

# FENOMENOLOJİK BİR İNCELEME: SOSYAL MEDYADA HAKİKATİ İFADE EDENİ BULMAK YA DA HAKİKATİ İFADE EDEN OLMAK

Hakan TAN  
Nişantaşı Üniversitesi, Türkiye  
ghtan@windowslive.com  
<https://orcid.org/0000-0002-5837-1846>

<i>Atıf</i>	TAN, H. (2022). FENOMENOLOJİK BİR İNCELEME: SOSYAL MEDYADA HAKİKATİ İFADE EDENİ BULMAK YA DA HAKİKATİ İFADE EDEN OLMAK. <i>İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi</i> , 14(3), 351-379.
-------------	--

## ÖZ

Aristoteles, ünlü *Metafizik* adlı eserine “bütün insanlar, doğal olarak bilmek isterler” diyerek başlamıştır. Diğer yandan, Platon, *Devlet* adlı eserinde bir “Mağara Metaforu/Alegorisi” yaparak, bilgilerimizin, duyduklarımızın, algılarımızın ve inandıklarımızın bir “Gölgeler Oyunu” olma ihtimalini olduğunu ve bu durumda da yaşamımızın bir “Gölgeler Oyunu” olduğunu da bilmemizin de bir yolunun olmadığını açıklamıştır. Sosyal medya sahnesi ve uzamında bir “Gölgeler Oyunu” oynanmaktadır. Günümüzde MIT Üniversitesi’nin yaptığı araştırmaya göre, sosyal medya mecralarındaki haberlerin üçte ikisi, Oxford Üniversitesi’nin yaptığı araştırmaya göre ise, sosyal medya mecralarındaki haberlerin yarısı yalandır. Günümüz düşünürleri bu durumu, “post-truth” (hakikat sonrası) olarak kavramlaştırmaktadır. Hakikat-sonrası (post-truth) ile kişi ve kitlelerin doğruluğu, gerçekliği ve hakikati sorgulamaması, hatta bu yalan haberleri olduğu gibi kabul etmekte olduğu durum kavramlaştırılmaktadır. Parrhesia kavramı ise “post-truth” kavramının tersine, Antik Yunanca’da hakikati ve doğruyu söylemek anlamına gelmektedir. Parrhesiastes kavramı ise “parrhesia”yı kullanan, yani hakikati, doğruyu, açıksözlülük, açık yüreklilik içinde söyleyen ve konuşma özgürlüğünü kullanan kişiyi tanımlamaktadır. Araştırmada, sosyal medyada hakikati ifadeni bulmak ya da hakikati ifade eden olmak için fenomenolojik yöntem önerilmektedir. Husserl’in kurucusu olduğu fenomenoloji, öncelikle kendimizden başlamak üzere, öğrenmiş ve öğretilmiş tüm kavramları sorgulamamızı, nesnelere ve nesnelere imgelerine olan yukarıda açıkladığımız naif tutumunu değiştirerek, “refleksif” bir edimle, indirgeme

yapmamızı önermektedir. Araştırma öncelikle tarihsel olarak hakikati ifade eden kişi olan “parrhesia” kavramı ile günümüzün “hakikat sonrası” kavramlarını betimsel olarak araştırdıktan sonra, “kim parrhesia yapmaktadır, diğer bir deyişle kişinin parrhesiastes olduğunu nasıl ayırt edebiliriz? sorunsalını incelemeyi amaçlamaktadır. Makalede bu sorunun cevabı fenomenoloji olarak verilmektedir.

*Anahtar Kelimeler: Parrhesia, Fenomenoloji, Post Truth, Sosyal Medya.*

## **A PHENOMENOLOGICAL EXAMINATION: FINDING THE TRUTH OR BEING THE TRUTH EXPRESSION IN SOCIAL MEDIA**

### **ABSTRACT**

Aristoteles started his famous work called “Metaphysics” by saying “All people naturally want to know”. On the other hand, Plato, by making a “Cave Metaphor / Allegory” in his book which name is “State”, is that there is no way to know that our knowledge, what we hear, perceptions and beliefs are likely to be a “Game of Shadows” and in this case our life is a “Game of Shadows”. A “Game of Shadows” is being played on the social media scene and space. Nowadays, according to conducted the two research, the first one made by MIT University is to explain two thirds of the news lie in social media channels and also second the second one made by Oxford Universities is to explain half the news lie in social media channels. Contemporary thinkers conceptualize this situation as “post-truth”. With the post-truth concept, people and masses do not question accuracy, reality and truth, and even accept these false news as they are. Contrary to the concept of “post-truth”, Parrhesia means to tell the truth and truth in Ancient Greek. The concept of Parrhesiastes, on the other hand, defines the person who uses “parrhesia”, that is, who tells the truth, truth, frankness, open heartedness and uses freedom of speech. In the research, phenomenological method is suggested to find the truth expression in social media or to be the one who expresses the truth. In the phenomenology that Husserl is the founder of, he suggests that we begin to question all the concepts that have been learned and taught, starting with ourselves, by changing the naive attitude we have explained above to the objects and the images of the objects, to reduce them with a “reflexive” act. The research firstly investigates the concept of “parrhesia”, which is the person who expresses the truth historically, and the “post-truth” concepts of today, descriptively. And “who is parrhesiastic, in other words, how can we distinguish that a person is a parrhesiastes? It aims to examine its problematic. In the article, the answer to this question is given as phenomenology.

*Keywords: Parrhesia, Phenomenology, Post Truth, Social Media.*

## GİRİŞ

Parrhesia kavramı Antik Yunanca’da hakikati ve doğruyu söylemek anlamına gelmektedir. Parrhesiastes kavramı ise “parrhesia”yı kullanan, yani hakikati ve doğruyu, açıksözlülük, açık yüreklilik içinde söyleyen ve konuşma özgürlüğünü kullanan kişiyi tanımlamaktadır. Foucault’un *Doğruyu Söylemek, Öznenin Yorumbilgisi* ve *Hakikatin Cesareti* adlı eserlerinde de vurguladığı gibi parrhesia, “retorik”in kesin karşıtıdır. Çünkü retorik bir teknik ve sanattır. Ayrıca retorik öğrenilir ve öğretilir. Oysa parrhesia kavramında hakikati keşfetmek, doğruyu söylemek ve iktidar ilişkilerine karşı eleştirel bir duruş vardır. Üstelik parrhesia kavramında, hakikat, açıksözlülük ve doğruyu söylemek ile kişilerin yaşam pratiklerindeki eylemleri arasında bir ilişki de söz konusudur.

Aristoteles, ünlü *Metafizik* adlı eserine “bütün insanlar, doğal olarak bilmek isterler” diyerek başlamıştır (2017: 107). Günümüz insanı da bilmek ister, diğer yandan hem kişiler hem de devlet yapıları, hükümet, şirket, marka, sivil toplum kuruluşları, medya ve yöneticiler de bildirmek ister. Dolayısıyla, günümüz imge, piktogram ve göstergeler ile oluşturulan bir ileti ve içerikler dünyasıdır. Günümüz kişileri de bu imge, gösterge ve piktogramlar ile oluşturulan ileti ve içerikler ile kuşatılmıştır. Kişi çaresizdir. Bunun nedeni ise, insan doğasında yatmaktadır. İnsan beş duyu organıyla duyar, görür, koklar, dokunur ve tadar. Bunu fizyolojik ve güvenlik ihtiyaçlarını gidermek, sosyalleşmek, etkileşime girmek, bulunduğu ortamı anlamak, kendini gerçekleştirmek, olumlu imaj ve izlenime sahip olmak ve anlamlandırmak için yapmaktadır. İnsan doğal olarak duyu organlarıyla duymalara sahip olmakta, algılama yapmakta ve algılara sahip olmaktadır. Ayrıca, insan herhangi bir engelleme yapmaz ise gelen tüm duyumları algılamaktadır. İnsan doğası gereği iletişime açık olduğu için savunmasızdır (Tan, 2017a: 3). Aristoteles, “bireysel şeylerle ilgili olarak bize en güvenilir bilgileri verdikleri halde, duyularımızdan hiçbirine bilgelik olarak bakamayız” demektedir (2017: 111). Aristoteles, duyularımızdan aldığımız algılara şüphe ile bakmamızın önemine dikkat çekmektedir. Diğer yandan insan toplumsal bir varlıktır ve yaşadığı toplum içinde var olabilmektedir. İnsanın yaşadığı toplumda var olabilmesi için, iletişim kurması, benliğini, karakterini, kişiliğini ve kimliğini ifade etmesi, benliğini beslemesi, ekonomik, kültürel, sosyal ve simgesel sermaye elde etmesi ve sosyal ilişkiler de kurması gerekmektedir.

Günümüz dijital göçmen ve yerlileri zamanlarını dijital, sanal ve sosyal medyada geçirmekte ve diğer kişi, şirket, marka, devlet yapıları, ülke ve küresel uzam hakkındaki olay, olgu ve haberler hakkındaki ileti ve içerikler ile etkileşime, paylaşım, katılıma ve işbirliği içerisine girmektedir. Aristoteles’in de altını çizdiği gibi bu durum her insanın doğasında vardır, çünkü insanlar bilmek ister. Diğer yandan Rene Descartes’da yazmış olduğu eserlerde bilgi, bilgelik, bilgi kuramı, aklın yönetimi, felsefenin ilkeleri ile maddeler dünyası, görünüşler, insanın

duygu ve ruh hallerine değişmektedir. Rene Descartes’da insanın bilmek isteğine vurgu yapmaktadır. Rene Descartes’a göre bilgeliğe giden yolun birincisi; anlayış, “Anlayış iyi olan her şeyi bilmez”. İkincisi ise anlayışı izlemeye hazır olan istençtir” (2014; 26). Rene Descartes kişinin önüne hazır olarak gelen her tür veri, bilgi, enformasyon ve bilgiye şüphe etmesininin gerekliliğine de tüm eserlerinde vurgu yapmıştır. Ona göre kişinin gerçek anlamda var olabilmesi için şüphe yetisini hayatın her alanında kullanması gerekmektedir (2013; 2014; 2015).

Diğer yandan örneğin, MIT Üniversitesi’nin yaptığı araştırmaya göre, sosyal medya mecralarındaki haberlerin üçte ikisi, Oxford Üniversitelerinin yaptığı araştırmaya göre ise, sosyal medya mecralarındaki haberlerin yarısı yalandır. Facebook, hem Amerika’daki başkanlık seçimi hem de İngiltere’deki Brexit sürecinde manipülasyona sebep olmasından dolayı beş milyar dolar ceza alabileceği öne sürülmektedir. Esasında bu durum yeni değildir. Bill Fawcet, *Tarih Boyunca Yalan ve Propaganda* adlı eserinde, iktidar ilişkilerinin yaptığı yalan haber ve propagandaları anlatmaktadır (2011). Ya da McIntyre’nin vurguladığı gibi, “İktidar sahiplerinin yalancılığı yeni bir şey değil (...) Bill Clinton’ın Monica Lewinsky, George Bush’un Irak’ın işgali, Richard Nixon’un Watergate yalanlarını bir çırpıda hatırlarız” (2019: 15).

Kakutani, *Hakikatin Ölümü* adlı eserinde ABD Başkanı Trump’ın ilk yılında topluma söylediği yanlış ve yanıltıcı bilgilerin sayısını 2.140 olarak açıklamaktadır (2018: 15). Ek olarak sigara üreten şirketlerin, bilim insanlarını ve araştırmalarını kullanarak, sigaranın zararlı olup olmadığını olduğunu açıklayan araştırmalar da kolaylıkla hatırlanmaktadır. Platon’a göre kişinin kötüye, yanlış ve karanlığa sırtını çevirmesi için, “varlığın en ışıklı yönüne, “iyi” dediğimiz yönüne çevirebilmesi gerekir” demektedir (Platon, 2013: 174). Özne böylelikle hem kendi kendini “aşkınsal özneye” dönüştürmekte hem de “Doğruluğun Gölgelelerinden” yardım alarak, aşkınlığın ruhsal gerçekliği olan “noesis” ve ruhsal gerçekliğin anlamı olan “noema”ya ulaşabilmektedir. Platon’a göre eğitim, “ruhun bu gücünü “iyi”den tarafa çevirme ve bunun için en kolay, en kesin yolu bulma sanatıdır” (2013: 174). Makalede bu yollardan biri olarak fenomenoloji önerilmektedir.

