

ISOPHOS

Yıl/Year: 2022

Cilt/Vol: 5

Sayı/Num: 9

Güz/Autumn

ISophos: Uluslararası Bilişim, Teknoloji ve Felsefe Dergisi

ISophos: International Journal of Information,
Technology and Philosophy

ISSN: 2651-463X

ISophos: Uluslararası Bilişim, Teknoloji ve Felsefe Dergisi
ISophos: International Journal of Information, Technology and Philosophy

Derginin Sahibi/Owner

Kedidedi Yayıncılık Bilişim Danışmanlık Hizmetleri

Baş Editör / Editor in Chief

Şevki IŞIKLI / Marmara University -Türkiye

Editör Yardımcıları / Assistant Editor

Alaattin ASLAN / Marmara University -Türkiye

Sertaç DALGALIDERE / Trakya University -Türkiye

ISophos Yayın Kurulu / Editorial Board

Şevki IŞIKLI / Marmara University -Türkiye

Özhan TINGÖY / Marmara University -Türkiye

Haldun NARMANLIOĞLU /Marmara University -Türkiye

Sertaç DALGALIDERE / Trakya University - Türkiye

Aysel DEMİR / Kırıkkale University - Türkiye

Sekreteryaya / Sekreteriat

Mert KÜÇÜKVARDAR / Marmara University - Türkiye

Satı Önder UFUK

Tashih / Redactuer

Duygu Küçüköz AYDEMİR

Web Sayfası Yöneticisi

Satı Önder UFUK

Kapak ve İç Tasarım

Abdulkadir Büyükbingöl / Gelişim University - Türkiye

İletişim Adresi

Kedidedi Yayıncılık Atatürk Mah. Sedef Sok. No:32/B Lüleburgaz / Kırklareli
iletisim@isophos.org

Danışma Kurulu
Advisory Board

Şevki IŞIKLI
Marmara University/Türkiye

Özhan TINGÖY
Marmara University/Türkiye

Ahmet Zeki ÜNAL
Bursa Teknik University/Türkiye

Celal YEŞİLÇAYIR
Gümüşhane University/Türkiye

Aysel DEMİR
Kırıkkale University/Türkiye

Haldun NARMANLIOĞLU
Marmara University/Türkiye

Sertaç DALGALIDERE
Trakya University/Türkiye

Vedat ÇAKIR
Selçuk University/Türkiye

Ebru DEMİR
Milli Eğitim Bakanlığı/Türkiye

İmran DEMİR
Marmara University/Türkiye

Sırrı DÜĞER
Yalova University/Türkiye

Naci İSPİR
Atatürk University/Türkiye

Mustafa Sami MENCET
Akdeniz University/Türkiye

Mevlüt ALBAYRAK
Süleyman Demirel University/Türkiye

Uluslararası Danışma Kurulu
International Advisory Board

Lala JABBAROVA
Baku State University/Azerbaijan

Walter PFANNKUCHE
Kassel University/Germany

Yusuf YURDİGÜL
Kyrgyz-Turkish Manas University/Kyrgyzstan

Recai AYDIN
Uluslararası Saraybosna University

Nikos PANAYOTOPOULOS
National and Kapodistrian University of Athens / Greece

Kamala PANAHOVA
Baku State University / Azerbaijan

Nazakat KARIMOVA
Baku State University / Azerbaijan

Kamala GAHRAMANOVA
Baku State University / Azerbaijan

Vafa ISGANDAROVA
Baku State University / Azerbaijan

Almaz NASIBOVA
Baku State University / Azerbaijan

İÇİNDEKİLER

Suni Gündem Oluşturma Yöntemi: Astrourfing

Sadullah Mücahid BAĞ & Selami ÖZSOY..... 1-8

Toplumsal Cinsiyet Kalıp Yargıları ile Mücadelede Maceracı Kadın Motosiklet Sürücülerinin Rolü

Özlem IŞIKLAR & Özlem DUĞAN 9-32

Dijital Etik ve Eğitim Zorlukları

Aysun DOĞUTAŞ33-42

Neoliberalizm Çerçevesinde Eşitsizlik

Aysel DEMİR & Murat KOÇ43-52

Yüzeyden Yansıyan Lazer Işınlarnın Görüntü İşleme Teknikleri Kullanılarak Tespit Edilmesi

Merve TASALI53-65

EDİTÖRÜN NOTU

ISophos Dergisinin 9. sayısında, dijital dünyamızın karmaşıklıklarını daha net görmeyi sağlayacak, dijital çağın acil konularıyla ilgilenme fırsatı sunan makaleler yer almaktadır.

