klasik Marksizm ile bağlantılıdır (Laughey, 2010: 69). Marx'ın Kapital'deki başlangıç noktası nasıl meta ise eleştirel ekonomi politiğe de aynı bakış açısıyla yaklaşmak doğru olacaktır. Metalar üretilir. Metaların üretimini sağlayan ise kapitalist toplum yapısıdır. Üretilen metalar kültürel ürünleri etkiler. Hatta zaman içinde kültürün kendisi halini alır. Popüler kültür bunun en belirgin örneğidir. Her ne kadar ekonomi-politik kapsamında yer almayan bir isim olsa dahi Marshall McLuhan'ın Global Köy yorumunun 21. yüzyıl dünyasında vücut bulduğu söylenebilir. Her ne kadar McLuhan'ın global köy iddiası araç odaklı olsa da işin özü aynıdır. 21. yüzyılda üretilen kültür global bir kültürdür. Dünyanın neredeyse her yerinde insanlara benimsemeleri gereken ortak bir kültür sunulmaktadır. Bu noktada McLuhan'ın "ampütasyonlar" kavramı da önem taşır. Çünkü McLuhan'a göre araç ile ampütasyon ayrılmaz; aynı anda her ikisidir. McLuhan teknolojilerin aynı zamanda ampütasyona neden olduğunu söylemektedir. Örneğin, tekerlek ele alınacak olursa, yeni bir teknoloji olarak tekerlek ayağın bir uzantısıdır ve ayağın taşıdığı yükü ortadan kaldırır. Ancak aynı zamanda ayağın fonksiyonunu ayırarak yeni bir baskı yaratır. Araba kullanırken ya da bisiklet sürerken ayaklar belirli bir hareketi tekrarlar fakat

ayağın asıl fonksiyonu olan yürüme eylemi gerçekleştiremez. Dolayısıyla araç gidilecek yere daha hızlı varılmasını sağlarken aynı zamanda insanı hareketsiz kılar ve ampüte eder. Teknolojiler debir araç olarak hem uzantı hem de ampütasyondur. İnsan, baskı ve ampütasyonun neden olduğu yönelimsizliğe, algıyı kapatma yoluyla tepki verir. Yeni medyanın araçları ise bu kültürü şekillendirirken aynı zamanda kültürel ampütasyon yaratır, bireyin yetilerini sakatlar (Atalay, 2018: 41).

Ekonomi-politiğin asıl ilgi alanı üretim-tüketim ilişkileri ile bu ilişkiler kapsamında toplumsal, kültürel, politik, vb. İlişkileri irdelemek olsa da aynı zamanda yukarıda bahsedilen kitle iletişim araçlarının içeriği ve bunun ardında yatanları da sorgulamaktadır. Kitle iletişim araçlarıyla sunulan içerikler kitlelerin beğeni ve tercihlerini şekillendirmektedir. İçerikler belirli nitelikler taşımalıdır. Bu nitelikleri belirleyen ise politik ve ekonomik çıkar ilişkileridir. Medya üretiminde gücü elinde tutanlar aynı zamanda kendi ekonomik ve politik gündemlerinin propagandasını yapma hakkını elinde tutanlardır. Üretim tüketimi belirler, bu kaçınılmazdır. İnsanların gereksinimleri kapitalizmin mutlak gücü tarafından üretilir ve denetlenir (Laughey, 2010: 70-71).

Artık insanların siyaset, ekonomi, ahlak ve diğer önemli konularda düşünsel tartışmalar yürütebileceği bir kamusal alan yoktur. Kamusal alanda görülen gerileme kitlemel medyanın yükselişiyile ilgilidir. Kültürel akıl üreten kitleden, kültür tüketen kitleyebir dönüşüm yaşanmıştır (Habermas, 2003: 301). Sahte bir kamusal alan sunulmakta ve bu alanın ardında birkaç zengin birey, egemen ideoloji, şirket ve siyasi grup ve bunların çıkarlarına hizmet eden medya bulunmaktadır. Edward Herman ve Noam Chomsky (2012)'ye göre kitle medyası mesaj ve sembolleri ileten bir sistemdir. İnsanları eğlendirmek, avutmak, bilgi vermek, bireyleri toplumun bütününe eklemleyen değerleri, inanç ve davranış kodlarını aşlamak kitle medyasının işlevlerindedir (Herman ve Chomsky, 2012: 72).

Geçmişten günümüze süregelen ekonomi politik tartışmaları 21. yüzyılda dijital alana odaklanmaya başlamıştır. Elbette geleneksel medyanın ve medya patronlarının güçleri uzun yıllardır bakidir. Fakat bilginin önem kazandığı bu çağda zenginler de türemiştir. Marc Zuckerberg, Ellon Musk gibi isimler çok belirgin örneklerdir. 21. yüzyıl dünyasında dijital güç, ekonomik güç demektir. Geleneksel medyanın aşıladığı popüler kültür imgeleri bugün dijital medya aracılığıyla sınırlandırılmaz bir şekilde sunulmaktadır. Ne tüketeceğimizi gösteren geleneksel medya araçları yavaş yavaş

etkinliğini kaybetmekte, özellikle genç nesil tarafından daha az tercih edilmektedir. İnsanların günlük hayatının bir parçası haline alan dijital medya kitlelere ne tüketeceğini söyleyen yeni araçtır.

Adorno ve Horkheimer (2014) eleştirel ekonomi-politiğin içeriğindeki güç ilişkilerine bağlı kültürel üretim-tüketim ilişkilerini kültür endüstrisi olarak ele almaktadır. Kültür endüstrisi insanlara çok sayıda, ancak istediği şekilde, seçenekler sunar. Onlara, sunduğu ürünler arasından bir seçim yapma fırsatı verir. Kişi seçimini yapar ve yaşadığı anlık haz onu bir sonraki tüketim için teşvik etmeye devam eder. Kültür endüstrisi ürünlerini öyle akıllıca sunar ki kişi seçimini özgürce yaptığına, yaptığı seçimin ise ona fayda sağlayacağına kendini ikna eder. Oysa ki aldığı ürünün bir ihtiyaç olduğu fikri şahane bir kurguyla işlenir. Bu kurgu ekonomik ve politik güçlerin çıkarlarına hizmet etmek üzere hazırlanmış bir kurgudur. Bu çalışmanın ilerleyen bölümlerinde kültür endüstrisi kavramına detaylı bir şekilde değinilecektir. Ancak bu noktada belirtmek gerekir ki Horkheimer ve Adorno'nun kültür endüstrisi standartlaşması düşüncesi iletişim çalışmaları açısından gelecekteki ekonomi politik bakış açılarının gelişmesinde öncül rol oynamaktadır (Laughey, 2010: 73).

Adorno ve Horkheimer (2010)'a göre insanların günlük rutinleri enerji ve heyecanlarını öylesine tüketir ki, bir şarkı, bir film ya da bir kitap yalnızca salt zevk olarak kalmalı, tekrar bir çaba gerektirmemelidir. Kişi, kendi düşüncelerine ihtiyaç duymamalı, ürün tepkiyi önceden belirlemelidir. Dijital medya tam olarak bu halde karşımızda durmaktayken eleştirel kurama değinmekte fayda görülmektedir. Tüketim toplumu insanı şeyleştirirken “Eleştirel Kuram’ın sorunsalları içinde bireyin önemi; aklın almış olduğu şey’leşmiş biçimin bir sonucu olarak “özne” olamayan, totalin ağırlığı altında ezilen ve kültürün endüstri ürünü olmasıyla da yabancılaşma süreci hızlanan insanın durumu bağlamında ele alınmaktadır” (Durdu, 2015: 130).

1.2. Eleştirel Kuram ve Frankfurt Okulu

Eleştirel kuramın eleştirel düşünmenin özel bir formu olduğu söylenebilmektedir. Frankfurt Okulu kuramcılarının geliştirdiği Marksist toplum teorisidir. Frankfurt Okulu'nun felsefe içeriği eleştirel kuram ilkelerinden doğmuştur. Hemen hemen her alanın eleştirisi yapılır. Kuramın temel tezi Hegel'in özdeşlik teorisinin reddidir. 1930 sonlarında Horkheimer felsefesini “maddeci diyalektik” olarak adlandırmış ancak Marksist teorinin kavramlarından kendi kavramının

ayrılabilmesi için teorisine “eleştirel teori” adını vermiştir (Eyrek, 2019: 92; Assoun, 2012: 31). Esasen eleştirel kuram burjuva toplumunun doğal gerçekliği ile olabilecek bir toplumsal gerçeklik arasında olan modern bir toplum felsefesi örneğidir. Kavramların tasviri, aynı zamanda normatiftir. Materyalist felsefeden çıkan normatif kategoriler yardımıyla sosyal bilimlerden edinilen güncel bilgiler, disiplinler arası çalışmalarla bir araya getirilir ve toplumsal bütünü bilgisi olarak organize edilir (Schweppenhauser, 2015: 13-14). Başarılı bir eleştirel teori aydınlanma ve özgürleşme etkisi yaratmalıdır (Geuss, 2002: 89). Eleştirel teori, sistem felsefesinden farklı bir yol izlemektedir. Kendi konumunu katkı aldığı düşünürlere atıfta bulunarak belirlemektedir. Birbirinden farklı felsefeleri eleştirel bir perspektifle ele alarak bu felsefelerin sonucu oluşan düşünceleri bir araya getirir ve ortaya bir sentez çıkar. Aslında durum sistem felsefesinde de böyledir. Ancak eleştirel teori, sistem felsefesinden farklı olarak diğer düşüncelerden net bir kopuşu gerektirmez; aksine o düşüncelerin sonucu olarak yeni bir alternatif düşünce üretilir (Adorno, 2004: 21). Bu bağlamda eleştirel teorisinin birbirinden farklı felsefelerin sentezinden oluşan yeni bir bütünlüğe karşılık geldiği söylenebilmektedir.

“Eleştirel teorisyenler açısından bu sentezlenmiş eleştirel bütünlük için ilk akla gelen Marksizm olmuştur. Frankfurt Okulu’nun kurulduğu dönem Marksist teori açısından köklü tartışmaların yaşandığı bir dönemdir. Bu tartışmalar iç içe geçmiş iki boyutta ele alınmıştır: kuramsal ve olgusal. Taraflar arasındaki teorik farklar belirli felsefi ayrılıklara dayanmaktadır. Birinci yaklaşım Marx felsefesinin korunması ve geliştirilmesini savunan, *ana akım* olarak nitelendirilen yaklaşımdır. İkinci yaklaşım ise pozitivist temelli olarak nitelendirilebilmektedir. Pozitivist yaklaşıma sahip olan teoriler Marx felsefesini Auguste Comte’a paralel önermeler üzerinden yapılandırmaktadır. Marx felsefesi statik bir yapı olarak kavranırken aynı zamanda her türden gelişim olanağı dışlanmaktadır. Bu yaklaşım özellikle siyaset temelli sahip olduğu imkânlar sayesinde teorik olarak bir üstünlüğe sahip olmuştur. Ancak zamanla bu konuda ikili bir yol ayrımı yaşandığı görülmüştür. Birinci yol Marksist düşüncenin sorunlarının yine Marksist düşünce odaklı çözülebileceğini savunurken, ikincil yoldaki düşünürlere Marksist felsefenin, Marksist felsefe dışından alınacak yeni düşüncelerle yeniden yapılandırılması gerektiğini savunmaktadır. Bu ikinci yol eleştirel teori anlayışının bizzat kendisidir. Özellikle Horkheimer sonrası dönem Frankfurt Okulu’na bakıldığında düşüncelerin hareket noktası Marksist düşünce olsa da birçok farklı isim Marksist felsefe çevresinde bir araya getirildiği görülmektedir. Marksist felsefe dışından alınan düşüncelerin Marksizm ile birleşimi ve uzlaşımı söz konusudur” (Kulak, 2017: 65-66).

Slater (1998)’ e göre eleştirel toplum teorisinin içeriği en açık şekilde Horkheimer’in 1937’de yazdığı “Geleneksel ve Eleştirel Teori” başlıklı makalesinde ortaya konmuş, aynı yıl yine Horkheimer’in Marcuse ile birlikte yazdığı “Felsefe ve Eleştirel Teori” başlıklı makalede ise teoriye yönelik eklemeler yapılmıştır. 1938 yılında Herbert Marcuse’un Frankfurt Okulu’nun dergisi olan Toplumsal Araştırma

Dergisi'nde yayımlanan makalelerinde eleştirel teori “diyalektik felsefe ve ekonomi-politiğin eleştirisi üzerine temellenmiş toplum teorisi” olarak açıklanmıştır (Slater, 1998: 61). Horkheimer (1989)'a göre felsefi bir bakışın eleştirel olabilmesi için toplumsal olması gerekir. Toplumsal ile bağı kurabilen felsefe eleştireldir (Horkheimer, 1989: 15). Horkheimer'ın düşüncesinde “eleştirel” sözcüğü saf aklın eleştirisi değil, ekonomi-politiğin diyalektik eleştirisidir. Başka bir deyişle Kantçı bir eleştirellikten bahsedilmektedir (Slater, 1998: 62). Temeldeki bu ideoloji eleştirisi dünyanın nasıl kavranacağını gösterdiği için ve bu konuda eylem imkânlarını saptadıkları için içkin olarak normatif olan teorileri araştırmaktadır (Schweppenhauser, 2015: 16).

Eleştirel kuram, teori ile pratik arasındaki ilişkiyi görerek açılımını ve sonrasında eleştirisini gerçekleştirir. Ancak düşüncenin kendini gerçekleştirmesi yeterli değildir, toplumsalın dönüşümü için çaba da gerçekleşmelidir. Ancak bilinç ve gerçeklikten oluşan bu şekilde bir diyalektik birliktelikle eleştirel toplumsal felsefe mümkün olabilir (Gülenç, 2016: 51-53). Eleştirel teori kültürel anlamda yıkıcı bir güce dönüşebilecek, muhalif bir nitelik taşımaktadır. Özellikle son dönem eleştirel teori kültür incelemelerini derinlemesine gerçekleştirmekte, kültür içindeki güç ilişkilerini tanımlamak, direniş stratejileri önermek, mümkün olduğunca bunların altını oymak istemektedir. Geçmişten sıyrılarak sanat eserlerini ya da metinleri çözümlmek için yalnızca yöntemler ortaya atmaktan fazlasını başarmış, analizler gerçekleştirilmiştir. Kültür ilişkilerinin ve kültürlerin kendi derinliklerindeki anlamların aydınlanmasını sağlamıştır. Doğası itibarıyla çoğulcudur. Kültürel bir eserin politik, toplumsal, tarihsel, etnik ve toplumsal cinsiyet eksenindeki bağlamlarını çözümlmek için yöntem ve perspektifler sunar. Dolayısıyla birçok farklı alanın çalışması dâhiline girebilmektedir. Hatta sadece akademik anlamda değil günlük hayat dâhilinde de –en basit düşünceyle siyasette- düşüncenin kendisidir. Bu nedenle yalnızca seçkin entelektüeller için akademik bir uygulama alanı olmanın dışına çıkabilmiştir. Eleştirel teoriden ziyade esasen burada söylem üretebilme yetkinliği ciddi bir gelişme olarak görülmektedir (Sim ve Loon, 2010: 164-165). Yanı sıra üretilen söylemlerin aktivizme yönelten, onun kapılarını açanyapısı, eleştirilenin eylemsel bir mücadeleye dönüşmesine de fırsat verebiliyor olması eleştirel teoriyi “bilinçli olma”nın kapılarını açan bir ifade aracı haline dönüştürmüştür. Eleştirel toplum teorisinin temeli ideoloji eleştirisinden oluşmaktadır (Eyrek, 2019: 92).

Frankfurt Okulu üyelerine göre bilimsel teori ile eleştirel teori arasında keskin bir ayrım bulunmaktadır. Bu keskin ayrım üç boyutta ele alınmaktadır. Öncelikle amaç ya da hedefler ve dolayısıyla teorilerin uygulanması farklıdır. Bilimsel teorilerin amacı dünyayı manipüle etmek, eleştirel teorininki ise özgürleşme ve aydınlanma ile faillerin doğru çıkarları bulmasını sağlamaktır. İkinci bir ayrım olarak eleştirel ve bilimsel teorilerin mantıksal yapıları bakımından farklı oldukları konusundadır. Bilimsel teoriler nesneleştirici, eleştirel teoriler dönüşlüdür. Son olarak bilimsel ve eleştirel teoriler farklı türde belgelemelere uygundur. Bilimsel teoriler deney ve gözleme dayalı, ampirik doğrulama gerektiren teorilerken, eleştirel teoriler karmaşık bir değerlendirme sürecini tamamladığında bilimsel olarak kabul görebilir (Geuss, 2002: 84-85).

Daha sonra Frankfurt Okulu olarak anılan, 1923 yılında kurulan Frankfurt Toplumsal Araştırmalar Enstitüsü, 1924 Haziran ayında resmi olarak çalışmalarına başlamıştır. Frankfurt Okulu hem bir grup entelektüeli hem de özgül bir toplum teorisini belirtmektedir. Felix Weil, Friedrich Pollock ve daha sonra kurumun yöneticisi olacak olan Max Horkheimer enstitünün başlıca mimarlarıdır. Enstitü'nün açılması için Frankfurt Üniversitesi Rektörü'ne hitaben Weil tarafından yazılan metinde kurumun amacı, “ekonomik temelden kurumsal ve düşünsel üst yapıya kadar bütünselliği içinde toplumsal yaşamın bilgisi ve kavranması” olarak açıklanmıştır. Ayrıca kurumun ilgi odağının tarihsel materyalizm olduğu, ancak parti politikasına ilişkin düşüncelerden bağımsız çalışmalar yürütüleceği de eklenmiştir (Slater, 1998: 16). Nitekim açılıştan önce verilen bu sözlere enstitü var olduğu süre boyunca sadık kalınmıştır. O dönemde Horkheimer, Weil ve Pollock profesör unvanına sahip olmadığı için enstitü yöneticisi olmak üzere Avusturyalı Marksist tarihçi Carl Grünberg ile görüşülmüş ve taraflar arasında sağlanan uzlaşmanın ardından Grünberg, Frankfurt Üniversitesi Ekonomi ve Toplumsal Bilimler Bölümü'nde enstitü yöneticisi olarak görevi üstlenmiştir. Grünberg yönetimi döneminde olan enstitünün ilk yayınları Marksist ekonomi eleştirisi ve kapitalist sistem analizini içermiştir. Zira Grünberg, enstitü açılış konuşmasında dahi Marksizmin yandaşlarından olduğunu “Sorunlarımızı çözümlemede anahtar olarak öğretilen yöntem Marksist yöntem olacaktır” sözleriyle açıkça ifade etmiştir. Dolayısıyla Marksist bir anlayış benimsenmiş olsa da genel itibarıyla Weil'in memorandumu doğrultusunda bir yol izlendiği söylenebilmektedir (Eyrek, 2019: 90-92; Gülenç, 2016: 31-35; Slater, 1998: 9-22). 1926 yılına

gelindiğinde Horkheimer profesör unvanı almış ve ardından merkezin yeni yöneticisi olmuştur. Horkheimer felsefe ve psikoloji alanlarında bilimsel çalışmalar yapmış ve toplum teorisini geliştirerek “toplum felsefesi” kavramını kullanmıştır. Ampirik bilimler ve toplum bilimleri arasındaki ayrışmayı azaltabilmek adına çalışmalar yapmış ve enstitüde de bu konuda çalışmalar yapılmasını teşvik eden isim olmuştur. Grünberg döneminde “Sosyalizm ve İşçi Hareketinin Tarihi Arşivi” ya da “Grünberg Arşivi” adıyla anılan enstitünün yayın organı olan dergi, Horkheimer döneminde değişmiş, merkezin yeni dergisi Arşiv’ in devamı niteliğinde olduğu iddiası ile “Zeitschrift für Sozialforschung (Toplumsal Araştırma Dergisi)” olmuştur. Böylece teorik sorunlar, bir önceki yıl yaşanan olayların dökümü ve kitap incelemelerini içeren Grünberg Arşivi’nin konuları genişlemiş ve tam da Horkheimer’ ın istediği gibi felsefe ve psikoloji makalelerinin de bulunduğu yeni bir dergiye kavuşulmuştur (Slater, 1998: 26; Eyrek, 2019: 91). Horkheimer’in yöneticiliği döneminde yapmış olduğu “Toplumsal Felsefenin Bugünkü Durumu ve Bir Toplumsal Araştırma Enstitüsünün Görevleri” başlıklı açılış konuşmasında enstitü çalışmalarının farklı bir yönelmeye gideceği ortaya konmuştur. Horkheimer’a göre toplumsal felsefe, insanların içinde bulunduğu durumu tekil bireyler olarak değil bir topluluğun parçaları olarak yorumlamalıdır. Toplumsal felsefenin konusu ise devlet, hukuk, ekonomi, din gibi insanların toplumsal hayatıyla bağlantılı olarak anlaşılabilir olgulardır. Horkheimer, toplumsal felsefenin Kant’ın toplumsal biçimleri birey üzerinden temellendirmesiyle başladığını, Fichte ile birey toplum arasındaki uzaklığın vurgulandığını, Hegel ile de bu parça bütün ilişkisinin dolayımının kurulmaya çalışıldığını ifade etmektedir. Ancak Hegel, parça ile bütünü yani birey ile toplumu birbirini yerine geçmeden birbiriyle uzlaştırma çabasında olmuştur. Hegel’in bu uzlaştırma çabasına duyulan ihtiyaç bilim, sanayi ve teknolojinin gelişmesiyle birlikte ortadan kalkmıştır. Tarih ise bizlere sanayi ve teknolojideki gelişmelerin sonucu olarak sömürünün arttığı, birey- toplum arasındaki çelişkinin aşılamadığı gerçeğini göstermiştir. Dolayısıyla toplumsal felsefeye duyulan ihtiyaç yeniden gündeme gelmiştir (Koçak, 1998).

Bottomore (2013) Frankfurt Okulu tarihini yapılan çalışmalar bakımından dört döneme ayırmaktadır. 1923-1933 yılları arasını kapsayan ilk dönemde enstitü çalışmaları ampirik niteliğe sahiptir. 1930’lu yıllarda Frankfurt Okulu’nun önemli uğraklarından biri psikanaliz çalışmaları olmuştur. Frankfurt Üniversitesi Psikanaliz

Enstitüsü'nden Erich Fromm, Wilhelm Rich, Karl Landauer, Heinrich Meng gibi isimler, Frankfurt Toplumsal Araştırmalar Enstitüsü ile ortak psikanaliz çalışmaları yürütmüş veya enstitü bünyesine katılmıştır. Bu dönemde Frankfurt Okulu çalışmalarında Hegelci Marksizm ve Freud psikanalizini sentezleyen çalışmalar yapılmış, özellikle cinsel özgürlük konuları üzerinde durulmuştur. 1933-1950 arasındaki Kuzey Amerika'daki sürgün dönemi "ikinci dönem" olarak anılan yıllardır. Bu dönemin sürgün dönemi olarak anılmasının sebebi enstitü üyelerinin önce Avrupa'ya ardından Amerika'ya sürülmeleridir. Bu dönemde enstitünün Amerika'ya taşınmasının ardından Frankfurt Toplumsal Araştırmalar Enstitüsü, Frankfurt Okulu olarak anılmaya başlamıştır. Bu dönemde özgün Yeni-Hegelci eleştirel kuram düşünceleri Enstitü'nün etkinliklerinin rehber ilkesi olarak görülmektedir. 1932 yılında Marcuse ve 1938 yılında Adorno'nun enstitüye üye olmasının ardından bu eğilim daha da güçlenmiştir. Sürgündeki önde gelen enstitü üyeleri Horkheimer'ın yönetimi altında kuramsal görüşlerini daha dikkatli ve dizgeli biçimde açıklamaya başlamış ve enstitü özgün bir düşünce okulu halini almıştır. Bu dönemde okulun ve eleştirel teorinin bir diğer uğrağı ise Almanya'da yükselen Nazizm olmuştur. Enstitü faşizmin yükselmesi konusunda Marx'ın göz ardı ettiği toplumsal koşulları göz önüne alarak yeniden incelemiştir. Bu sebeple de Marx'ın eksik kaldığı boşlukları doldurmak için başta Weber ve Freud olmak üzere diğer düşünür ve okullara yönelme gerçekleşmiştir. Bu yönelme ile Frankfurt kuramcıları Marksist kuramın niteliği tartışmaları üzerine yoğunlaşmış ve geleneksel pozitivist anlayışa karşı eleştirel kuramı geliştirmişlerdir. 1950 yılında Enstitü Frankfurt'a dönmeden önce yayımlanan çok sayıda kitapta Eleştirel Kuram'ın başlıca ilkeleri açık bir biçimde ortaya konulmuş ve Frankfurt Okulu Alman toplumunun düşünce yapısını büyük ölçüde etkiler duruma gelmiştir. Eleştirel Kuram dogmatik pozitivismeye, bilimcilik ve dogmatik bilimsel sosyalizme karşı kendi içinde bir amaç olarak gördüğü özneye odaklanmış ve öznenin hak ettiği değeri yeniden kazanmasını amaçlamıştır. Üçüncü dönem 1950-1970 arası dönemi kapsamaktadır. Bu dönemde Enstitü Frankfurt'a geri dönmüş ve Eleştirel Teori'nin esas fikirlerini yansıtan temel eserler ortaya konmuştur. Okulun etkisi özellikle 1956'dan sonra yeni solun ortaya çıkmasıyla Avrupa'nın büyük bir kısmına ve Birleşik Devletler'e de yayılmış, gelişen öğrenci hareketlerinin de etkisiyle Frankfurt Okulu düşüncesi düşünsel ve siyasi anlamda en etkin dönemini yaşamıştır. Avrupa'da ve Amerika'da okulun etkisi, özellikle yeni sol çevrede yayılmaya başlamıştır. Özellikle Herbert Marcuse'nin Tek Boyutlu İnsan (2008) isimli

eseri öğrenci hareketleri için esin kaynağı olan bir eserdir. Bu dönemde “Aydınlanmanın Diyalektiği” ile birlikte Adorno ve Horkheimer’in kapitalizm eleştirisi vurgusu batı uygarlığı eleştirisine kaymaya başlamıştır. Aydınlanmanın Diyalektiği’nde modern aydınlanma düşünce ve pratiğinin doğayı, dünyayı ve insanı bir nesnelere dizisine ve tahakkümün aygıtlarına dönüştürdüğü tartışılmaktadır. Dördüncü dönem olarak kabul edilen 1970’li yılların başında okulun etkisi yavaş yavaş azalmaya başlamış ve 1969’da Adorno, 1973’te Horkheimer’in ölümüyle bir okul olarak varlığı neredeyse son bulmuştur. Frankfurt Okulu’nun son bulmasının üzerinden uzun yıllar geçmesine rağmen birçok farklı alandaki toplum bilimcinin çalışmalarına konu olmakta ve Frankfurt Okulu tartışmaları halen sürmektedir. Jürgen Habermas okulun son kuşak temsilcileri arasındaki önemli isimlerden biridir. Oscar Negt, Claus Offe, John S. Dryzek, Seyla Benhabib, Steven Best, Douglas Kellner’in aralarında bulunduğu yeni kuşak Frankfurt kuramcıları eleştirel kuramı demokrasi kuramı, feminizm, çok kültürlülük, ekoloji, iletişim gibi alanlara uyarlarken, tahakkümden arınmış ve özgür bir toplumsal yaşamın inşasına katkıda bulunmaya çalışmaktadır. Ayrıca Okul Theodor Adorno, Max Horkheimer, Leo Lowenthal, Karl Mannheim, Herbert Marcuse, Walter Benjamin¹ gibi önemli isimlerin özgün bir ekolde bir araya gelmesi bakımından önemlidir (Bağcı, 2010: 8-13; Bottomore, 2013: 13-15; Eyrek, 2019: 89; Özçetin, 2019: 162-164).

Kellner de *Critical Theory, Marxism and Modernity* (1989) eserinde Frankfurt Okulu’nu Bottomore’ninkine benzer bir ayrımla yorumlamaktadır. Kellner, okulun ilk dönemini Ortodoks Marksist Çalışmalar, ikinci dönemi ise yine Sürgün Dönemi olarak ayırmıştır. Devamındaki süreci Horkheimer’in başarı dönemi, yuvaya dönüş dönemi ve ikinci jenerasyon dönemi şeklinde isimlendirmektedir (Kellner, 1989: 13).

1.2.1. Frankfurt Okulu Felsefesi

Frankfurt Okulu’nun temel amacı geleneksel anlayışlarla bağlarını koparmış, yeni bir felsefi ve bilimsel anlayış inşa etmektir. Frankfurt Okulu’nun kopmaya çalıştığı geleneksel anlayıştan kastedilen ise pozitivistizmdir. Ekol 19. yüzyılın egemen bilimsel paradigması olan pozitivistizmi aşarak ona alternatif bir anlayış üretme çabasıdadır. Frankfurt düşünürlerine göre geleneksel teorinin kendisi kısmen

¹ Walter Benjamin Frankfurt Okulu’nun resmi bir üyesi değil, dış çevresinden bir üyedir. Okulla arasında hep belli bir mesafe bulunmuştur. Serbest bir yazardır. Akademik kariyerinde yaşadığı doçentlik teziyle ilgili aksaklıklar onu bu konuma itmiştir. Serpil Kirel, *Kültürel Çalışmalar ve Sinema*. İthaki Yayınları, İstanbul 2018.

kapitalizmi ve burjuva toplumunu oluşturan sosyal uygulamaların bir sonucudur. Pozitivizm toplumsal alanı birey ve bireyler arası ilişkilerden ibaret bir alan olarak değerlendirir. Ancak Frankfurt teorisyenlerine göre bu yanlıştır. Toplumsal ilişkiler bireylere indirgendikçe bireyler arasındaki ilişkilerin ardındaki toplumsal tahakküm ilişkilerini görmek mümkün değildir. Bu tahakküm ilişkileri görmezden gelindikçe zamanla meşru bir hal alır. Horkheimer'a göre geleneksel kuram ve eleştirel kuram arasındaki temel fark burada yatmaktadır: Eleştirel kuram mevcut toplumsal ilişkileri yerinden etmeye yönelirken, geleneksel kuram bireyleri gözlemlemekle yetinmektedir. Ayrıca pozitivist yaklaşım bütünü ve bütünün ardındaki dinamikleri göremediği için "değişim" olgusunu anlamlandıramaz. İnsan ve insanlar arası ilişkiler birer tarih nesnesi haline dönüşür. Oysa ki insan, tarihin öznesi ve üreticisi konumundadır (Kellner, 1989: 45; Therborn, 2006: 20-22).

Pozitivizm ve eleştirel kuram arasındaki bu keskin ayrım ilk dönem Frankfurt Okulu çalışmalarının bir ürünüdür ve son derece politiktir. O dönemde okul ve düşünürlerin amacı radikal bir toplumsal dönüşümü besleyen radikal bir toplum kuramı ortaya koymaktır. Eleştirel kuramın tek kaygısı sömürsüz topluma yol açacak bir gelişmeyi yüceltmektir. Nazizmin yükselişi, İkinci Dünya Savaşı ve enstitü üyelerinin sürgün yılları Adorno ve Horkheimer'ın, okulun en önemli eseri olarak görülen "Aydınlanma'nın Diyalektiği" ni vermesine tanık olur. Kitabın temel amacı aydınlanmanın özyıkımını gözler önüne sermektir (Özçetin, 2019: 170).Eğer insan ihanete uğramak istemiyorsa aydınlanmanın bizzat kendisi üzerine düşünmelidir (Adorno ve Horkheimer, 2014: 15).

Aydınlanma ile birlikte sürekli gelişen kültürel teknolojik ürünler insandan birşeyler götürmüştür. Dünya gittikçe nezaketten yoksun bir hale gelmektedir. Eğer dünya bu halde ise Batı uygarlığının bir yerinde bir aksaklık olmalıdır. Teknolojik gelişmelerin vardığı en yüksek düzeye rağmen, insanın insan olarak gelişebilmesi mümkün olmamakta, insansal olan her geçen gün yok olmakta, her yerde zalimlik ve hoyratlık görülmektedir (Coşkun, 2013: 3). Adorno (2000) Minima Moralia' da bunu şu şekilde açıklar:

"Teknoloji, jestlerle birlikte insanların da dakikleşmesine, kesinleşmesine ve hunharlaşmasına yol açıyor, insan hareketlerini her türlü duraksamadan, düşüncelilikten ve edepten arındırıyor. Onları nesnelere amansız ve denebilirce tarih dışı taleplerine bağımlı kılıyor. Böylece, sözgelimi bir kapıyı yavaşça, sessizce ama sıkıca kapatma yeteneği de yitiriliyor. Arabaların ve buzdolaplarınıninkiler çarpılarak kapatılmak zorunda; kimi kapılarsa

kendiliklerinden kapanıyor, içeri girenleri arkalarına bakmama ve kendilerini kabul eden evi korumama gibi nezaketsizliklere mahkûm ederek. Yeni insan tipini anlamak istiyorsak, onu çevresindeki nesnelere dünyasının sürekli etkisine maruz kalan, sisteminin en derin noktalarında bile oradan izler taşıyan bir varlık olarak düşünmemiz gerekir. Artık içeri doğru açılacak pencerelerin yerinde sadece sağa sola itilecek sürgülü camların olması özne için ne demektir? Yumuşak kapı mandallarının yerinde döner tokmakların olması, avluların ortadan kalkması, sokak kapısının önündeki birkaç basamağın ve bahçe duvarının yok olması acaba nasıl etkilemiştir onu? Sırf motorunun gücünden ötürü, sokakların haşaratını, yayaaları, çocukları ve bisikletlileri ezip geçme isteğini bir kez olsun içinde duymamış sürücü var mıdır? Makinelerin kendi kullanıcılarından talep ettikleri hareketler de Faşist zorbalıkta gördüğümüz o vahşi, sert, huzursuz savrukuk ve dengesizliği içermiştir çoğu zaman. Yaşantının kuruyup gitmesinin bir nedeni de şu olmalı: Nesnelere saf işlevsellik yasaasının buyruğuna girmekle aldıkları biçim, onlarla teması sadece işlevsellik indirgemekte ve gerek insanların hareket özgürlüğünde gerekse nesnelere özerkliğinde herhangi bir fazlalığa, eylem anının içinde tüketilmeyecek ve yaşantının çekirdeği olarak varlığını sürdürecektir herhangi bir artığa izin vermemektedir” (Adorno, 2000: 41-42).