Araştırmanın konusu ve sosyal medyada yeni olan “sanki yalan enformasyon çağında yaşamakta olmalarına rağmen, kişilerin bu yalan haberleri araştırmadan ve soruşturmadan olduğu gibi kabullenmeleridir”. Hatta, kişiler yalan olan bu veri, bulgu, bilgi, enformasyon ve haberlerin etrafında toplanmaktadır. İktidar ilişkileri de eskiden olduğu kadar “yalan haberlerden” etkilenmemektedir. Günümüz düşünürleri bu durumu, “post-truth” (hakikat sonrası) olarak adlandırılmaktadır. Bunlara ek olarak Platon, *Devlet* adlı eserinde bir “Mağara Metaforu” yaparak, bilgilerimizin, duyduklarımızın, algılarımızın ve inandıklarımızın bir “Gölge Oyunu” olma ihtimalini ve bu durumda da yaşamımızın bir “Gölge Oyunu”

olduğunu bilmemizin de bir yolunun olmadığını açıklamıştır (2013). Platon'un "Mağara" metaforunda/alegorisinde kişiler boyunlarından zincire vurulmuş, kımıldayamayan, sadece önlerindeki gölgeleri görebilen kişilerdi. Kişiler kendilerini tutan herhangi bir kısıtlama unsuru olmamasına rağmen, ötekiler ile bir kitle oluşturarak gölgeleri seyretmektedir. Kişilerin bu "Gölgeler Oyunu"na katılmalarının kaçınılmaz olduğu da bir aşikârdır. Çünkü insan yukarıda da vur-guladığımız gibi istemsiz olarak duyu organları ile algılar ve toplumsal bir var-lıktır ve yaşadığı toplum içinde var olabilmektedir. Bu durumda bu gölgeleri taklit eden, paylaşımlarını beğenen, tekrar paylaşan ve yorum yapan kişiler için ne "doğrunun", ne "hakikatin" ne de "gerçeğin" bir önemi yoktur. Kişiler, "So-fist", "Uzamsal", "Benmerkezci" ve "Yönetimsel Gölgeler" in oluşturduğu gü-cün bir parçası olmak istemektedir. "Sofist gölgeler", sadece iktidar ilişkilerine yakın olan; "yönetimsel gölgeler", yönetim ve iktidar ilişkilerinin sözcülüğünü yapan; "uzamsal gölgeler" ve "benmerkezci gölgeler" sadece benmerkezciliği benimseyen, olumlayan ve paylaşan kişiler olarak açıklanabilmektedir. Tüm "so-fist", "yönetimsel", "uzamsal" ve "benmerkezci" gölgeleri yöneten ise iktidar ilişkileridir. Diğer yandan, "doğruluğun/hakikatin Gölgesi" parhesia'yı kullanan, parrhesiastes'dır. Foucault'dan ödünç alırsak, "sorunlaştırma" açısından asıl me-sele, "gölgeler oyununda", "doğruyu" oynayan "gölgenin" nasıl tespit edilebile-ceğidir? (2015; 2017; 2017a).

Araştırma öncelikle tarihsel olarak hakikati ifade eden kişi olan "parrhesia" kavramı ile günümüzün "hakikat sonrası" kavramlarını betimsel olarak araştırdıktan sonra, "kim parrhesia yapmaktadır, diğer bir deyişle kişinin parrhesiastes olduğunu nasıl ayırt edebiliriz? sorunsalını incelemeyi amaçlamaktadır. Makalede bu sorunun cevabı fenomenoloji olarak verilmektedir.

Husserl'in kurucusu olduğu fenomenolojide, öncelikle kendimizden başlamak üzere, öğrenmiş ve öğretilmiş tüm kavramları sorgulamamızı, nesnelere ve nesnelere imgelerine olan yukarıda açıkladığımız naif tutumunu değiştirerek, "refleksif" bir edimle, indirgeme yapmamızı önermektedir. Fenomenolojik yöntemle göre, kişiler gündelik yaşam pratikleri içerisinde her şeyi olduğu gibi kabullenmemeye yönlendirilerek, kişiler hakikate ve doğruya doğru yönelmeleri teşvik edilmektedir. Foucault'nun yapmış olduğu araştırmaların temelini, iktidar teknikleri ve iktidar teknolojisi oluşturmada ve onun araştırmalarının merkezinde iktidarın, sahip olduğu teknik ve teknolojilerle, kişilere tahakküm uygulayarak, kişileri kendisine nasıl itaat ettirdiği oluşturmaktadır (Tan, 2019a: 193). Foucault, *Hermenötiğin Kökeni* adlı eserinde, teknikleri şöyle açıklamaktadır: "Bireylere, kendi kendilerine, kendi bedenleri, kendi ruhları, kendi düşünceleri, kendi tutumları üzerinde bir dizi işlem gerçekleştirme ve bunu kendi kendilerine dönüştürecek ve değiştirecek, belli bir mükemmellik, mutluluk, saflık, doğüstü ve güç, vb. seviyesine ulaşacak davranışlarda bulunmalarına izni veren teknikler" (2017: 41). Sosyal medyada dijital göçmen ve yerliler, kendi bedenleri, benlikleri, düşünceleri ve davranışlarını sergilemekte; kişiler bu yeni medya teknolojisinde yeni yatkınlar

sistemi ile ilişkiye, işbirliğine, etkileşime, katılıma ve paylaşımına girmekte; yeni yatkınlıklar sistemi ile bir çok olgu, kavram ve yaşam pratiği dönüşmekte; kişiler yeni medya teknolojisi sayesinde ekonomik, sosyal, simgesel ve kültürel sermaye sahip olarak, bir güç elde edebilmektedir. Foucault, iktidar teknikleri ile bir duruma daha açıklama getirmektedir: “İktidar ilişkileri sistemi de, diğerlerini etkileyebilecekleri ve diğerlerinin tutumlarını belirleyebilecekleri bir durumda bulunan kişiler olduğu andan itibaren, diğerlerinin tutumları tamamen özgür olmayacaktır” (2017: 134). Foucault, kişinin gölgeler oyunundaki rolleri iki başlıkta açıklamaktadır: a) iletişim yönetimi bilen aktörler/gölgeler, b) iletişim yönetimini maruz kalan aktörler/gölgeler. Günümüzde bir kişi ya da bir marka, imge (işitsel/görsel/kavramsal), sembol ya da göstergeleri, bir düzlemde, bir iletişim yönetimi yaparak, doğru bir şekilde birleştirebilirse, diğer bir deyişle bir mesajın içinde bütünleştirebilirse, kitleleri ikna etme, inandırma ve olumlu imajlara sahip olma gücüne sahip olabilmektedir. İnsanın ödevi ne olmalıdır? Ki bunu bildiğimiz gibi Kant, çok önceden açıklamıştır. “Sosyal medyada parrhesia olunabilir mi? Sosyal medyada, kimin parrhesia yaptığını nasıl anlayabiliriz?” konuları, makalenin, sosyal medya kavramı ve olgusuna fenomenolojik bir bakış başlığında betimlenmektedir.

## **PARRHESİA KAVRAMI**

Foucault’un *Doğruyu Söylemek, Öznenin Yorum Bilgisi ve Hakikatin Cesareti* adlı eserlerinde de vurguladığı gibi “parrhesia” kavramı Antik Yunanca’da, “özgür konuşma” anlamına gelmektedir. “Parrhesiastes ise parrhesia kullanan, yani hakikati söyleyen kişiyi tarif eder” (Foucault, 2017a:10; 2018: 9). Foucault’ya göre etimolojik olarak, parrhesia kavramı herşeyi söylemek olarak ifade edilse de, aslında parrhesia kavramı açık sözlülük, açık yüreklilik, açık konuşma ve konuşma özgürlüğü anlamlarına gelmektedir. Dolayısıyla “parrhesia” kavramı ile doğruluk, dürüstlük, özgürlük, açıklık kavramlarına; “Parrhesiastes” ile ise dürüst, güvenilir, özgür bir kişinin niteliklerine gönderme yapılmaktadır. Foucault, “Sokrates’in rolü tipik bir şekilde Parrhesiastes rolüdür” demiştir (Foucault, 2017a: 21). Platon, *Sokrates’in Savunması* adlı eserinde, Sokrates’i ölümü pahasına doğruyu, hakikati söyleyen bir kişi olarak anlatmaktadır (2014). Platon’a göre, Sokrates tüm yaşamı boyunca kişilere, etik, norm, ahlâk ve hukuk kurallarına uyararak bir toplum içerisinde yaşamının önemine dikkat çekmektedir. “Parrhesia’da hakikati söylemek bir ödev olarak görülür” (Foucault, 2017a:17). Kant’a göre “Bir eylemin yükümlülüğünden dolayı nesnel zorunluluğuna da ödev denir” (2015: 57). Kant, “ödev”in herkese ait olduğunu ise şu cümlelerle açıklamaktadır; “Ödev, amaçlar krallığında baş olana değil, her üyesine, hem de hepsine aynı derece yakışır” (2015: 52). Günümüz etik kurallarının belirlenmesinde Kant’ın rolü açıktır. Kant, öznenin eyleminin temeli, evrensel yasalara dayanmalıdır olarak belirtmiştir. Bu durumda Sokrates, Kant’ın deyişimiyle evrensel ödevi yerine getirmekteydi.

Foucault “Parrhesia Oyunu”ndan bahsetmektedir. “Parrhesia Oyunu” iki aşamalıdır. Doğruyu, hakikati, özgürce söyleyen kişinin, birinci aşaması hakikati bilmesi; ikinci aşaması ise Sokrates’in sahip olduğu ahlak ve etik kurallar çerçevesinde, hakikati ve doğruyu ötekilere aktarmasıdır. Diğer yandan “Parrhesia Oyunu” sadece hakikati keşfetmek ve hakikat ile insan yaşamını ilişkilendirmek de değildir. Aynı zamanda parrhesia, iktidar ilişkilerinin kendi menfaatleri için yarattıkları nomos (kurallara) ve iktidar ilişkilerine bir eleştirel tavidir da. Foucault’ya göre “Parrhesia ve insan ilişkileri, a) küçük insan grupları ya da cemat yaşamı, b) kamusal yaşam, c) kişisel ilişkiler bağlamında” gerçekleşebilmektedir (Foucault, 2017a: 92). Sosyal medyada hem küçük grupların, hem cemaat yaşamlarının, hem kamusal yaşamın, hem de kişisel ilişkilerin gerçekleştiği bir sahne, bir pazar, superpanoptikon ve sanal uzamdır.

### PARRHESİA KAVRAMININ RETORİK VE DEMOS İLE İLİŞKİSİ

Foucault, “parrhesia”nın, “retorik”in kesin karşıtı olarak açıklamaktadır. Tabii ki bu karşıtlık, Foucault’nun da şu cümlelerle açıkladığı gibi, sadece Sokratesçi ve Platoncu gelenek için geçerlidir, “Sokratesçi-Platoncu gelenekte parrhesia ile retorik kesin bir karşıtlık arz eder” (Foucault, 2017a:18). Örneğin, Aristoteles için, “Retorik, belli bir durumda, elde var olan inandırma yollarını kullanma yetisi olarak tanımlanabilir” (2016: 37). Aristoteles için “retorik”, kaynaktan, hedefe (alıcıya) bir mesajın kodlanması, hedefinde kodlanan mesajı, kaynağın istediği şekilde kodaçılmasıdır. Aristoteles *Retorik* adlı eserinde ikna ve inandırma yeti ve yollarını üç bölümde incelemektedir. Bunlar a) “ethos” (kaynak ve kaynağın güvenilirliğini), b) “logos” (bilgi, doğru enformasyon, kodlama, mesaj), c) “pat-hos” (hedefin/alıcının kodaçılması, kaynağın alıcının neyi kodaçıldığının anlaması) olarak üç bölümde incelemektedir. “Retorik herşeyden önce bir tekniktir (...) hitap edilenleri inandırma sanatıdır” (Foucault, 2015: 320). Foucault’un da belirttiği gibi, retorik bir teknik ve sanattır. Ayrıca retorik öğrenilir ve öğretilir. Retorik bir ikna, inandırma ve iltifat sanatıdır. Retorikte, kaynağın amacı doğrultusunda hedef kitleyi, ikna etmek, etki etmek ve yönlendirmek amaçlanmaktadır. Oysa parrhesia kavramında hakikati keşfetmek ve doğruyu söylemek, iktidar ilişkilerine karşı eleştirel bir duruş ve hakikat, açıksözlülük ve doğruyu söylemek ön plandadır.