Sadullah Mücahid BAĞ ve **Selami ÖZSOY**, «Suni Gündem Oluşturma Yöntemi: Astroturfing» adlı araştırmalarında, belirli bir gündem veya ürün için geniş çapta kökten destek izlenimi yaratmak için kullanılan, aldatıcı bir taktik olan astroturfing'in karanlık yanlarını ortaya çıkarmaktadır. Astroturfing'in farklı formlarını ve sonuçlarını keşfederek, bu zararlı uygulamanın tanımlanmasının önemini vurgulamaktadır. Makale, literatürde önerilen açıklamalar, medya okuryazarlığı eğitimi, çevrimiçi platform politikaları ve yasal çözümler gibi potansiyel çözümleri keşfetmemizi sağlamaktadır.

Özlem İŞIKLAR ve **Özlem DUĞAN**, «Toplumsal Cinsiyet Kalıp Yargıları ile Mücadelede Maceracı Kadın Motosiklet Sürücülerinin Rolü» adlı araştırmasında, geleneksel cinsiyet stereotipleri ile mücadele eden maceracı kadın motosiklet sürücülerinin dünyasını analiz etmektedir. Etkileyici videoları ve yazılı içerikleriyle bu sürücüler, maceracı yolculukların sadece erkekler için geçerli olmadığını gösteren bu çalışma, YouTube gibi platformlarda aldıkları yorumları ve geri bildirimleri analiz ederek, bu kişilerin cinsiyet stereotipleriyle mücadelede oynadıkları kritik rolü ortaya çıkarmaya çalışmaktadır. Bu dikkat çekici kadınların sağladığı güç, kararlılık ve ilhamı kutlamak için makaleyi yakından inceleyebilirsiniz.

Aysun DOĞUTAŞ, «Dijital Etik ve Eğitim Zorlukları» başlıklı makalesinde, dijital etik konusunu ve eğitim üzerindeki etkisini ele alıyor. Dijital teknolojiler toplumumuzu şekillendikçe, karşılaştığımız etik zorlukları doğru bir şekilde yönetmek önemlidir. Dijital medya etiği, gizlilik endişeleri, bilgi yükü, internet bağımlılığı ve dijital uçurum gibi konular detaylı bir şekilde tartışılmaktadır. Makalede, dijital eğitimin teknik yetkinlikten daha fazlasına odaklanarak, katılım ve etik düşünceleri ele aldığına dair içgörüler sunulmakta; çocuk koruması, gözetim ve dijital gençlerin günlük etik zorluklarına dair tartışmalara ışık tutulmaktadır.

Aysel DEMİR ve **Murat Koç**, «Neo-Liberalizm Çerçevesinde Eşitsizlik» adlı makalelerinde, özgürlük ve eşitlik üzerinden adalet kavramını incelediler. Eşitlik ilkesi temelinde teorik, formal ve fırsat eşitsizlikleri eleştirilmiştir. Yazarlara göre eşitsizlik kaynakları, neoliberalizm ve küreselleşme sorununa yol açmaktadır. Makalede, yolsuzluk, yoksulluk, şiddet-terör eylemleri ve kültürel kimlik eşitsizliği gibi sorunlar da vurgulanmıştır. Araştırmada, özellikle fırsat eşitliği bağlamında gelir ve mülkiyet eşitliği sağlanmadıkça, özgürlük ve adalet kavramlarının anlam kazanamayacağı sonucuna varılmıştır. Araştırma kapsamında, eşitsizliği ortadan kaldırmaya yönelik çözüm önerileri sunulmuştur.

Merve TASALI, «Yüzeyden Yansıyan Lazer Işıklarının Görüntü İşleme Teknikleri Kullanılarak Tespit Edilmesi» başlıklı araştırmalarında, görüntü işleme tekniklerinin fotoğraf endüstrisi, robotik uygulamalar, savunma sanayii ve tıp gibi birçok sektörde kullanıldığı belirtilmiştir. Makine öğrenimi ve yapay sinir ağları gibi alanlarla birleşen görüntü işleme tekniklerinin, yüz tanıma algoritmaları ve otonom araçlar gibi uygulamaları desteklediği vurgulanmıştır. Makalenin kapsamında, lazer ışıklarının hedeften yansımalarıyla ilgili çeşitli yöntemler denenmiş ve en uygun tespit yöntemleri belirlenmiştir.

ISophos Dergisi, süregelen dijital konulardaki tartışmaya katkıda bulunuyor ve daha şeffaf, kapsayıcı ve etik açıdan sağlam bir dijital toplumun şekillenmesinde aktif rol oynuyor. Bu sayının zengin ve düşündürücü içerikleriyle etkileşime girerek dijital manzaranın karmaşıklıklarını keşfetmek ve daha bilinçli ve sorumlu bir gelecek inşa etmek için bize katılabilirsiniz.