Adorno ve Horkheimer Aydınlanmanın Diyalektiği'nin 1969 tarihli önsözünde; Yönetilen dünyaya gidişatı her zaman olduğu gibi dolaylı olarak hızlandırmak yerine, özgürlüğü korumanın ve yaygınlaştırıp geliştirmenin bugün çok daha büyük bir önem taşıdığını söyler (Adorno ve Horkheimer, 2014: 9). Bu cümle Frankfurt felsefesinin bir özeti niteliğindedir. Frankfurt ekolü toplumun içinde bulunduğu sorunlara ve bunların nedenlerine odaklanarak insani çözümler arar. Özgürlükçü, sömürsüz ve düşünsel etkinliğe sahip bir toplum fikri ekolün düşünürlerinin hayalidir.

Frankfurt Okulu birçok kuramcıyı ve onların fikirlerini düşünsel camiaya kazandırmıştır. Ancak bunun özelinde, bu çalışma adına Adorno ve onun ileri sürdüğü kavramlar özel bir önem taşımaktadır. Bu sebeple Adorno ve onun temel kavramlarından söz etmek faydalı olacaktır.

1.2.2. Adorno ve Horkheimer'da Kültür Endüstrisi

Adorno, gerçek adıyla Theodor Ludwig Wiesengrund, Alman düşünür, sosyolog, müzikbilimci ve besteci, Eylül 1903'te Frankfurt'ta doğdu. Yahudi bir şarap tüccarı olan Oscar Wiesengrund ile Cenovalı bir aileden gelen ses sanatçısı Maria Calvelli-Adorno'nun tek çocuğuydu. Annesinin kızlık soyadı olan Adorno'yu kullanmayı tercih etti. Henüz 17 yaşında müzik eleştirileri yazmaya, kendi bestelerini yapmaya başladı. Frankfurt Üniversitesi'nde felsefe, sosyoloji, psikoloji ve müzikbilimi eğitimleri aldı. Max Horkheimer ve Walter Benjamin ile dostluğunun temelleri Frankfurt Üniversitesi'ndeki öğrencilik yıllarında atıldı. Yanısıra Viyana'da Alban Berg ve Eduard Steuermann'ın yanında müzik eğitimi aldı. 1924'te felsefe doktoru unvanını alan Adorno, 1930'dan itibaren ise Frankfurt Toplumsal

Araştırmalar Enstitüsü için çalıştı. 1931 yılında profesör oldu. 1933 yılında Nazi hükümeti yahudi öğretim üyelerinin çalışma izinlerini iptal edince 1934’de İngiltere’ye göç etti. 1937’de Dr. Gretel Karplus ile evlendi. Max Horkheimer’ın da ısrarıyla 1938’de Amerika Birleşik Devletleri’ne göç etti. ABD yıllarında Sosyal Araştırmalar Enstitüsü’nde çalıştı. 1947 yılında Horkheimer ile birlikte yazdıkları “Aydınlanmanın Diyalektiği” yayımlandı. Savaş bitince tekrar Almanya’ya döndü. 1950’den itibaren Frankfurt Üniveristesi’nde profesör olarak çalıştı. 1969’da geçirdiği kalp krizi nedeniyle hayatını kaybetti. Frankfurt Okulu’nun felsefi mimarlarından ve yaşadığı yüzyılın çok ötesinde bir felsefi bakışa sahipti (Adorno, 2007b).

Frankfurt Okulu’nun çekirdek kadrosunda yer almaktadır. Çalışmaları genelde kitle, birey psikolojisi, tüketim kültürü ve Adorno denince akla ilk gelen kültür endüstrisi alanlarında olmuştur. 1966’da yayımlanan Negatif Diyalektik Adorno felsefesi için bir zirve noktası olmuştur. Negatif Diyalektik’de Horkheimer ve Marcuse’dan farklı olarak Marksçılığa daha mesafeli yaklaşmıştır. Marx’ın sınıf kuramının aksine Adorno baskı altındakilerin kendilerini bir sınıf olarak deneyimleyemeyeceklerini ve sınıflı toplum yapısının kitle toplumunda korunduğunu savunur. O’na göre sınıf çatışmasının aranması gereken yer kitle toplumdur. Adorno’nun kitle kültürü/toplumu çalışmaları ve kavramı modern öznenin profilini çıkartması bakımından önemlidir (Kulak, 2016: 45; Zobar, 2019: 28-30).

Adorno ve Horkheimer (2010) toplum kavramını şu şekilde tanımlamaktadır:

“...insanlar arasındaki her şey ve herkesin herkese bağımlı olduğu bir tür yapı kastediliyor; burada bir yandan bütün, ancak tüm üyelerinin yerine getirdikleri işlevlerin birliğinden oluşmakta olup her bir üye de bu tür bir işleve denk düşmekte diğer yandan da her bir üye, geniş anlamda bütün bir yapıya ait olmakla belirlenmektedir. Toplum kavramı, öge veya çıplak betimlemelerden daha çok, onun öğeleri arasındaki ilişkilerle bu tür ilişkilerin yasal düzenliliklerini tanımladığı sürece işlevsel bir kavrama denk düşmektedir” (Adorno ve Horkheimer, 2010: 29).

Bir süreç olarak toplum hem tarihin bir parçası hem de bir üründür (Adorno ve Horkheimer, 2010: 39). Bu bağlamda toplum kavramı da diğer kavramlar gibi tarih üstü bir içeriğe sahip değildir. Kavramın anlamı her toplumsal döneme bağlı olarak değişmektedir. Dolayısıyla kavrama dinamiklik verecek başka bir kavram gerekmektedir. Adorno’ya göre bu besleyici kavram ilişki kavramıdır. Toplum tam anlamıyla bir ilişkiler ağıdır ve bireyleri pozitif biçimde içine alabilir. Aynı şekilde negatif bir biçimde de onları istenen kalıba sokulabilecek bir kitleye de dönüştürebilir

(Adorno, 2007a: 146). Toplum bireylerin oluşturduğu bir bütünlükken, totalite bu bütünlüğün özgül bir formudur. Söz konusu bu totalitede bireylerin farklılıkları olabildiğince dışlanarak toplumdaki bireylere belirli bir benzerlik formu dayatılır. Adorno buna “tümelin tekili boyunduruk altına alması” der (Adorno, 2006: 8). Totalitenin amacı bireyin bir özne olarak yok olmasını sağlayarak onu mağlup etmektir. Bu mağlubiyette kastedilen topluma uyum sağlamaktır. Otonomi uyum sağlamayan herkesi ekonomik yoksunluğa mahkum eder (Adorno ve Horkheimer, 2010: 178).

Adorno’ya göre kapitalist toplumun oluşturduğu bu totalite biçimleri şeyleşmiş ilişkilerdir. Adorno’ nun “şeyleşme” fikri Lukacs gibi nesneleştirme fikrine dayanmaktadır (Kulak, 2017: 70-71). Kapitalist toplumda meta formunda bulunan kültürel ürünler herhangi bir nesneden farksız olarak üretilmekte ve satın alınarak tüketicilere sunulmaktadır. Metalar bireylerin satın almasının ardından kültürel etkinliklerin bir parçası haline dönüşür ve o toplumun kültürüne dâhil olurlar. Bu kültürel ürünler yan yana gelerek kültür içerisinde, ya endüstriyel kültürün hâkim olduğu bir yer edinirler ya da mevcut kültürü aşındırıp kültür endüstrisinin tahakkümü altında yeni bir kültürel yapı inşa ederler (Kulak, 2017: 91). Bu endüstriyel kültürde sınıf çelişkileri ortaya çıkar. Bir tarafta üretim ve tüketim metalarının çoğunu elinde tutan bir sınıf, diğer tarafta ise ihtiyaçlarını karşılayabilmek için emek gücünü bahsi geçen sınıfının tahakkümüne sunmak zorunda kalan bir sınıf bulunmaktadır (Adorno, 2007a: 193). Bir başka deyişle burjuva ve işçi sınıfı. Emek gücünün bu şekilde bir metaya dönüşmesi bahsi geçen şeyleşmiş ilişkileri doğurur. Emek gücü artık alınıp satılabilen bir şey halini aldığı için nesneleşir. Burjuva, işçinin hem emeğini hem de ürettiği ürünleri kolayca satın alırken, belirli bir ücret karşılığı emeğini satan işçi, kendi ürettiği çoğu ürünü satın alma gücünden yoksun bırakılarak kendi emeğine yabancılaştırılır.

Kapitalist toplumda düşünmek bir bakıma yasaklanmış gibidir. Bireyler sadece günlük olarak karşılaştıkları bazı problemlere kafa yorar hale gelir. Bunun ötesine geçmek istediklerinde ise aradıkları yanıtlar toplumun egemenleri tarafından hazır olarak verilir. Başka bir deyişle düşünme eylemi dahi toplumun egemenleri tarafından tekele alınmış durumdadır (Adorno, 2004: 85; Adorno, 2006: 32). Bu noktada “rasyonalizasyon” kavramı öne çıkar. Rasyonalizasyon bireylerin şeyleşmiş ilişkilerden olası kaçışlarına karşı düşüncelere ve bunlara bağlı olan eylemlerine

yeniden yön veren bir müdahaledir. Bireylerin sahip oldukları veya olabilecekleri, şeyleşmiş totaliteye uyum göstermeyen her türlü düşüncenin yerine onlara yeni şeyleşmiş düşünceler sunulur. Bu düşünceyle uyum gösteren şeyleşmiş düşünceleri ve onlara bağlı olarak eylemleri getirme süreci olarak tanımlanabilir. Burada uyum getirebilecek her düşünce ve eylem titizlikle hesaplanır ve bireylere dayatılır. Direnç gösteren ve uyum göstermeyen her düşünce ve eylem “irrasyonel” olarak görülür ve yerine önceden planlanmış “rasyonel” öğeler getirilir. Bu sayede bireye özerkliği ve gerçeği kavrayabilme konusundaki özgürlüğü yitirilir (Adorno, 2007a: 204; Kulak, 2016: 58).

Adorno ve Horkheimer (2014) aydınlanmanın vaatlerinin çoğunun toplumun büyük bir bölümü için gerçekleşmemiş olduğu fikrindedir. Bunlar bireyin olanaklarının zamanla iyileşeceği, özgürleşeceği, toplumların refah seviyelerinin artacağı, gelişeceği, yaşam koşullarının iyileşeceği gibi vaatleri içermektedir. Birey kendisi için gerçekleşmeyen bu vaatlere uzun bir süre inandırılmaya çalışılmıştır (Adorno ve Horkheimer, 2014: 19). Kültür endüstrisi durmadan verdiği vaatlerle adeta vadesi sürekli uzatılan bir senet gibi tüketiciyi bir haz beklentisine mahkûm eder. Bu gösteri, asla yerine getirilmeyecek bir vaattir. Böylece aydınlanma denilen kavram bir mitosa dönüşmüştür (Adorno ve Horkheimer, 2014: 48; Adorno, 2020: 72). Bu Adorno'nun kapitalizm eleştirisidir. Kapitalizmin bir sonucu olarak bireyler üretim metalarına bağımlı hale gelir. Tüketiciler boş zamanlarında dahi üretimin birliğine uymak zorundadır. Kantçı şematizmin öznelerden beklediği katkı, yani duyuşal çeşitlilik, endüstri ürünleri tarafından tüketicinin elinden alınmıştır (Adorno, 2020: 53)². Metalara karşı yaratılan sahte ihtiyaçlarla birey muhtemelen gerçekleşmeyecek olan kültürel ve fiziksel bir zenginlik hayaliyle yaşamını sürdürür. Bu sürecin dışında kalmak ise çağın dışında kalmak, geri kalmak olarak nitelendirilen global bir anlayışla sürüp gider.

Adorno'nun felsefesinde tıpkı diğer eleştirel teorisyenlerinki gibi Marx'ın düşünceleri bir zemin oluştursa da Adorno'nun felsefesi Marx'a getirdiği eleştiri ile diğer teorisyenlerinkinden ayrılır. Bu altyapı-üstyapı ilişkisi eleştirisidir. Marx altyapı yani ekonomi ile üstyapı yani toplumsal bilinç biçimleri ilişkisinin karşılıklı olduğunu

² Kant'a göre insan ruhunda, dolaysız verileri saf aklın sistemine oturtacak biçimde önceden hazırlayan gizli bir düzenek bulunmaktadır. Günümüzde bu gizli düzenek açığa çıkmıştır. Theodor W. Adorno, Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi, çev. Elçin Gen, Nihat Ülner, Mustafa Tüzel, İletişim Yayınları, İstanbul 2020, s. 53.

öne sürmektedir. Ancak karşılıklı bir ilişkiden söz edilse de Marx'a göre son tahlilde belirleyici olan yine altyapıdır. Adorno bu noktada ekonominin diğer süreçlere göre daha sık belirleyici olduğunu açıkça belirtmekte ancak tek başına ekonominin ya da herhangi bir kurumun süreklilik arz eden bir belirleyici olmadığını ifade etmektedir. Bu kurumlar hukuk, din, siyaset, ekonomi gibi farklı kurumlar/ yapılarıdır. Hiçbir yapıya/kuruma süreklilik arz eden bir belirleyicilik atfedilmemelidir. Adorno'nun Marx'a yönelik bir diğer eleştirisi tarih felsefesine ilişkindir. Adorno toplumların gelişiminin bir sonucu olarak sınıflı toplumların aşılacağı fikrini savunan Marx'a katılmaz ve Marx'ın olumlu bir evrensel vurgusu yaptığını belirtir. Örneğin geçmişte önce Avrupa'yı sonra tüm dünyayı etkisi altına almış olan faşizm, günümüzde kapitalizmin bir tüketim hastalığına dönüşmüş olması tarihin olumlu değil, aksine bir totalite oluşturduğunu göstermektedir. Dahası işçi sınıfı da hiç de Marx'ın düşündüğü gibi insanlığın kurtuluşunu gerçekleştirebilecek bir durumda da gözükmemektedir. Adorno belki Marx'ın bu fikirlerinin olumlu bir süreç gerçekleşmiş olsa doğrulanabileceğini ancak mevcut durum göz önüne alındığında Marx'ın düşüncesinin artık geçerli olmadığını savunmaktadır. Marx'ın hayal bile edemeyeceği kadar büyük bir engel, olası bir sınıf bilincinin önünde durmaktadır. Bu büyük engel "kültür endüstrisi"nin ta kendisidir (Kulak, 2017: 67-68). Adorno'nun "Kültür Endüstrisi" kavramı bu çalışma adına anahtar bir kavramdır.

İşlemek, inşa etmek, yetiştirmek gibi anlamlara gelen latince "colere" fiilinden türetilmiş olan kültür kelimesine dair farklı kaynaklarda birçok tanım bulunmaktadır. Kültür insanın, insanlığın kökeninin, nitelik ve tarihsel süreç boyunca geçirdiği tüm değişimleri kapsamaktadır. Bir tanıma göre kültür bir toplumun sanatı, mimarisi, müziği, dansı, tiyatrosu ve yazınıdır. Başka bir tanım ise kültürü bir insan toplumunun duygu, düşünce ve yargı birliğini sağlayan sosyal değerlerin tümü olarak tanımlamaktadır (Çeçen, 2020: 9).

Esasen Frankfurt Okulu'nun kültür manipülasyonu üzerine olan eleştirisi faşizme ve özünde bir bütün olarak kapitalizme yöneliktir (Kırel, 2018: 293). 20. yüzyılın toplumsal ve tarihsel gelişmeleri Marx ve Weber'i doğrulamış niteliktedir. 20. yüzyılın ikinci yarısında teknik ve teknolojiye süratle gerçekleşmiş olan gelişmeler Fordist üretim yöntemlerinin bir sonucudur. Fordist üretim denilince akla gelen üretim bandındaki metalar, üretim bandına girdikleri andan çıktıkları ana kadar her uğrakta değişimler geçirirler ve üretim süreci tamamlanır. Bu endüstriyel üretim tekniği ile

insanlar makinelere ayak uydurmak zorunda kalmış ve böylece bir seri üretim ortamı oluşmuştur (Kulak, 2017: 41). Horkheimer (1998)' a göre "Akıl bütünüyle toplumsal sürece boyun eğmiştir" düşünceler otomatikleşmiş ve akıl araçsallaşmıştır³ (Horkheimer, 1998: 67-68). Bu dönüşümde İkinci Dünya Savaşı sonrası toplumların içinde buldukları mutsuzluğun etkili olduğu söylenebilmektedir. Bu mutsuzluğa karşı tüketim metalarındaki gelişmeler insanlarda görece bir ilgi uyandırmış ve bu ilgi kitle iletişim araçlarının çeşitlenmesiyle güçlendirilmiştir. Bahsi geçen metalar her tüketiciye ulaşacak olmasa bile mümkün merteye her tüketicinin metalden haberi olması sağlanmış, iletişim araçları ile tüketiciye tanıtılmış, aktarılmış ve tüketicinin dikkatini çekmesi sağlanmıştır. Kitle iletişim araçları bahsi geçen metaların bir sonucu olan belirli etkinliklerin öne çıkmasına, kitle nezdinde yaygınlaşmalarına neden olmuştur.⁴ Böylelikle kültür kavramının tanımı yeni bir anlam kazanmıştır. Kazanılan bu yeni anlam kültür eleştirmenleri tarafından konu edinilecek yeni bir kavram haline gelmiştir. Matthew Arnold, Wyndham Lewis, F.R. Leavis ve Ortega Y. Gasset kültürün demokratikleşmesinin getirebileceği olumsuzlukları konu ederek "kitle kültürü" kavramına dair ilk çalışmaları veren isimler olmuştur. 1950 sonrası ise kültürün sanayile olan bağı tartışma konusu olmuştur. Bu bağlamda önemli sorunlar tespit edilmiştir. Kültürün yavaş yavaş ekonomik bir sektör haline gelmeye başlamış olduğu düşüncesi Birleşik Devletler bu tartışmaların odağında bulunmaktadır. Ekonomik anlamda kültür konusunda en çok öne çıkan isim ise Theodor Adorno olmuştur (Kulak, 2017: 42-43).

Adorno Almanya'dan Birleşik Devletler'e göçmen olarak geldiğinde kültür tartışmaları oldukça yaygınlaşmıştı. Kültürel öğelerin metalaşması ve seri üretim yöntemiyle çoğalmaları iletişim araçları aracılığıyla kitlelere ulaştırılmaları birçok kültür eleştirmeni tarafından olumsuz değerlendirilmekteydi. Kimi eleştirmenler geleneksel kültürün aşınmasını kültürün yok edilmesi, kültürel yoksunlaşma gibi ifadelerle nitelerken kimileri ise halk kültürünün etkisini yitiriyor olmasını protesto ediyordu. Adorno ise her iki fikre de eleştirel yaklaşıyordu. O'na göre kültürel yapı

³ "Akıl araçsallaşması" kavramı iletişim çalışmaları açısından büyük önem taşımaktadır. Horkheimer bu kavramıyla birçok yeni tartışmanın önünü açmıştır.

Max Horkheimer, *Akil Tutulması*. Çev. Orhan Koçak, Metis Yayınları, İstanbul, 1998, ss.55-94.

⁴ Eğlenceye, beğenilere dayalı, bireylerin kendilerini iyi hissetmelerine dayalı etkinlikler bunların birer örneğini oluşturabilir.

Önder Kulak, *Theodor Adorno: Kültür Endüstrisi Kısacasında Kültür*. Doktora tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara 2016, s.42.

yeniden kuruluyordu. Bu yeni kültür geleneksel kültürü bir nostalji ögesi haline getirmekte ancak halk kültürünü de kendi yapısı içine dahil etmekteydi (Kulak, 2017: 44). Bahsi geçen bu yeni kültür Adorno ve Horkheimer tarafından “kültür endüstrisi” olarak tanımlanmıştı. Kavram düşünürler tarafından ilk olarak “kitle kültürü” olarak kullanılmıştır. Horkheimer ile birlikte yazdıkları “Aydınlanma’nın Diyalektiği (1947)” adlı eserin müsveddelerinde kitle kültürü kavramını kullanmışlardır.

“Bütün dünya kültür endüstrisinin süzgecinden geçirilir” (Adorno, 2020: 55). Adorno kültür endüstrisinin yarattığı bu sistemi “Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken” başlıklı çalışmasında şu şekilde ifade etmektedir:

“Kitlelerin tüketimine göre düzenlenen ve büyük ölçüde o tüketimin yapısını belirleyen ürünler, tüm sektörlerde az çok bir plana göre üretilir. Tüm sektörler yapısal olarak benzerdir ya da en azından birbirinin açıklarını kapatarak, neredeyse tamamen gediksiz bir sistem oluştururlar. Bunu olanaklı kılan sadece çağdaş teknik olanaklar değil aynı zamanda ekonomik ve yönetsel yoğunlaşmadır” (Adorno, 2003: 76).

“Kültür endüstrisi kasıtlı olarak tüketicileri kendisine uydurur” (Adorno, 2003: 76). İnsanlar diğerleri gibi düşünmemekte özgürdür. Ancak onlar gibi düşünmediği takdirde bir yabancı olacaktır. İnsan bir kez sistemin dışına atıldığında yetersizlikle suçlanır dolayısıyla sisteme uyum sağlamayan herkes ekonomik acizliğe mahkûm edilir (Adorno ve Horkheimer, 2014: 178). Kültür endüstrisi tüketici gereksinimleriyle her ne istiyorsa onu yapabilir hale gelmektedir. Bu gereksinimleri üretebilir, yönlendirebilir, denetim altına alabilir veya son verebilir (Adorno, 2020: 78). Söz konusu uyum bireylerin mevcut ilişkilerine devasa bir makinenin küçük bir parçası gibi eklenir ve böylelikle mevcut ilişkilere uygun çeşitli işlevleri yerine getiren Marx’ ın deyimiyle bir karakter maskesi görevini üstlenir (Kulak, 2017: 70). Sistemin getirdiği uyum toplumsal hayatın içine sızarak sistemin bir parçası olarak işlerliğini sürdürür. Bu şekilde toplum içinde bireyler kendisi gibi eylediğini düşünürken aslında büyük ölçüde kendi işlevlerinin bir uzantısı olarak eylemektedir (Adorno, 2006: 69). Kültür endüstrisi içerisinde ve/veya kapitalist toplumda birey aslında farkında olmadan yalnızca kendisine biçilen rolleri gerçekleştirerek yaşamını sürdürmektedir. “Artık özne ile gerçeklik arasındaki diyalektik sürecin bir sonucu olmaktan çıkıp, endüstrinin çarkları tarafından doğrudan üretilir hale gelmiştir”. Kültür endüstrisinde birey kendi otonomisini yitirmiştir. Birey kültür endüstrisinin öznesi değil, bir nesnesi olmuştur. “Üretim devreleri bireyi, tam olarak doygunluğa ulaştırarak değil de onu bir

özne olarak bütünüyle silip atarak mağlup etmişlerdir” (Adorno ve Horkheimer, 2014: 270).

Kapitalist toplumda meta formunda bulunan kültürel ürünler herhangi bir nesneden farksız olarak üretilmekte ve satın alınmak tüketicilere sunulmaktadır. Metalar bireylerin satın almasının ardından kültürel etkinliklerin bir parçası haline dönüşür ve o toplumun kültürüne dâhil olurlar. Bu kültürel ürünler yan yana gelerek kültür içerisinde, ya endüstriyel kültürün hâkim olduğu yer edinirler ya da mevcut kültürü aşındırıp kültür endüstrisinin tahakkümü altında yeni bir kültürel yapı inşa ederler. İktisadi alandan çıkan bu kültürel metalar içinde müzik, tiyatro oyunları, sinema, televizyon gibi farklı etkinlikler bireylerin ve dolayısıyla toplumun kültürel etkinliklerinin birer parçası halini alır (Kirel, 2018: 369; Kulak, 2017: 91).

Adorno (2020)'ya göre kültür endüstrisi içinde belirleyici olan tüketicinin iplerini elden bırakmama, tüketiciye bir an olsun direnişin mümkün olduğunu sezdirmemeye gereksinimidir. Endüstriyel kültür tüketiciye ihtiyaçlarının kültür endüstrisi tarafından giderebileceği mesajını verirken aynı zamanda bu gereksinimleri kendisi yaratır. Bu aldatmaca tüketiciye doyum olarak yutturulmakla kalmaz, aynı zamanda ne sunuluyorsa onunla yetinmesi konusunda tüketiciyi ikna eder. Kültür endüstrisinin bireyleri birçok tüketim metasından mahrum kalmak, gelecek kaygısı, uzun çalışma saatleri gibi sorunlarla boğuşur ve bu çözümsüz sorunlar karşısında bireylerin mutsuz olmaktan başka bir seçeneği yoktur. Kültür endüstrisi ve tüm dalları tüketiciye bu mutsuzluğu gidermek için günlük yaşamdan bir kaçış vaat ederken aslında bu kaçışın bireyleri tekrar kaçtığı noktaya döndüreceği başlangıçtan bellidir (Adorno, 2020: 75). Tüketici günlük sorunlarından uzaklaşmak için televizyon izlemek ister, belki bir kitap okumak ya bir sinema filmi izlemek ister. Ya da günümüze daha yakın anlamda düşünmek gerekirse bir dijital oyun oynamak veya sosyal medya ağlarında vakit geçirmeyi tercih eder. Eğlence amaçlı bu eylemlerin gerçekleştirildikleri araçlar olan sinema, edebiyat, televizyon, bilgisayar, cep telefonu gibi araçlar bizzat kültür endüstrisi ürünleri olmasının yanı sıra tüketicilerin bu araçlarda karşılaştıkları içerikler kültür endüstrisinin her geçen gün yeniden ve yeniden üretilmesine sebep olan içeriklerdir. İçeriklerde tüketiciye bir gün bu sorunlardan kurtulabileceği ve tıpkı televizyon dizilerinde izlediği karakterlerinki gibi zengin bir yaşama kavuşabileceği, bir Hollywood filminde gördüğü ve sahip olamadığı metalara sahip olabileceği vaadi verilir ancak bu vaat asla gerçekleşmeyecek olan bir

vaattir. “Kültür endüstrisi ayrı ayrı her bireye onun da seçilmiş biri olduğunu fısıldar” (Kulak, 2017: 94) ve tüketici hayal dünyasına dalarak manasız bir doyum yaşar. Bu doyum sayesinde kültür endüstrisi tüketicinin iplerini elinde tutar. “Eğlence kendini eğlencenin içinde unutmak isteyen teslimiyetçiliğini daha da artırır” (Adorno, 2020: 75) ve kültür endüstrisinin kısır döngüsü devam eder.

Bu noktada kültür endüstrisinin geleneksel kültürel ürünleri olan sinema, müzik, radyo ve televizyondan bahsetmek gerekmektedir.

1.2.2.1. Kültür Endüstrisinin Geleneksel Mekanları

Endüstriyel kültürün meta bağımlılığı modern toplum için kaçınılmaz bir sonuçtur. Kültürel etkinlikler meta formuna getirilmiş kültürel ürünler tarafından belirlenmektedir. İktisadi alandan çıkan kültür endüstrisinin kültürel metaları içinde müzik, tiyatro oyunları, sinema, televizyon gibi farklı etkinlikler bireylerin ve dolayısıyla toplumun kültürel etkinliklerinin birer parçası halini alır (Kirel, 2018: 369; Kulak, 2016: 76). Kültür endüstrisi ürettiği ürünleri birer meta haline getirebilmesini, önce kendilerini metaya dönüştürdüğü bu araçlara borçludur. Kültür elbette insanlığın nesliden nesile, kümülatif bir şekilde aktardığı, zamanla değişime uğrayıp, bulunduğu çağa ayak uyduran bir kavramdır. Ancak burada önemli olan nokta kültür endüstrisi öncesini düşündüğümüzde söz edemeyeceğimiz nesnelerin birer meta haline dönüşmesi durumudur. Endüstriyel kültür için sadece nesilden nesle aktarım yeterli değildir. Daha hızlı bir şeyler olmalıdır ki böylece tüketim çarkı süreklilik kazanabilin...Dolayısıyla kapitalizm hem ürünlerini metaya dönüştürebilmek hem de bu metaları birer tüketim nesnesi haline getirebilmek için toplumu en çok etkileyen ve insanlık tarihi boyunca var olan bir şeyden faydalanmıştır: Sanat.

Sanat kavramı Adorno (2020) tarafından aydınlanmanın araçsal akıldan dışlanan unsurların, duyuşsal ve rasyonel amaçların güçlü bir biçimde olumlanması olarak tanımlanmaktadır. Aldatıcı evrensellik kültür endüstrisi sanatının homojen ikizinin evrenselliğidir. Artık evrensel sanat bir rahatlama ya da mutluluk dahi vaat etmez, sadece kolay eğlence sağlayan bir sanat evrenselliği mevcuttur (Adorno, 2020: 16). Makineler eşliğinde üretilen sinema filmleri, kitaplar ya da herhangi bir ürün birer kültür ögesi olarak bireyle ilişkilendirilir. İzlenen bir film, okunan bir kitap bireyin kültürel etkinliklerinden sayılır (Kulak, 2016: 67).

“Günümüzde kültür her şeye benzerlik bulaştırır. ...Filmler, radyo ve dergiler bir sistem meydana getirir”. Günümüzdeki sistem içerisinde birer metadan başka bir şey olmayan kültür ürünleri, mekanik bir üretim sürecinin özgünlükten yoksun ve birer tekrardan ibaret çıktılardır. Her filmin başından nasıl biteceği, kimin iyi kimin kötü olduğu, kimin ödüllendirilip kimin cezalandırılacağı anlaşılır. Benzer şekilde hafif müzikte kulağı alıştırmış dinleyici, şarkının henüz ilk ezgilerinde devamını kestirir. Zira sinema, radyo gibi ürünler artık kendilerini bir sanatmış gibi göstermek zorunda değildir. Herhangi bir işten başka bir şey olmadıkları gerçeğini, bilerek ürettikleri zırvaları meşrulaştıran bir ideoloji olarak kullanılırlar. Kendilerini “endüstri” olarak tanımlayarak, tüketime hazır ürünler sunarlar (Adorno ve Horkheimer, 2014: 13; Adorno, 2020: 47-54).

Kültürel ürünlerin içinde bulunduğu sistemle kurdukları ilişkide, önemli olan kültürel üretim içinde bulunan yaratıcıların aslında yaratıcılıkları değildir. Burada dikkat edilmesi gereken nokta her defasında yeni bir şey üretiliyormuş gibi gerçekleştirilebilen ancak aslında kendini tekrar eden yaratım becerisidir. Bu bağlamda yeniden düşünmek gerekir ki film, dizi, radyo programı gibi oluşumlar aracılığıyla yaratılan ve kültür içerisine empoze edilen dünyanın tek bir sorumlusu yoktur. Zira bu tür oluşumların ve herhangi bir kültürel ürünün ekonomik fonlardan ve ideolojik bağlayıcılıklardan bağımsız bir harekete sahip olabileceği düşünülmemelidir (Kırel, 2018: 388-389). Sanat artık bir meta üründür. Tüketime uygun hazırlanan, alınıp satılan, pazarlanabilen ve değiştirilebilen bir ürün haline gelmiştir. Adorno’ ya göre kitle iletişim araçları halkın ücretsiz faydalanabileceği araçlardır. Ancak bu ideolojik bir aldatmacadır. Kitle iletişim araçlarında gizlice yerleştirilen reklamlar sayesinde ücretsiz olduğu düşünülen kitle iletişim ürünleri, reklam ile bir meta haline dönüşür. Kültür endüstrisini elinde bulunduranlar vermek istediklerini bilinçli bir biçimde müşterilere sunarlar. Kitleler kültür endüstrisini yönlendirici bir yetkiye sahip değildir (Eyrek, 2019: 99).