Yukarıda da vurguladığı gibi parrhesia’yı kullanan, parrhesiastes rolünü oynayan “doğruluk gölgesi” Sokrates’tir. Sokrates, savunmasında “ilk kez mahkemeye çıktığım için buradaki konuşma (lexeos) tarzına yabancıyım” demiştir ve mahkemede diyalekt bir konuşma yapacağını açıklamıştır. Sokrates, Atinalılara yabancı bir izlenim vermektedir. Sokrates, “Fakat lexis’imi mazur görün, der Sokrates, “sadece söylediklerimin doğru olup olmadığına dikkat yöneltin” demiştir (Bruns, 2001: 69). Sokrates, savunmasında, Atinalılara şöyle seslenmektedir, “Yalnızca kesin gerçeği söyleyeceğim. Ne var ki, Zeus’a andolsun Atinalılar, deyimlerle, özenle seçilmiş sözcüklerle bezeli, ustaca düzenlenmiş

sözler olmayacak duyacaklarınız, dilimin ucuna gelen, sözcüklerle çatılmış, sanatsız oyunsuz tümceler olacak. Yalnızca gerçeği söyleyeceğim size” demiştir (Platon, 2014: 19-20). Sokrates, Atina mahkemesine ve bu mahkemeyi izleyen kişilere, sizlere verdiğim izlenimi önemsemeyin, sadece ve sadece sözlerime odaklanın, demektedir. Çünkü Atinalılar ve Atina mahkemesi retorik yapılmasına; kişinin mahkemeye ve mahkemeyi izleyen kişilere karşı olumlu bir imaj sağlamak amacıyla kıyafetlerinin düzgün olmasına; kişinin mahkemede iltifatlar içeren, ikna ve etkileme içerikli sözler söylemesine; kişinin ikna, inandırma ve iltifat sanatını icra etmesine alışkındırlar. Oysa Sokrates’in vermek istediği izlenim her zamanki normal yaşantısında ne ise, o dur. Ayrıca Sokrates, Atina mahkemesine ve mahkemeyi izleyenlere vermiş olduğu bu izlenimle, Sokrates sahip olduğu kişiliğini de korumak istemiştir. Dolayısıyla Sokrates ne tekhné (sanat) yapmış, ne sahip olmadığı bir izlenim ile mahkemeyi yönlendirmek istemiş, ne de mahkemeye “yaltaklanmak” istemiştir. Sokrates savunmasında da açıkladığı gibi “hakikati, doğruyu ve gerçeği” söylemek istemiştir. Böylelikle Sokrates’in eylemi olan parrhesia kavramında “ahlaki davranış”, “cesaret”, “konuşma özgürlüğünü kullanma” ve bunların icra edilmesinden dolayı “risk” kavramları öne çıkmaktadır. “Parrhesiastes risk alan kişidir” (...) Zira Parrhesia’da tehlike daima söylenen hakikatin dinleyici incitebilecek ya da öfkeliendirebilecek nitelikte olmasından kaynaklanır” (Foucault, 2017a:14-15). Sokrates bu riski almıştır. Bilindiği gibi Sokrates hakikati söylemesine rağmen, Atina Meclisi tarafından ölüme mahkûm edilmiş ve Sokrates Atina’nın önde gelenlerinin ve sevenlerinin tüm ısrarlarına rağmen kaçırma çabalarını reddetmiş, yasalara uymuş ve kendisine verilen ölüm cezasının uygulanmasını sağlamıştır (Tan, 2019a: 197).

Parrhesia, demokrasi için bir tehlikedir. Foucault “Aristokratik tez şudur: Demos yani halk, en kalabalık kesimdir” demiştir (2017a: 67). Aristokratik ve elistist düşünürler için kitle büyük bir tehlikedir. Örneğin Gustave LeBon *Kitleler Psikolojisi* adlı eserinde, kitlelerin yıkıcı gücüne değinmekte, kitlelerin iktidarı ele geçirebileceğine belirtmekte ve en önemli cevabı ise “lakin bunun nasıl önüne geçilir” olarak açıklamaktadır (2014: 15). LeBon, iktidarların isterlerse, bu kitleleri rahatlıkla yönlendirebileceğini ve yönetebileceğini açıklamaktadır. Foucault’ya göre iktidar ilişkileri, sahip olduğu “Kendilik Teknikleri” veya “Teknolojisi” ile “Tahakküm Teknikleri” ve bu iki tekniğin etkileşimi ve işbirliği ortaya çıkan bütüncül teknikler ile kitleleri yönetebilmektedir. Parrhesia’nın sadece “her şeyi söylemek” olmadığını, hakikatin, doğrunun ve gerçeğin bilinmesi ve bunun aktarımının olduğunu daha önce açıklamıştık. Dolayısıyla LeBon’a katılmamakla birlikte, bir topluluğu, toplumu oluşturan tüm kişilerin her akıllarına geldiği söyler ise, o topluluk ya da toplumda bir yönetim, bir hiyerarşi, kurallar ile düşünce ve davranışlar sistemi olamayacaktır. Kolaylıkla gözlemlenebildiği gibi, günümüz sosyal medyasında, bazı kişiler rahatlıkla diğer kişi ve kurumlar hakkında kötü sözler söyleyebilmekte, hatta küfür edebilmekte; bazı haber, bilgi, olgu ve olayları çarpıtarak, kişi ve kurumlara zarar verebilmekte; hatta kötü ve ahlaksızca paylaşımlar bile yapabilmektedir.



## SOSYAL MEDYA VE POST-TRUTH KAVRAMLARININ İLİŞKİSİ

Sosyal medya kavramı ve olgusu düşünörlere göre yayılabilir bir medya, ortam ve sahnedir. Diğer bir deyişle sosyal medya mecrasında hesabı olanların içerik üretip, bu üretimleri paylaşabilme, etkileşime girebilme, katılabılme olanaklarına sağlayan ve bu üretimleri tüketebildikleri bir medya, ortam ve sahnedir. Markalar için ise sosyal medya bir pazaryeridir (Jenkins, Ford ve Green, 2013: Ackland, 2013: 3: Dijk, 2016: 251: Tan 2019a, 2019b: Jenkins, H. ve vd. 2009). Diğer yandan, “sosyal medya, teknolojik ađ, düğüm ve akışlar dizgesinde bir “sanal uzamıdır” ve birden fazla sahibi (iktidar ilişkileri) vardır”. Sosyal medya ađ ve akışlar içerisindeki bir dizgeler sistemidir ve bir çok unsurun bütünleşmesi ile oluşmuştur. Kişiler bu sahne ve pazaryerinde aynı gerçek dünyadaki gibi “tüketim ve gösteri toplumunu” yaşabilmekte ve gerçekleştirebilmekte; aynı gerçek dünyadaki gibi ekonomik, simgesel, kültürel ve sosyal sermaye üretip, konumlanabilmekte ve haz gereksinimleri doyrurabilmekte hatta sanal da olsa bir güc elde edebilmektedir. Sosyal medyanın kodu dijitaldir. Dijitalleşme ile sosyal medyadaki dijital kimlikler, “a) Dijital dinazor (yaşlı), b) Dijital göçmen (orta kuşak), c) Dijital yerli (genç kuşak)” olarak açıklanmaktadır (Sütçü ve Aytekin, 2018: 60: Palfrey ve Gasser, 2016). Araca bağımlılık derecesine göre dijital kimlikler sınıflanmaktadır.

Dijital göçmen ve yerlilerin sosyal medyaya yönelmesinin nedenleri; a)“haz isteğini”, b)“kendini sergileme, sunma ve gerçekleştirme isteğini”, c) “mutlu olma isteğini”, d) “bir konum elde etmek isteğini”, e) “şiddeti uygulama isteğini”, f) “bir uzamda var olma isteğini”, g) “bilme ve bildirme isteğini”, h) “kaygı sorunu giderme isteğini” ve i) “güc kazanma isteğini –doyrurması-” olarak açıklanmaktadır. Sosyal medyaya yukarıda açıklanan yönelimlerimizin nedenlerinden dolayı hem sosyal medyaya ve hem de akıllı mobil telefonuna (AMT) penetrasyon daha da artmaktadır. İktidar ilişkilerini rahatsız etmeyen kişilerin ve bu kişilerin paylaşımları daha da artacaktır. Çünkü bu kişiler, mekanın sahipleri olan iktidar ilişkilerine hizmet etmektedir.

Şiddet, empati eksikliği, duyarsızlık, yoksunluk, eksiklik ve kaygı hem toplumsal yaşamda hem de sanal yaşamda etkileri daha da hissedilebilmektedir. Diğer yandan bir mekanda (şirket, kurum, sosyal ortam vb.), bir yere yükselerek, bir konum sahibi olmak iyidir ama diğer yandan her yükselen konum aynı zamanda bir “yükte” getirmektedir. Daha çok kitle elde etmek için daha çok paylaşım, tüketim ve içerik demektir. Unsurları yöneten gölgelerin için, diğer unsur ve gölgelerin ne dediğinin de bir önemi yoktur. Gölgeler sadece kendi unsurlarını, paylaşımlarıyla besleyecektir. Bu paylaşımlar etrafında birleşen unsurlar için ise, gölgelerin paylaşım, içerik ve iletilerinin doğru olup, olmamasının da bir önemi de yoktur. Sosyal medya mecralarındaki paylaşımlar, ekonomik, siyasal, kültürel ve imgesel sermaye üretme olanağı ile imaj, prestij, bilinirlik ve farkındalık fırsatı verirken, bu paylaşımlardaki içeriklerin “doğruluğu” ve “gerçekliği”, Tablo 1’e göre sorunludur.

**Tablo 1.** Yalan Haberleri Ele Alan Medya İçerikleri

<b>Kaynak</b>	<b>Açıklama</b>
URL-1: Sözcü Gazetesi	Sözcü’de “Yılmaz Özdil”in haberine göre, başta Rusya ve Amerika olmak üzere Çin, İran, İsrail, Hindistan ve Suriye gibi ülkelerde hem iktidara gelmek, iktidarı sürdürmek ve hem de rekabet içinde oldukları devletleri ve halklarını manipüle etmek, yönlendirmek için ve etkilemek için dijital ve sosyal medyada içerik üretilmektedir.
URL-6: Sabah Gazetesi ve Mcintyre, 2019	Sabah’ın haberine göre, MIT’nin yaptığı araştırmaya göre yalan haberler sosyal medyada 6 kat daha hızlı yayılmaktadır. Ve yapılan araştırmada incelenen 126 bin 285 haberin üçte ikisinin yalan olduğu ortaya çıktı. Ayrıca, yalan haberler, gerçeklere kıyasla altı kat hızlı yayılıyor.
URL-1:Sözcü Gazetesi	Habere göre Oxford Üniversitesi’nin 37 ülkede yaptığı araştırmaya göre, “dünyada internet üzerinde en fazla yalan haber görülen ülke, Türkiye. Türkiye’de yalan haber ortalaması %49”
URL-2: Star Gazetesi	Star’da “Mehmet Yeşilkaya’nın haberine göre, Türkiye’de yalan haber ortalamasında birinci olmasının nedeni; “a) haberin doğruluğunu teyit etmeyip, haberi ilk ben duyuran olmak isteyen gazeteciler, b) terör örgütleri, c) kişilerin gerçek bilgileri saptırmalarıdır”.
Kakutani, 2019	Kongreye bir açıklamada bulunan Facebook, Amerikan seçimleriyle ilgili olarak, Rusya adına çalışan ajanların Haziran 2015 ve Ağustos 2017 tarihleri arasında Facebook üzerinden yaklaşık 80 bin paylaşım yaptıklarını bildirdi. Bu paylaşımları 126 milyon Amerikalı tarafından görülmüş olabilir.
URL-8: Bloomberght	Bloomberght’in haberine göre, ABD Federal Ticaret Komisyonu Cambridge Analytica skandalından dolayı, Facebook’a 5 milyar dolar ceza kesebilir.
URL-4: Hürriyet Gazetesi	Hürriyet’in haberine göre, sosyal medyadaki yalan haberler şirketlerin itibarlarını yerle bir edebilmektedir. Haberde verilen örnekler biri şu şekildedir, “Testla’nın tedarikçisi Samsung SDI’ı değiştireceği yalan haberi Samsung SDI’ın Pazar değerini yarım milyar düşmesine yol açtı”.
Mcintyre, 2019	Pew’in yaptığı araştırmaya göre, ABD’li yetişkinlerin yüzde 62’si haberlere sosyal medyadan, bunların da yüzde 71’i Facebook’tan ulaşım sağlıyor

Tablo 1’e göre ülkelerin yönetim ve iktidarı hem kendi ülkelerinde hem de diğer ülkelerdeki kişileri etkilemek ve yönlendirmek için sahte hesaplar üzerinden, sahte içerikler üretilip paylaşabilmektedir. MIT Üniversitesi’ne göre sosyal medya mecralarındaki haberlerin üçte ikisi, Oxford Üniversitelerinin yaptığı araştırmalara göre ise, sosyal medya mecralarındaki haberlerin yarısı yalıdır. Facebook’un hem Amerika başkanlık seçimlerinde hem de İngiltere’nin Brexit sürecinde manipülasyona sebep olmasından dolayı beş milyar dolar ceza alabileceği öne sürülmektedir. Tablo 1’e göre kişiler haberleri, Facebook sayfalarından öğrenmekte hatta bu haberleri paylaşabilmektedir.

Bu haberlerin kaynakları; a) ülkeyi manipüle etmek isteyen başka ülkenin ajanları, b) ülkenin iktidarı destekleyen ya da ülkenin iktidarına zarar vermek isteyen muhalif kişiler, c) sırf kendi çıkar ya da zevki için ülkeyi kaosa sürüklemek isteyen

kişiler, d) kendi markasına fırsat yaratmak için rakip şirket ve markalar hakkında uydurma haber üreten ve paylaşan kişiler, e) haberin kaynağı kontrol etmeyen kişiler olabilmektedir. Kişiler bu haberlerin “doğruluğunu”, “gerçekliğini” neden kontrol etmemekte ya da “hakikati” neden öğrenmek istememektedir. Ve kişiler neden bu haberleri olduğu gibi kabul etmektedir.