ISophos, hayata bilimsellik, bilime hayat katar. İyi okumalar.

Doç. Dr. Şevki İŞIKLI


Suni Gündem Oluşturma Yöntemi: Astroturfing

Sadullah Mücahid BAĞ* & Selami ÖZSOY**

*Bolu Abant İzzet Baysal
Üniversitesi,
İletişim Fakültesi,
Gazetecilik Bölümü
sadullahbag@gmail.com

 <https://orcid.org/0000-0002-0463-0822>

**Bolu Abant İzzet Baysal
Üniversitesi,
İletişim Fakültesi,
Gazetecilik Bölümü
ozsoys@ibu.edu.tr

 <https://orcid.org/0000-0002-8776-8922>

Anahtar Sözcükler
Astroturfing, Gündem
Oluşturma, Suni Gündem,
Taban, Dezenformasyon.

Key Words
Astroturfing, Agenda
Setting, Artificial Agenda,
Grassroots, Disinformation.

Atıf/Citation
Bağ, S.M, Özsoy S. (2022).
Suni Gündem Oluşturma
Yöntemi: Astroturfing
ISophos: Uluslararası Bilişim,
Teknoloji ve Felsefe
Dergisi, Cilt 5, Sayı 9, ss:
1-8.

Özet

Astroturfing, belirli bir gündem veya ürünü yaygın bir taban desteği izlenimi oluşturmak için kullanılan aldatıcı bir yöntemdir. Belirli bir mesajı yaymak için sahte çevrim içi kimliklerin, paralı etkileyicilerin veya taklitçilerin kullanılmasını ve bireylerin manipüle edilmesini içerir. Astroturfing genellikle kamuoyunu manipüle etmek ve kuruluşların veya bireylerin çıkarlarını desteklemek için kullanılır ve siyaset, iş dünyası ve sosyal medya dahil olmak üzere çeşitli bağlamlarda ortaya çıkabilir. Dezenformasyon yayabildiği, tüketici davranışlarını manipüle edebildiği ve demokratik kurumlara ve piyasaya olan güveni sarsabildiği için astroturfing'in olumsuz etkileri önemli arz etmektedir. Bu çalışmanın amacı, astroturfing ve sonuçlarına ilişkin kapsamlı bir genel bakış sağlamak ve bunun alabileceği çeşitli biçimleri ve tespit edilip karşı konulabileceği yolları anlamaya odaklanmaktır. Çalışma, astroturfing ile ilgili literatür taraması kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Literatür taraması, astroturfing'in belirli bir gündem ya da ürün için tabanda yaygın bir destek olduğuna dair yanlış bir izlenim oluşturmayı içeren kötü niyetli ve aldatıcı bir yöntem olduğunu ortaya koymuştur. Siyaset, iş dünyası ve sosyal medya da dahil olmak üzere çeşitli bağlamlarda ortaya çıkabilir ve sahte çevrimiçi kimlikler, ücretli influencer'lar veya belirli bir mesajı yaymak için mevcut hesapların manipülasyonu şeklinde görülebilir. Astroturfing'in olumsuz etkileri oldukça geniş kapsamlıdır. Demokratik kurumlara ve ilgili pazara olan güveni sarsabilir. Çalışma, olumsuz etkilerini azaltmak için astroturfing'i tanımlamanın ve ele almanın önemli olduğu sonucuna varmıştır. Literatürde astroturfing ile mücadele için medya okuryazarlığı eğitimi, çevrimiçi platform politikaları ve yasal yollar da dahil olmak üzere çeşitli potansiyel çözümler ortaya çıkmıştır. Astroturfing'i ortaya çıkarmak ve bununla mücadele etmek için harekete geçerek, siyaset ve iş dünyası da dahil olmak üzere çeşitli bağlamlarda şeffaflığı, dürüstlüğü ve güveni teşvik etmek mümkündür. Bu çalışma, astroturfing konusunun daha iyi anlaşılmasına ve bu konuda harekete geçmenin önemine katkıda bulunmaktadır.