1.2.2.1.1. Radyo

Telefondan radyoya atılan adımla birlikte roller birbirinden tamamen ayrılmıştır. Telefon, insanların özne rolünü oynamasına liberal de olsa bir şekilde izin veriyorken, radyo herkesi demokratik yoldan aynı ölçüde dinleyiciye dönüştürmüştür. Radyo yayını merkezidir. Dolayısıyla dinleyicilerin programlara katılması pek olası değildir. Dinleyici otoriter bir biçimde farklı kanallarda yayınlanan aynı programları dinler

haldedir. Herhangi bir cevap mekanizması gelişmemesinin yanında özel yayınlar da bağımlılığa mahkumdur. Radyodan gelen ses adeta sürekli konuşup, hiç dinlemeyen birisi gibidir. Bu haliyle kendisini dinleyiciden üstün bir noktada tutar. Herkesi dinleyici konumuna getirirken aynı zamanda her dinleyiciyi özel olarak tanıyormuş gibi bir hitap şekli belirlemiştir. “Bir sonraki buluşmamıza kadar...” gibi ifadelerle yaratılan samimiyet hissini karşısına birkaç dakika sonra “İyi akşamlar sayın dinleyiciler...” gibi oldukça resmi bir ifade gelebilir. Dolayısıyla radyo yayıncısı dinleyici karşısında istediği gibi davranabilen bir diktatör gibidir (Adorno, 2007a: 53; Adorno, 2012: 62; Adorno, 2020: 49-50). Dinleyici ne yayıncının sözünü kesebilir ne bir öneride bulunabilir ne de yayıncının samimi ya da resmi tavrını etkileyebilir. Yalnızca kabullenmek zorunda kalır. Dinleyici elbette istediği frekansı dinleyebilir. Dinleyicide yaratılan bu istediği tercihi yapabilme özgürlüğü yalnızca bir yanılsamadan ibarettir. Eğer ki dinleyici radyoyu dinlemek istemezse hava durumu, güncel haber gibi bilgilerden mahrum kalır. Dolayısıyla dinleyici farkında olmasa da birbirinin aynısı ya da benzeri olan içerikleri dinlemek zorundadır. Radyonun dinleyici karşısındaki bu konumlanışı olası otoriter kullanımlar için eşi benzeri olmayan bir zemin hazırlar (Kulak, 2016: 77-78).

Bunun yanı sıra radyo programlarında dinleyicilere verilen ödüllerin tesadüfi olmadığını belirtmek gerekir. Dinleme eyleminin sürdürülmesi ve endüstriyel kültürün devamı amaçlanır. Verilen ödüller radyonun dinleyiciye vaadidir. Bu noktada belirtmek gerekir ki bir kitle iletişim aracı olarak radyo diğerlerinden biraz farklıdır. Dinleyiciler radyo dinlemek için sadece bir cihaza sahip olmak zorundadır. Yayın için herhangi bir para ödemeleri gerekmez. Bu yüzden radyo halkın yayın organıdır, halktır. Bu sebeptendir ki olası bir otoriter kullanım için olağanüstü bir araçtır (Adorno, 2020: 97).

1.2.2.1.2. Sinema

Radyonun yalnızca ses odaklı bir yapısı olduğu düşünülürse sinemada durumun çok daha vahim olduğunu anlamak kolay olacaktır. Radyo ile izleyici arasındaki hegemonik erk sistemi sinemada görüntünün de eklenmesiyle daha etkin bir sistem haline alır. Birey sinema karşısında radyoda kıyasla daha çaresizdir. Sinemadaki tüm iletişim araçları birey üzerinde bir çeşit tecrite neden olmaktadır. Bu tecritte birlikte insanlar giderek birbirlerine benzemektedir. İletişim insanları birbirinden ayırarak birbirlerine benzemelerine neden olur (Adorno ve Horkheimer, 2014: 293-294).

Günümüz sinema filmlerinde genellikle her şey önceden bellidir. Hemen her izleyici ne zaman ne olacağını, kimin iyi kimin kötü olduğunu, olay örgüsünü ve filmin sonunu tahmin edebilir. Birçok film genel çerçevede birbirini tekrar eder. Yanısıra seyirci tahmin edebileceği senaryoyu kaçırmama eğilimindedir. Sinemaya geç kalmak örneğin, telaşlandırır insanı. Ancak kaçırılacak bir şey yoktur aslında. Adorno ve Horkheimer bu noktada sinemayı atlıkarıncaya benzetir. Tıpkı hareket halindeki bir atlıkarıncaya binen bir çocuk için bindikten sonra birşey değişmemesi gibi... Ancak yine de izleyiciye filmi yakalaması dikte edilir. Bu bir hiledir. Bu hile yalnızca izleyiciyi değil, zamanın kendisini de hedef alır. “Bu yönüyle varyete, hep aynı olanın zaman içinde birbirini izlediği endüstri yönteminin büyüğü tekrarıdır; gerekliliğini oyunun özgürlüğü diye kendine mal ederek egemen gösterdiği yüksek kapitalizmin alegorisidir” (Adorno ve Horkheimer, 2014: 356).

Filmlerdeki gerçek imgeler o kadar katıdır ve izleyici karşısına o kadar çok çıkarlar ki, birer imge olarak değil, özdeş bir anlamı ifade eden birer yineleme olarak algılanırlar. “Olay örgüsü ve akışı arasındaki bağlam ne kadar gevşekse, bağlamdan koparılan imgeler de alegorik birer kısaltma niteliğine o kadar kolay bürünür.” Sinemada hızlıca geçip giden imgeler optik açıdan yazıya benzer. Seyredilmez, sıralanır. Film şeridi bir satır gibi gözü alıp götürür ve sahne değişiminin hafif sarsıntılarıyla yeni sayfaya geçilir. Bu sırada izleyiciye aktarılan gizli mesaj sermayenin mesajıdır: "Sürü var, çoban yok." Bu mesaj gizliliğine rağmen her izleyiciye ulaşır. Kültür ürünlerinin gelip geçici anlamlarının mesajın anlamıyla bir ilgisi yoktur ve kültür ürünlerinin bu zayıflığı şifrenin çözülmesini gerektirir (Adorno ve Horkheimer, 2014: 385-386).

Sinema filmlerinin kendi içerisinde belirli bir kitle ayrımı bulunmaktadır. Örneğin bir çizgi veya animasyon filminin hedef kitlesi çocuklardır. Toplumsal ilişkileri henüz oluşmamış olan çocuklara sinema yoluyla güldürü iminden faydalanılarak mesajlar aktarılmaktadır. Özellikle şiddet içeren mesajlar güldürü imiyle çocuklara sunulur. Burada amaç toplum içinde bireysel direnişin henüz açığa çıkmadan kırılmasıdır (Adorno, 2020: 70-71).

Benzer şekilde yetişkin programlarında sunulan şiddet içerikleri de aynı amaca hizmet eder. Sunulan içerikler farklı farklı programlarda tekrarlandıkça normalleşir (Adorno, 2020: 71). Filmlerde normalleşmemiş kişiler nasıl şiddet görüyorsa, gerçek hayatta da endüstri kültürünün dayattığı normalleşmeye uymayan birey, ama şiddet

aracılığıyla ama değil, toplumsal dışlanmayla karşı karşıya kalır. Kültür endüstrisi toplum üzerinde hâkim bir erkter ve bireyler ona itaat etmek zorunda bırakılarak kişilerin özgürleşmesinin önü adeta araçsal bir barikatla kapatılır (Adorno, 2020: 90).

Yanısıra filmlerdeki iyi-kötü karakter ayrımı da aynı amaca hizmet eder. Kötü karakterler sisteme ayak uydurmazken, iyi nitelmesi sisteme ayak uyduran karakterler için yapılır. Filmin sonunda ise elbette iyiler kazanır. Sinema aracılığıyla işlenen mesaj yine açıktır: “Sistemin dışında yer almak istiyorsan dışlanırsın ve başına kötü şeyler gelir. Eğer sistemin içindeysen iyisindir ve hep sen kazanırsın. Kazanmak istiyorsan itaat et.”

1.2.2.1.3. Televizyon

Adorno (2020) ‘ye göre “Televizyon sinema ve radyonun sentezini hedefler” (2020: 52). Her ikisinin etkilerini içinde barındırsa da televizyonun etkisi bu araçlardan ötedir. Televizyon bireyin rüya olmayan bir rüya görmesine sebep olur (Adorno, 2005: 49). Televizyonun izleyiciyi adeta hipnotize eden bu etkisi üç nedenden kaynaklanır. Adorno bunu hiyerogliflere benzetir. Televizyonda sunulan sesli ve görsel uyaranlar izleyiciye direkt olarak sunulur. Ses ve imgeler ise yönlendirme yapar. Son olarak arka planda sunulan örtük mesaj ise seyirciye verilmek istenen asıl mesajın taşıyıcısıdır (Adorno, 2005: 61; Adorno, 2005: 164-169).

Televizyon aracılığıyla sunulan bu örtük mesajlar yönetmenler, senaristler, metin yazarları gibi kültür işçileri tarafından hazırlanır. Toplumun mevcut kuralları hep kazanan taraf olduğu için esasen bu insanların da bu kurallar dışına çıkabilme lüksleri pek yoktur. Neticede her şey çarkın bir parçasıdır (Adorno, 2005: 163).

Bahsi geçen bu örtük mesajlara dair pek çok örnek verilebilir. Verilen mesajlarda entelektüel bakımdan donanımlı kimselerin maddi gücü veya statü gücünü elinde bulunduranlar tarafından ezilebilir. Ya da bu donanım kişilere ekstra bir çıkar sağlamaz. Bunun yerine güzel olmak, yakışıklı olmak, zengin olmak, statü sahibi olmak gibi nitelikler fayda sağlar. Veya toplumsal ve ahlaki anlamda aslında yanlış olan şeyler kahkaha gibi ses efektleriyle olağanlaştırılır.

Bunlar gibi mesajlar farklı program içeriklerinde öyle sık tekrarlanır ki bu klişeler sayesinde izleyici tıpkı sinema filmlerinde olduğu gibi programın henüz başındayken, sonunda ne olacağını tahmin edebilir hale gelir. Ancak yine de program akışı içerisinde gördüklerine karşı bir şaşkınlık hissi duyabilir. Bu şaşkınlık seyirci için

artık bir reflex haline gelmiştir. Seyircinin bilindik döngü içerisinde kendisini güvende hissetmesini sağlar (Adorno, 2005: 161-169; Kulak, 2016: 89).

Televizyonun sinemadan farkı şurada yatar: sinemada tamamen kurgusal olan karakterler bulunurken, televizyon programları reel karakterlere de yer vermektedir. Televizyonun yarattığı hipnoz etkisini bu reel karakterlerin de beslediği söylenebilmektedir. Örneğin televizyon reklamlarında kanaat önderlerinin kullanılmasının nedeni olarak bu gösterilebilir.

1.2.2.1.4. Müzik

Adorno müzik bilimci olması sebebiyle diğer kültürel ürünlere kıyasla müzik hakkında daha fazla şey söylemiştir. Metalaşmış müzik ve sanatsal müzik şeklinde bir ayırım yapar. Ona göre sanat adıyla yapılan bazı yapıtlar zamanla metalaşarak birer beğeni nesnesine dönüşür. Müzik eserlerinde bu en belirgin şekilde gözlenebilmektedir. Oluşumu esnasında bireyin düşünce dünyasına katkı sağlaması beklenen sanat eseri, bir metaya dönüştüğü anda sanat eseri olma özelliği taşıyıp taşımadığı konusu bir kenara bırakılıp bir meta olarak pazarda yer bulup bulamadığı konusu tartışılmaya başlanır. Kültür endüstrisi birçok kültürel üründe olduğu gibi müziğin de adım adım metalaşmasını sağlamıştır. Adorno burada ciddi müzik/hafif müzik şeklinde bir ayrıma gider. Ciddi müzik her daim sanat eseri olma özelliği taşımaktadır. Yani anlatmak istediği şeyleri notalar aracılığıyla anlatarak bireylerin düşünsel dünyalarına katkıda bulunur. Ancak hafif müziğin böyle bir amacı yoktur. Yaratıcılıktan yoksun, metalaşmış olan hafif müzik sadece tüketilmek ve daha çok tüketilmek ister. Ciddi müzik, hafif müziğin azılı düşmanıdır. Hafif müzik bireyin kısa vadeli düşünsel ihtiyaçlarını karşılar; dinleyiciye o an için duymak istediği her neyse onu verir. Bu niteliğiyle bir müzik yapıtı olarak bireye en uzak olan öğedir; yine de sahte bir yakınlık ve bireycilik içerisindedir. Bunun aksine ciddi müzik sanat değeri taşır. Bir başka deyişle birey, toplum ve evrensel değerler arasında köprüler kurarak, kendisine mesele ettiği konuları kendi ifade şekli olan notalar aracılığıyla anlatır. Böylece bireyin düşünsel dünyasına katkılarda bulunmuş olur (Adorno, 2002: 501; Adorno, 2005: 29-30). Tıpkı sinemada olduğu gibi hit şarkıların melodilerinde ya da güftelerinde dinleyiciye sunulan ifadeler gerçek olmayan imgeler taşır (Adorno ve Horkheimer, 2014: 385). Ancak bunun karşısında duran ciddi müzik gerçek, düşünsel ve duygusal imgeler içerir. Hafif müzik için ciddi müzik bir hareket noktası oluşturur. Bu olmak zorundadır. Çünkü hafif müzik bir şekilde sanat eserine bağımlıdır. Sanat

eserini veya onun geçmişteki halini taklit eder. Hatta hafif müzik ürünlerinin de birbirini taklit ettiği görülür. Bunlar tıpkı fabrikadan çıkan kültür endüstrisi nesnelere gibi birbirinin aynısı veya benzer ürünlerdir. Meta haline gelmiş hafif müzikte kullanılan enstrümanlar, içerdiği sözler, nakaratlar tümü birbirine benzemektedir. Kültür endüstrisi yarattığı her meta gibi müziği de standartlaştırmıştır (Adorno, 2002: 442). Ciddi müzikte olsa özgünlük aranacağı için büyük sorunlar yaratacak bu benzerlik hafif müzik için bir sorun teşkil etmez.

Bunun yanısıra hafif müzik tıpkı bir gölge gibi bireyi gittiği her yerde takip eder. Bu tesadüfi değil, bilinçlidir. Bir parçanın başarısı -ya da endüstriyel kültür deyimiyle "hit"- olması isteniyorsa tekrar mekanizması devreye sokulur. Yapılan tekrarlar hitin başarısı sağlanmış olur. Birey aynı müziğe defalarca farkında olarak ya da olmadan maruz bırakılır ve zaman içinde ona aşına olur. Bu oldukça sıradan bir durumdur (Adorno, 2002: 447). Hafif müzik günlük yaşam sorunları arasında sıkışıp kalmış olan bireye duymak istediği sözler fısıldar. Ancak düşünüldüğünde aslında bireyin duymak istedikleri de ona kültür endüstrisi tarafından çocukluğundan yetişkinliğine kadar sunulmuş ve sunulmaya devam etmektedir. Bireyin duymak istediklerinin de bir ihtiyaç olduğunu düşünürsek bu da kültür endüstrisi tarafından yaratılmış sahte bir ihtiyaçtır. Bireyin fazla bir seçeneği yoktur. Dolayısıyla bireyin kendi istek ve arzularının olabileceğinden bahsetmek anlamsızdır. Bireyin istediği tek şey boş zamanlarında onu sorunlarından ulaştıracak bir şeylerdir. Diğer kültürel metalar gibi hafif müzik de bunu sağlamış olur. Bu kültürel ürünler bireye özellikle iş saatleri dışında, en savunmasız anlarından olan boş zamanlarında sunulur ki bireyin iş dışındaki tüm zamanı gönüllü bir işgal eylemiyle çepeçevre sarılır. Bu işgal zamanla alışkanlığa dönüşerek etkisini gittikçe artırır ve birey en sonunda kültür endüstrisinin sunduğu sahte mutluluğa tamamen bağımlı bir hale gelir. Hissedilen mutsuzluk hali sahte bir mutluluk haline dönüşür. Günlük yaşam kendini hissettirmeye başladığında birey tekrar bir mutsuzluk haline bürünür ve yeniden bu sahte mutluluğu aramaya başlar (Adorno, 2002: 458-459; Adorno, 2020: 141).

20. yüzyılda internetin insan hayatına girmesi ve 21. yüzyılda yaşanan teknolojik gelişmeler kültür endüstrisinin yeni ürünler vermesini sağlamıştır. Bu ürünler arasındaki yeni kitle iletişim araçları kültür endüstrisinin hem bir metası hem de diğer metalarını duyurmak, bu metaları da geçmiştekiler ve mevcut olanlar gibi birer kültür nesnesi olarak yaymak ve pazarda tüketilmesini sağlamak için kullandığı

bir araç niteliğindedir. Tıpkı radyo, televizyon ve sinema gibi... O halde kültür endüstrisinin yeni araçlarından olan yeni dijital mekanlardan bahsetmek doğru olacaktır. Endüstriyel kültürün yeni taşıyıcısı olan bu dijital mekanlar aynı zamanda eleştirel kuramın kendini ifade edebilmesine fırsat tanıyan yeni mekanlar olma özelliği de göstermektedir. Kitle iletişim araçları arasında nasıl dijital mekanlar kendilerine yeni bir yer buldularsa kültür endüstrisi yaklaşımı da bu yeni dijital mekanlarda söyleyeceklerini söylemeye başlamıştır. Bu söylemler yazılı, görsel, video içeriklerinden, viral yayılım gösteren dijital aktivist eylemlere veya blog yazılarına kadar pek çok farklı yolla dijital ortamda kendini gösterebilmektedir. Mekân dijital ortam olsa da eleştirel düşünce bu dijital ortam içerisinde kullanıcının karşısına pek çok farklı yerde çıkmaktadır. Bu bir video oyunu, sosyal medya platformu ya da dizi platformu olabileceği gibi dijital ortamda sunulan bir performans sanatı da olabilmektedir. Çalışmanın ikinci bölümünde kültür endüstrisinin dijital mekanlarından söz edilerek, bugün her şeyin olduğu gibi eleştirel kuramın, kültür endüstrisi bakışımın ve etkilerinin de dijitalle nasıl evrildiği aktarılmaya çalışılacaktır.

2. BÖLÜM KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ İLE ELEŞTİRİSİNİN DİJİTAL MEKANLARI VE DİJİTAL OYUNLAR

Kültür endüstrisinin dijital mekanları başlığından iki şey anlaşılabilir. Bunlardan birincisi dijital ortamların kültür endüstrisi fikrinin dile getirilmesi adına bir mekan sunmasıdır. Yüksekli (2017) Gerbaudo ve Habermas'tan alıntılararak şunları söyler:

“Yeni medya, iletişim ve toplumsal duyarlılık oluşturma amacıyla kullanılan bir araç olduğu gibi, bireysel düşünceleri ifade etme, tartışma, ikna etme ve uzlaşma gibi derinlik gerektiren kamusal işlevlerin gerçekleştirildiği kamusal alan örgütlenme platformu ve kolektif eylem dağarcığıdır” (Akt.Yüksekli, 2017: 18).

Diğeri ise eleştirel kuramın odağında olan kapitalizm eleştirisi, kültür endüstrisi, söyleşme, metalaşma gibi konuların dijital ortamda nasıl kendini gösterdiği ile alakalıdır. Yani sözü edilecek olan 21. yüzyılın dijital mekanları kültür endüstrisi fikrinin ilgisi dahilinde olan konuların gerçekleştiği yeni ortamlardır. Bu bölüm içerisinde her iki şekilde de değerlendirme yapılması planlanmaktadır. Dolayısıyla ikinci bölüm okunurken iki yönden de düşünülmesi önerilmektedir. Zira Kara (2014)'nın söylediği gibi yaşadığımız çağda gündelik hayat bağımlı sınıflarla egemen sınıfların bir arada yaşadığı, içeriği belirleyenlerle içerikten etkilenenlerin yanyana geldiği, tahakküm ve direnişin aynı ortamda gerçekleştiği bir çağdır (Kara, 2014: 52). Tahakküm ve direnişin aynı anda gerçekleştiği en belirgin ortam ise dijital mekanlardır.

2.1. Performans Sanatı

Bunlardan biri olan performans sanatı kültür endüstrisi eleştirisi için başlı başına bir mekandır. Ancak aynı zamanda dijital ortamda sergilenen performans sanatı eleştirdiği şeyi yeniden üretmesi bakımından da değerlendirilebilir. Performans sanatı ile eleştirel kuram birbiriyle oldukça yakın bir ilişki içerisinde olmuştur. Bu bakımdan performans sanatının tarihsel sürecinden kısaca söz etmek faydalı olacaktır.

Performans sanatının ilk adımları 1920'lerde atılmıştır. Avant-garde sanat akımlarındaki biçimciliğe karşı çıkan ve kendinden önceki sanat anlayışını sorgulayarak sanatın sınırlarını ortadan kaldırma amacı güden sanatçılar, sanatta alternatif bakış açıları geliştirmeye başlamıştır. Birinci Dünya Savaşı sırasında ortaya çıkan Dadaizm akımının temel görüşü olan sanatın her türlü düzeninin irdelenmesi fikri, yeni sanat anlayışlarının doğmasında etkili olmuştur. Marcel Duchamp'ın 1917 yılında sergilediği meşhur eseri Fountain, sanata büyük bir yenilik gelmesini

sağlamıştır. Bu eser türüne “readymade” adı verilmektedir ve herhangi bir objenin üzerinde yazı yazılması, imzalanması, şekiller çizilmesi ve bu yolla objenin bir sanat eseri haline getirilmesini ifade eder. Duchamp’ın bu eseri herhangi bir nesnenin, yerinin duruşunun veya şeklinin değiştirilerek sanat yapılabileceğini göstermiştir. Bu nesnenin ne olduğu önemli değildir, bir insan bedeni de olabilir. Zira Duchamp’dan etkilenen birçok sanatçı özellikle 1960’lardan sonra insan bedenini bir sanat malzemesi olarak kullanmaya başlamış, farklı sanatsal pratikler üretmiştir. Geleneksel sanatta beden bir imge iken performans sanatında beden ifadenin temel malzemesi olabilir. Veya benzer bir farklılık olarak izleyici sanat eserine müdahale edebilir, esere dahil olabilir. Sadece bir nesne kullanılarak ortaya bir eser konulabilir. Özellikle Duchamp’ın hazır nesnelere kullanmasından sonra sanat düşünsel bir zemine taşınmıştır. Böylelikle 1960-1970’li yıllardan itibaren performans sanatı, kavramsal sanat, yoksul sanat, fluxus gibi sanatta biçimciliğe karşı çıkan, düşünceye önem veren yeni sanat anlayışları ortaya çıkmıştır (Aydoğan, 2008: 4; Lynton, 2004: 134; Martinez ve Demiral, 2014: 183; Şenkan, 2017: 74). Bu anlayışlarla birlikte hem sanatın sınırları hem de sanatlar arasındaki sınırlar yok olmaya başlamıştır. Performans sanatı da bunlardan biridir.

Bu düşünsel imgeleri içeren ve 1970’lerde müzik, dans, şiir, tiyatro, video gibi diğer alanları da kapsayan, canlı olarak izleyiciye sunulan, bazen izleyiciyi de içine alan sanatçı eylemleri “performans sanatı” olarak adlandırılmaktadır (Aydoğan, 2008: 4). Performans sanatı için 20. yüzyılın ilk yarısında, o dönemde çıkan sanat akımları ve manifestolarının izlerini taşıırken, ikinci yarısında tam olarak kendini bulduğu söylenebilmektedir. Performans sanatı ile birlikte beden de dahil her türlü nesne sanata dahil edilerek klasik sanat anlayışına olan sadakat geride bırakılmıştır (Martinez ve Demiral, 2014: 180). Performans sanatçılarına göre her şey olduğu formun dışında başka bir şeyi simgeleyen bir hal alabilir. Örneğin beden çoğu zaman canlı bir özne olmaktan ziyade durağan, sabit ya da hareketli bir nesne konumuna sokulmaktadır. Veya bir kadın bedeni erkek bedenine dönüşebilir. Örneğin Marina Abramoviç’in kendine şiddet uyguladığı performansı olan “Rhythm 10”, Carolee Schneemann’ın kadın vücudunu bir sanat malzemesi olarak sergilediği performansı “Interior Scroll”, Vito Acconci’nin bedene zarar verme bakımından zorlayıcı eylemleri olan “Trademarks” ve “Adaptasyon” performansları Body-Art açısından önemli

örneklerdir (Martinez ve Demiral, 2014: 191; Nalbantoğlu, 2012: 202; Şenkan, 2017: 74).

Genellikle içerisinde birçok eleştirel unsur barındırır. Zira ortaya çıkışı dahi bir eleştiridir. Klasik sanat yapma biçimlerinin dışına çıkılmamasını eleştirerek bunların yerine yeni alternatifler sunar. Standart kurallar dışında sanatın kuralsızlıklar içerebileceğini göstermeye çalışır. Yalnızca sanata yönelik değil toplumsal ve sistem eleştirilerinin sunulmasının da bir yolu olduğu söylenebilmektedir.

Örneğin Joseph Beuys'un 1965'te gerçekleştirdiği "Ölü Bir Tavşana Yapıtlar Nasıl Anlatılır" performansı modern topluma yönelik bir eleştiri içermektedir. Alman sanatçı bu performansında modern insana dert anlatmaktansa ölü bir tavşana sanat anlatmanın daha kolay olduğunu aktarmaya çalışmıştır. Benzer şekilde McCharty 'nin "Sailor's Meat" performansı örnek olarak gösterilebilir. Bu performansta döneminin bir soft-porn kadın imgesinden esinlenilmiştir. McCharty sarı bir peruk, mavi bir far ve siyah bir bikini altıyla bedenini sergilemiştir. Et, ketçap, un ve mayonez vs. besin ürünleriyle agresif cinsel davranışlar göstermiş ve bedeni üzerinden toplumun tüketim alışkanlıklarına ve tabularına saldırmıştır (Martinez ve Demiral, 2014: 187-191). Bu örneklere bakıldığında performans sanatının içerisinde aktivist bir yanı da barındırdığı söylenebilmektedir.

George Maciunas 1963'de yayınladığı Fluxus bildirisinde şunları söyler: "Dünyayı ölü sanattan arındırın... soyut sanattan, göz aldanmasına dayalı sanattan arındırın! Dünyayı Avrupalılaşmadan arındırın! Sanatta devrimci bir akıntıyı ve taşmayı teşvik edin" (Şenova, 2003: 121). Bu sözler performans sanatının eleştirel ve baş kaldıran yapısı ile eleştirel teorinin birbiriyle ne kadar benzer olduğunun bir göstergesidir. Eleştirel teori nasıl alışılmış düşünme biçimlerini bir kenara bırakarak yeni düşünme biçimleri öneriyor, her nasıl sistem eleştirisi yapıyorsa performans sanatçıları da klasik sanata karşı yaptıkları devrimle fikirleri topluma aktarmaya çalışmakta, eleştirel fikirlerini sanat yoluyla dile getirmektedir.

1960'larda dikkat çekici ilk örneklerine rastlanan performans sanatı 1980'lerde artık bilinen bir sanata dönüşmüşken 1990'lara gelindiğinde geleneksel kültürün bir parçası haline gelerek medyalaştırılmaya, artık sanat müzelerinde yer alan tamamlanmış bir sanat biçimi olarak görülmeye başlanmıştır. Devamındaki süreçte video, fotoğraf ve bilgisayar destekli biçimlerinin de yapıldığı görülmektedir. Esasen

performans sanatının teknoloji ile ilişkisi 1967 yılında kurulan “Experiments of Art and Technology” grubu ile başlamıştır. Bir kısmı mühendislerden, bir kısmı performans sanatçılarından oluşan bu grup kâr amacı gütmeyen, sanatçılara yeni teknolojiler sağlayarak yeni eserler ortaya çıkarmalarını amaçlamıştır. Bu dönemde grup “9 Evenings: Theatre and Engineering” adı altında seri performanslar gerçekleştirmiştir. Led ekranlar, projeksiyonlar, bilgisayarlar, lazer, video uygulamaları, kamera ve eş zamanlı yazılım teknolojisi kullanılan vücut projeksiyonu, robot teknolojileri performans sanatında bugün kullanılan başlıca teknolojik araçlar olarak gösterilebilmektedir. Ars Electronica Futurelab, Dance and Media Performance Fusion, apokaliptik gelecek tasviri yaptıkları çevresel düzenlemelerle performanslarını sergileyen Survival Research Laboratories gibi gruplar günümüzde performans sanatının anlatım olanaklarını geliştirmek adına sanat odaklı yeni teknolojiler üretmeye devam etmektedir (Nalbantoğlu, 2012: 202-203). Yukarıda anlatılanlar bağlamında eleştirel bir zemin düzleminde doğan performans sanatının geçmişte fiziksel mekanlarda sergilendiği görülmektedir. 20. yüzyılın ikinci yarısı ve 21. yüzyıla bakıldığında ise sanatçıların performanslarını sergilerken dijital araçlardan da faydalandıkları görülmektedir. Bu bağlamda hayatın birçok alanında yaşanan teknolojik gelişmelerin sanata da yansıdığı, sanatın da dijital ortamda kendine yer bulduğu fikri ileri sürülebilmektedir. 21. yüzyılın dijital mekanları, deyim yerindeyse kültür endüstrisi eleştirisinin vücut bulmuş hali olan performans sanatı için de yeni birer mekandır.

2.2. Video Paylaşım Siteleri

Web 2.0 teknolojisi ile başlayan internetin kullanıcı etkileşimine olanak tanınmasıyla iletişim olgusu farklı bir boyut kazanmıştır. Geçmişte iletişim kanalları izleyici müdahalesine olanak tanımıyor ve izleyiciyi pasif konuma yerleştiriyorken Web 2.0 ile birlikte internet kullanıcısı hem mesajın alıcısı hem de üreticisi olarak aktif bir rol kazanmıştır. Birinci bölümde bahsedildiği üzere radyo, televizyon gibi geleneksel medya araçlarının yapısı endüstriyel kültürün istediği konumu yaratabilmesi bakımından elverişli araçlardır. Ancak endüstriyel kültür yarattığı ürünlerden biri olan yeni medya ile bu döngüyü kırmıştır. Elbette yeni medyada yine endüstriyel ürünler sergilenir, bu ürünlerin sürekli tüketimi teşvik edilir. Ancak bunun yanında insanlar ulaşamadığı bilgilere de yeni medya sayesinde ulaşabilir duruma gelmiştir. Bu yönde bakıldığında bir nevi kültür endüstrisinin foyasının kendi ürünü

ile daha net ortaya çıkmakta olduğu söylenebilmektedir. Bir başka şekilde ifade etmek gerekirse güçlü aktörler daha yaratıcı yöntemleri kullanarak bilgiyi kontrol etmekte, ticari mal haline getirmekte ve satmakta olsa da küresel bir araç olarak internet, içeriklerin izinsiz yayınına imkân sağlamakta, bilginin dağıtımını, kopyalanmasını ve yeniden şekillendirilmesini kolaylaştırmaktadır (Kara, 2014: 55). Tahakküm ve direniş ikililiğinin gerçekleştiğı ortamların en önemlilerinden biri de video paylaşım siteleridir.

Elbette video paylaşım sitesi denince ilk akla gelen dünyanın en büyük video platformu olan Youtube' dur. Youtube ilk videosunun yayınlandığı 23 Nisan 2005'ten itibaren sürekli yeni içeriklere ev sahipliği yapmaktadır. Her geçen gün binlerce hatta milyonlarca yeni video Youtube'a yüklenmekte ve bazıları milyonlarca kişiye ulaşmaktadır. Hatta Youtube içerikleri o kadar rağbet görmektedir ki Youtuber adı verilen yeni bir meslek grubu ortaya çıkmıştır. Bunun yanında online video paylaşım sitelerinin Facebook, Instagram, Twitter gibi sosyal medya platformlarına vermiş olduğu içerik bağlantıları da sosyal medya ile bir bütün olarak düşünölmelerine neden olmaktadır. Sosyal medya mecralarına verilen bir video bağlantısı sosyal medya etkileşimleriyle hızlıca milyonlarca kişiye ulaşabilmektedir. Çalışmanın bir sonraki başlığında sosyal medya ile ilgili kısımdan daha detaylı söz edilecektir.

Youtuberlara tekrar değinmek gerekirse bu insanların günümüz toplumunun kanaat önderleri olduğunu söylemek mümkündür. Kullanıcılar onların günlük hayatlarını -sosyal medya aracılığıyla ya da Youtube kanallarına yükledikleri videolar aracılığıyla- yakından takip edebildikleri için kolaylıkla onlarla bir bağ kurabilmektedirler. Dolayısıyla bu kişilere olan güven duyguları yüksektir. Kullanıcılar bu kişilerin yaşadıkları hayatı, ne giydiklerini ne yediklerini merak etmekte ve bunları takip etmektedir. Hatta çoğu zaman gençler arasında bu bir çeşit kabul görme şeklidir denilebilir. Bu nedenle tabi ki bu kişilerin kullanmış oldukları ve reklamını yaptıkları ürönlere karşı takipçilerinin duydukları güven de bu nedenle yüksektir. Aynı zamanda şunu da belirtmek gerekir ki Youtube videolarının çoğunda videodaki kişi direkt olarak izleyiciye seslenir. Karşısında gerçek bir kişi varmış gibi doğal konuşur. Bu ise izleyici ile arada kurulacak olan bağı daha doğal ve gerçekçi kılmaktadır. İzleyici gerçek bir arkadaşını dinliyormuş gibi videolara kendini kaptırır. Bu da Youtuber'a karşı güven duygusunun daha gerçekçi bir hal almasına katkıda bulunur. Youtuberın tavsiye ettiğı bir ürün yeni nesil arkadaş tavsiyesidir, güvenilirdir.