Tablo 1’de açıklanan durum, günümüz düşünürler tarafından “post-truth” (hakikat-sonrası) kavramı ile açıklanmaktadır. Descartes’in “düşünüyorum öyleyse varım” (cogito ergo sum) yaklaşımı, “hakikat-sonrası” kavramıyla “biliniyorum, biliyorum öyleyse inanıyorum” ile “öyle ise doğru inandığım şeyler için diğerlerinin algılarını yönetmeliyim” yaklaşımına dönmektedir. Hakikatin, doğruluğun ve gerçekliğin sahip olduğu nesnel bakış açısı yerini, “hakikat-sonrası” kavramı ile öznelliğe, kendiliğe ve kişisel duygu, inanç, kanaat ve yargılara bırakmaktadır. “Hakikat-sonrası” kavramıyla hakikat düşmüş, hakikatin yerine “bir yalan etrafında birleşme”, “gerçekliğin inşa edilmesi”, “analitik düşünmenin engellenmesi”, “bilginin dönüştürülmesi, çarpıtılması ve tahrip edilmesi” ve “uydurma haberlerin dolaşımında” olma durumu açıklanmaktadır.

Mcintyre, *Hakikat-Sonrası* adlı eserinde post-truth (hakikat sonrası) kelimesinin Oxford sözlükleri arasında yılın kelimesi seçildiğinden bahsetmektedir (2019). Post-truth (hakikat sonrası) kelimesi, “nesnel hakikatlerin belirli bir konu üzerinde kamuoyunu belirlemede duygulardan ve kişisel kanaatlerden daha az etkili olması durumu” olarak tanımlanmaktadır” (Şimşek ve Yalı, 2019: 50; Mcintyre, 2019: 26). Hakikat-sonrası kavramı ile kişi ve kitleler doğruluğu, gerçekliği ve hakikati sorgulamamakta, hatta bu yalan haberleri olduğu gibi kabul etmektedir. Mcintyre, bu durum, “Görünüşe bakılırsa hakikat-sonrası çağına özgü olan şey, gerçekliği bilme düşüncesinin değil, bizzat gerçekliğin varlığının hiçe sayılmasıdır” (2019: 31). Ve Mcintyre, gerçekliğin hiçe sayılmasının nedeni ise, “Belirli şeylere inanmayı “arzu etmek” üzere güdülendiysek eğer, hele değer verdiğimiz kişilerin de inancı bu yönde ise, bunlara inanmak çok da zor olmayacaktır” diyerek açıklamaktadır (Mcintyre, 2019: 70). Mcintyre, değer verilen kişi ile “ethos”a; arzu etmek üzere güdülenmek ile “logos”a; inanç ve bu inancın yeşerdiği ortam, sahne ile “pathos”a gönderme yapmaktadır.

Michiko Kakutani *Hakikatin Ölümü: Trump Çağında Yalancılık Sanatı* adlı eserinde Hannah Arendt’in *Totalitarizmin Kaynakları* adlı eserine atıf yapmaktadır; “Totaliter rejim için ideal kişi, davaya kendini kalpten adanmış bir nazi veya komünist değildir. Gerçekle hayal ürünü arasındaki ayrımı ve doğruyla yanlış arasındaki farkı artık önemsemeyen kişidir” (Kakutani, 2019: 13). Kakutani, Arendt’e atıf yaparak, iktidar ilişkilerinin istediği kişi tipinin özelliğini, doğru ile yanlış ve gerçek ile sanal arasında ayırım yapabilme kapasitesinden yoksunluk olarak açıklamaktadır. Sosyal medya sanaldır ama haberlerin bir

nesnellik özelliği olmalıdır oysa sosyal medyada haberler, nesnellik kontrolünden geçmemektedir. Arendt, *Totalitarizmin Kaynakları* adlı eserini 1951 yılında yazmıştır. Foucault'da çalışmalarının özünü özne, hakikat ve iktidar ilişkileri ve iktidar teknikleri oluşturmaktaydı. Foucault ve Arendt, iktidar ilişkilerinin, iktidar teknikleriyle oluşturulan bu yalan haberler bombardımanı ile “şüpheli sorular sorma yetisini”, “akıl yürütme yetisini” ve “analitik düşünme yetisini” ortadan kaldırmaya çalıştıklarını belirtmektedir.

Ralph Keyes, *Hakikat Sonrası Çağ: Günümüz Dünyasında Yalancılık ve Aldatma* adlı eserinde, yalan söylemenin grup etkisi içinde arttığına; hakikat sonrası ile etiksel açıdan bir alacakaranlık kuşağını yaşadığımızı; kişilerin güvensizlik, eğlence, kandırma zevki, macera ve yönetimi ele almak için yalan söylediğine dikkat çekmektedir (2019). Nilgün Toker Kılınç, kitabın “hakikat kaybolunca” adlı sönsözünde, bilimin Kant'tan beri görünüşe (yaşamın kendisine) odaklandığını, oysa Marx ve Nietzsche'nin görünüşü örten ideolojik örüntülerin temizledikten sonra kalan olan görünen şeye, yani görünüşün arkasında olan anlama yönelmemizi, böylelikle kişinin görme gücünü tekrar kazanıp, kişinin özgürleşeceğini anlattıklarını açıklamaktadır. Post-truth kavramı ile hakikatin düşmüş olduğu, doğruluğun ve gerçekliğin önemsenmediği ve hiçe sayıldığı bir çağdan bahsedilmektedir. Kelimeleri, içerikleri üreten, bilinir ve güvenilir olduğu düşünülen kişiler, post-truth çağında, diğer kişiler için hakikate sahip olan kişiler olarak kabul edilebilmektedir. Kişiler nesnel düşünceleriyle değil, öznel duygu, inanç ve kanaatleriyle inandığı kişilerin peşinde koşmakta, bu kişilerin paylaşımlarının etrafında bir kitle oluşturabilmektedir. Ama diğer yandan az çok tarih bilgisi olanların bilebildiği gibi, hakikatin düşmüş olduğu, doğruluğun ve gerçekliğin önemsenmediği toplum, ülke ve devletler, tarih sahnesinden silinmişlerdir. Tarihsel olarak görünüşün arkasındaki anlama yönelmemizi ve böylelikle kişinin görme gücünü tekrar kazanmasını Platon mağara metaforu ile anlatmaktadır.

## **PARRHESİA, MAĞARA METAFORU VE GÖLGELER OYUNU**

Platon'un mağara metaforunda kişiler boyunlarından zincire vurulmuş, kıyıdayamayan, sadece önlerindeki gölgeleri görebilen kişilerdi. Oysa günümüz kişisi için bu durum geçerli değildir. Günümüz kişisi ne boyunlarından zincire vurulmuş, ne kıyıdayamayan ne de sadece önlerini göre kişiler değildir. Kendilerini tutan herhangi bir kısıtlama unsuru olmamasına rağmen kişiler, ötekiler ile bir çokluk/kitle oluşturarak gölgeleri seyretmektedir. Bu durumda kişiler için ne “doğrunun”, ne “hakikatin” ne de “gerçeğin” bir önemi yoktur. Sosyal medyada bu durum aynı haberin veya bir paylaşımın yankılanmasıyla gözlemlenebilmektedir. Popüler bir sosyal medya mecrası olan Twitter'da bir

paylaşım çok kısa zamanda “TT (Trend Topic)” olabilmektedir. Ünlü bir marka ya da ünlü bir kişinin Instagram sayfasından bir paylaşımı kısa sürede onbinler, yüzbinler hatta milyonlarca beğeni ve yorum alabilmektedir. Kişiler dokunmatik ekranlarında beğeni, yorum ve hatta yeniden paylaşım eylemlerini, bu paylaşımların içerikleri çok da sorgulamadan, eylemlerini gerçekleştirebilmektedir. Kişiler bu haberin, ünlü kişinin ya da marka paylaşımının bir parçası olmaktadır. Kişiler bu bütünün bir parçası olarak, onbinler, yüzbinler, milyonların yarattığı bütünün sahip olduğu “sahte” ya da “gerçek” gücün bir parçası olmak mı istemektedir?

Bireysel psikolojinin kurucusu olan Adler, “güç” konusunu araştırmalarının temel konusu yapmıştır. Schultz ve Schultz göre, “Adler insan davranışının biyolojik güçler tarafından değil, sosyal güçler tarafından belirlendiğine inanmıştır” (2007: 654). Adler’e göre, kişinin güç isteğinin altında yatan sebepler; a) kusursuzluk amacını gerçekleştirmek, b) ötekilere ve nesnelere egemen olmak, c) ötekiler ve nesnelere ile özdeşleşmek, d) sosyal uyumdur (Adler, 2011, 2017, 2018a, 2018b, 2018c). Adler’e göre kişi doğaya karşı güçsüzdür. Doğa vahşidir ve insanın kendini kurtaracak ne pençeleri, ne kanatları, ne çok güçlü dişleri vardır. İnsan doğaya karşı bu güçsüzlüğünden ötürü diğer insanlarla birlikte kabile, topluluk ve toplum içinde yaşamaktadır. Kişi yaşamı boyunca yaşam dünyasında uyumu sürecini yaşamaktadır. Diğer yandan kişi, toplumsal yapılar (ekonomi, hukuk, siyaset, bürokrasi vb. devlet, şirketler, sosyal ilişkiler) karşısında da güçsüzdür. Adler bu durumu şöyle açıklamaktadır, “Sosyal uyum, aşağılık duygusu sorunun öbür yüzüdür. Tek insan yetersiz ve güçsüz olduğundan, insanlar bir toplum içinde yaşar. Bu bakımdan, toplumsallık duygusu ve toplumsal işbirliği bireyin kurtuluş ve esenliğini oluşturur” (Adler, 2018a: 232). Kişi bunun sonucunda güvenlik isteği gerçekleştirir; kendisinde hissetmeye başladığı eksiklikleri giderir; yenme ve üstünlük kazanma çabalarını gerçekleştirerek, gereksinimleri doyurur; aşağılık duygusu bastırır. Horney’in çalışmalarında ise “kaygı” kavramı öne çıkmaktadır. “temel kaygıya karşı korunmanın üçüncü girişimi “güç” – olgusal güç, başarı, mülkiyet, takdir ya da entelektüel üstünlük kazanarak güvenlik elde etmeye çalışmak – aracılığıyla. Bu korunma girişiminin temel şiarı şudur: Eğer güce sahipsem hiç kimse beni incitemez” (Horney, 2018: 67). Horney’e göre kişinin kaygılarından korunmasının yollarından biri de “güç”tür. Adler ve Horney’e göre kişi yaşam dünyasına uyum sağlar; güç elde ederek, kaygılarından kurtulur; böylelikle ötekiler kendisini incetemez; doğaya ve ötekilere karşı “güç” sahibi olur.

Yukarıda bilgiler ışığında denilebilir ki, kişiler, ötekiler ile özdeşleşerek “Gölgeler Oyunu”nu birlikte seyretmektedirler. Adler’e göre, “Tiyatroya giden bir kimse sahnede geçenleri kendi içinde hissedecek, oyundaki çeşitli rolleri kendi içinde oynamadan duramayacaktır. Kısaca, tüm yaşantımızla, özdeşleşme arasında sıkı

bir bağ vardır” (2018c: 85). Sosyal medya yukarıda da belirtildiği gibi kişi ve çokluk/kitleler için bir sahnedir de. Kişiler bu tiyatro sahnesinde “Gölgeler Oyunu”nu seyretmekte, gölge oyuncularının rolleri, paylaşımlarıyla, haberleriyle özdeşleşmekte ve bu rolleri tekrar oynayarak, “sosyal medya yankılanmasını sağlayan” eylemlerini gerçekleştirmektedirler. Bu durumda hem gölge oyuncuları hem de gölge oyuncularının rollerini tekrarlayan kişiler bu durumdan memnundur. Gölgelerin “doğruyu” ya da “yalanı” söylüyor olması kişiler için önemli değildir. Kişiler için önemli olan, gölgelerin hayran kitlesi, imajı ve onun sahip olduğu imgesel, sosyal, siyasal, kültürel ve ekonomik sermayelerinin toplamıdır. Yaratılan bu toplam değer, bir güç oluşturmakta ve kişiler de bu gücün bir parçası olmak istemektedir.