Artificial Agenda Setting Method: Astroturfing

Abstract

Astroturfing is a deceptive tactic used to create the impression of widespread grassroots support for a particular agenda or product. It involves the use of fake online identities, paid influencers or shills, and the manipulation of existing accounts to spread a particular message. Astroturfing is often used to manipulate public opinion and advance the interests of organizations or individuals, and can occur in various contexts including politics, business, and social media. The negative effects of astroturfing can be significant, as it can spread disinformation, manipulate consumer behavior, and undermine trust in democratic institutions and the marketplace. The purpose of this study is to provide a comprehensive overview of astroturfing and its consequences, with a focus on understanding the various forms it can take and the ways in which it can be detected and counteracted. The study was conducted using a review of the literature on astroturfing. The literature review revealed that astroturfing is a malicious and deceptive tactic that involves the creation of a false impression of widespread grassroots support for a particular agenda or product. It can occur in various contexts including politics, business, and social media, and can take the form of fake online identities, paid influencers or shills, and the manipulation of existing accounts to spread a particular message. The negative effects of astroturfing are wide-ranging and significant, and it can undermine trust in democratic institutions and the marketplace. The study concluded that it is important to identify and address astroturfing in order to mitigate its negative effects. There are several potential solutions for combating astroturfing that have been identified in the literature, including disclosure requirements, media literacy education, online platform policies, and legal remedies. By taking action to expose and combat astroturfing, it is possible to promote transparency, honesty, and trust in various contexts, including politics and business. This study contributes to a greater understanding of the issue of astroturfing and the importance of taking action to address it.

1. Giriş

Sosyal medyanın kullanıcılara sağladığı katılımcı olma ve içerik üretme imkânları, herkesin belli bir ölçüde etkiye sahip olabildiği kadarıyla gündem oluşturmaya da yardımcı olmaktadır. Bu çalışmanın amacı; kişilerin, grupların veya kurumların, Twitter gibi herkesin katılımcı olabildiği bir ortamda bir suni gündem oluşturma yöntemi olarak astroturfing'i nasıl kullandığını ve gündem oluşturmada ne kadar etkili olduğuna dair tespitlerde bulunmaktır. Twitter, yapısı gereği belli gündemleri tek bir etiket altında toplayarak etiketi tweetlerinde kullanan kullanıcıların, ortak bir söylemin parçası olmalarına imkân sağlamaktadır. Bu durum beraberinde suni olarak başlatılmış gündemlerin ortaya çıkmasına ve hem siyasi hem de ekonomik sebeplerle insanların konuştukları konuların yönlendirilebilir olmasına sebep olmaktadır. Bu yüzden bu konu, astroturfing faaliyetlerinin tespiti, gündem belirlemedeki rolü ve etkisini ölçmek adına önem arz etmektedir. Bu sayede, suni olarak oluşturulan gündemlerin nasıl ortaya çıktığı ve geliştiğini anlamak; ne tür konuların kısa sürede gündeme girerek Twitter ortamında çok konuşulan bir meseleye dönüştüğünü görmek daha kolay hale gelecektir.

Günümüzde Twitter kullanıcı sayısının artması ve dijital medya okuryazarlığı gibi bilinçlendirme faaliyetlerinin zayıf olması, manipülasyona açık ve dezenformasyona maruz kalan bir kitlenin oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Bu sorunun ışığında suni gündem oluşturma yöntemi olarak astroturfing faaliyetlerinin belli bir ideolojiye, bir şirketin çıkarlarına ya da bir grup insanın menfaatine hizmet edip etmediğinin anlaşılması için öncelikle nasıl anlaşılacağına bilinmesi önemlidir. Astroturfing faaliyetlerinin etkisinin kitleleri yönlendirerek belirlenen gündem hakkında etiket kullanarak tweet paylaşımına teşvikinin başarılı olup olmamasıyla anlaşılması muhtemeldir. Astroturfing faaliyetlerinin sebep olacağı manipülasyon ve dezenformasyonun zararları, yanlış bilginin hızla yayılması

ve gündemde olmasının daha önemli olduğu konuların gölgelenmesi gibi sonuçlarla karşımıza çıkmaktadır. Suni bir gündemin oluşumunda hangi sebeplerin olduğu ve bu faaliyetlerin neye hizmet ettiğinin sorgulanması, olası tehditleri de önemli ölçüde azaltmaya yardımcı olacaktır.

2. Kavramsal Çerçeve

Texas Senatörü Lloyd Bentsen, organize edilmiş bir halkla ilişkiler kampanyasını tanımlamak için “astroturfing” terimini 1986’da ortaya atmıştır. Kurum, ürün ticaretini düzenlemeyi amaçlayan yeni bir politika önerisiyle ilgili endişelerini dile getiren vatandaşlardan alışılmadık derecede yüksek sayıda mektup almıştır. Ancak halkın farklı kesimlerinden geldiği düşünülen mektupların aslında o ürün endüstrisinin çalışanlarından geldiği ortaya çıkmıştır. Senatör, “taban ve AstroTurf arasındaki farkı görebildiğini” söyleyerek seçmenlerine güven vermeye çalışmıştır (Walker, 2014, s. 33). Senatör Bentsen, yapay çim markası olan AstroTurf’e atıfta bulunarak, bu sahte taban hareketini astroturfing hareketi olarak nitelendirmiştir. Astroturfing, şirket çıkarları için anonim olarak organize edilmektedir ve vatandaşların örgütlenmesiyle kendiliğinden çıkıyormuş gibi görünen bir iletişim kampanyasını tanımlamak için kullanılmaktadır.