Bunun farkına varan markalar bir süre önce influencer marketingi keşfetmiştir.⁵ Benzer şekilde dijital ayak izlerinin takip edilmesi yoluyla kullanıcının karşısında çıkarılan reklamlar da dijital reklamcılığı desteklemektedir. Video paylaşım sitelerinde kullanıcının karşısına çıkarılan reklamlar da buna dahildir. Bu reklamcılık anlayışı sayesinde kültür endüstrisinin çarkı dijital ortamda da dönmeye devam eder. Bir zamanlar sadece izleyici/dinleyici olan kullanıcı bir şekilde yine kapitalizmin içine itilir.

Bunların yanı sıra Youtube gibi video paylaşım siteleri aynı zamanda bizzat aktivist hareketlerin seslerini duyurduğu ya da eleştirel kuramın bir aracı olarak da işlev görmektedir. Örneğin; dünya genelinde binlerce anonim internet kullanıcılarından oluşan Anonymous adlı uluslararası aktivist grup, 2011 yılında gerçekleştirdiği güvenli internet düzenlemesine ilişkin internette uygulanan filtre karşısında temel hak ve özgürlüklerin ihlal edileceğini savunan manifestosunu Youtube üzerinden bir video aracılığıyla duyurmuştur (Akt. Sert, 2012: 135). Anonymous'un konuyla ilgili olarak Youtube'da yayınladıkları videoda yer alan mesaj şu şekildedir:

“Türkiye Cumhuriyeti vatandaşları, Biz Anonymous olarak son yıllarda Türk Hükümeti'nin Youtube, Rapidshare, Fileserve ve bunun gibi binlerce siteyi sansürlediğine şahit olduk. Son olarak hükümet Google servislerine erişimi de yasakladı. Online Aktivizm Araçları Yoluyla Oluşturulan Etkilerin Metafor Kullanılarak Açıklanması Akdeniz İletişim Dergisi 136 Bu sansür hareketleri affedilemez. İnternet, hükümet korkusu olmadan bilgi paylaşımında bulunmak, tartışmak için herkesin bir araya geldiği bir yerdir, bir özgürlük platformudur. Biz Anonymous olarak hiçbir şey yapmadan beklemeyeceğiz. Hükümetin sansür yağmuruna karşı Türk Halkı ile birlikte savaşağız. Türkiye Cumhuriyeti vatandaşları, Anonymous artık sizinle birlikte savaşıyor. Bizler anonimiz, Bizler çoğunluğuz, Affetmeyiz, Unutmayız, Türk Hükümeti, bekle bizi!” (Akt. Sert, “2012: 135).

Bu bakımdan dijital medyanın toplumsal hareketleri tetiklemede rol oynadığı, kitleleri birleştirmekte ve toplumsal farkındalık oluşturmada etkili olduğu söylenebilmektedir.

2.3. Dizi Platformları

Herbert Marcuse Tek Boyutlu İnsan'da, medya ürünleri dolayımı içeriğin, insanı ve dolayısıyla toplumu tek tipleştirceğini ve böylece egemen gücün hakimiyet alanını daha efektif biçimde genişletebileceğini savunmaktadır (Marcuse, 2008: 97).

⁵Influencer marketing dijital medya ünlülerinin bir ürün veya markanın tanıtımını dijital mecralar üzerinden yapması şeklinde tanımlanabilir.

Başta Netflix olmak üzere dizi platformları⁶ bu dolayimli içeriğin sunulduğu yeni alanlardır. Kullanıcıya istediği zaman istediği yerde içerik izletebilme hizmeti sunan bu platformların geçmişte televizyonun, ondan önce radyonun sahip olduğu etkiye sahip olduğu söylenebilir. Bu bakımdan dünyanın dört bir yanından milyonlarca kullanıcıya sahip dizi platformları medya içeriğinin yeni üretim noktasıdır. İnternet tabanlı bu yayınlar hızla televizyon kanallarının yerini almaktadır. 1997 yılında kurulan ve 2012'ye kadar dizi ve film kiralama hizmeti veren Netflix, 2012 yılında ilk prodüksiyonu olan Lillyhammer dizisiyle yeni bir yayıncılık anlayışı benimser. Genç bir firma olmasına rağmen yıllardır zirvede olan Walt Disney'i piyasa değeri olarak geride bırakmıştır. Netflix, HBO gibi oluşumlar televizyon yayıncılık anlayışını geride bırakmış, dijital yayıncılık anlayışını popüler kılmıştır (Kopuz, 2019: 151-152). Televizyonun ilk yıllarında neredeyse her programı ilgi ve heyecanla takip eden izleyici kitlesi bugün de bu platformları aynı ilgi ile takip etmektedir. Hal böyle olunca elbette sunulan programlarda verilmek istenen bazı mesajlar bulunacaktır. Bu gibi platformlarda izleyiciye sunulan mesajlar birbirini besler niteliktedir. Benzer veya alakasız programlarda mesajlar tekrarlanır. Bu sayede aktarım gerçekleşir.

Kara (2014) "Gündelik hayatın her alanına yayılmış olan medya ürünlerinin ideolojik yapısı ve hâkim ideolojinin devamını gözeten ürün yönetim biçimleri, mevcut yapılanmanın devamını teşvik etmektedir" der (Kara, 2014: 52). Bu düşünceden yola çıkılacak olursa bahsi geçen dizi platformları da mevcut ideolojiyi ve düzeni beslemektedir. Ancak aynı zamanda tamamen sistemsal eleştiri içeren ürünler de bu platformlarda ortaya konulmaktadır. Black Mirror dizi serisi bunlardan biridir. Dizinin ilk bölümü olan "The National Anthem" isimli bölüm İngiliz prensesinin kaçırılması ve başbakanın, prensesi sağ salim kurtulabilmesi için bir domuzla, ulusal yayın yapan bütün televizyonlarda cinsel ilişkiye girmesi ile başlar. Tüm halk bu eylemin gerçekleşeceği saatte televizyonlarının başında toplanır. Bu içerik düpedüz bir sistem eleştirisi olmasının yanında aynı zamanda tüm halkın tıpkı bir televizyon şovu izler gibi ekran başına toplanarak reel bir zoofili izlemesi bakımından da dikkat çekicidir. İnsanlar izlediklerinin gerçek olduğunu biliyor olmasına rağmen, sanki bir film izliyormuş gibi izler bu sahneyi. Esasen bu ekranda sunulan içeriklerin şeyleşmesi ile ilgilidir. Şeyleşen her türlü ilişki ise kültür endüstrisinin devamını mümkün kılmaktadır. Bu sebeple farklı bir ifadeyle yinelemek gerekir ki geçmişte televizyon

⁶Dizi platformları literatürde "dijital içerik platformları" olarak da karşılık bulmaktadır.

yoluyla sürdürülen bu söyleşme bugün dijital mecralardan biri olan dizi platformlarıyla ve hatta tüm dijital medya ürünleriyle sürdürülmektedir. Sosyal medya ise insanın kendine yabancılaşması ve kendi kendini şeyleştirilmesi bakımından ekstra bir başlıkta tartışılması gereken bir konudur.

2.4. Sosyal Medya

“Derin olan şeyler maskeyi sever; hatta en derin şeyler resme mesele nefret duyar.”

Nietzsche

Foucault (2003)’ ya göre “kapitalist toplumda önemli olan biyopolitikadır” (2003: 275). Biyopolitika ise kapitalizmin bedeni toplumsallaştıran disipline edici bir biçimdir. Bu noktada Foucault’nun “kendilik teknolojileri” terimi önem taşımaktadır. Kendilik teknolojileri “insanların, sadece davranışlarının kurallarını belirlemekle kalmayıp bizzat kendilerini dönüştürmeye, kendi orijinal varlıklarında değişimler yapmaya ve yasalarını belli estetik değerler taşıyan ve belli stil kriterlerine uyan bir eser haline getirmeye çalışırken kullandıkları pratiklerdir” (Foucault, 1984: 18). Kültür endüstrisinin temelde yapmış olduğu şeyin bu olduğunu zaten biliyoruz. Ancak bu noktada değişen şey bunu hangi araçlar yoluyla yaptığıdır. Günümüzde sosyal medya bu araçların başında gelmektedir. Sosyal medyanın etkisi o kadar büyüktür ki geleneksel medya dahi artık içeriklerini sosyal medya ile desteklemek zorundadır. Yahut bir sinema filminin ilk tanıtım yapması gereken yerlerden biri sosyal medyadır. Benzer şekilde iktidar ya da muhalefet, sosyal medya ile güçlenmektedir. Seçimlerden önce sosyal medya anketleri uygulanmaktadır. Haberler sosyal medyada yayılmaktadır. Peki bu denli büyüklü ve büyük bir etkiye sahip olan sosyal medya aslında bizim dijital panoptikonumuz olabilir mi?

Sosyal medya insanların bambaşka bir kimliğe büründüğü, ancak bu kimliğe bürünürken aynı zamanda gerçek kimliği ile ilgili tüm bilgileri açık ettiği şeffaf bir perdedir. Han (2019b) sosyal medya ile değişen bu topluma “şeffaflık toplumu” adını vermektedir.

George Orwell’in 1984 isimli romanında betimlediği tele-ekranlı, işkence hücreli gözetim devleti temelde bugünkü dijital panoptikonumuzdan ayrılmaktadır. Dijital panoptikonda kimse kendini gözetleniyormuş ya da tehdit ediliyormuş gibi hissetmez. Bu nedenle “gözetim devleti” ifadesini kullanmak doğru değildir. Çünkü dijital panoptikonda insan kendini özgür hisseder. Fakat Orwell’in gözetim

toplumunda mevcut olmayan ancak hissedilen özgürlük sorun teşkil eder. Dijital panoptikon, sakinlerinin kendilerini gönüllü olarak sergilemesinden yararlanır ve onları sömürür. Daha doğru bir ifadeyle onları sömürülmeye iter. Kendini sömürme ve kendini ışıklandırma da aynı mantığı izler. Her defasında özgürlük sömürülmektedir. Dijital panoptikonda Big Brother yoktur. Birey kendisini kendi isteğiyle sergiler ve çıplaklaşır. Herkes kendinin panoptikonudur. Şeffaflık toplumu dijital panoptikonlarla donatılmıştır (Han, 2019a: 46-47).

Günümüz dünyası eylem ve duyguların temsil edildiği ve yorumlandığı bir tiyatro değildir. Mahremiyetlerin sergilendiği, satıldığı ve tüketildiği ticari bir pazardır. Sosyal medya ve Google gibi kişiselleştirilmiş arama motorları mutlak bir yakın alan oluşturur. Bu yakın alanda her kullanıcı yalnızca kendisi ve kendisi gibi olanlarla karşılaşır. Bu dijital mahalle, kullanıcıya sadece hoşuna gidecek şeyler sunar, olumsuzluklar yoktur. Böylece kamusal alanı ve kamusalılığı, hatta eleştirel bilinci yok eder. Bu yolla bu dijital dünyayı özelleştirir. İnternet mahrem bir alana, kullanıcının rahatlık ortamına dönüşür. Bu ortam her türlü uzaklıktan arınmış, yakınlık ya da şeffaflığın dışavurum biçimlerindedir (Han, 2019b: 53-54).

Han (2019b)'ye göre “Şeffaflık toplumu enformasyon toplumdur. Enformasyon kendi başına her türlü olumsuzluktan yoksun olduğu ölçüde bir şeffaflık fenomenidir. Olumlulaştırılmış, işlemeleştirilmiş bir dildir”. Şeffaflık toplumu hakikatten ve görünüşten yoksundur. Hakikat de görünüş de şeffaf değildir. Tamamen şeffaf olan tek şey boşluktur. Bu nedenle bu boşluğu dağıtmak için bir enformasyon yığını devreye sokulur. Enformasyon ve resim yığını, içinde boşluğun kendini hala gösterebildiği bir bolluktur. Yalnızca enformasyon ve iletişimin artması dünyaya aydınlık getiremez. Enformasyon yığını hakikat oluşturmaz ve şeffaflık kahinliğe yol açmaz (Han, 2019b: 60-61).

Han (2019b) Rousseau'nun şeffaflık toplumu adını verdiği toplumun kontrol ve gözetleme toplumu olduğunu ileri sürmektedir. Şeffaflık talebi zamanla koşulsuz bir buyruk haline gelmektedir. Özellikle dijitalin karşımızda apaçık görülen şekli bunun bariz bir örneğini temsil edebilir. Kişilerin mahremiyet algısı gelişmekte ve bireysel olarak daha önemli bir hal almaktayken bir yandan aynı birey mahremiyet kavramının boşluğunda kaybolur. Toplumsal ve kişisel mahremiyet için aktivist söylemler üreten sosyal medya aynı zamanda görünür olmak ister. Zira görünür olmadıkça üretilen söylem, düşünülen fikir ya da uygulanan eylemin bir anlamı yoktur. “İletişim ve

enformasyonun dijital rüzgârı her şeyin içine işler ve her şeyi şeffaf hale getirir”. Ahlaki buyruklar üreten dijital ağ kendi içinde hiçbir ahlaki buyruğa tabi değildir. Bugünün dünyasından bakıldığında Rousseau’nun şeffaflık toplumunun toplu kontrol ve gözetleme toplumu halini aldığı aşikardır. Pornografik bir sunumla ekonomik panoptikonlar ortaya çıkmıştır. Amaç ise yine maksimum kardır (Han, 2019b: 65-66). İşin garip tarafı ise tüketicinin artık yaratılan talebin bilinçli olduğunun, yapılan tüketimin kapitalizme hizmet olduğunun farkında olmasıdır. Ancak buna rağmen şahane kurgu devam etmektedir. Tüketim de talep de hem tüketici için hem de politik ve ekonomik güç sahipleri için şeffaftır. Bauman ve Lyon (2016)’un deyiimiyle “Akışkan Gözetim” sürmektedir. “Şeffaf müşteri, dijital panoptikonun yeni mahkûmu, homo sacer’ idir” (Han, 2019b: 71).

Bu bağlamda sosyal medyanın her kullanıcıını bir çeşit metaya dönüştürdüğü söylenebilir. Dolayısıyla sosyal medya, dijital medyanın her ürünü gibi eleştirel kuram için yeni bir mekân olarak görülebilmektedir. Kültür endüstrisinin bir ürünü olarak sosyal medya içinde bulunduğumuz yeni panoptikon en büyük gözetleme kulelerinden biridir. Dijital oyunlar geçmeden önce bu başlık altında defalarca atıf yapılan Byung-Chul Han (2019b)’nin sözleri ile bitirmek gerekir ki:

“Günümüzde yerkürenin bütünü bir panoptikon durumuna doğru gelişme gösteriyor. Panoptikonun dışı diye bir şey mevcut değil. Bir topyekünlük söz konusu. İçerisini dışarıdan ayıran bir duvar yok. Kendilerini özgürlük alanı olarak sunan Google ve sosyal ağlar Panoptik biçimlere bürünüyorlar. Bugün gözetleme, genelde sanıldığı şekliyle özgürlüğe saldırı şeklinde gerçekleşmiyor. İnsanlar kendilerini daha ziyade gönüllü olarak teslim ediyor panoptik bakışa. Kendilerini soyarak ve teşhir ederek dijital panoptikonun oluşuna bilerek katkıda bulunuyorlar. Dijital panoptikondaki mahkûm aynı zamanda hem kurban hem faildir. Özgürlüğün diyalektiği işte budur” (Han, 2019b: 72).

2.5. Dijital Oyunlar

Dijital oyunlar 21. yüzyılın kültür endüstrisi ürünlerinden biridir. Bu çalışma adına da önemli bir yer teşkil etmektedir. Zira çalışmanın uygulama bölümü olan üçüncü ve son bölümde çalışmanın temel noktası olan Molleindustria isimli oyun sitesinde bulunan Phone Story isimli oyun incelenecektir. Ancak buna geçmeden önce dijital oyunlar ve oyun kavramıyla ilgili detaylı bilgilere yer vermek doğru olacaktır.

Oyun antropoloji, psikoloji, pedagoji, iletişim bilimleri gibi birçok disiplinin ilgi alanına giren bir kavramdır. Ludoloji ise bu disiplinlerarasılık içinde çalışan kökü latince olan “ludik” kelimesinden gelmekte olan, çoğunlukla video oyunlarını inceleyen bir alan olarak tanımlanmaktadır. Ludik kelimesi “ciddi olmayan” anlamına

gelmektedir. Oyun her ne kadar ciddi olmayan bir şeymiş gibi düşünülse de günümüzde oyun kavramı ve oyun eyleminin kendisi akademide ciddi bir tartışma konusudur (Akbulut, 2009: 25; Yengin, 2012: 83).

Türk Dil Kurumu genel Türkçe Sözlüğü'nde oyun kelimesi “yetenek ve zekâ geliştirici, belli kuralları olan, iyi vakit geçirmeye yarayan eğlence” olarak tanımlanmaktadır. Salen ve Zimmerman (2004) oyunu “kurallar tarafından belirlenen, oyuncuların yapay bir çatışma içinde olduğu, sayısallaşan bir sonuçla neticelenen bir durum” olarak tanımlanmaktadır (2004: 96). Çelen (1999) ise “sonucu düşünülmemeyen, herhangi bir amaca ulaşmaktan çok zevk almak amacıyla girilen, görünürde pratik bir sonucu olmayan bir etkinlik” şeklinde bir tanımlama yapmaktadır (Çelen, 1999: 123). Caillois (2006) ise oyunun “dikkatli biçimde yaşamın geri kalanından yalıtılmış ayrı bir uğraş ve genelde belli zaman ve mekân sınırlarıyla meşgul” olduğunu söylemektedir (2006: 125). Homo Ludens'in yazarı Hollandalı tarihçi Johan Huizinga (2017)' ya göre ise oyun “Olağan hayatın dışında yer aldığı hissedilen, özgür ve kurmaca ama yine de oyuncuyu tamamen içine çekme yeteneğine sahip bir eylem”dir (2017: 33). Bu eylem özellikle sınırlandırılmış bir zaman ve mekân içinde gerçekleşir, belirli kurallara uygun şekilde ilerler. Kimileri oyunun kökeninin ve temelini, yaşam enerjisi fazlalığından kurtulmanın bir biçimi olarak tanımlamaktayken, başka teorilere göre oyun bir çeşit taklittir. Canlılar oyun oynarken doğuştan gelen bir taklit eğilimin hükmü altındadır; veya bir çeşit gevşeme isteği içerisindedirler. Ya da oyun hayatın onlardan talep edeceği ciddi eylemler için hazırlık antrenmanı niteliğindedir. Başka varsayımlar ise oyunun kökeninde egemenlik kurma arzusu ve yarışma ihtiyacı bulunduğunu ileri sürmektedir. Bazı teorilere göre ise oyun zararlı eğilimlerden masum bir şekilde kurtulma yoludur. Bir başka deyişle gerçek hayatta gerçekleştirilmesi mümkün olmayan arzuları bir kurmaca aracılığıyla giderilmesidir (Huizinga, 2017: 18-19)⁷.

Huizinga (2017) oyunun bir takım karakteristik özellikleri olduğundan söz eder: Her oyun her şeyden önce gönüllü bir eylemdir. Oyun keyfe kederdir. Bir görev değil, boş zaman etkinliğidir. Serbesttir ve özgürlüktür. Oyun gündelik ve asıl hayat değil, aksine gündelik hayattan bir tür kaçıdır (2017: 26). Hayatı süslemekte, onun yarattığı

⁷ Bu teorilere ilişkin detaylı bilgi için: Henri Zondervan, *Het Spel bij Dieren, Kinderen en Volwassen Menschen* (Hayvanlarda, Çocuklarda ve Yetişkinlerde oyun), Amsterdam 1928. Frederik Jacobus Johannes Buytendijk, *Het Spel van Mensch en dier als openbaring van levensdriften* (İnsanda ve Hayvanda Hayati Eğilimlerin Dışa vurumu Olarak Oyun), Amsterdam 1932.

boşlukları doldurmaktır. Bu nedenle vazgeçilmez olmaktadır. Yanı sıra mekansal ve zamansal sınırlılıkları bulunmaktadır. Kendi sınırları içinde kendine özgü ve mutlak bir düzeni, kuralları vardır. Bu düzeni kendisi yaratır. Düzeni ihlal eden ise oyunbozan olarak tanımlanır. Oyunbozan oyunun niteliğini ve değerini tam anlamıyla yok eder, oyunun büyüdü dünyasını bozar. Aynı zamanda oyun içinde gerilim barındırır (Huizinga, 2017: 31).

Bu bağlamda oyun kavramına ilişkin genel bir tanım yapmak gerekirse: “Belirli bir düzen içerisinde oyuncuların belirlediği kurallar çerçevesinde ilerleyen, gönüllülük esasına dayalı, mekansal ve zamansal sınırlılıkları bulunan, günlük hayatın stresinden uzaklaşmak üzere gerçekleştirilen ve gerçek hayatta gerçekleştirilemeyen duyguların bir çeşit dışı vurumu olan, kazanma-kaybetme sonucuna dayalı bir çeşit boş zaman etkinliği” şeklinde yeni bir tanım getirilebilmektedir.

2.5.1. Gelenekselden Dijitale Oyunun Dönüşümü

Dijital oyunların geleneksel oyunlardan farklı mı yoksa onların birer uzantısı olup olmadığı tartışmaları ludoloji ve naratoloji çalışmalarında halen süregelmektedir (Binark ve Sütçü, 2008: 43). Oyunun tarihi çok eski dönemlere dayanmaktadır. Hatırlanamayacak kadar eski dönemlerden beri beceri, güç ve dayanıklılık müsabakaları her uygarlıkta ya ibadetle ilişkili ya da törensel eğlenceler olarak önemli bir yere sahip olmuştur (Huizinga, 2017: 259). Refahı kutsal yoldan sağlamak amacıyla her yıl çok sayıda bayram düzenlemekte olan Antik Roma’da bu dinsel geleneklerin adının “ludi” olması bir tesadüf değildir. Bunlar gerçek birer oyundur ve oyuna dair tüm özellikleri taşımaktadır (Huizinga, 2017: 234).

İnsan nesli çevresinde gördüklerini taklit ederek yaptığı hareketlerle, birbirine anlatarak farkında olmadan oyun aksiyonunu yaratmıştır. Ancak bu, insan için oyun kavramı hakkındadır. Zira yukarıda da bahsedildiği üzere aslında insanlık tarihinden önce de oyunun varlığından söz edilebilir. Bugün oyun oynayabilen hayvanlar bizler yokken de oynayabiliyor olmalı... Dolayısıyla oyun olgusunun insan hayatında nerede başladığı önemlidir. Avcı toplayıcı toplumların kalıntılarına bakıldığında oyunun ilk izleriyle karşılaşılabilir. Avlanan insanlar avlanma sistemlerini hareketlerle ve seslerle anlatarak insanlık için oyun tarihini başlatmışlardır. Avlanma hareketlerini izleyen çocuklar, büyüklerini taklit ederek kendi aralarından yeni oyunlar yaratmış ve bu oyunlar nesilden nesile geliştirilerek aktarılmıştır. Sopa ve taşlarla hedef vurma,

saklambaç oyununda saklanan oyuncuyu arayan ebenin ya da saklanan oyuncunun arasındaki sobelemek için kaleye önce varma yarışındaki hal ve hareketler ilkel insanların avlanma sırasında yaptığı hareketlere benzetilmektedir (Yengin, 2012: 87).

British Museum’da sergilenen M.Ö.800’lü yıllara dayanan “Aşık Oynayan Kızlar” heykeli oyun tarihinin ne kadar eski olduğunun bir göstergesidir. Benzer şekilde Mısır’da bulunan Orta Krallık dönemi duvar resimlerinde oyun tahtası üzerinde oynanan oyunlar resmedilmiştir. Benzer şekilde Yunan çömlek resimlerinde tavlaya benzer bir oyuna rastlanmaktadır. Datça’da bulunan M.Ö 2000 yılından bugüne gelen Knidos Antik Kenti’nde bugünkü kızmabirader oyununa benzeyen bir masa oyununun kalıntıları yer almaktadır. Bu şekilde başlangıçlarla birlikte oyun olgusu günümüzdeki dijital haline kadar gelmiştir.

Alvin Toffler’in dalga metaforu⁸düşünülünce bu dalgalar arasında değişmeyen tek şey insanların fizyolojik ihtiyaçlarını karşılama eğilimidir. Asıl değişimler ise farklı dönemlerde yaşayan insanların farklılaşan dünyaya ayak uydurma uğraşlarıdır. Bu noktada jenerasyon farklılıkları ortaya çıkmaktadır. Birbirinden farklı jenerasyonların yaşayış biçimleri de farklı olduğu için insanların, algılama şekilleri, öğrenme şekilleri, iş hayatı prensipleri, eğlenme anlayışları, davranış biçimleri, çocuk yetiştirme şekilleri gibi birçok konuda dönemden döneme farklı düşünelere sahip oldukları görülmektedir. Dolayısıyla insanın oyun oynama biçiminin de çağa ayak uydurması kaçınılmaz bir hal almıştır. Geleneksel oyunların yok olduğunu söylemek doğru olmasa da giderek uygulamasının azaldığını söylemek mümkündür. 21. yüzyılda yaşanan değişimlerle birlikte, kişilerin birbirlerini, kültürlerini, doğayı ve kendilerini, ancak en önemlisi teknolojiyi algılama biçimlerinde yaşanan değişimler, dijitale adapte olmuş yeni nesiller için dijital oyunların geliştirilmesini kaçınılmaz kılmıştır. Elbette bu oyunlar ticari kaygılarla ortaya çıkmıştır. Ancak özellikle X Kuşağı döneminde yaşanan teknolojik gelişmeler gerek insanları gerekse çeşitli sektörleri çağın değişimine ayak uydurmak zorunda bırakmıştır. Bunlardan biri de oyun sektörüdür.

Dijital oyunun tarihi oyun tarihine kıyasla çok daha yenidir. 1950’lere dayanmaktadır. Ancak dijital oyunlar teknolojiye paralel olarak hızla gelişim göstermiştir. Dijital oyunlar bir diğer adıyla video oyunlarına ilk örnek 18 Ekim 1958

⁸ Detaylı bilgi için bkz: Alvin Toffler, “*The third wave*”(Vol. 484). New York: Bantam Books 1980.

tarhinde, Donner Model 30 analog bilgisayar için geliştirilmiş olan ‘‘Tennis for Two’’ isimli oyun gösterilmektedir. Dijital oyun endüstrisinin temel gelişimleri üçe ayrılmaktadır. Bunlardan ilki mikroşlemcilere geçiş ile birlikte daha iyi görünümlü animasyonların ortaya çıkışı olarak görülmektedir. Ses teknolojilerinin gelişimi 1980’lerde oyunlara müzik entegre edilmesini mümkün kılmıştır. Endüstrinin ikinci temel gelişim dinamiği, oyun konsollarının ortaya çıkışı ile oyunların salonlardan evlere taşınabilmesi olmuştur. Üçüncü gelişim dinamiği olarak ise, ev bilgisayarlarının ortaya çıkmasıyla bilgisayar tabanlı oyunların geliştirilmeye başlaması olarak gösterilmektedir. Teknolojinin hızla gelişimi ve bu gelişimle birlikte internetin ve teknoloji ürünlerinin ucuzlaması onları herkesin ulaşabileceği bir konuma getirmiştir. Haliyle bu durum da dijital oyun sektörünün gelişimini olumlu yönde etkilemiştir. Dijital oyun sektörü son 60 yıl içerisinde başta grafik alanında olmak üzere önemli bir ilerleme kaydetmiştir. Günümüze kadar devam eden gelişim sürecinde, yedinci nesil konsollar geliştirilmiştir. Bunların en önemli rnekleri Xbox 360, PS3 ve Wii olarak gösterilebilmektedir. Bu konsollar hem oyun deneyimini geliştirmekte hem de oyunu bir multimedya eğlence ve iletişim aracı haline dönüştürmektedir. Aynı zamanda AAA olarak sınıflandırılan oyunlar yapım ve maliyet açısından büyük film prodksiyonlarıyla kıyaslanır haldedir. Bu tür oyun projeleri, ses, programlama, animasyon, grafik, pazarlama, tasarımı ve yapım gibi farklı alanlarda uzmanlaşan yüzlerce uzmanı içeren kadrolarla gerçekleştirilmektedir (Güvenli İnternet Merkezi, 2019: 6).

Dijital oyun sektöründe özellikle 21. yüzyılda sayılamayacak kadar çok teknolojik gelişme yaşanmıştır. Günümüze kadar ilerleyen ve hali hazırda devam eden süreçte yaşanan teknolojik gelişmelerle birlikte oyun sektörünün gelişim seyri de ivme kazanmıştır. Tüm bu tarihi değişimler doğrultusunda sektörün ivme kazanmasında, insanların teknolojiden istese de kaçamaz halde olması etkili görülmektedir. Özellikle Y kuşağının teknolojiye adaptasyonun oldukça hızlı olması dijital oyunların başlangıcına bir sebep olarak gösterilebilmektedir. Ancak Y Kuşağının ardı sıra gelen Z ve Alfa Jenerasyonlarının doğdukları günden itibaren teknolojinin içinde olması hem kültürel hem de toplumsal anlamda insan neslinin oyun kavramını algılama biçimini de değiştirdiği ve geliştirdiği söylenebilmektedir. Bilhassa Z ve Alfa Jenerasyonlarının dijitali algılayış biçimi sektöre yapılan yatırımların da giderek

artmasına sebep olmuş, dijital mecralar hemen her sektörün ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir.

Dijital oyunlar geleneksel oyunların birçok özelliğini içinde barındırabilir. Dijital oyunlar da geleneksel oyunlar gibi gönüllü eylemlerdir. Hatta oyuncular dijital oyunları oynamak için gönüllü olarak para harcamaktadır. Keyfe keder bir boş zaman etkinliğidir. Serbesttir ve özgürlüktür. Dijital oyun oynayanların da gündelik hayattan bir tür kaçış aradıkları söylenebilmektedir. Tıpkı geleneksel oyunlarda olduğu gibi her dijital oyunun da kendi sınırları içinde kendine özgü ve mutlak bir düzeni, kuralları vardır. İçerisinde gerilim ve kazanma hırsı barındırır (Huizinga, 2017: 26). Tüm bu özellikler geleneksel oyunla aynıdır. Binark ve Sütçü (2008)'ye göre ise dijital oyunların geleneksel oyunlardan farkı yeni medyanın özelliklerini oyun oynama edimine dahil etmesidir (Binark ve Sütçü, 2008: 45). Yanı sıra geleneksel oyunların mekansal ve zamansal sınırlılıkları bulunmaktadır. Ancak dijital oyunlarda bu durum yalnızca oyunun oynanabileceği bir dijital araca sahip olmakla birlikte oyuncular arasındaki zaman ve mekân sınırlılığı ortadan kalkmaktadır. Bu da yeni medyanın özelliklerinden olan “hipermetinsellik” özelliği olarak gösterilebilmektedir. Bir diğer fark olarak ise geleneksel ve dijital oyunların arasındaki ortaya çıkış amacı gösterilebilir. Geleneksel oyunların ortaya çıkış nedeni kar elde etmek değildir. Kültürel olarak kendi kendine ortaya çıkar ve nesiller boyunca devam ederler. Ancak dijital oyunların ortaya çıkışı, yaratım nedeni tamamen ekonomiktir. Oluşumunun arkasında profesyonel bir meta üretim süreci bulunmaktadır. Bu da oyunları değil bizzat dijital oyunu kültür endüstrisinin bir ürünü ve taşıyıcısı konumuna sokmaktadır.

Bu bağlamda dijital oyunların geleneksel oyunların bir uzantısı olup olmadığı tartışmaları bir yana bu çalışmanın asıl odaklandığı nokta kültür endüstrisinin bir ürünü olarak dijital oyunların eleştirel kurama katkılarını görmek, kültür endüstrisi eleştirisinin dijital dönüşümünü dijital oyunlar aracılığıyla ele almaktır.