Burada şu varsayımda bulunulabilir: “Kişiler potansiyel yaşam pratikleri, yaşam dünyaları ve toplumsal yaşam içerisinde, bu gölgeler oyununa katılarak güç elde etmek istemelerinin sebebi, bir nevrotik eğilim geliştirmeleridir”. Bunun da psikanalist, psikiyatrist ve psikologlar tarafından doğrulanması ya da yanlışlanması gerekmektedir. Adler şöyle demektedir, “Her nevroz, bir üstünlük duygusu kazanmak amacıyla kişinin kendisini bir aşağılık duygusundan kurtarma girişimi olarak anlaşılabilir” (2018b: 37). Horney ise Adler’i destekleyerek, “Potansiyel tehlikelerden korkması nedeniyle çocuğun, dünyayla güvenli bir yoldan başa çıkmasını mümkün kılan bazı “nevrotik eğilimler” geliştirmesi gerekir” demektedir (Horney, 2017a: 9). Adler’e göre kişi, aşağılık duygusundan kurtulmak için, bir üstünlük kazanma çabası içindedir, diğer bir deyişle, kişi, güç ile etkileşime, katılma ve işbirliğine geçmek istemektedir, demektedir. Horney ise, kişi kaygıları içinde yaşar, güvenli bir liman arar, bu liman “nevrotik eğilimlerdir”, demektedir. Horney ve Adler, “sahte olan gücü kazanma” arayışında olan kişilerin, “nevrotik eğilimler” ile “nevrotik savunma mekanizmasını” geliştirdiklerini açıklamaktadır. Adler’in insanın psikolojisindeki “güç” olgusunun önemini ortaya çıkarması, maalesef Freud kadar ilgi çekmemiştir. “Güç istencinin oldukça önemli bir rol oynadığı tartışmasızdır (...) Nevroz güdümlü bir biçimde yönlendirilmektedir. Adler bu saptamayı yaparken en küçük bir takdir bile görmemişti” (Jung, 2015a: 54). Jung, Adler’in nevrozda, nevrotik eğilimlerde ve savunma mekanizmalarında “güç istencinin” önemine yaptığı vurguya katılmaktadır. Kişiler, Oxford ve M.I.T Üniversite’lerinin yaptığı araştırmalarda vurgulandığı gibi, yalan haberleri “neden hemen sorgulamadan kabul etmektedir?” ve “bunun altında bir güç elde etme, güç ile işbirliğine girip, gücün bir parçası olmak istemesi mi yatmaktadır”. Bu konunun psikanalistlere ve psikologlardan araştırılması makalede bir öneri olarak sunulmaktadır.

Yaratılan bu güç “yalan” ise kişilerin yaşam dünyaları, yaşadıkları topluluk ve toplum yalanlar ile dolu bir toplum olmaktadır. Bu toplumu yönetmek ise çok

kolay olur, çünkü gölgeler hangi rolleri oynuyorlar ise kişiler de bu rolleri oynayacaktır. Kişilerin doğru olmayan olgu, olay, haber, enformasyon ve bilgi ile ilişkisi ve paylaşımı, sadece “bir sankinin” geliştirilmesinden başka bir şey değildir. “Sofist Gölgeleler”, sadece iktidar ilişkilerine yakın olan; “yönetimsel gölgeler”, yönetim ve iktidar ilişkilerinin sözcülüğünü yapan; “uzamsal gölgeler” ve “benmerkezci gölgeler” sadece benmerkezçiliği benimseyen, olumlayan ve paylaşan kişilerdir. Tüm “sofist”, “yönetimsel”, “uzamsal” ve “benmerkezci” gölgeleri yöneten ise iktidar ilişkileridir. Kişilerin bu “Gölgeler Oyunu”na katılmalarının kaçınılmazdır. Çünkü insan toplumsal bir varlıktır ve bir toplum içinde var olabilmektedir. Sorunlaştırma açısından “Gölge Oyunu”nda “doğruyu” oynayan gölgeyi nasıl tespit edileceğidir? Platon’a göre kişinin kötü, yanlış ve karanlığa sırtını çevirmesi için, “varlığın en ışıklı yönüne, “iyi” dediğimiz yönüne çevirebilmesi gerekir” demektedir (Platon, 2013: 174). Platon’u bu durumu bilindiği gibi “idea” kavramıyla açıklamaktadır. “Dünyada iyi ve güzel ne varsa, hepsinin ondan geldiğini anlamış olması gerekir” (Platon, 2013: 173). Dolayısıyla, özne böylelikle hem kendini aşkınsal özneye dönüştürebilmekte hem de “Doğruluğun Gölgelelerin”den yardım alarak, aşkınlığın ruhsal gerçekliği olan “noesis” ve ruhsal gerçekliğin anlamı olan “noema”ya ulaşabilmektedir. Araştırmada bu yöntemlerden biri olarak fenomenoloji önerilmektedir.

## FENOMENOLOJİ

Kişiler, ötekiler (diğerleri), nesne/nesnelerin imgeleri ve toplumsal yapılar ile iletişim, paylaşım, katılım, etkileşim ve işbirliği içerisinde “yaşam dünyasında”, “yaşam sahnesinde” yaşarken, aynı zamanda, “sofist”, “yönetimsel”, “uzamsal”, “benmerkezci” ve “doğruluk” gölgeleriyle, iletişim, paylaşım, katılım, etkileşim ve işbirliği içerisinde olup, “Gölgeler Oyunu”nu da oynamaktadır. Kişinin öncelikle öğrendiği ya da öğretilen; geçmiş, yaşantılanmış, öğrenilmiş, öğretilmiş, uygulanmış ve deneyimlenmiş “bilgi stoku”dur. Kişi ailesiyle, öğretim aldığı okulda ya da kişi herhangi bir toplumsal yapıyla her ilişkiye girdiğinde, bu “bilgi stokunu” öğrenmekte ve deneyimlemektedir. Diğer yandan kişi bu geçmiş bilgi stokuna neden uyar? Bu sorunun cevabı sosyal bilimciler tarafından şöyle verilmektedir; “kaygı”. Arkonaç, uyma davranışının altında kişinin sahip olduğu iki kaygının olduğundan bahsetmektedir. “Birincisi kişiler düşünceleri, eylemleri, duyguları ve hissettikleri şeylerin doğru ve uygun olduğunda emin olma ihtiyacıdır. İkincisi ise kişinin kendisi hakkında olumsuz düşünülmesinden sakınması ve diğer kişiler” (2016). Husserl’de kişinin ötekilere, yaşadığı topluma uymasının iki nedeni “doğru düşündüğünden emin olma ihtiyacı” ile “iyi bir izlenime sahip olma ihtiyacı” olarak açıklamaktadır. Bu durumda kişinin yaşadığı topluma, toplumda dolaşımda olan bilgiye karşı eleştirel bir duruşu olamamakta ve ayrıca kişi, dolaşımda olan haber, olgu, olaylar ve bunların dolaşımda olan

veri, bulgu, yorum ve bilgilerini olduğu gibi kabullenmektedir. Husserl bu durumu *Fenomenoloji Üzerine Beş Ders* adlı eserinde, “Doğal tinsel bakış, bilgi eleştirisine karşı ilgisizdir” olarak açıklamaktadır (2017). Husserl, “şimdi “doğal bakışın”, yani doğal düşünme güdülerinin karşısına “felsefi bakışı” koyuyoruz” diyerek fenomenolojiyi ve fenomenolojik yöntemi önermiştir (2017: 13-14). Husserl’in önerdiği fenomenoloji ve onun önerdiği fenomenolojik yöntem, kişinin her şeyi olduğu gibi kabullenme düşüncesinin karşısındadır.

Edmund Husserl (1859-1938) fenomenoloji okulunun kurucusudur. Lyotard’a göre Husserl öğrencisi olduğu Franz Brentano’nun etkisi altındadır, “Brentano psikolojisinin anahtar fikri bilincin her zaman birşeyin bilinci olduğu, başka deyişle bilincin yönelimselliği olduğu idi” (Lyotard, 2007: 24). Yönelimsellik, bilinç ile dünya arasında kurulan ilişkinin açıklamasıdır. Levinas’a göre yönelimsellik kavramıyla şu soruya cevap aranılmaktadır: “Özne, nasıl kendisini aşkın olan nesneye erişir” (2016: 68). Husserl, Franz Brentano’nun derslerini takip etmiştir. Franz Brentano’nun derslerini aynı dönemde Freud’da takip etmiştir. Husserl, Lyotard’ın da ifade ettiği gibi Brentano’dan etkilenecek, fenomenolojinin, “epokhe” (epoche), “indirgeme” (reduction) ve “refleksiyon” yaparak, bilincin yöneldiği nesnelere özlerinin kavranacağını ve özlerin anlamlarının betimlenebileceğini açıklamıştır. Freud ve kurucusu olduğu psikanalize göre ise, kişinin yöneldiği nesnenin imgesine yaptığı enerji yatırımına, nesne seçimi ya da nesne kateksisi (object cathexis) olarak adlandırılmaktadır. Enerjinin yatırımı veya nesnenin seçimi, kişinin yönelimini belirtmektedir. Ayrıca yönelinen nesne/imgeye verilen değer, kişinin yöneldiği nesneye yatırım yaptığı enerji miktarı ile ölçümlenebilmektedir. Husserl, görüşlerin arkasındaki görününen şeyin özlerini betimlemek iddiasıyla yola çıkarken, Freud’da arzu edilen nesnelere yönelmemizin nedeni cinsellik-haz olarak açıklamıştır. Husserl, Platon’un “idea” kavramındaki bilincin yönelimselliğinin ruhsal gerçekliği ile bu ruhsal gerçekliğin anlamı aramış; Freud’un ise bulunduğu çağın baskın bilimleri olan biyoloji, fizik ve antropoloji ile mekanik yaklaşımının etkisinde kalarak, kişinin sahip olduğu biyoloji ve fizyolojisinin, kişinin yönelimini belirlediğini öne sürmüştür (Freud, 2000; 2014; 2014a; 2015; 2018; 2019; 2019a). Dolayısıyla ya kişi kendisinden ya da arzulanan nesnenin bir enerjisinden dolayı, bir fenomene, nesneye ve nesnenin imgesine yönelmektedir. Bu yönelimde kişinin arzusu, arzulanan nesne, nesnenin imgesi ve fenomenin “görünüşü”, verili olan “görünüş şey”, “yaratılan anlam” ve “fenomenin öz anlamı” etkindir. Kişi ya “içkin” olana ya da “aşkın” olana yönelmektedir.

Husserl’e göre fenomenoloji (Görüngübilim, Fr. Phenomenologie, İng. Phenomenology) “nesnelere yönelmiş bilinç yoluyla nesnelere özünü kavrama ve betimlemek bilimi”dir. Lewis ve Staehler göre fenomenoloji, “şeyler hakkında



konuşmaya çalışmaz; yalnızca şeylerin kendilerini gösterme biçimleri hakkında konuşmaya çalışır ve dolayısıyla bu türden bir görünüşün doğasını betimlemeye çalışır” (2019: 16). Sartre’a göre, “Fenomenoloji, aşkın bilincin yapılarının özerlerinin sezgisine dayanak bu yapıların betimlenmesidir” (2016b: 124). Bir başka tanıma göre, “Fenomenoloji, muhayyeledeki her nesneyi, o nesnenin değişmez özünü (eidos) buluncaya kadar değiştirir. Dolayısıyla bir fenomeni kavramak demek, onun değişmezini, özünü kavramak demektir” (Ergiydiren, 2007: 25). Husserl, Lewis ve Staehler, Sartre ve Ergiydiren, fenomenolojinin betimsel bir bilim olduğunu; fenomenolojinin indirgeme, epokhe ve refleksiyon yaparak o nesnenin değişmez özünü, anlamını ve o görünüşünün doğasını keşfettiğini açıklamaktadır. Dolayısıyla Husserl, özneyi fenomenolojinin merkezine yerleştirmektedir. Husserl’ e göre, “(Hua, 18/240, 3/127) Eğer bilen özne doğruluk ile yanlışlık, geçerlilik ile geçersizlik, olgu ile öz, apaçıklık ile saçmalık arasında ayırırda bulunabilme yetisine sahip olmasıydı, nesnel ve bilimsel bilgi de olanaklı olmazdı” demiştir (Zahavi, 2018: 24).

Husserl, bilen öznenin karşıtlıkları ayırabildiğini, bilen öznenin bu yetiye sahip olduğunu ve bilen öznenin bu yetisinin olmaması durumunda nesnel ve bilimsel bilginin ve bilimin olamayacağını da söylemektedir. Husserl, indirgeme yaparak, salt bilgiye ulaşan özneyi, “transandantal ben” olarak açıklamıştır. Husserl hem yaşarken Nazilerin hışmına uğramış, hem de Husserl’in ölümünden sonra Naziler, Husserl’in eserlerini yakmışlardır. Ama Leo Van Breda, Husserl’in geride bıraktığı stenografili olan, yaklaşık 40 bin sayfa el yazmasını, Alman sınırından geçirilip kurtulması sağlamıştır (Waldenfels, 2010: 55). Husserl’in yayınlanmamış 40.000 sayfaya yakın el yazmaları daha sonradan, “Husserliana” adı altında basılmaktadır.