Astroturfing, İngilizce bir kavram olduğu için sözlük anlamını inceleyebilmek adına Cambridge, Oxford ve Dictionary.com sözlüklerindeki anlamlarını karşılaştırmak faydalı olacaktır. Cambridge Dictionary’ye göre AstroTurf, “özellikle spor sahaları için kullanılan bir tür suni çim yüzey için bir marka adı” olarak tanımlanmıştır. Oxford Learner’s Dictionaries’e göre ise aynı kavram, “üzerinde spor yapmak için çime benzeyen yapay bir yüzey” olarak tanımlanmıştır.

AstroTurf kavramı, bu çalışmanın da konusu olan “Astroturfing” fiiline dönüştükten sonra farklı bir anlam kazanmıştır. Cambridge Dictionary’nin tanımına göre Astroturfing, “bir şirketin, ürünleri veya hizmetleri hakkında olumlu yorumlar oluşturması veya bunların yayınlanması için ödeme yapması ve bu yorumların halkın tabanından geliyormuş gibi gösterilmesi” olarak tanımlanırken Dictionary.com’da ise “kamuoyunu şekillendirmede çıkarı olan kişi veya kuruluşlar tarafından üstlenilen bir ürün, amaç vb. için taban desteğini simüle etme yöntemi ve aldatıcı taktiği” olarak tanımlanmıştır.

Astroturfing, öncelikle kamuoyunu etkilemeye odaklanan ve genellikle şirketler ve devlet kurumları tarafından fikir oluşturmak için finanse edilen sahte kullanıcı tabanının kullanılmasıdır. Astroturfing, internet siteleri ve sosyal medya ortamında bireylerin birtakım farklı kullanıcı adları aracılığıyla ürün incelemeleri veya siyasi yorumlar yayınlamalarıyla ortaya çıkmaktadır ve amaçlanan aldatma ve yanıltma eylemi ciddi bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir “astroturfer”, çok sayıda insanın aynı fikirde olduğunu göstermek amacıyla harekete geçmektedir. Genellikle ticari veya siyasi faydalar için, genellikle ücretli yazarlar veya ideolojik olarak motive olmuş kullanıcılar tarafından yapılmaktadır. Söz konusu taban gruplar genel bir ifadeyle taban grupları “katılımcıların kendi çalışma durumlarıyla ilgili olmayan koşulları etkilemeye çalıştıkları ve birincil kaynağı katılımcıların faaliyeti olan yerel siyasi örgütler” olarak tanımlanmaktadır (Gundelach, 1979, s. 187).

Astroturfing, “siyasi bir kazanç amacıyla, aslında var olmayan bir gündemle toplumun tabanından çıkan bir topluluk örgütü algısı oluşturmak için medya içeriklerinin manipülatif kullanımı” olarak tanımlanmıştır (McNutt ve Boland, 2007, s. 169). Belirli bir konu hakkında bilgi edinmek veya çeşitli görüşleri görmek isteyen kullanıcılar, referans olarak sıkça internete başvururlar. Özellikle haber siteleri, bloglar ve forumlarda insanların yorumlarını paylaşabilecekleri imkânlar mevcuttur. İnternet kaynakları aracılığıyla sağlanan bilgi hacmi hızla artmakta ve bilgisayar konusunda bilgisi olan çoğu kişi interneti güvenilir bir bilgi kaynağı olarak görmektedir. Gelişmiş arama motorları aracılığıyla işleri kolay hale gelen internet kullanıcıları, popüler konularla ilgili geniş bir yelpazeye ulaşabilmektedirler.