2.5.2. Dijital Oyunun İşlevleri

Elbette oyun kavramına dair ve dolayısıyla dijital oyun sektöründe yaşanan bu gelişmelerin nedeni yalnızca teknolojik gelişmeler ya da yeni neslin alışkanlıkları gibi etkenler değildir. Oyun kavramının bizzat yaşattığı deneyimler ve işlevsel özellikleri de bu gelişimde etkili olmuştur. Baudrillard (2011: 186)'a göre oyun, çelişkisiz ve iç olumsuzluğu bulunmayan bir sistemdir. Bu nedenle kimse oyunun önemsiz olduğunu

söylenmez. Bütün düzenlenişi taklittir. Kural ise yasanın taklide dayanan simülakrına benzer. Oyun iki ayrı zevk duymamızı sağlar: saf baştan çıkarma ve taklit. Karşılıklılığın sarsılmaz biçimiyle coşmuş bir simüle dünyada saf baştan çıkarma olarak zaman ve uzamı ortadan kaldırır. Yasanın baskılarıyla gelen biçimsel artırım ortamında gerçeği taklit eder. Oyuncular için oyun içindeki eylemler gerçek dünyadan güvenlidir. Oyunlar, oyunculara eylemlerinin fiziksel sonuçlarını bıraktığı korumalı bir alan sağlar (Bogost, 2006: 136; Erdem, 2019a: 137). Bu bakımdan gerçek dünyadan kaçış sağlayan dijital oyunların bir yandan gerçek dünya beklenti ve isteklerini tatmin ettiği söylenebilmektedir. Oyunların bulunduğu dijital evren, simüle etme (Baudrillard, 2017: 8) eylemini gerçekleştiren bir evrendir. Yaratılan simülasyon evreninde oyuncu, gerçek hayatta gerçekleştirmekten çekindiği arzularını gerçekleştirebileceği ve gerçek hayatta gerçekleştirmesi halinde karşılaşacağı sonuçlarla yüzleşmek zorunda olmadığı bir simüle tatmin duygusu yaşar (Yayla, 2020: 579).

Bunun yanı sıra dijital oyunlar kişiye gerçek yaşamda olduğundan bambaşka bir karakter olma fırsatı verdiği için ve oyuncu bu sanal karakteri oyunun kuralları çerçevesinde istediği biçimde, istediği zaman, istediği evrende bulundurabildiği için oyuncuya haz yaşatır. Ayrıca bu tip sanal karakter yaratımı oyuncuya yeni bir kimlik olanağı da sunmaktadır (Akbulut, 2009: 44).

Huizinga (2017)'ya göre dünyaya egemen olan agonal bir içgüdü bulunmaktadır. Dünyayı oyun cephesinde sürükleyen bu agonal içgüdünün gelişimi, kültür zihniyetinden bağımsız bir dış faktör tarafından teşvik edilir. Bu dış faktör insan ilişkilerinin bütün alanlarda ve araçlardaki olağanüstü gelişimidir. Teknik reklam ve propaganda her yerde rekabeti teşvik etmekte ve bu içgüdünün tatminini mümkün kılmaktadır (2017: 264).

Dijital oyunlarda zaman kavramı ise farklıdır. Oyuncunun oyun oynadığı sırada kendini neredeyse tamamen dış etkenlere kapatarak odaklaması zaman kavramının gündelik hayata göre farklı algılanmasına sebep olur. Temel bir öyküye dayanan dijital oyunlarda öykü oyunun ana hattını inşa eder ancak öykünün ucu açıktır (Jull, 2005: 219). Sözlü anlatılarda dilsel zaman kipi anlatış zamanı (narrative time) ile anlatılan öykülerin zamanı (story time) arasında zamansal bir ilişki bulunmaktadır. Öykü zamanı ile söylem zamanı arasında daima bir fark bulunur. Oyuncunun olaylar dizisini kendisinin inşa ettiği göz önünde bulundurulduğunda dijital oyunlarda zamanın

anlatılardan farklı biçimde seyrettiği görülmektedir (Akbulut, 2009: 57; Jull, 2005: 222).

Bir bilgisayar oyunu oynandığında öykü zamanı, anlatı zamanı ve okuma/izleme zamanı arasında bir fark bulmak zordur. Olaylar geçmiş ya da öncel olarak sunulmamakta, çünkü oyuncular onları etkilemektedir. Oyuncular klavyedeki tuşlara basarak, öykünün olaylar dizisini seçebilir, değiştirebilir. bu sebeple oyun, öykü zamanını anlatı zamanı ve okuma/izleme zamanıyla eş zamanlı olarak inşa etmektedir. Oyuncunun seçiminden önce bir olasılık olan olaylar oyuncunun oyunu oynamasıyla birlikte gerçekleşir (Akbulut, 2009: 57-59; Jull, 2005: 223). Dijital oyunlar oyuncuya hem kendisi hem de oyuncu olma deneyimini aynı anda sunar. Bu da yine oyunda sunulan zaman deneyimiyle alakalıdır (Jull, 2004: 131). Bu sebeptir ki dijital oyunlar oyunculara bulunduğu zamanın dışında bir zamanda hissetme deneyimi sunar. Çoğu zaman dijital oyun oynama edimi esnasında zamanın nasıl geçtiğini anlamamamızın nedeni de budur.

Dijital oyunlar oyuncuya nasıl farklı bir zaman deneyimi sunuyorsa benzer biçimde farklı bir uzamda olma deneyimi de yaşatmaktadır. Geleneksel oyunlarda uzam oyuncuların içinde bulunduğu fiziksel bir alan gerektirirken dijital oyunlarda böyle bir fiziksel ortama gereksinim duyulmamaktadır. Geleneksel oyunlar uzamında fiziksel ortam yanında fiziksel nesnelere hayal gücünün eşliğinde farklı amaçlarla kullanılabilir. Örneğin bir evcilik oyununda ot parçaları yemek olarak kullanılabilir, ya da bir kâğıt parçası sıkıştırılıp yuvarlanarak bir top yerine işlev görebilir. Ancak dijital oyun uzamı daha soyuttur. Zira dijital uzam bu soyutluk sayesinde uzamdır. Teknoloji yardımıyla aslında var olmayan bir yeni uzam yaratılır. Jull'e göre bu sanal uzam materyalsiz olduğu için geleneksel oyunlardaki fiziksel uzama nazaran daha etkilidir. Çünkü dijital oyunlar, geleneksel oyunlara göre uzamı sanal olarak ancak daha etraflıca betimlemektedir (Akt. Akbulut, 2009: 65).

Bunun yanı sıra oyunun eğitsel bir işlevinin olduğunu eklemek gerekmektedir. Eğitim sürecinde oyun temelli öğrenme uzun yıllardır kullanılmaktadır. Oyun temelli öğrenme anlayışı Jean Jacques Rousseau'nun "Emile" adlı eserindeki felsefesine dayanmaktadır. Eser, Rousseau'nun "Emile" adındaki bir erkek çocuğunu alarak onu büyütmesini, çocukluktan yetişkinliğe kadar olan eğitimi konu edinmektedir. Çocuğun oyun oynama isteğine engel olunmamalıdır. Oyun için cezalar verilmemelidir. Çünkü çocuğun oyun çağının, tehdit ve esaret altında, cezalandırılarak geçmesi özgürlüğünü

kısıtlayacak ve özgüven problemine yol açacaktır. Çocuğa bu özgürlüğün verilmesi iyi-kötü ayrımını bireysel olarak yapabilmesini sağlamaktadır. İyi-kötü ayrımı yapabilmesi ise gelecekte ihtiyacı olan muhakeme yeteneği kazanabilmesini beraberinde getirecek, sosyal ilişkilerinde ne şekilde davranması gerektiğini ona öğretecektir. Öğrenme deneyimler yoluyla gerçekleşmektedir. Rousseau'nun bu felsefesi günümüz oyun yoluyla eğitim anlayışının temelini atmıştır. Deneyim yoluyla gerçekleşecek öğrenme bilgilerin kalıcılığını arttırmakta, hatırlanmasını kolaylaştırmaktadır (Rousseau, 2005).

Okul öncesi çağındaki çocuklara oyuncaklar yardımıyla eğitim verilmesi bu yüzdendir. Aynı şekilde ilkokuldaki çocukların eğitiminde kullanılan görsel unsurlar, okul kitaplarındaki oyun içerikli eğitimlerin de sebebi budur. Oyun oynayan kişi kendisini zihinsel ve duygusal anlamda sadece oyuna adapte etmekte, deneyim kazanmakta ve öğrenme gerçekleşmektedir. Çocuğun oynadığı oyun sırasında kazandığı deneyimlerini günlük hayatıyla bağdaştırarak bunları kullanması beklenmektedir. Oyun çocukların zekâ gelişimini desteklemektedir. Yetişkinlerde de durum farklı değildir. İnsanoğlu öğrendiği bilgilerin tümünü hafızasında tutamaz. Hafızasında tuttuğu bilgiler kıymetli bulduklarıdır. Yıllar önce teorik olarak gördüğümüz derslerin pek çoğunu hatırlayamamızın sebebi budur. Ancak ilginç bir şekilde gördüğümüz derslerdeki bazı detayları hatırlayabiliriz. Bu, bizim için özel bir yer ettiği içindir. Psikolog Herman Ebbinghaus, insanın 24 saat içinde öğrendiği bilgilerin %80 lik gibi büyük bir kısmını unuttuğunu ortaya çıkarmıştır. Bu Ebbinghaus' un "Unutma Eğrisi" Kuramını ortaya çıkarmıştır. Kurama göre kişi sadece onun için çok ama çok önemli olan bilgileri belleğinde saklar, geri kalanı unutulur. Bilgilerin unutulmaması için çeşitli yöntemlerle pekiştirilmesi gerekir. Buna "pekiştireç" denir. Bu pekiştireçlerden en önemlisi ise "deneyim" dir. Deneyimleme sayısı arttıkça bilgilerin hafızada kalma oranı artar. Deneyimlemeyi kolaylaştırmak konusunda oyun iyi bir yöntemdir. Örneğin bir çocuğa matematik öğretirken çubuklarla öğrenmesini sağlamak ona daha çekici gelecektir. Çünkü bunu oyun olarak görür ve gerekli motivasyonu sağlamış olursunuz. Yahut bir müdürün çalışanlarına "eğitim yapacağız" demesiyle "hadi bir oyun oynayalım kazanana x ödülü var" demesi arasında motivasyon ve öğrenme noktasında farklılıklar vardır. Öğrenme sürecinde dış faktörler de etkili olmaktadır. Bu dış etkenlerden en önemlisi ise stresten uzak bir ortamdır. Baskı altında, zorla öğretilen bilginin unutma eğrisine takılması

kaçınılmazdır. Ancak kişi rahat, huzurlu, baskı hissedilmeyen bir ortamda aldığı bilgiyi içselleştirmekte ve öğrenme daha kalıcı bir biçimde gerçekleşmektedir. Gerekli ortamı sağlayan yöntemlerden biri de oyundur. Bir kere oyun kişinin tam anlamıyla adapte olduğu, gerekli içsel motivasyonu bulduğu, stresten uzak ve en önemlisi de eğlendiği bir ortamdır. Dolayısıyla oyun aracılığıyla öğrenilen bilgi kişi için kalıcı olmaktadır. (Yılmaz, 2016: 229-234).

Oyun ile öğrenmenin yalnızca geleneksel oyunlar aracılığıyla olacağını düşünmemek gerekir. Özellikle çocukların hayal gücü gelişiminde günümüz dijital oyunlarının oldukça etkili olduğu gözlenebilmektedir. Öyle ki Mojang tarafından yaratılan, hayal gücü gelişimini desteklediği öne sürülen “minecraft” isimli dijital oyun, MinecraftEdu versiyonuyla Avrupa’nın birçok ülkesinde okullarda eğitiminin bir parçası olarak 2015’ ten bu yana öğretmenler tarafından öğrencilere oynatılmaktadır. Oyunu eğitim sistemine dahil eden ülkeler, ortaya çıkan sonuçların oldukça olumlu olduğunu söylemektedir (Technopat, 2015).

Bu çalışma adına önem arz eden, oyunun bir diğer işlevi ise eleştirel düşüncüyü geliştirme işlevidir. Gonzalo Frasca (2001) video oyunlarının eleştirel düşüncüyü kamçılayarak sosyal sorunlarla ve insan ilişkileriyle ilgilenebileceğini savunmaktadır. Bu bağlamda Boal’ın “ezilenlerin tiyatrosu”⁹ bir başka deyişle “forum tiyatrosu” kavrayışına benzer bir yapı önermektedir. Frasca Boal’cı teknikler kullanarak eğitim ve sosyopolitik farkındalık geliştirmek için video oyunlarını bir araç olarak kullanmayı önermektedir. Bu yaklaşıma “forum video oyunları” adını vermektedir. Bu yaklaşımda katılımcılar video oyunları tasarlayarak kişisel bakış açılarını ortaya koyabilir böylelikle gündelik hayat konularını tartışabilirler. Yeni tasarımlar yeni tartışmalara yol açarak tekrar edilir ve sorunlar üzerine yeni çözümler geliştirilebilir.

⁹Boal’a göre klasik Aristocu tiyatronun en büyük sorunu izleyiciyi oyuna dahil etmemesidir. Bu doğrultuda Boal izleyicin oyuna dahil olduğu yeni bir tiyatro sistemi önermektedir. Buna “ezilenlerin tiyatrosu” adını vermektedir. Ezilenlerin tiyatrosunda izleyici-oyuncu (spect-actor) yaratılarak oyuncu ve izleyici arasındaki karşıtlık ortadan kaldırılabilir. Boal aktörlerin kendilerini kamusal alanda gizledikleri forum tiyatro tekniklerini geliştirmiştir. Forum tiyatrosunda, senaryo, katılımcıların önerdiği sorulara dayalı olarak oluşturulmakta ve başkarakterin amacına ulaşmasını engelleyen güçlü karakterlerin yer aldığı bir ezilme durumu içermektedir. Sahnede problem çözülmeden oyuna son verilir. Oyun sona erdiğinde izleyicilerden isteyenler başkarakterin yerini alır ve bir çözüm bulana dek oyunu sürdürür. Problem komplike olduğu için çözmek de zordur. Dolayısıyla sürekli tekrarlanan bir çözüm süreci içinde kalınır. Sorunu çözmek üzerine yeni perspektifler önerilir. Bu da katılımcılar arasında eleştirel tartışmaların gelişiminin ve eleştirel perspektifle düşünmenin önünü açmaktadır. Akbulut Hasan, “Geleneksel Oyundan Sanal Uzama Oyun ve Dijital Oyun Tasarımı.” (ed). Binark, M., Sütçü, B.G, Fidaner. içinde: Dijital Oyun Rehberi oyun Tasarımı ve Türler ve oyuncu, İstanbul:Kalkedon. 2009, ss.69-70.

Böylelikle videooyunları vakit geçirmek için gerçekleştirilen bir etkinlik olmaktan çıkarak, gerçeklik üzerine eleştirel düşünmeyi sağlayan etkin bir araç haline alabilir (Akt. Akbulut, 2009: 69-71).

2.5.3. Kültürel Bir Ürün Olarak Dijital Oyun

Huizinga (2017)' ya göre oyun, kültürden, insandan daha eski bir olgudur ve canlı hayatının her evresinde bulunmaktadır (Huizinga, 2017: 17). Belgeselleri dikkatle izlediğimizde, vahşi hayvan yavrularının dahi isteklerini oyun yoluyla anlattığını görürüz. İletişim kurma yeteneğine sahip canlılar olan insanlar ve hayvanlar henüz bebeklik dönemlerinde çevrelerinde gördüklerini taklit etmeye başlarlar. İletişimleri bu temele dayanır. Çevresini gözlemler ve gördüklerini yapmak için çabalar. Bir bebek anne ve babasıyla birlikte onların gülüşünü, çıkardıkları sesleri taklit ederek onlarla oynamaya çalışır. Bu bağlamda oyunun insanın hayatının başlangıcından itibaren yaşamının bir parçası olduğu söylenebilir. Aynı durum hayvanlarda da gözlemlenebilmektedir. Bir kedinin ip yumağıyla yaptığı oyunlar, köpeklerin bir araya geldiklerinde veya insanlarla gerçekleştirdikleri fiziksel aktivitelerde sergilediği koşma, zıplama, ısırır gibi yapma şeklindeki hareketler, evinizde beslediğiniz bir muhabbet kuşunun kafesinin içindeyken çıkarttığı sesler ve kafa hareketleri, içerisinde oyunu barındırmaktadır. Oyunun kültürden önce var olduğuna daha önce değinmiştik. Homo Faber (yapımcı insan) ve Homo Sapiens (düşünür insan) ikilisinin karşısına Homo Ludensi (oyuncu insan) getiren Johan Huizinga, ondan önceki düşünürlerden farklı olarak oyun olgusunu kültürel ve toplumsal yönleriyle ele almıştır. O'na göre oyun kültürlerden doğmamıştır. Aksine kültürlerin oluşumunda hem destekleyici hem önemli bir role sahiptir ve bizzat kültürün temelidir (And, 2003: 27).

İnsanlık tarihi boyunca kültürel aktarımın sürekliliği gerçeği düşünüldüğünde farklı kültürlerin birbirine eklemlenmesi sonucu kültürün kümülatif bir biçimde ilerlediği söylenebilmektedir. Oyun ise kültürlerin oluşumu ve birbirleriyle etkileşiminde temel bir rol üstlenmektedir. Oyun bir kültürün özelliklerinden oluşmaz, kültürü oluşturan etkilerin en başındaki kavram oyun kavramıdır. Kültür oyun biçiminde doğar ve başlangıçtan beri oynanan bir şeydir. Oyun ve kültür kavramları ikili bir birliktelik içerisinde. Burada kastedilen oyunun kültüre dönüştüğü değil, aksine kültürün ilk aşamalarından itibaren bir oyunun çizgilerini taşıdığı ve oyun biçimleri altında, oyun ortamında geliştiğidir. Kültür ve oyunun bu ikili iş birliğinde

oyun nesnel bir biçimde gözlemlenebilen ve somut olarak belirebilen ilksel unsuru meydana getirir. (Huizinga, 2017: 74-75).

“Kültür ne oyun olarak ne de oyundan doğmaktadır, o, oyunun içindedir” (Huizinga, 2017: 110). Hukuk, sanat, bilim, din gibi konuların bir araya geldiğinde kültürü oluşturan unsurlar olduğu söylenebilir. İbadet, kutsal oyun içinde serpilir. Şiir oyundan doğmuştur ve oyunsal biçimler sayesinde yaşamaya devam eder. Müzik ve dansın ortaya çıkışı saf oyundur. Bilgelik ve bilim ifadelerini ancak kutsal yarışma oyunlarında bulmuşlardır. Hukuk, toplumsal oyundan sıyrılıp ortaya çıkmıştır. Silahlı çatışmaların belirli bir kurala bağlanması ya da aristokratik hayatın kuralları oyunsal biçimler üzerinde temellenmiştir. Dolayısıyla kültürün ilkel aşamalarında oyun olarak oynandığı, oyunun içinde ve oyun olarak serpiildiği söylenebilmektedir (Huizinga, 2017: 232-233). Kültürün nesilden nesle aktarılan bir olgu olduğu bilinmektedir. Bu bağlamda oyunların kültür aktarımında taşıyıcı bir işlev yüklediği söylenebilmektedir. Oyunlar toplumların kendilerini, kurallarını, yaşayışlarını, ritüellerini ifade ediş biçimleri olarak nitelendirilebilir. Bu bağlamda ilkel toplumlarda karşımıza çıkan oyunlardan, bugün hayatımızda olan dijital oyunlara dek yaşanan bu dönüşüm bize bir şeyler ifade ediyor olmalıdır. Küreselleşme ve teknolojinin etkisiyle gelişen dijital oyunlar bugün her birimizin oynadığı oyunlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Oyun biçimsel olarak ve oynanış şekli olarak her ne kadar dijitale evrilmiş olsa da insanların oyun oynamasının sebebi aynı şekilde karşımızda durmaktadır.

Avrupa Komisyonu E-ticaret raporuna göre; dijital oyunlar Avrupa’da internet üzerinden en çok satın alınan ilk on ürün içerisinde yer almaktadır (European Commission, 2017). 2019 Dijital Oyun Raporu verilerine göre dijital oyun pazarının %51’i mobil oyunlar, %24’ü bilgisayar oyunları ve %25’i de konsol oyunları oluşturmaktadır. 2019 yılında yaklaşık 145 milyar dolar olan küresel oyun piyasasının 2020 yılı sonunda 165 milyar dolara, 2021 yılında ise 180 milyar dolara ulaşacağı tahmin edilmektedir (Güvenli İnternet Merkezi, 2019). Oyunculara yönelik verilere bakıldığında ise, sayılarının her geçen gün arttığı çok büyük bir küresel topluluk oluşturdukları düşünülmektedir. Küresel dijital oyun ekosisteminin sürekli, yeni oyunların geliştirildiği insanların oyun oynamaya daha fazla para ve vakit harcadığı hareketli bir ortam olduğunu söylemek mümkündür (Dikmen, 2019: 295).

Burada dikkat edilmesi gereken nokta şudur ki: oyun, kültürü taşıyıcı bir işleve sahip olsa da aynı zamanda onun bir ürünüdür. Bu geleneksel oyunlarda da dijital oyunlarda da aynıdır. Fakat dijital oyunlar bizzat kültür endüstrisinin geliştirdiği kültürel ticari ürünlerdir. Bu ticari ürünler sundukları karakterlerle, konuştuğu dille, gösterdiği imgelerle ve hatta sunduğu reklamlarla popüler kültürün en önemli taşıyıcılarından. “Dijital oyunlar, dijital promosyonel kapitalizmin en önemli kültür endüstrisi ürünlerinden biridir ve meta değeri için üretildiğini söylemek yanlış olmaz” (Binark ve Sütçü, 2008: 41-42).

Buluş ve Buluş (2020)’ye göre temel kültür endüstrisi araçları olan televizyon, radyo, kitap, gazete, dergi, film ve müzik gibi geleneksel medya endüstrilerinin yanı sıra internet ve dijital oyun gibi yeni medya endüstrileri de bulunmaktadır. Bu türden metaların en belirleyici özelliği farklı kültürel kod ve örüntülerden oluşmalarıdır. İletişime dayalı tüketim süreçleri oyuncu açısından incelendiğinde ise kapitalist üretim ilişkilerine dikkat çekmek gerekmektedir. Dijital oyuncuların kapitalist üretim ilişkilerini yeniden üretmedeki rolleri geleneksel medya izleyici tartışmalarından ayrılır. Bu noktada Castells (2004) toplumun enformasyonelleşmesi olarak vurgu yaptığı toplumsal ve kültürel üretim-tüketim süreçlerindeki dönüşümlerden söz etmektedir. Castells (2004), dijital oyuncuların giderek artan şekilde kültürel tüketim öznesi haline geldiğini, metalaşma ve şeyleşme süreçlerinin objesi olarak nitelendirildiğini öne sürmektedir. Kültürel bir tüketim aracı haline gelen dijital oyunlar, sanayi toplumlarından bilgi toplumlarına geçiş sürecindeki ekonomik faaliyet alanlarında artan kapitalist üretim ilişkilerine dahil olmuştur. Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan değişimlerin bu dahil olma sürecindeki rolü büyüktür. Tasarlandıktan sonra kapitalist tüketim kültürünün bir parçası haline gelen dijital oyunlar tüketilirken ödeme yapılan bir nihai kültür endüstrisi ürünü olarak nitelendirilmektedir (Castells’ den akt. Buluş ve Buluş, 2020: 3).

Jos De Mul (2008) dijital oyunların haz veren yönünü modern insanın zevki odaklı şu sözlerle açıklamaktadır: “Belki bilgisayar oyununun popülerliği, oyuncuya bir ihtimal bol miktarda, interaktifliğe bağlı zevk sunması sayesinde. Belki de bir şeye müdahale edebilmek modern insanın nihai zevkidir” (De Mul, 2008: 94). Sonuç olarak dijital oyunlar da -tıpkı oyunun doğasında var olduğu gibi- benlik ve haz ilişkileri ile kapitalizm mantığıyla doğru orantılı bir şekilde ekonomik ve ideolojik anlamda tekrar üretilmek üzere tüketiciye sunulan, kapitalist endüstriyel yapıyla

tamamlanarak tüketimi özendiren ve kitlelere yol gösteren içeriklerin dolaşımına hizmet eden metalardır (Buluş ve Buluş, 2020: 4). Ancak dijital oyunlar her ne kadar kültür endüstrisinin bir nesnesi olarak karşımıza çıkıyor olsa da aynı zamanda eleştirel bir mekân olarak da kullanılmaktadır. Kültür endüstri üretimi bir oyun aynı zamanda onu eleştirebilmektedir. Buluş ve Buluş (2020)'un söz ettiği yeniden üretme meselesi de tam bu noktada kendini göstermektedir. Kültür endüstrisi ürettiği kültürel ürünle ona kendini eleştirebilme imkânı tanır, fakat endüstri kültürünün öyle bir sistemi vardır ki bu ortam ona kendisini yeniden üretme fırsatında verir. Önemli olan ise eleştirisini dile getirirken eleştirdiği aracı kullanmaktır. Bu bir bakımdan kısır bir döngü bir başka bakış açısından ise aktivist bir hamledir.

2.5.4. Dijital Oyunlar ve Dijital Aktivizm

İkinci bölümde sıralanan başlıklara bakıldığında aslında eleştirel kuram ile aktivizmin bir şekilde iç içe geçmiş olduğu söylenebilmektedir. Aktivizm denince her ne kadar akla ilk gelen siyasi eylemler olsa da detaylı düşünüldüğünde aktivist hareketlerin pek çoğunun siyasetle dolaylı yoldan bir bağlantı kurduğu görülebilir. Elbette direkt olarak politik eleştiri odaklı olan aktivist hareketler de mevcuttur. Ancak başkaldırılan şey her ne olursa olsun aslında eleştirilen, bir şekilde başkaldırılan şeyin işleyişi, sistemi, baktığı yerdir. Bu bakımdan düşünüldüğünde aktivizmi açıklarken içinde bir yerlerde mutlaka eleştirel teorinin yansımalarının olduğu görülür. Aynı şekilde eleştirel teorinin içinde bir yerlerde aktivist bir hamle olduğu görülmektedir. Dolayısıyla eleştirel kuram ve aktivizmin yolları sürekli kesişen iki kavramken birbirinden ayrı düşünülmemelidir. Zira bu çalışma adına ayrı düşünülmemeleri de gerekir. Bu nedenle aktivizm bu çalışma adına oldukça önemli bir yere sahiptir.

İngilizce “active” (aktif, faaliyet gösteren) kelimesi ve “-ism” (öğreti, inanç) ekinin birleşiminden oluşan “activism” kelimesi Oxford Dictionary’de “Özellikle belirli amaçları olan bir kuruluşun üyesi olarak, siyasi veya sosyal değişime ulaşmak için çalışma faaliyeti” şeklinde açıklanmaktadır (Oxford, 2020). Türk Dil Kurumu Felsefe Terimleri Sözlüğü’nde ise “aktivizm” kelimesi “eylemcilik” olarak karşılık bulmaktadır (TDK, 2020). Bayat (2006)’ın tanımına göre ise aktivizm insanların yaşamlarında değişim yaratmayı hedefleyen her türlü beşerî etkinliktir (Bayat, 2006: 69). Bir başka tanım ise aktivizmin ortak çıkarları tehdit eden bir problemi çözebilmek için gönüllü olarak örgütlenmiş bir grup insanın koordineli çabası olduğunu söylemektedir (Kim ve Sriramesh, 2009: 88). Felsefi olarak daha önce kullanılmış

olmasına rağmen Birinci Dünya Savaşı'nda bugünkü anlamını bulmuştur. Bugün aktivizm deyince akla gelen etkin politik eylemliliktir. Birinci Dünya Savaşı öncesinde Rusya'nın Finlandiya'da gerçekleştirdiği politikalarına karşı pasif olmayan bir direnişi ifade ederken 1915'te İsveç ve Finlandiya'da tarafsız tutumdan vazgeçilmesini isteyenlere ve İttifak Devletleri'ne aktif destek sağlayanlara yönelik kullanılmıştır. Tek bir ideolojiyle bağdaştırmak doğru görülmesi de zaman içinde etkin muhalif eylemlerle birlikte kullanıldıkça sol ideoloji ile anılmaya başlamıştır. 20. yüzyılda ise bilgi paylaşımı, ağ oluşturma, kampanya yürütme, protesto etme gibi bir dizi eylemi kapsayacak şekilde biçimlenmiştir (Erben, 2019: 5; Kuldkepp, 2015: 253). Aktivizm her zaman aktif olarak gerçekleşmez. Örneğin açlık grevlerinde pasif bir eylem söz konusudur ancak bu pasif kalma hali de bir çeşit aktivist harekettir (Sert, 2016: 12).

Tarih boyunca insanlar, toplumsal koşulları değiştirmek için örgütlenmişlerdir. Bunların bir kısmı başarıyla sonuçlanmışken bir kısmı başarısız olmuştur. Ancak başarısız aktivist hareketler de hem toplumların hem de aktivizm kavramının gelişiminde rol oynamışlardır (Moyer vd., 2009: 17). Toplu eylemlerle ilişkili olan toplumsal hareketler de aktivist hareketler içerisinde değerlendirilmektedir. Toplumsal hareketler aktivizm kavramıyla birlikte anılmaktadır ve hayata geçtiğinde başka birinin çıkarlarıyla çatışacak ortak hak talebi içermesi bakımından çatışmacıdır. Bu hak talebinde ise bir şekilde hükümet tasarımı önermesi bakımından da politiktir. Aynı zamanda toplumsal hareketler toplumsal duyarlılığı ve toplumsal deneyimi artırdığı için katılımcı demokrasiyi desteklemektedir (Kovacs, 2004: 350; Sert, 2016: 17). İlk dönem toplumsal hareketler özellikle işçi sınıflarını özgürlük, eşitlik gibi mücadeleleri üzerine olmuştur. Ancak modernleşmeyle birlikte tüm dünyada filizlenen özgürlük ve eşitlik mücadelesi veren toplumsal hareketler, 70'li yıllardan itibaren daha kültürel bir yapıya yönelmiş ve bu hareketler literatürde "yeni toplumsal hareketler" ismiyle yer bulmuştur (Sert, 2016: 19; Wallerstein, 1993: 11). İkinci Dünya Savaşı sonrası Batı Avrupa'da gelişen refah ortamı farklı söylem ve arayışları körüklemiştir. Körüklenen bu arayışlar ise çevre, kadın hakları, etnik, dini ve kültürel haklar, alternatif yaşam gibi konulara yönelen yeni kimlikli küçük grupları ortaya çıkarmıştır. Daha önce özel alanlarda sınırlanan bu farklı kimlikler kamusal alanda görülmeye başlamış ve kendilerini ifade edebilme imkânı bulmuştur (Biber, 2006: 17). İşte bu yeni kimliklerin ortaya çıkışının yeni toplumsal hareketlerin başlangıcı olduğu öne sürülebilir. Bu küçük, farklı kimlik gruplarının aktivizm sayfasında yer almasıyla yeni toplumsal

hareketler kavramı da literatürde tartışılmaya başlamıştır. Yeni toplumsal hareketleri eski toplumsal hareketlerden ayıran, yeni toplumsal hareketlerin yeni bir kimlik arayışında oluşudur. Eski toplumsal hareketler genellikle var olan işleyişin yeniden düzenlenmesini önerirken yeni toplumsal hareketler hiç konuşulmayan, üzeri örtülen problemleri gündeme getirmeyi ve onlara bir çözüm bulmayı amaçlamaktadır. Görmezden gelinen azınlıkların seslerini çıkarabilmesi ya da toplumsal anlamda yok sayılan sorunların gündeme getirilmesi gibi örnekler yeni toplumsal hareketlerin hedeflediklerindedir.

Yeni toplumsal hareketler aktivizm adına -özellikle dijital aktivizm adına- oldukça önemli görülmektedir. Çünkü bilişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte yeni toplumsal hareketlerin kolaylıkla güçlenebileceği, küçük kimlik gruplarının kitlelere seslerini duyurabilecekleri ve örgütlenebilecekleri bir ortam ortaya çıkmıştır: İnternet. Bilişim alanındaki gelişmeler küresel çapta ideoloji, bilgi ve fikir akışına ivme kazandırmışken, internetin insan hayatına girmesiyle birlikte aktivizmin yapısı da birtakım değişikliklere uğramıştır. 1960-1970'lerdeki aktivist hareketlere bakıldığında birçok insanın meydanlarda fiziksel olarak toplanması ve protestosunu gerçekleştirilmesi ya da toplu grevler, toplu istifalar veya siyaset sahnelerinde görülen fiziksel eylemlerle karşılaşılırken; dijital teknolojilerin gelişimiyle birlikte fiziksel olarak bir yerde bulunarak eylem gerçekleştirme durumu eski geçerliliğini korumamaktadır. Bugün insanlar herhangi bir dijital ortam üzerinden örgütlenerek de eylemlerini gerçekleştirebilmektedir. Hatta örgütlenmeden dahi bu yapılabilmektedir. Bireysel bir eylem dijital medya üzerinde kolaylıkla yayılarak çığ gibi büyüebilmektedir. İşte aktivizmin bu dönüşümü dijital aktivizm kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur.