Fenomenoloji, fenomenlerin bilimidir. “Büyük Felsefe Sözlüğü”ne göre fenomen (Yunanca “görünüş” phainomenon; İng. phenomenon), “1) algılanan nesnesi, algılanan şey, gözlemlenebilir olan olay ya da olgu olarak, 2) fiziki dünyadan bir nesnenin kendisini bilincimize sunan algısı” olarak açıklanmaktadır (Cevizci, 2017: 794; Timuçin, 2004). “Fenomen, varlığından hiçbir zaman kuşku uyandırmayan, doğrudan doğruya apaçık verilen içerikli ve somut bir yaşantıyı dile getirmektedir” (Uygur, 2016: 44). Husserl’in fenomenolojisinde “epokhe”, “indirgeme ve refleksiyon” kavramları öne çıkmaktadır. “Epokhe”, yargının askıya alınmasıdır: Grekçe epekein; askıya almak, imtina etmek ve paranteze almak anlamlarına gelmektedir. Hususi anlamda fenomenolojik epokhe, dünyanın varlığına dair yargının ne olumsuzlamak ne de yadsımak suretiyle askıya alınmasıdır” (Lewis ve Staehler, 2019: 31). Epokhe’de amaçlanan kişinin yaşamsal dünyasına sırt çevirmesi değildir; sadece “işlenmiş” fenomen, nesne ve imgelerin sahip olduğu “anlam” ve “görüşler” paranteze alınmaktadır. “Epokhe

(...) beni var olan gerçekliğe edilgen teslimiyetinden kurtarıp bana fenomenlere bir anlam ve bir yüz verme, bir şekilde onlara kucak açarak onları doğurma – ve böylece dünyayı yeniden-meydana getirme- gücü verir” (Rogozinski, 2018: 167). Epokhe ile özne, fenomen, nesne ve nesnelere imgelerine tekrar anlam verme hakkı elde etmektedir. Ayrıca, epokhe ile özne, verili olana, yani deneyimlerinden arındırılmış haline, görünen şeye, görüldüğü gibi nesnelere odaklanmaktadır. Epokhe’de yapılan refleksiyon, Husserl’e göre, “Varoluşsal” temelden kaynaklanan bütün refleksiyonlar doğal olarak eleştireldir” demiştir (Husserl, 2016: 178). Husserl bu sözleriyle, öznenin kendisine, kendi yaşamına, yaşam dünyasına, yaşam sahnesine, deneyimlemesine/deneyimlenmesine, “Gölge Oyunu”nun gölgelerine, “arzulanan nesne ve nesnenin imgelerine” karşı eleştirel bir tavır almasına vurgu yapmaktadır.

Zahavi’ye göre “Noemanın ancak epokhe ve indirgemeye keşfedilen bir şey olduğu yaygın olarak kabul edilir. Ancak o zaman yönelineni yönelinen olarak, yani tam olarak kastedildiği ve yöneldiği biçimiyle nesneyi temalaştırırız” (2018: 97). Schütz’a göre de, Husserl, “noema” ve “noesis”e ulaşmasının yolunu, “epokhe” (epoche) kavramıyla açıklamaktadır; “Ancak dış dünyaya olan naif inancımızı bir inançsızlığa dönüştürerek değil, var olduğuyla ilgili kanımızı zıddıyla değiştirerek de değil, bu inancı askıya alarak” (2018: 69). Askıya almak, paranteze almak, “epokhe” kavramıyla açıklanmaktadır. Uygur ise, Schütz’ün sözlerini şu sözlerle desteklemektedir; “Husserl’e göre, doğal davranışı kökten değiştirmek demek, bu davranışın genel savını kendine özgü bir “epoche”ye uğratmak demektir” (Uygur, 2016: 40). Rogozinski’ye göre ise paranteze olmak demek, verili olan dünyayı parantez içine almaktır. “Dünyasal tecrübemde verili olan her şeyi “parantez içi”ne alırım” (Rogozinski, 2018: 167). Zahavi, Schütz, Uygur ve Rogozinski’ye göre, Husserl, “epokhe” kavramı (paranteze alma, askıya alma) ile kişinin “doğal düşünme”, “olduğu gibi kabullenme”, “kişinin yaşam dünyasındaki kendi deneyimlemesiyle” algıladığımız ve bu algılama ile edindiğimiz kabullenme, değerlendirme, yargı ve inançlarımızı askıya almamızı önermektedir.

“İndirgemeye uğratılmış bir fenomenin verilmişliği, saltık ve kuşku taşımayan bir verilmişliktir” (Husserl, 2017:42). “Verililiği”, Lewis ve Staehler, “bir şeyin bizim deneyimimiz tarafından herhangi bir şekilde çarpıtılmadığından emin olduğumuz şekliyle görünüşe çıkmasını ifade eder” olarak açıklamaktadır (2019: 17). Husserl, indirgeme yapılan fenomen ile kast ettiği, kişisel deneyimleri, kolaylıkla ve sorgulamadan kabullenmeleri askıya ve paranteze alınmış, salt ve kuşku duyulmayan fenomenen olarak anlaşılmasını istemektedir. Lyotard göre indirgeme kavramı, “doğal doxa’yı (nesnenin varoluşunun spontane konumu) devre dışı bırakarak, nesneyi hedeflenen ya da fenomen olarak açığa çıkarır” (Lyotard, 2007: 38). Lyotard, Husserl’in indirgeme yaparak “doğal doxa’yı devre dışı bıraktığını, böylelikle asıl hedeflenen fenomenin ortaya çıktığını açıklamaktadır. Uygur ise “(reduktion) normal diye adlandırdığımız yaşamayı kökten değiştirdiğimiz zaman özünü açığa vuran bir buyruk, bir ödevdir” (Uygur, 2016: 38) diyerek,

indirgemenin normal yaşam pratiklerinde değil, bu deneyimlerden kurtulduğumuz zaman, bir başka deyişle günlük doğal yaşamımızdaki deneyimleri askıya alınarak yapılabileceğini belirtmiştir.

Husserl'e göre refleksiyon kavramı, "orijinal yaşantıyı salt olarak "koyan bilinç" tir" (...) yaşantının varlık-biçimi, ilkece reflexion halinde algılanmasıdır" (Uygur, 2016: 57). Merleau-Ponty'e göre ise, "Refleksiyon, dünyadan kendini çekip, dünyanın temeli olarak bilincin birliğine yönelmez; aşkınlıkların ortaya çıkışını görmek için geri çekilir, bizi dünyaya bağlayan yönelimsel bağları görünür kılmak amacıyla gerer" demiştir (2017a: 18). Husserl'e göre "doğal yaşamı" salt ve saf olarak ortaya çıkmasını sağlayan refleksiyon yapan bilinçtir. Merleau-Ponty'e göre ise refleksiyon ile kişi sadece aşkınlıkları keşfetmez, ayrıca kişinin kendisinin dünyada yöneldiği bağlarını da keşfeder. Sartre *Egonun Aşkınlığı* adlı eserinde "ben" in ancak rekleksif bir düşünüm edimiyle ortaya çıkacağını belirtmektedir. Sartre'a göre, "Aslında, olanaklı ile gerçek, görünüş ile varlık ve istenilen ile maruz kalınan arasında bir ayırım Ego sayesinde gerçekleşebilecektir" (2016a: 92). Sartre, Husserl'in "bilinç" kavramını, "ego" (ben) olarak açıklamakta ve ona göre benler "etkin" ve "edilgen" ve "transandantal ben" olmak üçe ayrılır. Sartre göre "transandantal ben" yeniden bir varoluştur. Sartre, Husserl ve Heidegger'in görüşlerini izlese de daha çok "varoluşçuluk" kuramı ile hatırlanmaktadır. Sartre, "Aristoteles, arzu edeni harekete geçirenin arzu edilen olduğunu söylemişti" der, ve ilave olarak Sartre, "Refleksiyon arzuyu "zehirler" demektedir. (2016a: 63-65). Freud, bilindiği gibi, bizlere "arzu" (libido) kavramını, kişinin yaşamının cinsel yaşamı çerçevesinde belirlendiğini, kişilerin neredeyse tüm nesnelere birer cinsel haz objesi olarak gördüğünü, kişilerin bu nesnelere yatırım yaptığını, kişinin de ortaya çıkan bu gereksinimlerini "doyurmak" için, yatırım yaptığı nesnelere ile nesnelere imgelerine, yaşamı boyunca eylemde bulunduğunu açıklamaktadır. Sartre ise, Aristoteles'e atıf yaparak bize "arzu eyleminde" kişinin edilgen olduğunu, asıl etkinin arzulanan nesneden geldiğini söylemektedir.

Sartre göre, "refleksiyon yapmak", nesneden gelen bu etkiyi, yönlendirmeyi, nesnenin ve imgenin sahip olduğu bu "anlamı" zehirlemektir. Merleau-Ponty, *Algının Fenomenolojisi* adlı eserinde, "anlamı inşa edersen, algıyı da inşa edersin" demektedir (2017a). Örneğin, "elma" bir meyvadır ama "elma" kavramının bizlerde varolan anlam içeriği ya da "apple" (elma) kavramının bizlerdeki içeriği, sadece bir "elma" mıdır? (Tan, 2017). Dolayısıyla Merleau-Ponty, bugün neredeyse marka imaj yönetimi olarak açıklanan, -algılananı değiştiremezsin, ama algılananın yani, algılananın sahip olduğu kavramsal, işitsel ya da görsel imgenin içeriğini doldurursan, kişi algıladığında, algılananın yaratılmış anlamını kişinin zihininde olmasını sağlayabilirsin- demektedir. Bu "anımlar" sadece marka imaj yönetimleri tarafından yaratılmamaktadır. İlave olarak bu "anımlar" aynı zamanda "Sofist", "Uzamsal", ve "Benmerkezci" gölgeler tarafından da yaratılmaktadır. Husserl'e bize toplumsal yaşamda, dolaşımda, gölgelerin kurguladığı ve yarattığı bu "anımları" sorgulamadan kabullenmememizi ve özellikle sorgulamamızı önermektedir.

Husserl'in fenomenolojisi, işlenmiş bilgiyi reddetmekte, fenomenlerin sahip olduğu sadece içkin bilgiyi değil, aynı zamanda aşkın bilgiyi de betimlemek istemektedir. Husserl, yukarıda da açıklandığı gibi öznenin yaşam dünyasındaki fenomen, nesne, nesnelere imgeleri, kavramsal/işitimsel/görsel imgeleri ve olguları olduğu gibi kabullenmemesini istemekte ve sorgulanmanın zorunluluğuna vurgu yapmaktadır. Parrhesia Oyununun birinci aşaması hakikati, doğruyu bilmek; ikinci aşaması ise, öznenin bildiği hakikati, doğruyu aktarmasıdır. Öznenin, hakikati, doğruyu bilmesi için ise felsefesinin birinci ilkesi olan "sorgulama" yapması gerekmektedir. Fenomenoloji, bu sorgulamanın yapılması için bir yöntem olarak önerilmektedir. İndirgeme yapılarak, fenomen ile ilgili deneyimsel bilgiler, hali hazırda kabul gören yargılar askıya alınarak fenomenin özüne ulaşılmakta ve bu öz betimlenilmektedir.

Bauman *Hermenötik ve Sosyal Bilimler* adlı eserinde, Husserl'i eleştirmektedir; "Fakat Husserl'in bizden, gerçek ve sağlam anlama adına terk etmemizi istediği bu aynı dünyadır (...) Husserl'in çabaları hiçbir ikna edici veya en azından inandırıcı sonuçlar doğurmamıştır" (Bauman, 2017: 170). Bauman'a göre Husserl, toplumsal, tarihsel, sosyal ve kültürel bir dünya içinde yaşayan öznenin fenomenleri nasıl "yeniden inşa edeceği" sorusuna yanıt veremediğini ve ayrıca öznelararası kuramının, Husserl'in önerdiği fenomenolojik yöntemde problem yaratmasını, eleştirisinde temel olarak kullanmaktadır. Bauman, "Dahiler asla boşuna başarısız olmaz.

Yenilgilerinde bile aydınlatırlar. Devlin hatası bizim keşfimizdir" demiştir (2017: 172). Bauman, Husserl'in kuramının bir benzeri olan, ama kuramında "aşkınsal özne", salt eylem", "refleksif düşünce" ve "eleştirel ben" olmayan, "eyleyici" ve "aktör" kavramlarını öne süren, sosyal sistem kuramıyla tanınan Talcott Parsons'ı ise övmektedir. "İnsan eylemini anlamak, sosyal ve kültürel sisteminin yapısının iç yüzünü anlamaktır (...) Parsons'un fenomenolojik sosyolojisi, saf metodolojik anlamda, Husserl'in faydasızca başarmaya çalıştığını başarmıştır" (Bauman, 2017: 191-193). Bauman, eyleyicilerin eylemlerini anlamak ile Bourdieu'nun alan kuramını oluşturan "simgesel, kültürel, ekonomik ve sosyal" yapılara gönderme yapmakta ve Bauman, bilim insanının, kişinin (aktörün) eylemine ve bu eylemin anlamına odaklanması istemektedir. Bauman, kelimenin dar anlamıyla, "içkinliğe" odaklanılmasını önermektedir (Tan, 2019a: 2019b ). Örneğin Merleau-Ponty, "Dolayısıyla algıda içkinlik ve aşkınlık bir paradoksu vardır: Algılanan algılayana yabancı olmayacağı için bir içkinlik; her zaman edimsel olarak verili olanın bir ötesini barındırdığı için ise aşkınsallık" demiştir (Merleau-Ponty, 2017b: 53). Merleau-Ponty, özne ve aktörün yaşadığı yaşam dünyasının bir içkinliği, bir de aşkınlığı var, demektedir. Talcott Parsons, toplumsal yapıdaki görünüş ve deneyimleri, bir bakıma içkinliği kuramsallaştırırken, Husserl ise deneyimsel olmayandan, verili olandan, fenomenlerin özlere yönelmekten ve onlara yönelen bilinci, bu bilincin gerçekliği ve anlamı olan noesis ve noema'ya odaklanmaktadır. Dolayısıyla Parsons ve Husserl'in kuramları başka alanlara gönderme yapmaktadır. Ayrıca

Foucault'un da belirttiği gibi, ya bu eyleycilerin eylemleri ve yönelimleri, iktidar ilişkileri tarafından belirleniyor ise ve insanın/öznenin/aktörün kendisi sadece gölgeleri görüyor, iktidar ilişkilerine göremiyor ise bu durumda Bauman'ın yukarıdaki tespitini tekrar düşünmesi gerekebilmektedir.