Bir sosyal psikoloji perspektifine göre bireyin belirli bir konudaki inançları genellikle başkalarının inançlarından etkilenir (Kelman, 1958, aktaran: Zhang vd., 2013). Bu nedenle internet kullanıcılarının fikirlerinin, diğer internet kullanıcıları tarafından sağlanan bilgi ve görüşlerden etkilenmesi muhtemeldir. Ek olarak bazı internet kullanıcıları, kuruluşlar ve kamu yetkilileri tarafından yayınlanan bilgilerin doğruluğundan şüphe duymaktadır. Sonuç olarak birçok kullanıcı sosyal ağlar, bloglar ve daha özgün olduğuna inandıkları diğer etkileşimli çevrim içi iletişim biçimleri gibi alternatif bilgi kaynaklarına yönelmişlerdir (Quandt, 2012). Twitter ve Facebook gibi sosyal medya platformları, sıradan vatandaşların siyasi tartışmaları, haber paylaşımları ve toplu eylem düzenlemeleri için önemli mekanlar haline gelmiştir (Bennett ve Segerberg, 2013, s. 742). Sosyal medya aynı zamanda haber akışını belirleme potansiyeline de sahiptir (Neuman vd., 2014), çünkü gazeteciler sosyal medyada konuşulanlara çok dikkat etmektedirler (Lukito vd., 2018, s. 3). Kamuoyu oluşturma sürecinde kanaat önderlerinin ve sıradan vatandaşların artan rolleri, yeni aktörlerin toplumu ilgilendiren söylemlerini kendi lehlerine çevirmelerine olanak sağlamaktadır (Bode vd., 2015, s. 159). “Sosyal bir hareket, şikayetleri ve istekleri olan insanlar bir araya geldiğinde, ortak bir gündem üzerinde anlaştığında ve siyasi eylem için örgütlendiğinde büyür” (Howard, 2006, s. 86). Kamuoyunun organik bir yansıması gibi görünse de aslında belli bir merkezden koordine edilir ve organize edilir. Bu nedenle gerçek çim tabanı taklit etme amaçlı, aynı adı taşıyan “AstroTurf” yani suni çime benzetme yapılır. Gerçek olan toplum tabanını temsil ediyormuş görünümü verilen suni bir taban oluşturulduğunda bu, “astroturfing” faaliyeti olarak adlandırılabilir.

Sosyal medya platformlarının ortaya çıkmasından önce dijital teknolojiler, lobiciler ve danışmanlar tarafından politik amaçları sürdürmek amacıyla astroturfing kampanyaları için kullanılmıştır (Howard, 2006). Sosyal medyada astroturfing; hesapların, paralı hizmetlerle veya bot hesaplar yardımıyla desteklenerek birçok şekilde ortaya çıkabilir. Bu nedenle astroturfing, bir tür dezenformasyon olarak sınıflandırılabilir.

Dezenformasyon ve bir mesajın amacını belirlemedeki zorluklar nedeniyle bu konudaki araştırmaların çoğu kolaylıkla tanımlanabilen otomatik hesaplara veya botlara odaklanmıştır. Bu konudaki çalışmalar, doğrulama olarak insan kodlamasıyla birlikte belirli bir makine öğrenimi algoritmasının, botları doğru şekilde tespit ettiğini ortaya çıkarmıştır (Stukal vd., 2017; Varol vd., 2017).

Koordineli mesajların gönderilmesi, belirli bilgileri bir hedef kitleye iletmek isteyen bir grup insandan oluşan bir çeşit kampanyayı içermektedir. Bir veya birkaç kullanıcı tarafından başlatılan ve diğer kullanıcıları hareketin önemine ve değerine ikna ederek organik olarak genişleyen bir hareket olarak tanımladığımız gerçek hareketler için de geçerlidir. Astroturfing kampanyaları, katılımcılara ve destekçilere ya da ilgili gruplara talimat veren bir yönetici tarafından başlatılmaktadır. Başlatılan hareketi gerçek ve organik bir hareket gibi göstermek için kamufle etmek amacıyla farklı yöntemlere başvurulmaktadır.

Dijital astroturfing, özerk bireylerin tabandan yukarıya dikey iletişim faaliyetlerini taklit eden, siyasi aktörler tarafından başlatılan, internet üzerinde üretilmiş, aldatıcı ve stratejik bir dikey faaliyet biçimidir. Bunun yanında farklı şekilde tanımlanacak olursa; belirli bir gündeme yönlendirme niyetiyle internette özerk bireyler gibi davranan sahte hesaplar tarafından aldatıcı görüşlerin yayılması olarak da açıklanabilmektedir.

Siyasi güç yapılarının aksine, taban örgütleri veya hareketleri genellikle yerel düzeyde faaliyet gösterir ve genellikle belirli bir amacı desteklemek için zaman ve kaynaklarını harcayan topluluk gönüllüleri tarafından beslenmektedir. Bu nedenle birincil hedefleri, toplum için iyi gördükleri sosyal ve/veya politik nitelikteki yerel bir davayı desteklemek için kolektif çabalardan yukarı doğru yol almaktır; prosedürleri genellikle toplantılara ev sahipliği yapmak, afişler asmak, web siteleri kurmak, sokaktaki insanlarla konuşmak, dilekçeler için imza toplamak, siyasi kampanyaları desteklemek için küçük bağışçılardan para toplamak ve buna benzer faaliyetleri içermektedir (Cho vd., 2011).