ARPANET ilk ortaya çıktığı dönemde geliştirilmiş olan mail sistemi Vietnam Savaşı karşıtı görüşlerin yayılmasına yol açmıştır. Ardından Watergate skandalının büyümesine katkı sunmuş ve Başkan Nixon'ın istifasına neden olmuştur. Bu bağlamda düşünüldüğü zaman internetin ilk ortaya çıktığı yıllardan itibaren aktivizm için bir araç olmaya başladığı görülebilmektedir (Scholz, 2010: 18). Zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın etkileşimi mümkün kılan ve yüksek arşivleme gücü sayesinde erişimi olan herkese geçmişteki hiçbir kaynak ile karşılaştırılmayacak ölçüde bilgi sağlayan dijital teknolojiler aktivizmi de biçim, işlev ve görünüş itibarı ile değiştirmiştir (Shah' den akt. Görkem, 2016: 177). Dijital dönüşümün aktivist hareketlere güç kattığına dair

birçok çalışma mevcuttur.¹⁰ Web 2.0 ise modern toplumun güç dengelerini yeniden şekillendirmiştir. Yanı sıra var olan güçlere karşı insanların bir araya gelip dengeleyici bir güç etkisi yaratmalarına da fırsat tanımıştır.

2011 yılı ve sonrasında Arap Baharı, Amerika'daki Wall Street Direnişi ve Hong Kong'daki Şemsiye Hareketi, Avrupa ve Asya'daki birçok hareket dijital aktivizmin önemsenen bir konu haline gelmesinde rol oynamıştır (Leong vd., 2019: 174). Dijital aktivizm kavramı son zamanlarda sosyal bilimler alanını meşgul eden bir kavram olsa da yeni bir kavram olduğu için net bir tanımından söz etmek mümkün değildir. Çok basit anlamıyla aktivizmin dijital hali gibi bir tanım akla gelse de bu tanım tam olarak kavramı karşılamamaktadır. Dijital aktivizme ilişkin temelde iki farklı odak noktayı alan iki görüşten söz etmek mümkündür. Bu iki görüşten biri aktivizm kavramına odaklanırken ikincisi dijital kavramına odaklanmaktadır. Dijital kelimesine odaklanan görüş dijital mecraların ve dijital teknolojilerin kullanımına vurgu yapmaktadır. Diğer görüş ise aktivizmin eski aktivizmle temelde aynı olduğu, sadece yeni imkanları kullanmak durumunda olduğu fikrini merkeze almaktadır (Joyse, 2010: 9). Ancak genel itibarı ile şu şekilde bir tanım yapılabilir; Dijital aktivizm sivil toplumun yönetim süreçlerine katılmak amacıyla internet destekli dijital platformlar ve cep telefonları aracılığıyla yürüttükleri kampanyalar, eylemler ve aktivitelerdir (Tani, 2016: 15). Ancak bu noktada Karagöz (2013)' e göre dijital aktivizm kavramı internet ve aktivizm arasındaki ilişkilerin sadece bir boyutunu ifade etmektedir. Çünkü günümüz koşullarında interneti kullanmayan herhangi bir aktivist hareketten söz etmek mümkün değildir. Bu nedenle yakın gelecekte dijital aktivizm diye bir kavramı belki de kullanmayacağımızı çünkü tek başına aktivizm kavramının dijital bir boyutu zaten kapsayabileceğini belirtmektedir (Karagöz, 2013: 141).

İnternet alternatif söylemler için yeni bir mecra oluşturmakta, çok sesliliği desteklemekte ve fikir alışverişine olanak sağlamaktadır. Bu bağlamda Habermas'ın kamusal alan kavramının fiziksel olmasa da sanal olarak yaşanır hale geldiği söylenebilmektedir. İnternet aracılığıyla günümüzde insanların özgürce, coğrafi, kültürel ve sosyo-ekonomik bir sınırlamayla karşılaşmadan fikirlerini beyan edebilmeleri, sanal kamusal alanların oluştuğunun bir göstergesidir (Görkem, 2016:

¹⁰Graeme Turner, *İngiliz Kültürel Çalışmaları*. (çev.) Özçetin Burak, Özçetin Deniz, Heretik Yayıncılık, Ankara 2016.

Manuel Castells, *Ağ Toplumunun Yükselişi Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür*, 1. Cilt. (çev.) Ebru Kılıç, Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul 2004, s.20.

178). Bugün internet sayesinde toplumdaki muhalif sesler kitleleri etkileyebilmektedir. 2018 sonlarında Fransa’da başlayan sarı yelekliler eylemleri buna en güncel örneklerdendir. Sarı yelekliler hareketi hem dijital medyada hem de sokaklarda yayılmış toplumsal bir aktivist harekettir. Hükümetin vergi politikalarına karşı başlatılan online bir imza kampanyası bir milyondan fazla kişiye ulaşmıştır. İnsanların sosyal medya üzerinden örgütlenmesi ile haftalarca süren protesto gösterileri düzenlenmiştir (Breitbart, 2018). Dijital medya, ana akım medyada fikirlerini dile getiremeyen vatandaşların düşüncelerini ifade etmelerine olanak tanıyan bir araçtır. Dijital aktivist eylemler bazen bir hackeleme olarak, bazen yalnızca bir beğeni olarak bazen de bir imza kampanyası şeklinde kendini gösterebilmektedir. Daha detaylı bakmak gerekirse dijital aktivizmin faaliyetleri şu şekilde gruplandırılabilir: Sosyal Ağlar, Mikrobloglar, Dijital Videolar, Elektronik imzalar/dilekçeler, Lokasyon uygulamaları/dijital haritalar, Çevrimiçi forumlar, Sms, Web siteleri, Bloglar (Edwards vd., 2013: 13).

İnternete yüklenen herhangi bir içerik etkileşim olarak bir anda dünyanın farklı yerlerindeki insanlara ulaşabilmektedir. Bu, aktivizme yeni bir soluk getirmiş ve eski şartlarda ulaşamayacakları insanlara ulaşabilme, uluslararası medyanın ilgisini çekebilme ve grup içi iletişimi düzgün yürütebilme imkânı sunmuştur (Tani, 2016: 3). Online iletişim ağları bireylerin kendilerini kolaylıkla ifade edebilmelerine imkân tanımları bakımından bireylere yeni bir güç vermektedir. İfade özgürlüğünün sınırlarını genişletmekte ve değişim için yeni imkanlar sağlamaktadır. Ancak bunun yanında belirtmek gerekir ki 70’li yılların sokak aktivizmiyle karşılaştırıldığında sadece klavye üzerinde gerçekleştirilen aktivizm hareketleri bir çeşit dijital tembelliği de beraberinde getirmektedir. Bu nedenle online ağlar aracılığıyla sağlanan örgütlenme ve demokratik ortamın etkili sonuçlara ulaşabilmesi için sokaklarda da vuku bulması gerekmektedir. Ancak kitleler sokaklarda da seslerini yükseltebilirse bir sonuc a ulaşılabilir. Çünkü her ne kadar dijitalin gücünden söz ediyor olsak da toplumsal aktivist hareketler geleneksel medyanın dikkatini çekmeyi başardığında, geleneksel medyada da yer alabildiğinde daha çok kişiye ulaşabilecektir (Karagöz, 2013: 153).

Aktivizm ve eleştirel kuramın birbirinden ayrılmaması gereken kavramlar olduğunu bu bölümün başlarında ifade etmiştik. Bu noktada tekrar eleştirel kuram bağlamında düşünmek gerekirse: yukarıda bahsedilen dijital dönüşümün eleştirel

kuram için de yenilikler doğurduğu görülebilmektedir. Dijital ortam bireylere fikirlerini kolaylıkla ifade edebildikleri ve zaman zaman milyonlara ulaştırabildikleri, kimlik arayışlarını gerçekleştirebildikleri, zaman ve mekân sınırını ortadan kaldıran ve yanı sıra anonim bir dijital kimlik oluşturmalarına imkân sağlayan yeni fırsatlar sunmuştur. Dijital oyunlar da bu dijital mekanlardan biridir. Özellikle çevrimiçi oyunların çevrimiçi sohbet platformlarında ya da forumlarında insanlar eleştirel düşüncelerini ifade imkanını daha sık kullanabiliyor olsa da esasen dijital oyunların bizzat kendileri de eleştirel olabilmektedir. Eleştirel kuramın temel kavramlarından biri olan ve bu çalışmanın temel konusu olan kültür endüstrisi eleştirisinin gerçekleştirildiği, oyuncuyu eleştirel düşünceye iten anti-oyunlar mevcuttur. Bu kapsamda çalışmanın üçüncü ve son bölümünde dijital oyunlar ile kültür endüstrisi ve eleştirisinin arasındaki ilişki detaylı bir şekilde irdelenecektir. Molleindustria isimli oyun sitesi içerisinde barındırdığı oyunların tamamının eleştirel olması bakımından bu tezin hareket noktasının ortaya çıkmasına kaynaklık etmiştir. Bu bağlamda <http://www.molleindustria.org/> sitesindeki “Phone Story” isimli oyun kültür endüstrisi eleştirisi özelinde eleştirel kuram bağlamında incelenecektir.

3. BÖLÜM KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ YAKLAŞIMININ DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜ BAĞLAMINDA DİJİTAL OYUNLAR: MOLLEINDUSTRIA ÜZERİNE BİR ANALİZ

3.1. Dijital Oyunlar ve Kültür Endüstrisi

Dijital oyunların promosyonel kapitalizmin en önemli kültür endüstrisi ürünlerinden biri ve meta değeri için üretilen ürünler olduğu söylenmektedir (Bayraktutan ve Sütçü, 2008: 41-42). Dijital oyunların hem kültür endüstrisinin bir ürünü oluşu hem de eleştirel oyunların dijital oyunların arasında önemli bir yer teşkil etmesi bu çalışmanın çıkış noktası adına önemli bir yere sahiptir. Her dijital oyun farklı şekillerde kurallar ve mekaniklere göre işlemektedir. İşleyecek bu yapı oyun tasarımcısı ve oyunun teknolojisi arasındaki denge ile belirlenmektedir. Bogost'un prosedürelcilik yaklaşımı ile bu noktada bir paralellik mevcuttur. Prosedürelcilik dijital oyunların kendilerine göre ürettikleri anlamları kavrama konusunda önemlidir. Prosedürelcilik yaklaşımı aynı zamanda dijital oyunların eğlence endüstrisi dışında da kullanılabilecekleri fikrinin üzerinde durur (Bogost, 2011: 12; Sezen, 2013: 137). Burada anti-oyun kavramı öne çıkmaktadır. Anti oyunlar vaat ettikleri ve gösterdikleri bakımından değerlendirildiğinde provokatiftir. Anti-oyunlar kural ve kazanma olgularını reddetmeleri sebebiyle ana akım dijital oyunların eğlence ve tüketim amaçlı yapısına karşı bir eleştiridir. Anti-oyun örnekleri incelendiğinde oyunların temelde kurallara uyararak oyunu kazanma, puan elde etme anlayışı yerine önemli olanın oyun tasarımında belirlenmiş kavram ve duygulara dikkat çekmek olduğu görülmektedir (Sezen, 2013: 141). Bu bağlamda anti-oyunların içerisinde kültür endüstrisi eleştirilerine rastlandığı görülmektedir. Bu çalışmanın örnekleminin alındığı "molleindustria.org" sitesinde kültür endüstrisi eleştirisi içeren çok sayıda anti-oyun mevcuttur. Bu oyunlardan bir sonraki başlık altında detaylı olarak bahsedilecek olmakla birlikte bu çalışmanın örneklemini olan Phone Story, McDonald's Video Game isimli oyunların yanında Every Day The Same Dream, Run Jesus Run, Democratic Socialism Simulator, Unmanned gibi oyunlar da örnek olarak gösterilebilmektedir.

Benzer şekilde bir marka hakkında bilinçli olarak olumsuz bir algı ve tutum yaratmak üzerine kurgulanmış olan anti-advergamerler de eleştirel oyun kategorisinde değerlendirilmektedir. Molleindustria'nın McDonald's Video Game isimli oyunu ve bir sivil toplum kuruluşu olan Peta'nın KFC markasına yönelik yaptığı "Super Chick

Sisters” isimli oyunlar anti-advergame olarak değerlendirilebilmektedir. Super Chick Sisters klasik mario benzeri bir oyundur. Oyunda Mario veya Luigi yerine oyuncu civciv kardeşlerden birini seçmektedir. Oyuncunun amacı prenses yerine KFC’nin üretim tesisinde katlettiği hayvanları kurtarmaktır. Oyuncuya zarar veren mantarlar yerine KFC restoran zincirinin sahibi Albay Harland D. Sanders’ı temsil eden yaratıklar yer almaktadır. KFC tabelalarından hayvan kanları damlamakta, aktivistler oyun sırasında civcivlere KFC üretim tesislerindeki hayvanları kurtarması yönünde söylemlerde bulunmaktadır. Bölüm başarıyla tamamlandığında KFC bayrağı aşağı inmekte yerine Peta’nın bayrağı yükselmektedir.

Dün, bugün ve yarın hayatın bir yerinde bir şekilde var olan oyun kavramı 20. yüzyılın sonları ve 21. yüzyıl dünyasında bambaşka şekillerde karşımıza çıkar hale gelmiştir. Gelenekselden dijitalle yönelen her şey gibi oyun olgusu da, dijital oyun adında yeni bir kavramı insan hayatına sokmuştur. Geçmişte geleneksel oyunların üstlendiği kültürün taşıyıcısı olma rolünü bugün dijital oyunların üstlendiği açıkça görülebilmektedir. Ancak burada asıl önemli olan, bu bölümün başında da söz edildiği gibi içinde bulunduğu dijital kültürü taşıyan bu oyunların kiminin onu yaratan bu kültür eleştirisini de taşıyor oluşudur. Bu doğrultuda dijital oyunların kültür endüstrisinin bir ürünü olarak ortaya çıkması bir yana özellikle eleştirel olanların, hem onun potansiyel bir taşıyıcısı hem de eğlence ve tüketim kültürüne karşı potansiyel bir muhalif ifade aracı olduğu söylenebilmektedir. Buna yönelik platformlardan biri İtalyan oyun tasarım kolektifi olan Molleindustria’dır.

3.2. Molleindustria Hakkında

Molleindustria 2003 yılından bu yana faaliyet gösteren, ana akım eğlence anlayışına karşıt görüşler içeren oyunlara sahip bağımsız, radikal, eleştirel, alternatif bir dijital oyun sitesidir. Molleindustria gerçekleştirdiği oyun üretimini “”-radikal oyun” olarak tanımlamaktadır. Web sitesinde kullanıcıya sunulan oyunların tamamı eleştirel unsurlar içermektedir. Oyunların tümü kısa ve çevrimiçi oyunlardır. Oyunların çoğu ücretsiz olmakla birlikte elde edilen gelirler oyunlarda işlenen problemleri durdurmak adına kâr amacı gütmeyen kuruluşlara aktarılmaktadır. Web sitesi içinde aynı zamanda bir blog bulunmakta ve bu blogda da yine eleştirel yazılar ve kolektifin katıldığı etkinlikler yer almaktadır (Molleindustria, 2020a).

Thorne (2018)'e göre La Molleindustria, popüler kültür ve kapitalizme karşı sürekli genişleyen konu listesiyle düşünsel ve eleştirel oyun geliştiren bir platform olması bakımından önemlidir. Zira Molleindustria da kendisini “yazılım endüstrisi, yazılım fabrikası, video oyunların yeniden tahsis projesi, popüler kültürün radikalleşmesi için bir çağrı, bağımsız bir oyun geliştiricisi” olarak tanımlamaktadır (Molleindustria, 2020b). 2003 yılından bu yana Molleindustria anaakım eğlencenin aptallığına, ücretsiz, kısa formulu ve çevrim içi oyunlarla geleneksel çözümler üretmekte, ürettikleri ürünler yani oyunlar satirik iş simülasyonlarından emek ve yabancılaşmaya yönelik meditasyonlara, oynanabilir teorilerden politik anlamda yanlış ve sahte oyunlara uzanan geniş bir yelpazede kullanıcıya sunulmaktadır. Ürettiği dijital oyunların dışında pek çok ülkede sergi, söyleşi ve workshoplara katılmakta ya da kendileri bizzat bu tür etkinlikleri organize etmektedir (Erdem, 2019b: 768-769).

Molleindustria'nın web sitesinde bulunan oyunların bazılarının içeriklerinden bahsetmek kolektifin tutumunun anlaşılması adına faydalı olacaktır. “Operation: Pedopriest” Katolik Kilisesi'nde çok sayıda çocuğun ruhban sınıfı tarafından cinsel istismara uğraması skandalını konu edinmektedir. “Tuboflex” sosyal güvence, emeğe saygı gibi kavramların günümüz dünyasında neredeyse varlığını kaybettiği, insanların adeta bir makina gibi çalıştıklarında var olabildikleri kapitalist dünyaya bir eleştiri sunar. “Every Day The Same Dream” bir çalışanın günlük yaşantısının monotonluğunu konu alır. Her gün aynı şeyleri yaparak ömrünü geçiren bir çalışanın kullanıldığı oyun hiçbir sonuca ulaşmaz. Her gün sabah kalkar, eşi ile vedalaşır, işine gider, çalışır, eve dönüp tv izler ve uyur. Günlük hayatın telaşı içerisinde geçip giden zamana, yabancılaşma ve emeğin reddine vurgu yapar. “Unmanned” isimli bir diğer oyun bir drone pilotunun günlük yaşamını konu almaktadır. Gündüz tıpkı bir simülasyon evreninde, dijital bir oyundaymış gibi etrafa bombalar yağdıran dron pilotu, akşam banliyödeki evinde standart bir yaşam sürer. “Queer Power” öğretilen ve dayatılan cinsel kimliklere aykırı, sıradışı cinsel bir dünya sunmaktadır. “Oiligarchy” isimli oyun batı dünyasının doğu ülkeleri üzerindeki petrol politikalarını eleştirmektedir. Oyuncu oyunda sisteme hizmet ettikçe ilerleyebilmektedir. Kolektifin sunduğu son oyun olan “Democratic Socialism Simulator” ise oyuncuyu yeni seçilmiş ABD başkanı rolüne büründürmektedir. Yeni başkan dijital medya aracılığıyla halktan gelen ekonomi, xenophobia, iklim krizi, sermaye grevleri gibi pek çok konudaki talebi

Tinder uygulamasına benzer şekilde sağa ya da sola kaydırarak değerlendirir. Bu oyuna dair önemli olan bir diğer nokta halkın ve başkanın hayvan figürleriyle sunularak George Orwell'ın Hayvan Çiftliği'ne yapılan atıftır.

Molleindustria bunlar gibi pek çok eleştirel oyunun radikal ve ironik bir dille sunulduğu bir platformdur. Eleştirdiği sistemin içinde eleştirdiği şeyi yeniden üretmek...Molleindustria'nın da bir kolektif olarak içinde bulunduğu eleştirel dijital oyunların yaptığı şey aslında tam olarak budur: Eleştirel kuramın alışlagelmişin dışında bir formu... Standartlaşmış yöntemlerin yerine yeni yollar denemenin kuramın gelişimi adına fayda sunduğu söylenebilmektedir. Erdem (2019b) eleştirdiğimiz her alana ya da popüler kültürün bizzat kendisine yapılan eleştirinin yerini ironiye bırakmanın, gerçeği ve gerçeğin ta kendisinin uyguladığı yöntem ve araçlarla, çok daha şiddetli bir biçimde toplumun yüzüne çarpmanın belki de alışlagelmiş olanlardan daha büyük etki yaratacağını söylemektedir (2019b: 769). Her ne kadar eleştirel amaçlı kurgulanmış olsa da dijital oyunların, kültür endüstrisinin her ürünü gibi dönmekte olan popüler kültür çarkına hizmet etmekte, var oluşuyla kavramı yeniden üretmekte oluşu bir bakış açısı olarak kabul edilebilir. Ancak Baudrillard'ın bakışıyla, yapılan eleştiriyi rahatsız edici boyutlarda adeta göze sokarcasına, daha cesur bir biçimde ifade etmek ise çağın koşullarında uğradığı dönüşümle eleştirel düşüncenin de bu yolla yeniden üretildiğini düşündürmektedir. Bir başka deyişle yapılan ironi eleştirel kuramın 21. yüzyıl versiyonunun ta kendisidir. Tıpkı Marina Abramovich'in şiddete dikkat çekmek amacıyla kendi bedeni üzerinde şiddet uygulamaya izin verdiği performansı "Rhythm 0" da olduğu gibi eleştirinin ses getirebilmesi için ironik bir dil kullanmak belki de diğer tüm yöntemlerden daha etkili olacaktır.

3.3. Molleindustria Oyunlarında Kültür Endüstrisi Yansımalarına Dair Bir Çözümleme

3.3.1. Araştırmanın Amacı

Yukarıda sıralananlar ışığında bir kez daha yinelemek gerekir ki: Dijital medya teknolojilerindeki gelişmeler paralelinde dijital oyunların gelişimi ve giderek daha fazla oynanır bir hal alması, dijital oyunlar adına yapılan alan çalışmalarının sayısını artırmıştır. Bunun yanı sıra dijital oyun ve dijital oyuncularla ilgili olarak literatürde pek çok çalışmaya rastlamak mümkündür. Bu çalışma literatürdeki herhangi bir eksiği kapatma amacı gütmemekte, kültür endüstrisi bağlamında dijital bir oyunun

çözümlemesi sunmayı hedeflemektedir. Konuya ilişkin yapılan literatür taramasında önemli çalışmalara rastlanmaktadır.

Mutlu Binark ve Günseli Bayraktutan Sütçü'nün 2008 yılında basılan "Kültür Endüstrisi Ürünü Olarak Dijital Oyun" başlıklı kitapta dijital oyunlar sektörü kültür endüstrisinin devamını sağlaması bakımından bir endüstri ürünü olarak ele alınmıştır. Çalışmada Çin ve Güney Kore dijital oyun endüstrisinden örnekler verilerek Türkiye'de sektörün gelişimi için öneriler sunulmuştur. Buluş ve Buluş'un 2020'de yayınlanan "Kültür Endüstrisi Ürünü Olarak Dijital Oyunlar ve Dijital Ekonomi" başlıklı çalışmasında ise dijital oyunların hem kültür endüstrisi ürünü olduğu hem de kapitalist üretime hizmet eden bir meta olduğu iddia edilmekte, dijital oyunların dijital ekonomideki yeri eleştirel bir bakış ile değerlendirilmektedir. Dijital oyunlar dair yapılan diğer çalışmalar bakıldığında ise çalışmaların genellikle oyun tabanlı öğrenme ve dijital oyun bağımlılığı üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Bunun yanı sıra Sezgin (2019)'un "Türkiye'de Dijital Oyun Endüstrisi ve Yaratıcı Emek" başlıklı doktora tez çalışmasında ise dijital oyunlar yaratıcı emek/yaratıcı endüstriler ekseninde değerlendirilmiştir. Bu çalışma "yaratıcı endüstriler"¹¹ kavramı bakımından literatürde önemli bir yer teşkil etmektedir. Yaratıcı endüstriler bireysel yaratıcılık ve yeteneği barındırarak, fikri mülkiyete dayalı biçimde istihdam ve refah yaratan endüstriler olarak tanımlanmaktadır (DCMS, 2001: 9). Son zamanlarda öne çıkan yaratıcı endüstriler kavramı tartışmaları içerisinde dijital oyunlardan da söz edilmektedir. Bu bağlamda dijital oyun sektörünün yaratıcı bir endüstri süreci gerektirdiği, bu yaratıcı endüstrinin arka planında saygıdeğer bir yaratıcı emek bulunduğu söyleminin yanında, yaratıcı endüstrilerin varlığının çağımızda kaçınılmaz olduğuna dair bir bakış mevcuttur. Bu bakışa göre kültür endüstrisi ürünlerinin ve ekonomi-politik tutumlarının tümü kaçınılmazdır ve çağın birer gereksinimidir. Bu endüstri anlayışı olmazsa ekonominin alt-üst olacağı fikri hakimdir. Bu nedenle eleştirel bir bakış yerine olumlayıcı bir tutum sergilenmektedir.¹² Ancak belirtmek gerekir ki bu çalışma bahsi

¹¹Yaratıcı endüstriler kavramıyla ilgili daha detaylı bilgi için bkz. Erman M. Demir, *Yaratıcı Endüstriler*. Ankara Üniversitesi İlef Dergisi, 1(2), Ankara 2014, ss. 87-107.

¹² Yaratıcı endüstriler kültürel ürünlerin kitlesel üretimi ve dağıtımı ile karakterize edilen kültür endüstrileri terimini sanatsal ürünleri içine alacak şekilde genişlettiği düşünülmektedir. DCMS'ye göre yaratıcı endüstrilerin oluşturduğu sektörler reklam, mimari, sanat ve antika piyasası, el sanatları, moda tasarımı, film, interaktif eğlence yazılımları, müzik, performans sanatları, basım, yazılım, televizyon ve radyo olarak sıralanmaktadır.

Erman M. Demir, *Yaratıcı Endüstriler*, s.90-91.

geçen anlayışa karşıt olarak endüstri kültürü olgusunu ve dijital oyunlar eleştirel bir perspektiften değerlendirmektedir.

Dijital oyunlar ve eleştirel medya çalışmaları ikilisinin incelenmesiyle literatüre kazandırılan kıymetli çalışmaların yanında eleştirel teori adına herhangi bir dijital oyun incelemesine rastlanmamıştır. Bu çalışma dijital oyunları kültür endüstrisinin bir ürünü olarak kabul etmekten ziyade, arka planında yatan ekonomik üretim faaliyetinden ziyade kültür endüstrisi adına dijital oyunların bir araç oluşu üzerine eğilmektedir. Çalışma boyunca dijital dönüşümün yaşanmaya devam ettiği günümüzde kültür endüstrisi yaklaşımının da dijital bir dönüşüme uğradığı fikri savunulmuştur. Bu doğrultuda çalışmanın amacı kültür endüstrisinin ve eleştirisinin yaşadığı dijital transformasyonu dijital bir oyun incelemesiyle ortaya koymaktır. Dijital oyun olarak eleştirel bir oyun olan “Phone Story” seçilmiştir. Zira eleştirel oyunlar yapıları gereği eleştirel kuramın içeriğini daha çok barındırmakta, kültür endüstrisi eleştirini daha çok içermektedir. Kültür endüstrisinin uğradığı dijital dönüşümü inceleyebilmek adına aktivist bir oyun kolektifi olan molleindustria.org sitesinde yer alan “Phone Story” isimli oyun, tümevarımcı bir yöntemle, bu araştırma problemi üzerinde çalışmaya başlanarak doğrulayıcı örnekleme tekniğiyle örnekleme olarak seçilmiştir (Açıkders, 2020).

3.3.2. Araştırmanın Yöntemi

Oyun incelenirken yöntem olarak Catherine K. Reissman(2005)’in anlatı analizi modelinden faydalanılmıştır. Reissman’ın anlatı analizi modeline göre anlatılar bir düzlemde ya da farklı düzlemlerin kombinasyonu ile birlikte analiz edilebilir. Reissman bu düzlemleri; tematik, yapısal, etkileşimsel ve performatif olarak ayırmaktadır (Reissman, 2005). Ancak bu ayırım aslında bir bütünlüğe teşvik etmektedir. Reissman’ın anlatı analizi modeli sunulan anlatının bütüncül bir bakış açısıyla analizini önermektedir. Bu bütüncül bakış sayesinde koşul, etki ve sonuçlar daha sağlıklı analiz edilebilmektedir.

Reissman’ın tematik düzleminde anlatının nasıl söylendiğinden ziyade ne söylediğine odaklanılmaktadır. Tematik düzlemde bir referans içeriği olarak dil kesin ve doğrudan bir anlatım yolu olarak kabul edilmektedir. Anlatıdan çıkarılan veriler tümevarımsal bir düzlemde oluşturulan kavram setleriyle analiz edilir. Tematik yaklaşım bir dizi veri üzerinden teori oluşturmada yararlı olabilir. Ya da gelişmekte

olan bir teoriyi detaylandırmak için bir tipoloji inşasında bu yöntem kullanılabilir. Ancak tek başına yeterli görülmemektedir. Zaten Reismann'ın anlatı analiz yönteminin temel prensibi de yöntemlerin tekil yetersizliğidir. Bu nedenle diğer düzlemlere ihtiyaç duyulmaktadır. Yapısal düzlem hikâyenin nasıl anlatıldığına odaklanmaktadır. Tematik düzlemin aksine yapısal düzlemde dil bir referans içeriği olmanın ötesinde bir nesne olarak daha detaylı bir biçimde ele alınmaktadır. Anlatıcının seçtiği hikâye araçlarının ikna sürecindeki etkisi, kullandığı anlatı araçları incelenir. Yapısal analizler daha çok vaka çalışmaları ve çeşitli anlatıların karşılaştırılmasına yönelik çalışmalarda oldukça yararlı olabilir. Yapısal analiz, dili ve anlamı ilişkilendiren teoriler inşa edebilir. Buradan hareketle yapısal analiz düzleminde dilin nasıl kullanıldığı ve ikna sürecindeki anlatı araçlarının neler olduğunun önem teşkil ettiği söylenebilmektedir. Bir diğer düzlem olan etkileşimsel düzlemde ise anlatıcı ve dinleyici arasındaki diyaloga odaklanılmaktadır. Diyalog sadece sözel ifadelerle karşılık gelmez. Önemli nokta anlatıcının dinleyicide bıraktığı etkidir. Tematik içerik ve anlatı yapısına olan dikkat terk edilmez, ancak ilgi daha çok anlatıcı ve dinleyicinin iş birliği içinde anlam yarattığı ortak bir inşa süreci olarak hikâye anlatıcılığına kaymaktadır. Etkileşimsel düzlem tüm dinleyicilerin katılımını gerektirir ve etkileşimin paralinguistik¹³ yapısının dahil edilmesiyle güçlenebilir. Etkileşimsel düzlem dinleyici ve hikâye anlatıcısı arasındaki ilişkinin araştırılması bakımından yararlıdır. Yapısal analizde olduğu gibi etkileşim çalışmaları da tipik olarak konuşmayı sadece içerik için bir araç olarak değil, tüm karmaşıklığıyla temsil etmektedir. Ancak bu noktada jest mimik gibi, konuşulmayan ifadeler atlanabilir. Bu noktada ise performatif düzlem devreye girmektedir. Performatif düzlemde etkileşim yaklaşımı genişletilerek ilgi, konuşulan kelimenin ötesine geçer ve sahne metaforunun ima ettiği gibi hikâye anlatımı bir performans olarak görülür. Bu doğrultuda ise anlatılanın performansının dinleyicide bıraktığı etki, bulduğu karşılık analiz edilir. Anlatılar gerçekleri, geçmişteki bir dünyanın sadık temsillerinde değil, geçmiş, şimdiki zaman ve gelecek arasında kurdukları değişen bağlantılarda gizlidir. Bu nedenle anlatılar araştırmalar için yararlıdır çünkü hikâye anlatıcıları geçmiş olduğu gibi üretmek yerine onu yeniden yorumlar (Erdem, 2019b: 770-771; Reissman, 2005:

¹³ Paralinguistik sözcüğü paralanguage sözcüğünden türemiştir. Prozodi, perde, hacim, tonlama vb. teknikleri kullanarak anlamı değiştirebilen, nüanslı anlam verebilen veya duygu iletebilen bir meta iletişim bileşenidir. Dil üstü öğeleri kapsayan olay. Jestler, ses yoğunluğu, perde ve tonlama gibi konuşma dilinin dilsel ve diğer özelliklerine karşılık gelir "Paralinguistic",2020, www.wikipedia.org/; www.tureng.com/; www.dictionary.cambridge.org, (19.01.2021).

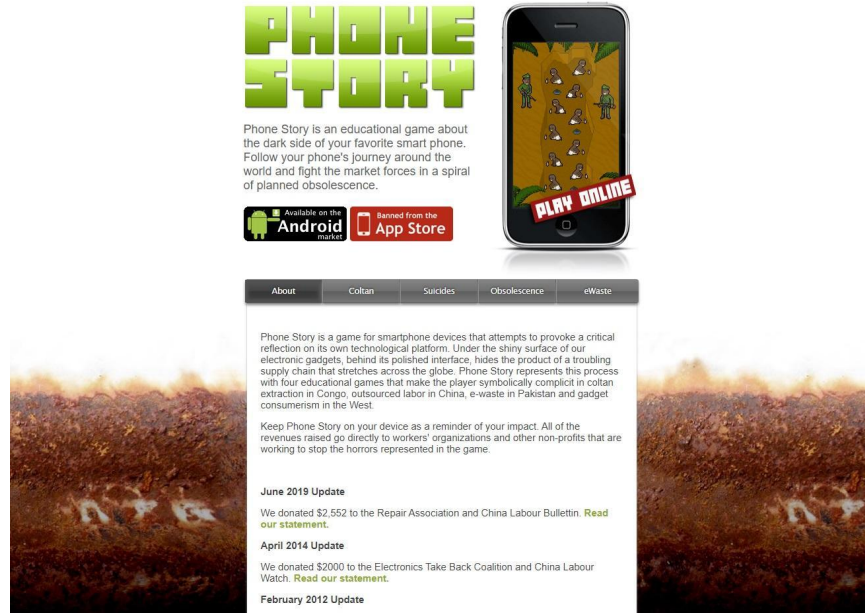
2-5). Doğru bir analiz yapabilmek adına katkı ve yeni bakış açıları sağlayabilmek adına önemlidir. Herhangi bir noktanın gözden kaçırılmaması için ise incelenecek anlatı her yönüyle ele alınmalıdır. Reisman (2005)'in yöntemi bu açıdan oldukça uygun görünmektedir. Erdem (2019b)'in dijital oyun incelemesi yaptığı benzer bir çalışmada da Reissman'ın yönteminden yararlandığı ve yöntemin kullanımının çalışmanın amacına hizmet etmiş olduğu görülmüştür. Yukarıda da bahsedildiği üzere anlatsal analiz modeli anlatıyı hangi türde olursa olsun bütünsel bir bakış açısıyla detaylı analiz etmeye uygun olduğu ve bu tez çalışmasında da detaylı bir oyun incelemesi gerektiği için Reisman'ın yöntemini kullanmak uygun görülmüştür.