## SONUÇ

Sosyal medya sahnesi ve uzamında bir “Gölgeler Oyunu” oynanmaktadır. Sosyal medyadaki gölgeler; “sofist”, “yönetimsel”, “benmerkezi” ve “uzamsal” ile hakikati ifade eden “parrhesia”dır. Gölgelerin amacı, sosyal medya sahnesi, uzamı ve pazaryerindeki kullanıcıları, bir retorik ve bilgi bombardımanı ile etkilemek, ikna etmek ve yönlendirmektir. Makalede de vurgulanan araştırmalara göre sofist”, “yönetimsel”, “benmerkezi” ve “uzamsal” gölgelerin sosyal medyadaki bu retorik ve bilgi bombardımanlarındaki içerikleri doğru olmayabilmektedir. Makalenin konusu ve sosyal medyada yeni olan, sosyal medya kullanıcıların sanki yalan enformasyon çağında yaşamakta olmalarına rağmen, bu yalan haberleri araştırmadan ve soruşturmadan olduğu gibi kabullenmeleridir. Hatta, kişiler sosyal medyada yalan olan bu veri, bulgu, bilgi, enformasyon ve haberlerin etrafında toplanmaktadır.

Sosyal medyadaki bu olgu post-truth (hakikat sonrası) kavramı ile ifade edilmektedir. Sosyal medyadaki post-truth (hakikat sonrası) olgusu ile hakikat düşmüş, hakikatin yerine “bir yalan etrafında birleşme”, “gerçekliğin inşa edilmesi”, “analitik düşünmenin engellenmesi”, “bilginin dönüştürülmesi, çarpıtılması ve tahrip edilmesi”, “uydurma haberlerin dolaşımında olması”, “doğruluğun ve gerçekliğin önemsenmediği ve hiçe sayıldığı” bir çağ başlamaktadır. Sosyal medyada kullanıcılar, nesnel düşünceleriyle değil, öznel duygu, inanç ve kanaatleriyle inandığı bu kişilerin peşinde koşmakta ve hatta bu kişilerin paylaşımlarının etrafında bir kitle oluşturabilmektedir. Böylelikle, sosyal medyadaki gölgelerin isteği olan sosyal medya kullanıcılarının doğru ile yanlış ve gerçek ile sanal arasında ayırım yapabilme kapasitesinden yoksunluğu da gerçekleşebilmektedir. Gölgelerin sosyal medyada yarattığı bu kitlelerin sayısı, paylaşımları, paylaşımlara gelen yorum ve beğenilerin nitel ve nicel etkisi bir güç olgusu da yaratmaktadır. Sosyal medya uzamı bir tiyatro/film/sinema sahnesidir ve kişiler de bu sahnede rollerini oynamaktadır. Kişiler bu sahnede rollerini oynarken ya gölgeler ile ya da parrhesia ile özdeşleşmektedir. Sosyal medyayı kullanan kişiler için önemli olan, gölgelerin hayran kitlesi, imajı ve onun sahip olduğu imgesel, sosyal, siyasal, kültürel ve ekonomik sermayelerinin toplamıdır. Yaratılan bu toplam değer, bir güç oluşturmakta ve kişiler de bu gücün bir parçası olmak istemektedir.

Sosyal medyadaki post-truth (hakikat sonrası) çağında kişiler/kullanıcılar için sorunlaştırma açısından asıl soru; “parrhesia olmak”, “parrhesia’yı bulmak” ve “gölgeler oyununda” “doğruyu, hakikati ve gerçeği oynayan “Doğruluk” gölgesinin nasıl tespit edilebileceğidir? İkinci soru ise, “parrhesiastes” bu “mekân” da var olmalı mıdır? Araştırmada, sosyal medyada hakikati ifadeni bulmak

ya da hakikati ifade eden olmak için fenomenolojik yöntem önerilmektedir. Fenomenolojik yönetime göre, kişiler gündelik yaşam pratikleri içerisinde herşeyi olduğu gibi kabullenmemeye yönlendirilerek, kişilerin hakikate ve doğruya doğru yönelmeleri teşvik edilmektedir.

Sosyal medyada “sofist”, “yönetimsel”, “benmerkezi” ve “uzamsal” gölgeler retorik sanatını kullanmaktadır. Retorik bir ikna, inandırma ve iltifat sanatıdır. Retorikte, kaynağın amacı doğrultusunda hedef kitleyi, ikna etmek, etki etmek ve yönlendirmek amaçlanmaktadır. Oysa parrhesia kavramında hakikati keşfetmek ve doğruyu söylemek ile iktidar ilişkilerine karşı eleştirel bir ön plandadır. Sosyal medyada hakikati ifade eden olan parrhesia’dan öncelikle hakikati bilmesi ve daha sonra bildiği hakikati ve doğruyu ötekilere aktarması beklenmektedir.

Sosyal medyada hakikati ifaden olan parrhesia’nın hakikati bilmesi için fenomenolojik yöntemi kullanması, araştırmada önerilmektedir. Fenomenolojik yöntem ile kişinin sosyal medya kavramı, olgusu ve sosyal medyadaki kişiler, paylaşılan haberler hakkındaki yargılarını bir “epokhe” yaparak askıya alması gerekmektedir. Epokhe’de amaçlanan kişinin yaşamsal dünyasına sırt çevirmesi değildir. Sadece “işlenmiş” fenomen, nesne ve imgelerin sahip olduğu “anlam” ve “görüşler” paranteze alınmaktadır. Böylelikle sosyal medya kullanıcısı, fenomen, nesne ve nesnelere imgelerine tekrar anlam verme hakkı elde etmektedir. Ayrıca, epokhe ile sosyal medya kullanıcısı, verili olana, yani deneyimlerinden arındırılmış haline, görünen şeye, görüldüğü gibi nesnelere odaklanmaktadır. Kişiler “epokhe” yaparak, fenomenolojik yöntemdeki indirgeme aşamasını ulaşmaktadır. İndirgeme aşamasında kişiler “kişisel deneyimlerini, kolaylıkla ve sorgulamadan kabullenmelerini” askıya ve paranteze almışlardır. Kişiler indirgeme ile sosyal medyadaki görünüş ve verililiğin arkasındaki anlama ve gerçekliğe odaklanabilmektedir. Fenomenolojik yöntemdeki bir sonraki aşama ise “refleksiyon” yapmaktır. Refleksiyon yapmak, eleştirel bir tavır sergilemektir. Refleksiyon yapma sürecinde sosyal medya kullanıcısının, sosyal medyadaki kişi, nesne ve imgelere nesne yatırımı yapması istenmemektedir. Tam tersi olan sosyal medyaya olan arzusuna eleştirel bir tavır sergilemesi beklenmektedir. Kişi refleksiyon aşaması sonucunda görünüşlerin arkasındaki görününen şeyin özlerini betimleyebilmektedir.

Fenomenolojik yöntem ile hakikate ulaşan parrhesiastes’e sosyal medya mekânı, uzamı, pazaryeri, sahnesi ve superpanoptikonunda, diğer kişi ve kurumlara hakikati, doğruyu ve gerçeği bildirme ve aktarma olanağını sağlamaktadır. Bu uzamda olmamak, bu fırsatı kullanmamaktır. Bu bir seçimdir ama kabul etmek gerekir ki “doğruluğun gölgesinin” bu uzamda olmaması demek, parrhesia’nın aktarılmamasına yol açar ki bu durumda parrhesia oyunu gerçekleşmemektedir.

Gölgenin paylaşımlarında, bir güç arayışı, bir arzulanan nesne olma isteği, diyalekt olmayan bir paylaşım, arzuların doyumu, tüketime yöneltme, gösteri toplumu oluşturma, bir markayı hem kendisinin hem de diğer kişilerin nesne

seçimi yapma isteği, iktidar ilişkilerini ve iktidar ilişkilerinin sevdiği kişileri yüceltme, idealleştirme, benimsetme ve özdeşleşme isteği “doğruluğun gölgesinin” göstergesi değildir. Kim deyimlerle, özenle seçilmiş sözcüklerle, ustaca düzenlenmiş sözler ile imaj yönetimi ve retorik ile sesleniyor ise bu da “doğruluğun gölgesinin” göstergesi değildir. İktidar ilişkilerinin sözcülüğünü yapan, gölgeler de “doğruluğun gölgesi” değildir. Eğer bir gölge sadece görünüşe odaklanmamızı istiyor ise bu da “doğruluğun gölgesi” değildir. Kim bizim “şüpheli sorular sorma yetimizi”, “akıl yürütme yetimizi” ve “analitik düşünme yetimizi” ortaya çıkmasını istiyor ise o “doğruluğun gölgesi”dir. Kim bir süreç sonunda risk alıp, iktidar ilişkilerine ve onun gölgelerine bir eleştirel duruş sergiliyor ve risk alıyor ise o gölge “doğruluğun gölgesi”dir.

Kim görünüşün arkasında yatan ruhsal gerçekliğe (noesis) ve anlama (noema) yönelmemizi istiyor ise, o “doğruluğun gölgesi”dir.

Sosyal medya kavramı, görünüşü, anlamı ve olgusu, iktidar ilişkileri ve onun gölgeleri tarafından bir algı ve algılama yönetimi yapılarak, inşa edilmektedir. Hakikati, doğruyu ve gerçeği bilen kişi, düşünür, filozof ve bilim insanı, “göremeyen”, “karanlık içinde kalmış”, “görmek isteyen” ve “aydınlanmak isteyen” kişi, grup, kabile, toplum ve küresel ağdaki dijital göçmen ve dijital yerlilerin önünü aydınlatmaları gerekmektedir. Sosyal medyada parrhesia olmak yeterli değildir, parrhesia’nın sosyal medyadaki oyuna katılıp, hakikatin, gerçeğin ve doğrunun aktarılması demektir ve Kant’ın deyişiyle bu evrensel bir ödevdir. Post-truth kavramı bir toplumun gerçekliği olamaması gerekir ama bu bir tespittir. Bu tespit bir ön tanı ve teşhistir ama her tanı ve teşhisin, tedavisi de gerekmektedir. Araştırmada bu tedaviye bir yöntem önerisi olarak parrhesia oyunu ve fenomenoloji önerilmektedir.

Sosyal medya, ağ ve akışlar içerisindeki bir dizgiler sistemidir ve bir çok unsurun bütünleşmesi ile oluşmaktadır. Sosyal medya kavramı, iktidar ilişkileri ve onun gölgeleri tarafından inşa edilmiştir ve kişiler, “yaratılan, inşa edilen bu anlamlar ile sosyal medyadaki görünüşe (fenomene)” yöneltilmektedir. Diğer yandan kişilerin de, “şüpheli sorular sorma yetisini”, “akıl yürütme yetisini” ve “analitik düşünme yetisini” kullanarak, neden ben sosyal medyaya yöneliyorum? sorusunun yanıtlarını aramaları gerekmektedir. Kişiler sosyal medyada bu nesnelere neden yöneldiklerini anlarsa, nesnenin görünüşüne değil, görünüşün arkasındaki ruhsal gerçekliği (noesis) ve anlamına (noema) ulaşarak, salt bilgiye ulaşabilmektedir.