3. Literatürde Astrosurfing

Astroturfing, siyasi amaçlarla sınırlı değildir ve çok farklı biçimler alabilir. Twitter’da sahte takipçi satın almak, Tripadvisor’da sahte kimliklerle olumlu yorumlar yazmak, vatandaşlara sokakta gösteri yapmaları için para vermek, yanıltıcı isimlerle ön gruplar oluşturmak ve buna benzer birçok örnekle liste uzayıp gitmektedir. Astroturfing çalışmaları farklı alanlarda incelenmiştir: Bilgisayar bilimleri, ekonomi, etik, politik iletişim, halkla ilişkiler, psikoloji ve sosyoloji (Ratkiewicz vd., 2011; Lyon ve Maxwell, 2004; Bowen, 2013; Lits, 2019; Sisson , 2017; Cho vd., 2011; Walker, 2014). Bu yüzden, astroturfing’in birçok tanımı mevcuttur. İki araştırmacı, astroturfing için politik veya ticari amaçlarla kullanıldığında karşılıklı gelebilecek kapsamlı bir tanım önermeye çalışmıştır. Bir çalışmada bunun “bir organizasyon grubunun önceden belirlenmiş bir mesajı yayma girişimi, ancak bunu her mesajın özgün ve orijinal görünmesini sağlayacak şekilde yapma girişimi” olarak tanımlanmıştır (Berkman, 2008, s. 7). Diğer bir çalışmada ise bir kampanyayı veya bir hareketi astroturfing olarak nitelendirmek için iki kriter belirlendiğinden, daha sistematiktir. Bu tanıma göre “astroturfing, gerçek kaynağı gizli olan ve yurttaş inisiyatifinden çıkıyormuş gibi görünen bir iletişim stratejisidir” (Boulay, 2015, s. 61). İkinci tanım üzerine inşa edilen ve onu siyasi ortamlara uygulayan astroturfing faaliyetleri, siyasi amaçlar için vatandaş desteğinin simülasyonunu ifade etmektedir. Bu strateji yeni ve internetle ortaya çıkan bir şey değildir. Astroturfing, eski propaganda tekniklerini hatırlatmaktadır ve bu terim başlangıçta bahsi geçen Bentsen tarafından icat edilmeden çok önce ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte, 1960’lar astroturfing lobiciliğinin başladığı günleri göstermektedir. Bunun nedenlerinden biri, o dönemde ABD siyasi arenasında yurttaş gruplarının kendini göstermesidir. Bu direniş grupları, sivil haklar veya Vietnam Savaşı’na karşı protestolar gibi konularda sembolik çeşitli kazanımlarla ivme yakalamıştır. Bu örgütler genellikle kendiliğinden taban hareketleri olarak başlamıştır ve siyasi ortamda meşruiyet kazanmıştır. Bu hareketlerin başarıları, aynı şekilde bu saygıyı ve meşruiyeti kazanmak isteyen iş gruplarının dikkatini çekmiştir (Berry, 1992, s. 35–36). Bu durum önemli bir fırsat ortamı oluştururken aynı zamanda gün geçtikçe astroturfing faaliyetlerinin biçimlerini de geliştirmiştir.

Astroturfing ile ilgili ilk bilimsel çalışmalar, Stauber ve Rampton (2002) ile Beder’in (1998) ivmesiyle tam anlamıyla ortaya çıkmaya başlamıştır. Halkla ilişkiler alanında çalışmalar yürüten şirketler için önemli bir fırsat haline gelmiştir. Bunlar arasında, ön grupların oluşturulması ve uzman grupları tarafından yazılan bilimsel raporların yayınlanması, kamu politikası sonuçlarını etkilemek için oluşturulan yanıltıcı ve yönlendirici stratejilere örnek gösterilebilir.

McNutt ve Boland (2007), çevre sorunlarının daha çok astroturfer’lar tarafından hedef alındığını gözlemledi. Bu varsayım, akademik bir çalışmayla desteklenmektedir (Cho vd., 2010). Çalışma; küresel ısınma konusunda bir deneye dayanan bulguları, “astroturf organizasyonlarının, mesajlarına maruz kalan insanların zihinlerinde aranan belirsizliği oluşturmada etkili olduğunu” öne sürmektedir. Aynı doğrultuda farklı bir çalışmaya göre, kömür endüstrisinin çıkarlarını savunmak için ABD’de astroturfing kampanyalarının nasıl bir gelişime etkisi olduğu gösterilmiştir (Bsumek vd., 2014).