3.3.3. Çözümleme

Bu aşamada çözümlmeye geçmeden önce çalışmanın örnekleme olan Phone Story oyunundan bahsetmek gerekmektedir. Phone Story, 2011 yılında Molleindustria tarafından piyasaya sürülmüş olan bir dijital oyundur. “molleindustria.org” sitesi ziyaret edildiğinde kolektifin bir çok oyununda olduğu gibi Phone Story'ye tıklanıldığında da farklı bir web sitesine yönlendirme sağlanmıştır. “phonestory.org” şeklindeki bu site açıldığında karşımıza gelen ekranda oyunun logosu, sağ tarafta bir ekran görüntüsü, bilgisayar üzerinden online oynama butonu, android app butonu ve “banned from the app store” (Pineschi, 2011f)¹⁴ butonlarının bulunduğu bir ekranla karşılaşılacaktır. Logonun altında ise “Phone Story, en sevdiğiniz akıllı telefonunuzun karanlık tarafı hakkında eğitici bir oyundur. Telefonunuzun dünya çapındaki yolculuğunu takip edin planlanmış olan modası geçme döngüsü içerisinde piyasa güçleriyle savaşın” şeklinde oyunun ne hakkında olduğuyla ilgili bilgi veren tanıtım yazısıyla karşılaşılacaktır. Alt kısımda bulunan sekmelerde ise About, Coltan, Suicides, Obsolescence, eWaste şeklinde sıralanan sekmeler bulunmaktadır. Bu sekmelerin açıklanması oyunun içeriği bakımından önemlidir. Bu sekmeler içinde yer

¹⁴ Oyun yayımlandıktan kısa bir süre sonra App Store'dan kaldırılmıştır. Oyunun kaldırılması konusunda Apple oyunun şu yönergeleri ihlal ettiğini açıklamıştır:”15.2: Çocuklara yönelik şiddet veya istismarı tasvir eden uygulamalar reddedilecektir; 16.1: Aşırı derecede sakıncalı veya kaba içerik sunan uygulamalar reddedilecektir; 21.1: Tanınmış yardım kuruluşlarına bağış yapma olanağını içeren uygulamalar ücretsiz olmalıdır; 21.2: Bağışların toplanması, Safari'deki bir web sitesi veya SMS yoluyla yapılmalıdır.” Bu açıklamalara yönelik olarak Molleindustria Phone Story ile bağış yapmak mümkün olmadığından 21.1 ve 21.2 ihlallerine itiraz etmekte ve söze şu şekilde devam etmektedir: ”Molleindustria, bağımsız olarak hareket ederek gelirleri kâr amacı gütmeyen kuruluşlara yönlendirme sözü verdi. Uygulamayı çevrimdışı olmadan önce satın almayı başaran 901 kullanıcı, artık nadir bir koleksiyon parçasına sahipler. Phone story artık Android pazarında, jailbreak'li iOS cihazları için Apptrackr'de ve çevrimiçi olarak mevcuttur” Michael Pineschi, (Original Concept Owner). “Phone Story”, <http://www.phonestory.org/banned.html> (09.01.2021).

alan açıklamalarda, oyunun içerisinde geçen söylemler ve bu söylemlerle bağlantılı ifadeler bulunmaktadır. Bu doğrultuda oyun tematik, yapısal, etkileşimsel ve performatif düzlemde analiz edilirken hem oyunda hem de bu sekmelerde bulunan sözel, görsel ve sesli içerikler analize dahil edilmiştir.



Şekil 3.1. Açılış Ekranı

About sekmesinde şu sözlerle oyun açıklanmaktadır: “Phone Story, kendi teknolojik platformunda eleştirel bir yansımayı kışkırtmaya çalışan akıllı telefon cihazlarına yönelik bir oyundur. Elektronik cihazlarımızın parlak yüzeyinin altında, cilalı arayüzünün arkasında, tüm dünyaya yayılan sorunlu bir tedarik zincirinin ürünü gizler. Telefon Hikayesi, oyuncuyu Kongo’da koltan çıkarma, Çin’de dış kaynaklı işçilik, Pakistan’da e-atık ve Batı’da alet tüketiminde sembolik olarak suç ortağı yapan dört eğitici oyunla bu süreci temsil ediyor. Bu süreçteki etkinizin bir hatırlatıcısı olarak Phone Story’yi cihazınızda tutun. Oyundan toplanan tüm gelirler doğrudan işçi örgütlerine ve oyunda temsil edilen dehşeti durdurmak için çalışan diğer kâr amacı gütmeyen kuruluşlara gitmektedir” (Pineschi, 2011a). Bu açıklamadan da anlaşılacağı gibi Phone story cep telefonu piyasasının arka yüzünü oyuncuya bizzat cep telefonunun kendisini kullanarak göz önüne sermektedir. Bunun yanı sıra about sekmesinde oyun aracılığıyla sağlanan gelirle gerçekleştirilen bağışların miktarı ve bağış yapılan kurum, kuruluş ve kişiler açıklanmaktadır. Ayrıca Apple’ın oyunu banlaması ve oyun hakkında yazılı basında çıkan seçilmiş haber linkleri paylaşmakta,

bir de youtube video linkine yer verilmektedir. Bunların beraberinde oyuna katkıda bulunan kişi ve kurumlar, kurumsal sponsorların isimleri geçmektedir.

Bu noktada özellikle bağış yapılan kişi ve kurumlar kısmında adı geçen 2012’de 6000 dolar bağış yapılan Tian Yu isimli genç kadın önem arz etmektedir. Tian Yu, Shenzhen’deki Foxconn isimli fabrikada, 17 yaşında üretim bandında çalışmaya başlayan bir gençtir. Montaj hattının son istasyonunda çalışan Tian Yu’nun fabrikadaki görevi iPhone’ların ekranını kontrol etmek ve sorunsuz olanları etiketlemektir. 12 saatlik bir iş gününde 15 saniyede bir telefon kontrol etme görevi Tian Yu’nun sözleriyle ona “bir süre sonra gözlerinin ve kollarının artık onun bir parçası olmadığını” hissettirmiştir.¹⁵ Aynı zamanda ekonomik ve sosyal anlamda zorluklar çeken genç, Foxconn’un çalışanları için olan yurt binasından atlayarak intihar etmiştir. İntihar teşebbüsü sonucu felç kalan kız ürettiği el dokuması terlikleri satarak yaşamını sürdürmektedir (Hao, 2011).

“Coltan” sekmesine gelindiğinde koltan madeninin dünyada en çok tedarik edildiği yer olan Demokratik Kongo Cumhuriyeti’nde madenin ne şartlarda çıkarıldığına dair bilgiler verilmektedir. Bir savaş sonrası parçalanmış olan Kongo’da koltan talebinin artmasıyla şiddet ve katliam da arttığı, askeri grupların madeni çıkarmak için savaş esirlerini ve çocukları çalıştırmakta olduğu söylenmektedir. Kongo halkının 15 yıldır maden ticaretini kontrol altına almak isteyen silahlı grupların ağında olduğu aslında bu madenin hükümetler ve ulusötesi şirketlerin yararına olduğu ve halkın bu doğal zenginlikten yoksun bırakıldığı vurgulanmaktadır. Burada önemli olan nokta ise koltan madeninin cep telefonları dahil elektronik cihazların çoğunda kullanılıyor olmasıdır. Bahsi geçen madenlerdeki çalışma koşullarının hiçbir güvenlik standardına uymadığı ve çok düşük ücretlerle çoğu 8-15 yaş arası çocukların çalıştırıldığından; yerel şirket gibi gösterilen Avrupa şirketlerine çıkarılan madenlerin

¹⁵ Bu bakımdan Tian Yu’nun kendi emeğine yabancılaştığı söylenebilmektedir. Yabancılaşma kavramı bu konuda Lukacs’cı, Marx’cı ve Marcuse’ci zeminde düşünülebilmektedir. Bireyin hem çalışma hayatı hem de sosyal hayatı hakkında söz sahibi olmayışı söz konusudur. Birey yalnızca kapitaliste hizmet eder. Hizmet ettikçe kendi el emeğiyle ürettiği metalara yabancılaşmaya başlar. Çünkü kapitalist sistemde emek-ücret ilişkisi optimum seviyede tutulmaz. İşçi üretim sürecinde aktif olarak bulunduğu nesneye büyük çoğunlukla maddi yetersizlikten dolayı ulaşamaz. İşte bu yabancılaşma ise zaman geçtikçe bireyin üretimde kullandığı uzuvlarını üretim bandının bir nesnesi olarak görmeye başlaması ile sonuçlanır. Marcuse’nin deyiimiyle yaşam artık emeğin bir aracı haline dönüşür.

Detaylı okuma için Bkz: Herbert Marcuse, *Eros ve Uygarlık (Freud üzerine Felsefi bir İnceleme)*, çev. Aziz Yardımlı, İdea Yayınları, İstanbul, 1998.

Georg Lukacs, *Tarih ve Sınıf Bilinci*, çev. Yılmaz Öner, Belge Yayınevi, İstanbul 1998.

Karl Marx, *Hegel’in Hukuk Felsefesinin Eleştirisi*, çev. Kenan Somer, Sol Yayınları Ankara 1997.

satıldığından; bazen kaçak bazen yasal yollarla taşımacılığı yapılan madenlerin çoğunluğu Doğu Asya'da bulunan metal işleme şirketleri tarafından alınıp işlendiğinden ve son olarak elektronik şirketlerine satıldığından söz edilmektedir. İstese de istemese de herkesin bu yasadışı trafiğin içinde olduğu eklenmektedir. Son olarak da bunun için ne yapılabileceğine dair çözümler sunulmaktadır (Pineschi, 2011b).

“Suicides” sekmesine gelindiğinde ise Apple'ın Shenzhen kentindeki tedarikçi fabrikasındaki mesai ücreti ödenmeksizin 36 saat aralıksız çalıştırılma, şirket yöneticileri tarafından aşağılanma ve sendikal haklardan mahrum bırakılma gibi sebepler nedeniyle birçok genç işçinin intiharından söz edilmektedir. Bu fabrika Tian Yu'nun çalıştığı fabrika olan Faxconn'dur. İntihar vakalarına Faxconn'un çözümü ise trajiktir: Binalara intihar önleyici ağlar yerleştirmek. Suicide sekmesinde Faxconn'un bulduğu bu sözde çözüm eleştirilmektedir. Yanı sıra Shenzhen gibi bölgelerin ekonomik olarak zaten yoksul bölgeler olduğundan, insanları işe alma vaadinin gerçekleştirildiği ancak çalışma koşullarının düşük ücretli, istikrarsız ve yoğun oluşundan bahsedilmektedir. Sonuç olarak ise yine konuya ilişkin basılı haber linkleri verilmiş ve sorunun çözümüne yönelik öneriler sunulmuştur (Pineschi, 2011c).

“Obsolescence” sekmesinde ise kâr amaçlı şirketlerin ihtiyaç yaratma döngüsüne atıfta bulunulmuştur. Şirketlerin tüketim döngüsünü beslemek adına bilinçli olarak kullandığı planlı eskime, bir ürünün modasının geçmesi üzerine kurulu bir iş stratejisidir. Uygulanan stratejide tüketiciye eski telefonu taş devrinden kalma gibi gösterilir ve yeni modeller üretilip bunların satılması sağlanır. Aynı cihazın yeni modelleri düzenli aralıklarla piyasaya sürülüp tüketici satın almaya teşvik edilir. Bu eleştirinin yanında bu cihazların elbette hayatı kolaylaştırdığı ve tarihteki herhangi bir zamandan daha yoğun bağlantılar kurdukları kabul edilir. Ancak vurgu tüketilen elektronik cihazların çoğunlukla az gelişmiş ülkelerdeki ucuz iş gücü, kötü çalışma koşulları aracılığıyla üretiliyor olması ve bu üretim sonucunda tüketimin ne denli kısa sürdüğüne yöneliktir (Pineschi, 2011d).

“EWaste” isimli sekmede ise elektronik atıkların çevreye verdikleri zarar hakkında bilgi verilmektedir. Elektronik atıkların geri dönüştürülme vaadiyle gelişmekte olan ülkelere gönderildiği ve burada sağlıksız yollarda geri dönüşüme uğratarak toprağa ve suya karışmasının verdiği zararlardan söz edilmektedir. Sonuçta ise elektronik atıkların çevreye zarar vermeden dönüştürülebileceği yollar olduğu bu

konuda elektronik üreticisi şirketlerin sorumluluk alması gerektiği söylenmektedir (Pineschi, 2011e).

Yukarıda detaylıca aktarılmış olan sekmelerde esasen oyunun içeriği de yer almaktadır. Phone Story dört bölümden oluşmakta olan bir oyun olup “about” sekmesinden sonraki her sekme oyunun bir bölümünü temsil etmekte, bölümlerde sekmelerde vurgulanan söylemler oyuncuya sunulmaktadır. Birinci sekme olan Coltan sekmesi oyunun birinci bölümüne karşılık gelmekte, madenlerden birinde çalıştırılan bir dizi çocuk işçi görüntülenmektedir. Ekranın iki yanında gezen askeri güçler ellerindeki silah yardımıyla yorulan ve çalışması yavaşlayan işçileri zorlamaktadır. Birinci bölüm bu şekilde sürer ve sonlanır. Oyuncuya çalışmaya zorlayan asker rolü verilmiştir. İkinci sekme olan suicides sekmesi oyunun ikinci bölümünde karşılık bulmaktadır. Bölümde oyuncudan, fabrika binasından atlayan işçilerin düşecekleri yere branda gererek onları kurtarması istenmektedir. Kurtaramadığı işçiler ise ölür. Obsolescence sekmesinin karşılığı olan üçüncü bölümde bir mağazanın önünde duran bir karakter mağazaya doğru koşan insanlara cep telefonu atarak onların mağaza camına çarpmalarını önlemektedir. Oyuncu bu bölümde mağaza önünde insanlara telefon atan bir mağaza personelidir. Burada vurgulanan söylem oyuncunun bir cep telefonu aldığı ve bunun eline nasıl ulaştığına dair hiçbir şey bilmediği; yanı sıra onu alma arzusunu tüketiciye aşlamak için çok para yatırıldı yönündedir. EWaste sekmesinde karşılık bulan son bölümde oyuncudan elektronik atıkların sürekli olarak geçtiği bir bant üzerinde atıkları ayırması beklenmektedir. Üretim bandı kenarlarında duran 4 işçi atıkları toplamaktadır. Bu bölümdeki vurgu ise tüketilen elektroniğin sonunda sadece zararlı bir atığa dönüştüğüdür. Oyunun oynanan bu ilk modu “story mode” olup bu modun dördüncü bölümü tamamlandığında oyunun ikinci modu olan “obsolescence mode” una geçilmektedir. Bu modda story modundan farklı olan yalnızca arka planda hikâye anlatıcı sesinin bulunmayışıdır.

Bu detaylı bilgilerin aktarımının ardından anlatı analizine geçmek yerinde olacaktır. Reismann’ın analizinde düzlemlere yönelik belirli bir sıralama önerilmemiştir ancak bu çalışmada çözümleme sırasıyla tematik, yapısal, etkileşimsel ve performatif düzlemde yapılacaktır. Ayrıca belirtmek gerekir ki oyunu oluşturan dört bölüm üzerinden detaylı bir analiz yapma gerekliliğinden örneğin tematik düzlem analiz edilirken oyunun birinci, ikinci, üçüncü ve dördüncü bölümleri için ayrı ayrı analiz yapılmıştır.

Tematik Düzlem daha önce de belirtildiği üzere anlatıda oyuncuya söylenenlerden oluşmaktadır. Bu bağlamda oyunun birinci bölümünde oyuncuya söylenenler şu şekilde sıralanabilir:

- Coltan madeninin büyük bir kısmı Demokratik Kongo Cumhuriyeti’de çıkarılmaktadır.

- Bu maden elektronik cihazların büyük bir kısmında kullanılan bir madendir.

- Coltan madeni zor şartlar altında çıkarılan bir madendir.

- Coltan madenlerinde çalışan işçiler yaşça küçüktür.

- Askeri güçler coltan madenlerinde işçileri çalışmaya zorlamaktadır.

Oyunun ikinci bölümünde oyuncuya tematik düzlemde söylenenler şu şekilde sıralanabilir:

- Elektronik cihazların çoğu Çin’de üretilmektedir.

- Çin’deki üretim yapılan bu fabrikalarda insanlar yasadışı bir biçimde fazla mesaiye zorlanmaktadır.

- Fabrika yönetimleri çalışanlarının güvenliğini ve sağlığını önemsememekte, yalnızca tüketime odaklanmaktadır.

- Bu fabrikalarda işçiler intihar etmektedir.

- Fabrika yönetimi intihar önleme ağlarıyla bu sorunu çözdüğünü sanmaktadır.

- Elinizde tuttuğunuz akıllı telefon da bu fabrikalardan birinde üretilmiş olabilir.

- Cep telefonu kullanan her tüketici bu yasadışı trafiğe bir şekilde dahil olmuş olur.

Oyunun üçüncü bölümü olan obsolescence isimli bölümünde aktarılmak istenenler şu şekilde sıralanabilir:

- İnsanlar onlara sunulan popüler ürünleri çılgınca tüketmektedir.

- Popüler markalar yaratmak istedikleri bu arzu için büyük paralar yatırmaktadır.

- Bunun sonucunda bu metalar bilinçli pazarlama taktikleriyle hedef kitleye sunulmaktadır.

- Tüketici tüketim arzusu içerisindeyken aldığı ürünün vereceği zararlar konusunda düşünmemektedir.

Dördüncü bölüm olan eWaste isimli son bölümde söylenenler ise;

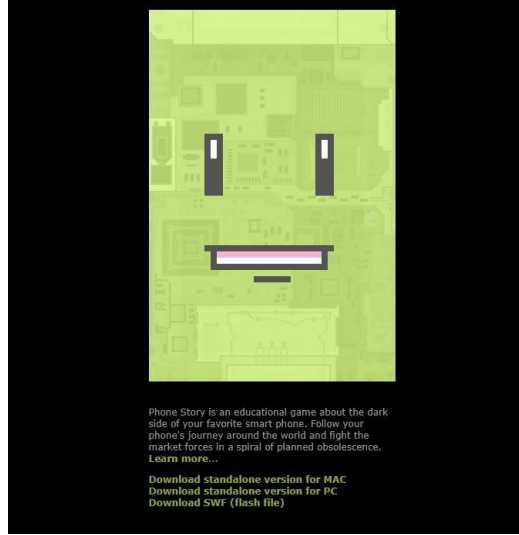
- Tüketilen ürünlerin çabucak modasının geçtiğini ve yerine yenisinin piyasaya sürülmektedir

- Tüketilen ürünler çöpe gitmekte, sadece zehirli birer atığa dönüşmektedir.

- Elektronik atıklar insan sağlığına ve çevreye zararlıdır.

Şeklinde sıralanabilmektedir.

Yapısal düzlemde ise anlatıcının aktarmak istediği mesajı iletişim biçimleri incelenmelidir. Bu bağlamda yine oyunun dört bölümüne dair incelemeler sıralanacaktır. Ancak öncelikle Molleindustria'nın seçmiş olduğu platformun ironikliği yinelenmelidir. Kolektif, cep telefonlarının üretiminin karanlık yüzünü anlatmak için ironik bir şekilde yine cep telefonlarına yönelik bir oyun tasarlamıştır. Masaüstü üzerinden de oyun oynanabilmektir ancak oyuncuya cep telefonu ekranında bir boyut sunulmaktadır. Oyun oynanmaya başlandığında Şekil 2'deki gibi bir ekranla karşılaşılmaktadır. Bu ekrandaki ikonik surat oyundaki hikâyeye anlatıcıdır ve oyun boyunca konuşmaya devam etmektedir. Başlangıç sözleri şu şekildedir: “Merhaba tüketici! Aramıza katıldığın için teşekkür ederiz. Sana anlattıklarım bu telefonun hikayesi. Sana kaliteli bir eğlence sunuyorum.” Sonrasında oyunun birinci bölümü olan coltan başlar ve oyuncu bir asker olarak madendeki köleleri çalışmaya zorlarken hikâyeye anlatıcı anlatımına devam eder: “Bir zamanlar, dünyanın bağırsaklarında dinlenen mineraller vardı. Koltan adı verilen bu minerallerden biri çoğu elektronik cihazda bulunur. Koltanın dünya tedarikinin çoğu, acımasız bir iç savaşla parçalanmış bir ülke olan Kongo'da bulunuyor. Koltan talebinin artması, Kongo'da bir şiddet ve katliam dalgası yarattı. Askeri gruplar, değerli malzemeyi çıkarmak için savaş esirlerini ve genellikle çocukları köleleştirdi. Doğrudan ya da değil hepimiz bu illegal trafiğe dahil oluyoruz.”



Şekil 3.2. Hikaye Anlatıcı

İkinci bölüm olan suicides bölümünde hikâye anlatıcı şu sözlerle oyuncuya eşlik etmektedir: “Çoğu elektronik alet gibi, bu telefon da Çin'de bir şehir büyüklüğündeki bir fabrikanın içine monte edildi. Orada çalışan insanlar sürekli istismara ve ayrımcılığa maruz kalıyor. İnsanlık dışı koşullarda çalışıyorlar ve yasadışı fazla mesai yapmaya zorlanıyorlar. Birkaç ay içinde yirmiden fazla işçi aşırı çaresizlikten intihar etti. Bu sorunu çözmek için şirket intihar önleme ağını kurdu.” Bu sözler duyulduğu sırada oyuncudan fabrikanın çatısından atlayarak intihar eden işçileri gerilen kurtarma ağlarıyla kurtarması beklenmektedir. Dolayısıyla oyuncu fabrikanın bu insanlık dışı olarak nitelendirilen politikasına ortak edilmektedir. Zira eleştirilen temel nokta da budur. Bölümde dikkat çekici olan bir diğer nokta kurtarılan işçilerin fabrika binasına geri dönmesidir. Döngünün sürdürüldüğü mesajı verilmektedir.

Üçüncü bölüm olan obsolescence bölümünde bir mağaza çalışanı olan oyuncu, tüketicilere yeni cep telefonunu fırlatırken hikâye anlatıcı oyuncuya şu sözlerle eşlik etmektedir: “Bu telefonu satın aldığınızda yeni ve seksiydi. Aylardır onu bekliyorsun. Sorunlu geçmişine dair hiçbir kanıt görünmüyordu. Gerçekten bu telefona ihtiyacın var mıydı? Tabii ki vardı. Size bu arzuyu aşılama için çok para yatırdık. Statünüzü, dinamik yaşam tarzınızı, benzersiz kişiliğinizi işaret edebilecek bir şey arıyordunuz. Herkes gibi...” Görüldüğü üzere bu bölümde de tüketim toplumu eleştirisi yer almaktadır. Bariz bir şekilde kültür endüstrisinin tüketicilerde yarattığı metalara karşı duyulan tüketim arzusu eleştirilmektedir. Bu bağlamda “...bu arzuyu aşılama için çok para yatırdık” söylemi önemlidir. Bu söylemle eleştirilen global şirketlerin

tüketimi sonsuz kılması için gerçekleştirdiği PR çalışmalarına gönderme bulunmaktadır.

Dördüncü ve son bölüm olan eWaste bölümünde elektronik atıkları ayırmakla yükümlü olan oyuncuya “Bu telefon, kolayca kırılacak ve hızla modası geçmiş olacak şekilde tasarlanmıştır. Yakında, bunu modası geçmiş gibi gösterecek yeni bir model sunacağız ve siz onu atacaksınız. Tonlarca zehirli elektronik atığa karışacak. Geri dönüştüreceklerini söylüyorlar ama muhtemelen Gana, Pakistan veya Çin gibi yerlere gönderilecek. Orada hem insan sağlığına hem de çevreye zararlı yöntemler kullanılarak gerekli malzemeleri kurtarılacaktır. Bu telefonun bazı kısımları havayı ve suyu kirletecek, diğerleri yeni ürünlere dönüşecek.” sözleri eşlik etmektedir. Burada yine fütursuzca tüketilen metalara gönderme yapılmakta ve tüketicinin bu metaların yenisini arzularken eskilerinin atık olarak çevreye verdiği zararlara dikkat çekilmektedir.

Görüldüğü üzere bu bilgilendirici ve eleştirel söylemler oyun boyunca devam etmektedir. Tematik düzlemde vurgulanan mesajlara yapısal düzlemde sözel, işitsel ve görsel olarak vurgulanmaktadır. Oyunun tasarımı oldukça basittir ve oyuncuya sunulan zorluk asgari düzeyde tutulmuştur. Oyuncudan bölümleri geçebilmek için yapması istenen cep telefonu üretiminin arkasında yatan karanlık trafiğe ortak olmasıdır. Eğer bölümlerde istenen şeyler yapılmazsa bir sonraki bölüme geçilememekte, bu durumda ise “Amaca ulaşamadın. Suça ortak değilmiş gibi davranma” sözleriyle karşılaşılmaktadır. Oyuncu istenilen görevi yerine getirmediğinde de suça ortak sayılmaktadır. Çünkü ilk bölümde de söylendiği üzere direkt olarak ya da değil, hepimiz bu illegal trafiğin içindeyiz... Öte yandan burada dikkat çekici olan bir diğer nokta ise Molleindustria’nın birçok oyununda olduğu gibi oyunun da bir sonu olmayışıdır. Story mode bitirildiğinde “ve döngü devam eder...” şeklinde bir söylemle karşılaşılmaktadır. Bu söylemin ardından geçilen obsolescence modunda oyunun işleyişine dair herhangi bir değişiklik bulunmamaktadır. Ancak hikâye anlatıcının sesi sadece oyuncu başarısız olduğunda duyulmaktadır. Oyuncu başarısız olduğunda duyulan sözler “Hedefe ulaşamadın, Geliştirmeyi durdurmayı deneme” şeklindedir. Obsolescence modu başlarken telefon imgesinin ardında yükselen bir güneş imgesi ile “iThing Beta” yazısıyla karşılaşılmaktadır. Dört bölümün tamamlandığı bir sonraki döngüde “iThing 2.0”, sonrakilerde “iThing 3G, iThing Max, iThing Special Edition, iThing ∞, iThing +” gibi yazılar eşliğinde yeni

oyun döngüsü başlamakta, her döngü aynı şekilde sonuçlanmaktadır. Burada açık bir şekilde Apple başta olmak üzere diğer telefon üreticilerine gönderme bulunmaktadır. Telefon üreticilerinin geliştirme yaptığını söyleyerek eklediği küçük özelliklerle sürekli yeni ürün piyasaya sürmesi ve her yeni sürümde üretim döngüsünün başa sarması eleştirilmektedir. Oyun bu doğrultuda oyuncuyu da bu konuda eleştirel düşünmeye sevk etmektedir. Oyuncudan protesto gibi herhangi bir fiili eylem beklenmemektedir. Beklenen yalnızca oyunun eleştiri getirdiği global şirketlerin ve tüketicinin, üretim-tüketim ilişkisindeki rolünü sorgulamaya itmektir. Eleştirel düşünceye sevk etmenin beraberinde oyuncuyu “eğlenceli bileşenler” etrafında mikro bir uygulamayla makro bir durumun simülasyonu içine sürüklemektedir. Akıllı telefon üretim-dağıtım-tüketim döngüsünde tekrar eden simülasyona oyuncuyu zorlamaktadır. Diğer bir deyişle oyuncuya sunulan simülasyon evreni yine oyuncuya tüketim döngüsünün düşündürülmesini sağlamakta ve oyuncuyu telefon üretiminin mikro hikayesinden çıkarıp kültür endüstrisinin makro yapısına dair eleştirel düşünceye sevk etmektedir. Verilmek istenen tüm bu mesajların dili ise yine ironik dildir.

Etkileşimsel düzlemin konuşmacı ve hikâye anlatıcısı arasındaki ilişkinin anlaşılması bakımından önemli olduğu daha önce dile getirilmişti. Jest, mimik gibi konuşulmayan ifadeler dışında yapısal analizde olduğu gibi etkileşimsel düzlemde de diyaloga yönelik bir inceleme yapılmalıdır. Ancak belirtmek gerekir ki bu diyalogtan kasıt yalnızca sözlü ifadeler değildir. Dijital oyunlarda etkileşimsel anlamda oyuncudan beklenen genel olarak, öğrenmek, görev tamamlamak, katılımcı olmasını sağlamaktır. Esasen dijital oyunlar bağlamında etkileşimsel düzlemde beklenen anlatıcı ile dinleyici -yani oyuncu- arasındaki etkileşimsel ilişki, anlatıcının oyuncuyu yönlendirdiği yerdir. Bu bağlamda yapısal analizdeki söylemleri tekrar aktarmak anlamlı olmayacaktır. Fakat eklemek gerekir ki etkileşimsel bağlamda dikkat edilmesi gereken nokta şudur: Phone Story'deki hikâye anlatıcı ses, oyun boyunca sürekli olarak oyuncudan suça ortak olmasını beklemektedir. Aksi takdirde oyuncunun oyunda başarılı olması mümkün değildir. Ancak kullanılan dilin ironik olması bu noktada oyuncuyu suç ortaklığına, sistemin işleyişine ortak olmaya itmeye itmesidir. Oyuncu herhangi bir şeye zorlanmamakta, anlatıcıdan direktif almamaktadır. Ancak olumsuz davranışlar sergilemeden oyunda ilerleme kaydetmek de mümkün değildir. Birinci bölüm Coltan'da oyuncu maden işçilerini zorlamazsa,

suicides bölümde intihar eden işçilere yeterli sayıda kurtarma ağlarını yetiştiremezse, obsolescence bölümünde yeterli sayıda tüketiciye telefon ulaştırılmazsa ve eWaste bölümünde elektronik atıkları doğru biçimde birbirinden ayıramazsa bir sonraki aşamaya geçememektedir. Oyunda direktifle bir zorlama yoktur ancak oyuncuya başka bir çare de bırakılmaz. Phone Story birden fazla senaryoya sahip, oyuncunun seçimi doğrultusunda birden fazla hikayesi olan bir oyun değildir. Bu doğrultuda oyun ilerledikçe oyuncu kültür endüstrisinin tüketim döngüsüne dahil olur ve bulunduğu bu simüle evren dışında reel dünyada da kültür endüstrisi eleştirisi yapmaya sevk edilir. Zira oyunda geçen söylemlerde de buna yönelik ifadeler bulunmaktadır. Örneğin oyuncunun bölümü geçemediğinde karşılaştığı “...Suça ortak değilmiş gibi davranma!” sözlerinde olduğu gibi... Bu düzlemde hikâye anlatıcı oyuncuya gerçek dünyada da kaçamadığı tüketim toplumu çarkındaki rolünü hatırlatmaktadır.

Performatif Düzlemde etkileşimsel düzlemi genişletmek gerekir. İlgimiz konuşulan kelimelerin ötesine geçmelidir. Anlatıcının performansının oyuncuda bıraktığı etkileri incelemek gerekirse oyunun oyuncuya yaptığı çağrı önemlidir. Pek çok anti-oyun oyuncuyu eleştirilen şeyi boykota çağırır. Ya da oyun sonunda oyuncudan eylemlerinde değişiklik yapmasını ister. Ancak Phone Story bu tip bir çağrıda bulunmamaktadır. Oyunun tek yapmak istediği oyuncuyu konu hakkında eleştirel düşünceye yönlendirmektir. Oyuncuya gösterilen ve oyun boyunca söylenen cep telefonu piyasasının ardında bulunan üretim-tüketim döngüsü olsa da esasen oyuncunun bir tüketim metası olan her şey hakkında eleştirel düşünceye sevk edildiği söylenebilmektedir. Oyuncuda yaratılmak istenen etki eleştirel teorinin dijitaldeki tezahürüdür. Her nasıl ki eleştirel kuram başlangıçtan bugüne yazınsal ve söylemsel anlamda basılı ve eğitsel olarak yayılmışsa kültür endüstrisi eleştirisinin dijital dünyadaki yayılımı da dijitalin kullanımıyla olacaktır (Erdem, 2019b: 780).

SONUÇ

“Belki de şeylere insana keyif veren yeni bir gözle bakmak ve sona ermek bilmeyen eleştirel kuramın yerini ironik kurama bırakmasını sağlamak gerekmektedir.”