Sadece sosyal medyada değil, günümüzün tüm yaşam pratiklerinde karşımıza çıkan veri, bulgu, enformasyon ve bilgiyi sorgulamadan kabullenmelerimizi de tekrar gözden geçirmemiz gerekmektedir. Her gözden geçirme ile yeni bir gerçekliğe, hakikata, anlama ve farkındalığa sahip olunabilir. Doğal olarak her insan sosyal bir varlıktır ve bir toplum içinde yaşamakta, var olmakta ve gölgeler oyununu oynamaktadır. Ayrıca, her insan sadece doğal olarak bilmek

istememez aynı zamanda özgür olmak da ister. Kişi, toplumsal yapılar, iktidar ilişkileri ve gölgeler tarafından kuşatılmışken, kendinde olan kimyasal/biyolojik/fizyolojik özellikleri doyuma ulaştırmak için çabalarken ve kişi topluma uyum çabaları arasında yaşamını sürdürürken, bir “özgürlükten” söz edilemez ama yine de bir “özgürleşmeden” bahsedilebilir.Özgürleşme için “şüpheli sorular sorma yetisini”, “akıl yürütme yetisini” ve “analitik düşünme yetisini”, yaşamımızın her anında bir refleksiyon içerisinde gerçekleştirmemiz gerekir. Bunun içinde fenomenlere ayırdığımız vakti, enerjiyi ve yönelimlerimiz ile yöneldiğimiz fenomenlerin yapısını ve fenomenlerin görünüşünün arkasındaki anlamı, hakikati ve gerçekliğe ulaşmamız ya da sorgulamamız gerekmektedir. Araştırmada bunun bir yöntemi olarak fenomenoloji ve fenomenolojik yöntem öneri olarak sunulmaktadır. Sosyal medyadaki yalan haberleri, sosyal medya kullanıcılarının hemen sorgulamadan kabul etmelerinin altında bir güç elde etme, güç ile işbirliğine girip, gücün bir parçası olmak istemesi mi yatmaktadır? sorunsalının araştırılmasını, makalede bir araştırma önerisi olarak sunulmaktadır.



## KAYNAKÇA

Ackland, R. (2013). *Web Social Science: Conmobilts, Data And Tools For Social Scientists In The Digital Agesage*, UK: Publications Ltd. Printed And Bound By CPI Group

Adler, A. (2011). *Psikolojik Aktivite: Üstünlük Duygusu Ve Toplumsal İlgi*, Çev: Çorakçı, B. İstanbul: Say Yayınları.

Adler, A. (2017). *Yaşamın Anlamı Ve Amacı*, Çev:Şipal, K. İstanbul: Say Yayınları.

Adler, A. (2018a). *Yaşama Sanatı*, Çev:Şipal, K. İstanbul: Say Yayınları.

Adler, A. (2018b). *Bireysel Psikoloji*, Çev:Kılıçoğlu, A. İstanbul: Say Yayınları.

Adler, A. (2018c). *İnsanı Tanıma Sanatı*, Çev:Şipal, K. İstanbul: Say Yayınları.

Aristoteles (2016). *Retorik*, Çev:Doğan, M, H. İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık.

Aristoteles (2017). *Metafizik*, Çev: Arslan, A. İstanbul: Divan Kitap

Arkonaç, S, A. (2016). *İnsan İnsan İçinde: Ana Akım Ve Eleştirel Sosyal Psikoloji*, İstanbul: Hiperlink Yayınları.

Bauman, Z. (2017). *Hermenötik Ve Sosyal Bilimler: Anlama'ya Dair Yaklaşımlar*, Çev: Oruç, H. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bruns, G. (2001). *Antik Hermenötik*, Çev: Durdu, İ. İstanbul: Yeni Zaman Yayınları.

Cevizci, A. (2017). *Büyük Felsefe Sözlüğü*, İstanbul: Say Yayınları.

Descartes, R. (2013). *Aklın Yönetimi İçin Kurallar*, Çev: Yılmaz, K. Ankara: Divan Kitap.

Descartes, R. (2014). *Felsefenin İlkeleri*, Çev: Akın, M. İstanbul: Say Yayınları.

Descartes, R. (2015). *Duygular Ya Da Ruh Halleri*, Çev: Dürüşken, Ç. İstanbul: Alfa Basım Yayın.

Dijk, J. V. (2016). *Ağ Toplumu*, Çev: Sakin, Ö. İstanbul: Epsilon Yayıncılık.

Ergiydiren, S. (2007). *Eleştiride Fenomenolojik Yaklaşımlar*, Ankara: Hece Yayınları.

Fawcett, B. (2011). *Tarih Boyunca Yalan Ve Propaganda*, Çev: Önoğlu, N. İstanbul: Hit Kitap.

Foucault, M. (2015). *Öznenin Yorumbilgisi: College De France Dersleri (1981-1982)*, Çev: Keskin, F. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları

Foucault, M. (2015a). *İktidarın Gözü*, Çev: Ergüden, I., İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Foucault, M. (2017). *Hermenötiğin Kökeni: Kendilik Hakkında-Dartmouth Konferansları, 1980*, Çev: Solmaz, Ş, Ç. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Foucault, M. (2017a). *Doğruyu Söylemek*, Çev: Eksen, K. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Foucault, M. (2018). *Hakikatin Cesareti: Kendinin Ve Başkalarının Yönetimi II, College De France Dersleri (1984)*, Çev: Beyaz, A. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Freud, S. (2000). *Metapsikoloji*, Çev: Yardımlı, A. İstanbul: İdea Yayınevi.

Freud, S. (2014). *Haz İlkesinin Ötesinde*, Çev: Ökten, M. Ankara: Tutku Yayınevi.

Freud, S. (2014a). *Bir Yanılsamanın Geleceği*, Çev: Ökten, M. Ankara: Tutku Yayınevi.

Freud, S. (2015). *Narsizm Üzerine Ve Schreber Vakası*, Çev: Büyükkal, B Ve Tura, S, M. İstanbul: Metis Yayınları.

Freud, S. (2018). *Psikanalize Giriş Dersleri*, Çev: Budan, S. İstanbul: Öteki Yayınevi.

Freud, S. (2019). *Narsisizm Üzerine*, Çev: Öztürk, D. Ankara: Tutku Yayınevi.

Freud, S. (2019a). *İçgüdüler Ve Baskılama*, Çev: Öztürk, D. Ankara: Tutku Yayınevi.

Horney, K. (2017a). *Psikanalizde Yeni Yollar*, Çev: Budak, S. İstanbul: Totem Yayınları.

Horney, K. (2018). *Çağımızın Nevrotik Kişiliği*, Çev: Kıcırcı, B. İstanbul: Sel Yayıncılık.

Husserl, E. (1952). *Ideas: General Introduction To Pure Phenomenology*, Translated By: Gibson, B. London: George Allen & Unwin Ltd., New York: The Macmillan Company, Printed In Great Britain By Jarrold And Sons Ltd, Norwich.

Husserl, E. (2014). *Kesin Bilim Olarak Felsefe*, Çev: Kaygı, A. Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu.

Husserl, E. (2015). İçsel Zaman Bilincinin Fenomenolojisi Üzerine, Der: Heidegger, M. İstanbul: Avesta Basın Yayın.

Husserl, E. (2016). *Bunalım*, Çev: Özşar, L. Bursa: Biblos Yayınları.

Husserl, E. (2017). *Fenomenoloji Üzerine Beş Ders*, Çev: Tepe, H. Ankara: Bilgesu Yayıncılık.

Jung, C. G. (2015a). *Analitik Psikoloji Üzerine İki Deneme*, Çev: Yılmaz, İ. H. İstanbul: Pinhan Yayıncılık.

Jenkins, H., Ford, S. Ve Green, J. (2013). *Spreadable Media: Creating Value And Meaning In Anetworked Culture*, New York University Press, New York And London. Manufactured In The United States Of America.

Jenkins, H. Ve Vd. (2009). *Confronting The Challenges Of Participatory Culture: Media Education For The 21st Century*, London, Enland: The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, Kakutani, M. (2019).

*Hakikatin Ölümü: Trump Çağında Yalancılık Sanatı*, Çev: Mizrahi, C. İstanbul: Doğan Egmont Yayıncılık.

Kant, E. (2015). *Ahlaki Metafiziğin Temellendirilmesi*, Çev: Kuçuradi, İ. Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu.

Keyes, R. (2019). *Hakikat Sonrası Çağ: Günümüz Dünyasında Yalancılık Ve Al-datma*, Çev: Özçetin, D. Delidolu, Tudem Yayın Grubu.

Lebon, G. (2015). *Kitleler Psikolojisi*, Çev: Can, H. Ankara: Tutku Yayınevi.

Lewis, M. Ve Staehler, T. (2019). *Fenomenoloji*, Çev: Kaplan, O. Ve Diğerleri, Ankara: Fol Kitap.

Levinas, E. (2016). *Husserl Fenomenolojisinde Görü Teorisi*, Çev: Uslu, Y. C. İstanbul: İthaki Yayınları.

Lyotard, J. F. (2007). *Fenomenoloji*, Çev: Birkan, İ. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

Mcintyre, L. (2019). *Hakikat-Sonrası*, Çev: Biçici, M. F. İstanbul: Tellekt Yayınları.

Merleau-Ponty, M. (2017a). *Algının Fenomenolojisi*, Çev: Sarıkartal, E. Ve Hacımuratoğlu, E. İstanbul: İthaki Yayınları.

Merleau-Ponty, M. (2017b). *Algının Önceliği Ve Felsefi Sonuçları*, Çev: Yıldırım, Y. İstanbul: Alfa Basım Yayın.

Palfrey, J. Ve Gasser, U. (2016). *Doğuştan Dijital: Dijital Yerlilerin İlk Kuşağını Anlamak*, Çev: Aydın, N. İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi Yayınları.

Platon. (2013). *Devlet*, Çev: Bozkurt, A, G. İstanbul: Avrupa Yakası Yayıncılık.

Platon. (2014). *Sokrates'in Savunması*, Çev: Rifat, S. İstanbul: Everest Yayınları.

Rogozinski, J. (2018). *Ben Ve Ten: Ego-Analizine Giriş*, Çev: Aktaş, M. İstanbul: Pinhan Yayıncılık.

Sartre, J, P. (2014). *Varlık Ve Hiçlik: Fenomenolojik Ontoloji Denemesi*, Çev: Ilgaz, T. Ve Eksen, G, Ç. İstanbul: İthaki Yayınları.

Sartre, J, P. (2016a). *Egonun Aşkınlığı*, Çev: Kırkoğlu, R. İstanbul: Hill Yayın.

Sartre, J, P. (2016b). *İmgelem*, Çev: Tümertekin, A. İstanbul: İthaki Yayınları.

Schultz, D. Ve Schultz, S, E. (2007). *Modern Psikoloji Tarihi*, Çev: Aslay, Y. İstanbul: Kaknüs Yayınları.

Schütz, A. (2018). *Fenomenoloji Ve Toplumsal İlişkiler*, Çev: Akan, A. Ve Kesikoğlu, S. Ankara: Heretik Basın Yayın.

Sütçü, C, S. Ve Aytekin, Ç. (2018). *Veri Bilimi*, İstanbul: Paloma Yayınevi.

Şimşek, A. Ve Yalı, S. (2019). *Gerçekte(N) Öyle Mi Olmuş?: Post-Truth Zamanlarda Tarihin Temsili*, İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi.

Tan, H. (2017). *İtibar Kavramında Reklamın Önemi Ve Reklamın Marka Dünyasına Etkisi*, İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi, Nisan, Vol. 9. S:1-23. DOI.10.17932/IAUD.13091352.2017.9/34.1-23. Dergipark.Gov.Tr/İaud/35220/390727

Tan, H. (2019a). "Dijital Kinizm", Ed: Karadağ, G. *Dijital Hastalıklar*, İstanbul: Der Yayınları. S: 191-225.

Tan, H. (2019b). "Kişisel Ve Marka İmaj Yönetiminin Sosyal Medya Dönüşümü" (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İstanbul: İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Timuçin, A. (2004). *Felsefe Sözlüğü*, İstanbul: Bulut Yayın Dağıtım.

Uygun, N. (2016). *Edmund Husserl'de Başkasının Ben'i Sorunu*, İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık.

Waldenfels, B. (2010). *Fenomenolojiye Giriş*, Çev: Keskin, M. İstanbul: Avesta Basın Yayın.

Zahavi, D. (2018). *Husserl'in Fenomenolojisi*, Çev: İstanbul: Say Yayınları.

## **ELEKTRONİK KAYNAKLAR**

URL1:<https://www.sozcu.com.tr/2019/yazarlar/yilmaz-ozdil/canli-yayini-kim-yonetsin-,5115610/> (Erişim Tarihi: 16.07.2019).

URL2:<https://www.star.com.tr/yazar/nedir-bu-fake-news-meselesi-yazi-1355207/> (Erişim Tarihi: 16.07.2019).

URL-3: <https://www.sozcu.com.tr/hayatim/magazin-haberleri/sosyal-medya-halit-kivanci-oldurdu/> (Erişim Tarihi: 16.07.2019).

URL-4:<https://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/sosyal-medyada-sirketinizin-itibarinin-sifirlanmaması-icin-bunlari-yapın-41269118> (Erişim Tarihi: 16.07.2019).

URL-5: <https://www.haberturk.com/turkiyedeki-yalan-haberleri-tespit-edecek-2499271-teknoloji> (Erişim Tarihi: 16.07.2019).

URL-6: <https://www.sabah.com.tr/galeri/teknoloji/yalan-haberler-sosyal-medya-da-daha-cabuk-yayiliyor> (Erişim Tarihi: 16.07.2019).

URL-7: <https://digitalage.com.tr/sosyal-medyada-en-fazla-zaman-geciren-ulkeler/> (Erişim Tarihi: 16.07.2019).

URL-8: <https://www.bloomberght.com/facebook-a-5-milyar-dolar-ceza-2228460> (Erişim Tarihi: 16.07.2019).