Jean Baudrillard

Dijital teknolojilerin gelişimiyle birlikte dijital ortamlar her bireyin günlük yaşantısının bir parçası haline gelmiştir. Özellikle iletişim ortamında yaşanan ilerlemeler beraberinde bireylerin hem bir topluluğa dahil olabildiği, hem başka bir insanmış gibi rol yapabildiği, hem de istediği takdirde kendi olabildiği bir ortam sunmaktadır. Bu anlamda dijital medya kullanıcılar için günlük hayattan bir kaçış yöntemi olarak da karşılık bulmaktadır. Bilindiği üzere aynı durum oyunlar için de geçerlidir. Oyun kavramı bizzat bir çeşit rahatlama aktivitesi olarak tanımlanabilirken dijital oyunlar modern toplum insanının kimi zaman boş vakitlerini geçirdiği bir ortam, kimi zaman da özel olarak zaman ayırdığı bir aktivite halindedir. Bu durum dijital oyunların modern toplum insanının hayatındaki anlamını büyütmektedir. Modern insan için dijital oyunlar birer tüketim nesnesi olmasının yanında günlük bir aktivite halini almıştır.

Başlangıcından bu yana bu çalışmanın temel amacı birçok kavramda yaşandığı gibi kültür endüstrisi eleştirisinin de dijital bir transformasyon yaşadığını dijital oyunlar aracılığıyla açıklamaktır. Bu doğrultuda anti-oyun sitesi Molleindustria'nın tercih edilmesinin sebebi eleştirel düşüncenin dijitaldeki dönüşümünü tam olarak yansıtmasıdır. Çalışmanın başlangıcında da ifade edildiği gibi eleştirel teori, teori ile pratik arasındaki ilişkiyi görerek eleştirisini gerçekleştirir. Bu bağlamda dijital oyunlar -özellikle antioyunlar- eleştirel düşüncüyü pratikte ifade etmek için etkin bir araç olarak görülmektedir. Ancak özellikle altı çizilmesi gereken nokta pratikte tezahür eden oyunların teorik olarak altının dolu olması gerekliliğidir. Molleindustria eleştirel bir oyun kolektifi olarak bu konuda oldukça başarılı görülmektedir. Web sitesindeki her oyun belirli bir amaca hizmet etmekte ancak daha önemlisi bu amaca hizmet etmek üzere tasarlanmaktadır. Böylelikle ne teori salt teori ne de pratik salt pratik olarak kalmaktadır. Eleştirinin ve eleştirilen şeyin anlamı derinleşmektedir. Bu bağlamda Molleindustria kültür eleştirel düşüncüyü dijital oyunlar aracılığıyla geliştirmeyi hedefleyen bir kolektif olarak görülmektedir. Phone Story ise bunun daha özeline kültür endüstrisi eleştirisinin dijital bir tezahürü olarak görülmektedir.

Bir kolektif olarak Molleindustria'nın genel itibarı ile benimsediği düşünsel yapı ve kültür endüstrisi eleştirisi arasında büyük benzerlikler bulunmaktadır. Farklı olan yalnızca eleştirinin kullanıldığı araçtır. Elbette Adorno ve diğer Frankfurt Okulu kuramcılarının kültür endüstrisi eleştirisine bir sınırlama getirmemiştir ancak onların yaşadığı ve kültür endüstrisi eleştirisinin yapıldığı ilk dönemlerde eleştirilen radyo, tv, sinema gibi araçlar bugün bunların yanında dijital medya da yer almaktadır. Eleştirilen olgu temelde aynı olmasına karşın eleştirilen araç şekil değiştirmiştir. Dolayısıyla bu bağlamda kültür endüstrisi eleştirisinin yapıldığı araçların değişebildiği söylenebilmektedir. Dijital oyunlar da bu araçlardan biridir. Molleindustria'nın web sitesinde bulunan tüm oyunlarda aktarmaya çalıştığı mesaj kapitalizm ve kültür endüstrisi eleştirisi barındırmakta ve bunu sunulan dijital oyunlar aracılığıyla gerçekleştirmektedir.

Çalışmanın örneklemini olan Phone Story, Molleindustria'nın yaratımı olan diğer oyunlara göre çok daha basit eylemler içermektedir. Daha az karmaşıktır. Yöneltiği eleştiri daha doğrusal ve daha açıktır. Vermek istediği mesaj daha nettir. Hatta bu mesajları direkt olarak oyun oynama edimi esnasında oyuncuya sesli bir biçimde söylemektedir. Fakat en dikkat çekici noktası kullanılan retorik stratejisidir. Oyun boyunca kullanılan ironik dilin asıl karşılığı oyuncunun oyun sırasında eleştirisiyle yüzleştiği konunun, eleştirilen konu aracılığıyla gerçekleştirilmesidir. Başka bir şekilde ifade etmek gerekirse oyunda oyuncuya sunulan cep telefonu üretiminin ardındaki karanlık senaryo, oyuncuya cep telefonu aracılığıyla sunulmaktadır. Bu esasen geniş bir yelpazede kapitalizm eleştirisi, kültür endüstrisi eleştirisi ya da bir başka deyişle tüketim toplumu eleştirisini düşünmeye sevk etmektedir. Burada asıl dikkat çekilmesi gereken nokta modern toplumun her bir bireyinin kaçınılmaz bir biçimde endüstriyel kültürün çarkında bir tüketici olarak bulunmak zorunda kalışı, aksi halde diğer insanlara kıyasla yaşamını sürdürmekte zorlanacağı gerçeğidir. Bu nedenle oyuncu yani tüketici suç ortağıdır. Dolayısıyla sistemi, sistemin araçlarını kullanarak eleştirmekten başka bir çare kalmamıştır. Baudrillard (2011)' in deyişiyle "Sahip olunan bireysel ya da kolektif referans sistemlerinin parçalanmasından sonra geriye, kurmacayla görünümlere özgü ironik bir stratejiden başka ne kalabilir ki?" (Baudrillard, 2011: 99).

Eleştirel teori karşıtı yaratıcı endüstri olumlamaları bir kenara Molleindustria'nın yapmaya çalıştıkları modern insanın bireysel problemlerini

çözmeye çalışırken etrafındaki diğer insanlara, çevreye, dünyaya verdiği zararı göstermektedir. Bu çerçevede bu çalışma eleştirel düşüncenin gelişiminin devamını önermektedir. Bu gelişimin devamı için ise Molleindustria gibi kâr amacı gütmeyen kolektiflerin sayısının artması sistemin sorunlarının çözümünde tartışmaların süremesi ve çözüm bulanabilmesi adına faydalı olacaktır.

Bunun yanı sıra çalışmanın yöntemi olarak gerçekleştirilen anlatı analizi oyunun anlatmak istediklerini ve ironik söylemini ifade etmek ve kültür endüstrisi eleştirisinin dijital transformasyonunu anlatmak bakımından yeterli olmuştur. Ancak viral yayılım sonrası oyuncuların zihinsel dünyasında bir değişiklik yaşanıp yaşanmadığı, her ne kadar oyunda böyle bir şey beklenmese de eleştirilen markaya karşı bir tutum değişikliği olup olmadığı, ya da en önemlisi oyunu oynadıktan sonra oyuncunun konu hakkında eleştirel düşünmeye yönelip yönelmediğine dair alımlama çalışmalarının yapılması, teoride yaşanan dijital transformasyonun pratikte karşılığının başarılı olup olmadığının anlaşılması bakımından faydalı olacaktır.

Son olarak Türkiye’de gerçekleştirilmiş olan dijital oyun çalışmaları incelendiğinde genellikle dijital oyunların bağımlılıkla ilişkilendirildiği, oyuna dayalı öğrenme ile ilgili çalışmalarla karşılaşılmaktadır. Ancak dijital oyunların da birer kültür taşıyıcısı olduğu gerçeği göz önünde bulundurulmalıdır. Bu sebeple iletişim çalışmaları adına kuramsal düzlemde ve kültür ile ilişkilendirilen yeni çalışmalar yapılmasının alanın gelişmesi ve literatürün zenginleşmesi bakımından fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Açıkders. (2020). *Nitel Araştırmada Örneklem Seçimi*. Erişim Tarihi:12.01.2021, https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/85894/mod_resource/content/0/ders13_nitel%20araştırmada%20örneklem%20seçimi.pdf
- Adorno, T. W. (2000). *Minimamoralia* (Çev. A. Doğukan ve A. Koçak).İstanbul: Metis Yayınları
- Adorno, T., & Leppert, R. (2002). *Essays on music*. Univ of California Press.
- Adorno, T. W. (2003). “Kültür endüstrisini yeniden düşünürken”, (çev.) Bülent O. Doğan. *Cogito Dergisi* (36). ss. 76-83.
- Adorno, T. W. (2004). *Negative Dialectics*. E. B. Ashton (çev). London & New York: Routledge. (Orjinal çalışma 1966’da yayınlanmıştır)
- Adorno, T.W. (2005), *Theodor W. Adorno Critical models: inventions and catchwords*. (Eds.) Lawrence D. Kritzman. New York: Columbia University Press.
- Adorno, T. W. (2006). *History and freedom: lectures 1964-1965*. London: Polity Press.
- Adorno, T.W. (2007a). *Minima Moralia*. A. Doğukan & A. Koçak (çev.). İstanbul: Metis Yayınları. (Orjinal çalışma 1951’de yayınlanmıştır)
- Adorno, T.W. (2007b). *Rüya Kayıtları*. (çev.) Şeyda Öztürk. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Adorno, T. (2020). *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi*.N. Ülner, M.Tüzel- E. Gen. (çev). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Adorno, T.W. & Horkheimer, M. (2010). *Sosyolojik Açılımlar* M. S. Durgun ve A. Gümüş (çev). Ankara: Bilgesu Yayıncılık. (Orjinal çalışma 1956’da yayınlanmıştır)
- Adorno, T.W. ve Horkheimer, M., (2014). *Aydınlanmanın Diyalektiği*. (çev.) Ülner, N.-Karadoğan Ö.E., İstanbul: Kabalıcı Yayıncılık.
- Akbulut, H. (2009). “Gelenekselden Dijitale Mekandan Uzama Oyun Kültürü”. Binark M., Bayraktutan Sütçü G., Fidaner I.B. (eds.). in: *Dijital Oyun Rehberi oyun tasarımı türler ve oyuncu* (s.25-82). İstanbul: Kalkedon.
- And, M. (2003). “*Oyun ve bugün: Türk kültüründe oyun kavramı*”. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Arık, M. B. (2004). “Popüler Kültüre Temel Yaklaşımlar”, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*, ss. 327-345.
- Assoun, P. (2012). *Frankfurt Okulu*. (çev.) Işık Ergüden. Ankara: Dost.
- Ataay, K. C. (2016). Hayek ve Friedman’ın Devlet Anlayışı. *Marmara Üniversitesi Siyasal Bilimler Dergisi*, 4(1) Mart, ss. 129-151.
- Atalay, G. E. (2018). Dijital Çağda Marshall McLuhan’ı Yeniden Düşünmek: Bir Uzantı ve Ampütasyon olarak Yeni Medya Teknolojileri. *Sosyal Araştırmalar ve Davranış Bilimleri Dergisi*, 4(6), ss. 27-48.
- Aydoğan, B.K. (2008). Sanatta Disiplinlerarası Bir Yaklaşım: Performans Sanatı . *Art-e Sanat Dergisi* , 1 (1) , 1-17.
- Bağce, H. E. (2010) *Frankfurt Okulu*. İstanbul: Doğu Batı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2011). *Çaresiz Stratejiler*, Oğuz Adanır (çev.),İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- Baudrillard, J. (2017). *Tüketim Toplumu*, Nilgün Tural- Ferda Keskin (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- Bauman, Z. ve Lyon, D. (2016) Akışkan Gözetim. (çev.) Elçin Yılmaz. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bayat, A. (2006). “Tehlikeli Sınıflar’dan ‘Sessiz İsyankarlar’a: Küresel Güneyde Kentsel Maduniyet Siyaseti”. Gökmen Ö. ve Deren S (der.). in: *Ortadoğu’da Maduniyet içinde, İstanbul: İletişim Yayınları*.
- Biber, A. (2006). *Sivil Toplum Örgütlerinde Halkla İlişkiler*. İstanbul: Nobel Yayın Dağıtım.
- Binark, M. ve Bayraktutan-Sütçü G. (2008). *Kültür Endüstrisi Olarak Dijital Oyun*. İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.
- Bogost, I. (2006). *Unit Operations An Approach to Videogame Criticism*. USA: MIT Press.
- Bogost, I. (2011). *How To Do Things With Video Games*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Bottomore, T. (2013). Frankfurt Okulu - ve Eleştirisi. (çev.) Ümit Hüsrev Yolsal. İstanbul: Say Yayınları.
- Breitbart.(2018). *How French ‘Yellow Vest’ Protesters Used Social Media To Organize*. Erişim Tarihi:13.01.2021, <https://www.breitbart.com/tech/2018/12/04/how-french-yellow-vest-protesters-used-social-media-to-organize/>
- Buluş, B., & Buluş, G. C. (2020). “Kültür Endüstrisi Ürünü Olarak Dijital Oyunlar ve Dijital Ekonomi.” *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(2), 1-6.
- Buytendijk, F. J. J. (1932)., *Het Spel van Mensch en dier als openbaring van levensdriften* . Amsterdam.
- Caillois, R. (2006). “The definition of play and the classification of games”. Salen K. and Zimmerman E. (eds.). in: *The Game Design Reader: A Rules Of Play Anthology*, (s.122-155). London: The MIT Press.
- Cambridge (2021), “Paralanguage”, Erişim Tarihi:19.01.2021, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/paralanguage>
- Castells, M.(2004). *Ağ Toplumunun Yükselişi Enformasyon Çağı: Ekonomi,Toplum ve Kültür*, 1.Cilt. (çev.) Ebru Kılıç. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Coşkun, B. (2013) “Frankfurt Okulu: Düş Kırıklığı, Aklın Büyüsü ve Sirenlerin Sesi”, *Posseible Düşünme Dergisi*, 4. Erişim adresi: <http://www.posseible.com/makale-31/frankfurt-okulu-duskirikligi-aklin-buyusu-ve-sirenlerin-sesi.php>
- Çeçen, N, A., (2020). *Kültür ve Politika*. Ankara: Astana Yayınları.
- Çelen, N. (1999). Ana-babaların çocuğun oyun hakkına ilişkin tutumları. *B. Onur (der.) Cumhuriyet ve Çocuk*, 2, 123-132.
- DCMS (2001). Department Of Culture Media And Sport. “*Creative Industries Mapping Document*”. London.
- De Mul, J., (2008). *Siberuzamda Macera Dolu Bir Yolculuk*, (çev.) Ali Özdamar, İstanbul: Kitap Yayınları.
- Demir, E. M. (2014). Yaratıcı Endüstriler. *Ankara Üniversitesi İleif Dergisi*, 1(2), 87-107.
- Dikmen, E. Ş. (2019). 1980-2017 Yılları Arasında Dijital Oyun Endüstrisinin Gelişimi ve Oluşturulan Yapay Yaşam Döngüleri . *Selçuk İletişim* , 12 (1) , 294-311.
- Durdu, Z.,“Aydınlanmanın Diyalektiği: Eleştirel Kuramın Aydınlanma Eleştirisi”. *Liberal Düşünce Dergisi*, 10/37,2005, ss. 125-136.
- Erben, Ş.E. (2019). Aktivizmin Dijital Dönüşümü.(Doktora Tezi, Kocaeli Üniversitesi, Kocaeli.).

- Erdem, M.N. (2019a). "Dijital Oyunlarda Şiddetin Estetiği: League of Legends Oyunu Üzerine Bir İnceleme". *Middle Black Sea Journal of Communication Studies*, 4 (2), 115-139.
- Erdem, M.N. (2019b). "Negatif Marka Konumlandırma ve Anti – Reklamoyunlar ile Marka Başarı Öykülerinin Yeniden Yapılandırılması". *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*. 7(2). ss: 756-786.
- European Commission Report (2017). From the Commission to the Council and the European Parliament, Brüksel.
- Eyrek, A. (2019). *Kültür Endüstrisinde Bellek Yitimi: Ekran Belleği*. (Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul).
- Foucault, M., *Die Gebrauch der Lüste*, C. II, Sexualität and Wahrheir, Frankfurt a.M., 1984.
- Foucault, M., *Die Geburt der Sozialmedizin Schriften in vier Banden*, C.III, Sexualität and Wahrheir, Frankfurt a.M.,2003.
- Frasca, G., (2001). "*Videogames Of The Oppressed: Videogames As A Means For Critical Thinking And Debate*". Georgia Institute of Technology April.
- Gandy Jr., O., (1992) "The Political Economy Approach: A Critical Challenge", *The Journal of Media Economics*, Summer, s. 23-42.
- Geuss, R. (2002). *Eleştirel Teori: Habermas ve Frankfurt Okulu*. (çev.) Ferda Keskin. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Görkem, Ş. Y. (2016). "Dijital Aktivizm: Kapsam, Sınırlılıklar ve Ölçümleme". Nuray Yılmaz Sert (Ed.). *Aktivizm: Toplumsal Değişimin Yeni Yüzü* içinde. İstanbul: Değişim Yayınları, ss.177-208
- Gurevitch. vd. (2005). (der.) Gurevitch, M. , Tony Bennett, James Duran.ve Janet Woollacott. "Culture Society and The Media" Londra:Methuen.
- Gülenç, K. (2016). *Frankfurt Okulu Eleştiri, Toplum ve Bilim*. İstanbul: Ayrıntı.
- Güvenli İnternet Merkezi. (2019). *Dijital Oyunlar Raporu 2019*. Erişim Tarihi:17.01.2021, <https://www.guvenliweb.org.tr/dosya/RjARY.pdf>
- Habermas, J.(2003), "Mitle Aydınlanmanın Kördüğümü: Max Horkheimer ve Theodor Adorno", *Cogito*, 36(1)..
- Hall, S.,(2003). "Cultural Studies and the Centre: some Problematics and Problems." *Culture, media, language: working papers in cultural studies 1972-79*. (Eds) Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., & Willis, P., London, ss.2-35.
- Han, B. (2019a). *Psikopolitika Neoliberalizm ve Yeni İktidar Teknikleri*. (Çev. Haluk Barışcan). İstanbul: Metis Yayınları.
- Han, B. (2019b) *Şeffaflık Toplumu*. (Çev. Haluk Barışcan). İstanbul: Metis Yayınları.
- Hao, L. (2011). *Shenzhen Daily*. Erişim Tarihi: 03.01.2020, http://www.szdaily.com/content/2011-04/22/content_5559657.htm
- Herman, E. S., Chomsky, N., (2012). *Rızanın imalatı: Kitle medyasının ekonomi politiği*. (Çev. Ender Abadoğlu). İstanbul: Bgst Yayınları.
- Horkheimer, M.(1989)., "The State of Contemporary Social Philosophy and the Task of an Institute for Social Research", Bronner, S. E., & Kellner, D. (Eds.). *Critical theory and society: A reader*. Psychology Press., ss.25-36.
- Horkheimer, M. (1998). *Akıl Tutulması*. (çev.) Koçak O. İstanbul: Metis Yayınları.
- Huizinga. J. (2017). *Homo Ludens Oyunun Toplumsal İşlevi Üzerine Bir Deneme*. (çev.) M. Ali Kılıçbay. İstanbul Ayrıntı Yayınları.

- Joyce, M. (Ed.), Digital Activism Decoded The New Mechanics of Change, *International Debate Education Association*, 2010.
- Jull, J. (2001). Games Telling Stories. *A Brief Note on Games and Narratives*. Erişim Tarihi:17.01.2021, <http://www.gamestudies.org/0101/juul-gts/>
- Jull, J (2004). "Introduction To Game Time" First Person: New Media as a story, Performance, and Game. (der.) Wardrip N., Harigan .P. Cambridge, Massachusetts, London: MIT Press. ss:131-142.
- Jull, J (2005). "Game Telling Stories," *Handbook of Computer Games Studies*," (der.) Raessens, J- Goldstein, J.. London: MIT Press. (ss. 219-226).
- Kara, T., (2014). Kültür Endüstrisi Kavrami Çerçevesinde Medya Ürünleri: Eleştirel Yaklaşım. *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 4(1).
- Karagöz, K. (2013). Yeni Medya Çağında Dönüşen Toplumsal Hareketler ve Dijital Aktivizm Hareketleri. *İletişim ve Diplomasi*, 1(1), 131-156.
- Kellner, D.,(1989). *Critical Theory, Marksizm and Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Kırel, S. (2018). *Kültürel Çalışmalar ve Sinema*. İstanbul: İthaki Yayınları.
- Kim, J.N., & Sriramesh, K. (2009). Activism and public relations. in: *The global public relations handbook Theory, research and practice*.(eds.) K.Sriramesh, D. Vercic. *New York: Routledge Public Relationsss*. ss. 86-106.
- Kopuz, S. (2019). Yayıncılıkta Yaşanan Değişim ve Globalleşme & Netflix Örneği. *İletişim Çağında Dijital Kültür*, 143-161.
- Kovacs, R. (2004). "British activism: the viewer and listener community." *Corporate Communications: An International Journal*. Vol.9,No:4, pp.340-362.
- Koçak, O. (1998). Önsöz, Max Horkheimer Akıl Tutulması (İç.), İstanbul: Metis Yayınları.
- Kulak, Ö. (2016). Theodor Adorno: Kültür Endüstrisi Kısacasında Kültür. (Doktora tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara).
- Kulak, Ö. (2017). *Theodor Adorno: Kültür Endüstrisi Kısacasında Kültür*. İstanbul: İthaki.
- Kuldkepp, M. (2015). "Hegemony and Liberation in World War I: The Plans For New Mare Nostrum Balticum." *Ajalooline Ajakiri. The Estonian Historical Journal* 3, 249-286.
- Laughey, D. (2010). *Medya Çalışmaları*. A. Toprak (çev.). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Leong, C., Pan, S. L., Bahri, S., & Fauzi, A. (2019). Social media empowerment in social movements: power activation and power accrual in digital activism. *European Journal of Information Systems*, 28(2), 173-204.
- Lukacs. G.,(1998). *Tarih ve Sınıf Bilinci*, çev. Yılmaz Öner, Belge Yayınevi, İstanbul
- Lynton, N. (2004), *Modern Sanatın Öyküsü*, (çev) Cevat Çapan, Sadi Öziş, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Marcuse,H.(1998). *Eros ve Uygarlık (Freud üzerine Felsefi bir İnceleme)*, çev. Aziz Yardımlı, İdea Yayınları, İstanbul, 1998.
- Marcuse, H., (2008). *Tek Boyutlu İnsan*. (çev.) Aziz Yardımlı. İstanbul: İdea Yayınevi.
- Martinez E. H. V., & Demiral, A. (2014). 20. ve 21. yy. da Sanatta Malzeme Olarak Beden; Performans Sanatı. *Anadolu Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 6(6), 180-201.
- Marx, K.,*Hegel'in Hukuk Felsefesinin Eleştirisi*, çev. Kenan Somer, Sol Yayınları Ankara 1997.
- Molleindustria., (2020a). *Molleindustria*. Erişim Tarihi:13.12.2020, <http://www.molleindustria.org>

- Molleindustria., (2020b). *About*. Erişim Tarihi: 19.12.2020, <https://www.molleindustria.org/blog/about/>
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy of Politication*. London: Sage.
- Moyer, B., Mc.Allister, J., Finley M.L., Sofier S. (2009). *Demokrasi Yapmak Yeni Toplumsal Hareketleri Örgütlemek İçin Map Modeli*. (Çev. Acar Acar) İstanbul: Arı Yayınları.
- Nalbantoğlu, F. (2012). “Performans Sanatı, Teknoloji ile İlişkisi ve Sahne Sanatları Eğitimindeki Rolü”. *Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Hakemli Dergisi*. ART-E Kasım’12 ÖZEL SAYI. ss.198-207.
- Oxford (2020). Oxford Learners Dictionaries. “*Activism*”. Erişim Tarihi:22.10.2020, <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/activism?q=activism>
- Özçetin, B. (2010). “İdeoloji, İletişim, Kültür: Bir Stuart Hall Değerlendirmesi”. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (13), s.139-159.
- Özçetin B. (2019). *Kitle İletişim Kuramları Kavramlar, Okullar, Modeller*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Pineschi, M. (Original Concept Owner). (2011a). “*Phone Story*”. Erişim Tarihi: 03.01.2020 <http://www.phonestory.org/#about>
- Pineschi, M. (Original Concept Owner). (2011b). “*Phone Story*”. Erişim Tarihi: 03.01.2020, <http://www.phonestory.org/#coltan>
- Pineschi, M. (Original Concept Owner). (2011c). “*Phone Story*”. Erişim Tarihi: 03.01.2020, <http://www.phonestory.org/#suicides>
- Pineschi, M. (Original Concept Owner). (2011d). “*Phone Story*”. Erişim Tarihi: 03.01.2020, <http://www.phonestory.org/#obsolescence>
- Pineschi, M. (Original Concept Owner). (2011e). “*Phone Story*”. Erişim Tarihi: 03.01.2020, <http://www.phonestory.org/#ewaste>
- Pineschi, M. (Original Concept Owner). (2011f). “*Phone Story*”. Erişim Tarihi: 03.01.2020, <http://www.phonestory.org/banned.html>
- Reisman, K.C., (2005). “Narrative Analysis”. (Ed.) Nancy Kelly, vd. *Narrative, Memory & Everyday Life*. Huddersfield. University of Huddersfield. pp. 1-7.
- Rousseau, J.J. (2005). *Emile “Bir Çocuk Büyüyor*. Selis Kitaplar. İstanbul.
- Salen, K., ve Zimmerman, E. (2004). *Rules of Play: Game Design Fundamentals*. MIT Press, Massachusetts. (p. 672). Cambridge, Mass: MIT Press.
- Scholz, T., (2010). “Infrastructure: It’s Transformations and Effect on Digital Activism”. Mary Joyce (Ed). in: *Digital Activism Decoded: The New Mechanics of Change*. New York: Idebate Press,ss.17-31.
- Schweppenhauser, G. (2015). *Eleştirel Teoriye Giriş*. (çev.) Hülya Yaman. İstanbul: Avesta Yayınları.
- Sert, Y. N. (2012). “Online Aktivizm Araçları Yoluyla Oluşturulan Etkilerin Metafor Kullanılarak Açıklanması Örnek Olay İncelemesi: ‘İnternetime Dokunma’ Eylemi”. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (17), ss.126-140.
- Sert, Y. N. (2016). “Aktivizmin Kavramsal, Gelişimsel ve Araçsal Açısından İncelenmesi.” N. Y. Sert (ed.). *Aktivizm Toplumsal Değişimin Yeni Yüzü*. (s. 11-44). İstanbul: Değişim.
- Sezen, D.(2013). “Bir Sanatsal İfade Aracı Olarak Dijital Oyunlar”. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2013/II, (45). ss: 129-147.
- Sezgin, S. (2019). *Türkiye’de Dijital Oyun Endüstrisi ve Yaratıcı Emek*. (Doktora tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara). Erişim adresi : <http://hdl.handle.net/20.500.12575/69097> .

- Sim, S. ve Loon, V. (2010). *Eleştirel Teori Aydınlanmadan Postmodernizme Eleştirel Düşünce İçin Çizgibilim*. (çev.) Akın Emre Pilgir. NTV Yayınları.
- Slack, J. D., & Allor, M. (1983). The political and epistemological constituents of critical communication research. *Journal of Communication*, 33(3), 208-218.
- Slater, P. (1998). Frankfurt Okulu (Çev. Ahmet Özden). İstanbul: Kabalcı Yayınları. (Orjinal çalışma 1977'de yayınlanmıştır)
- Şenkan, E. (2017). *Beden Kullanımı ve Performans Sanatı*.(Yüksek Lisans Tezi, Işık Üniversitesi, İstanbul).
- Şenova, B. (2003). Fluxus Üzerine Notlar, (der. H. Altındere), İstanbul: Art-İst Yayınları.
- Tani, E. (2016). "Ağ Toplumunda Sokak Aktivizminden Dijital Aktivizme Geçiş", içinde: *Dijital Aktivizm Üzerine*. (eds.) Taşkiran B. H., Mengü, M., İstanbul:Der Yayınları.
- TDK (2020). TDK Genel Türkçe Sözlük. "Aktivizm". Erişim Tarihi:22.10.2020, <https://sozluk.gov.tr/>
- Technopat. (2015). *Minecraft Okullarda Ders Oluyor!*. Erişim Tarihi:13.12.2020, <https://www.technopat.net/2015/03/26/minecraft-okullarda-ders-oluyor>
- Therborn, G. (2006). "Frankfurt Okulu". in: *Frankfurt Okulu*, (der.) H.E. Bağçe, İstanbul: Doğu Batı, ss. 19-54.
- Thorne, S. (2018). *The Shape of games to come: Critical digital storytelling in the era of communicative capitalism* (Doctoral dissertation, Carleton University)
- Toffler, A. (1980) "The third wave"(Vol. 484). New York: Bantam Books
- Tureng (2021), "Paralanguage", Erişim Tarihi:19.01.2021, <https://tureng.com/en/turkish-english/paralanguage>
- Turner, G. (2016). *İngiliz Kültürel Çalışmaları*. (çev.) Özçetin B., Özçetin D., Ankara: Heretik Yayıncılık.Habermas, J. (2003). *Kamusal Yaşamın Yapısal Dönüşümü*, (Çev. Tanıl Bora-Mithat Sancar). İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Yayla.,N., (2020). "Homo Aestheticus' Search for Violence: An Examination on the Aestheticization and Reception of Violence in Digital Games." in: *Handbook of Research on Aestheticization of Violence, Horror, and Power*. (Eds.). Demir, T., Erdem, M:N:, Şener, K. N. (pp. 567-591). Hershey: IGI Global.
- Yaylagül, L. (2014). *Kitle İletişim Kuramları*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Yaylagül, L. (2019). Eleştirel Ekonomi Politik Perspektiften Devlet ve Medya İlişkisi. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 5(2) kış, ss.134-152.
- Yengin, D. (2012). *Dijital Oyunlarda Şiddet*. Beta Yayınları. İstanbul.
- Yılmaz, E. A. , *Oyunlaştırma*, Abaküs Kitap, İstanbul 2016.
- Yüksekli, A. B. (2017). "Yeni Medyanın Mekansal ve Dijital Aktivizmdeki Rolü: Kent Kaşifliği Örneği". *Ege Mimarlık*. ss: 18-23.
- Zobar, J.A. (2019). Kültür Endüstrisi ve Tüketim Bağlamında Frankfurt Okulu'ndan Günümüze Birey, Tahakküm ve Özgürlük İlişkisi. (Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi, Edirne).
- Zondervan. H. (1928). , *Het Spel bij Dieren, Kinderen en Volwassen Menschen* (Hayvanlarda, Çocuklarda ve Yetişkinlerde oyun), Amsterdam.
- Wallerstein, I. (1993), "Sistem Karşıtı Hareketlerin Tarihi ve İkilemleri", [(Ed.) G. Arrighi vd., Büyük Kargaşa içinde, İstanbul: Alan Yayıncılık, 10-53]

Wikipedia (2021), "*Paralanguage*",
<https://en.wikipedia.org/wiki/Paralanguage>

Erişim

Tarihi:19.01.2021,

ÖZ GEÇMİŞ



Neslihan YAYLA, 07.12.1988 tarihinde Giresun'da doğdu. Ankara Eryaman Lisesi'ni bitirdikten sonra 2017 yılında Ondokuz Mayıs Üniversitesi İletişim Fakültesi'nden mezun oldu. 2018 yılında Ondokuz Mayıs Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Medya ve İletişim Bilimleri Yüksek Lisans programına girdi. Şu an özel bir şirkette Dijital İçerik Yöneticisi olarak görev yapmaktadır. Orta derecede İngilizce bilmektedir. Temel ilgi alanları, rock climbing, cycling, trekking. (18.03.2021).

İletişim Bilgileri

E mail : neslihan-yayla@hotmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2541-9823>

Yayımlanmış Çalışmalar:

1. Youtuberlar Açısından Üniversite Öğrencilerinin Parasosyal Etkileşim Düzeyleri - Ege Üniverstesi Uluslararası İletişim Öğrencileri Sempozyumu 28-29 Kasım 2018
2. Post-Endüstriyalizm: Endüstriyalizmden Post-Endüstriyalizme Dönüşüm /Elif Şevik İnal- Postlar Çağında İletişim ISBN: 9786053372202
3. Homo Aestheticus' Search for Violence – Handbook of Research on Aestheticization of Violence, Horror, and Power DOI: 10.4018/978-1-7998-4655-0.ch028
4. Ottomentality as Technology of Self: How Do Mobile Games Aestheticize the Entrepreneurial Self /Hasan Turgut DOI: 10.4018/978-1-7998-4655-0.ch021

Kazanılan Ödüller, Teşvikler ve Burslar:

1. Ondokuz Mayıs Üniversitesi İletişim Fakültesi Genç İletişimciler Yarışması-2017 "Kamu Spotu" kategorisi birincilik ödülü.
2. Ondokuz Mayıs Üniversitesi İletişim Fakültesi Genç İletişimciler Yarışması-2017 "Kurumsal İletişim" kategorisinde ikincilik ödülü.