Şimdiye kadar çoğu araştırma Amerika Birleşik Devletleri’nde gerçekleştirilmiş olsa da diğer ülkelerden bilim insanları da son yıllarda artan astroturfing faaliyetlerinden dolayı çalışmalarında bu konulara yer vermişlerdir. Örneğin bir çalışma, kampanyanın yapısını bozarken popülizm ve astroturfing arasındaki bağlantıyı analiz edilmiştir (Wear, 2014). 2011’de Avustralya’da gerçekleşen güvensizlik konvoyu bir örnek olarak gösterilebilir. Bu kampanyanın arkasındaki fikir, bir kamyon konvoyu ile sembolize edilen bir vatandaş hareketi oluşturmaktır. Avustralya hükümetinin karbon emisyonları konusundaki tutumuna karşı çıkmak için yapılmıştır. Miting aslında Ulusal Karayolu Taşımacılığı Birliği tarafından organize edilmiştir ancak kendisini gerçek bir vatandaş hareketi olarak sunmuştur. Avrupa’da bir araştırmacı sosyolojik bir perspektiften yaklaşılarak Avrupa siyasi yapılarının

evriminin ve Avrupa kurumlarının vatandaşlarının güvenini yeniden kazanma ihtiyacının, işletmeleri kurumsal meşruiyet ihtiyacını beslemek için gruplar aracılığıyla astroturfing eylemlerinde bulunmaya yönelttiğini bulmuştur (Laurens, 2015). Avrupa’da astroturfing gruplarının varlığı, petrol ve gaz endüstrisinin Avrupa Parlamentosu’nun raporlarını etkilemek için astroturfing kampanyasını nasıl başlattığını gösteren bulgular da aynı çalışmalarda incelenmiştir.

Astroturfing’in arkasındaki mantık, özel aktörlerin mesajlarını daha güvenilir bir şekilde iletmek için alternatif bir yol bulmalarıyla ilgilidir. Amaç, siyasi tartışmalarda sivil tabanın sesini yakalamaktır. Bu bağlamda, örneğin bir ön grup oluşturmak, “işletmelerin politika yapıcıları etkilemesi veya zengin bağışçıların siyasi kampanyaları yönlendirmesi için imkânlar oluşturur” (Drinkard, 1997: 10). Bu strateji, politikacıları ve vatandaşları aldatmaya dayandığından, kamu politikası sürecinin demokratik yönü hakkında endişeler uyandırmaktadır (Fitzpatrick ve Palenchar, 2006). Bu endişeler, astroturfing faaliyetlerinin, halkla ilişkiler danışmanlarının halkın katılımını üretmesinin ne kadar kolay hale geldiğini göstermektedir. Sosyolog Walker’ın (2014) “kiralık taban” olarak nitelendirdiği ayrı bir endüstri olarak geliştirilen bu faaliyetler önemli inceleme konuları haline gelmiştir.

Astroturfing hakkında çalışma yapan bilim insanları, mevcut sorunları kabul etmektedir ancak çok azı çözüm önermektedir. Aslında, Boulay’e (2015) göre astroturfing faaliyetleri, akademik araştırmacılardan ziyade araştırmaları sırasında gazeteciler tarafından sıklıkla kınanmaktadır. Organize edilmiş bir propagandaya ve sosyal ağlarda botların kullanımına odaklanan astroturfing tespiti konusunda yükselen bir akademik odak mevcuttur. Örneğin Ratkiewicz vd. (2011) bu alanda öncüydüler ve Twitter’da karalama kampanyaları ve astroturfing vakalarını tespit etmeye yardımcı olan Truthy adlı bir program tasarlamışlardı. Aynı doğrultuda, Oxford Üniversitesi’ndeki Computational Propaganda Project de yanlış bilgileri ileten ve kamuoyunu manipüle eden botları bulmak için mikroblog web sitesindeki algoritmaları ve otomasyonu analiz etmektedir.

Kamusal alan modelinde halkın dikkati, siyasi aktörler arasında hangi sosyal sorunların medya ve kamuoyunun ilgisini hak ettiğini anlamak için rekabete yol açan kısıtlı bir kaynaktır (Hilgartner ve Bosk, 1988). Kamusal müzakere burada, aktörlerin bir kamu politikası hakkında görüş alışverişinde bulunduğu ve siyasi aktörlerin müzakereyi etkilemek için söylemsel araçlar kullandığı kolektif bir süreç olarak anlaşılmaktadır. Bu tür faaliyetler bu nedenle ilgi gruplarının dikkatini çekmek ve bir tartışmanın odağını değiştirmek için stratejik bir eylem haline gelmektedir (Pan ve Kosicki, 2001). Bu manipülatif özellikleriyle astroturfing faaliyetleri, gündemde bir konuda herhangi bir içerik dolaşımında değilken bir anda gündemi o konuyla doldurup toplumun sesi imajıyla diğer insanları yönlendirmeyi amaçlamaktadır.

4. Sonuç

Astroturfing faaliyetleri; politika yapıcıları, medyayı veya kamuoyunu etkilemek için bir soruna karşı vatandaş desteği üretmeyi amaçlamaktadır. Sahte bir sivil toplum örgütü kurarak, insanlara sokaklarda gösteri yapmaları için para ödeyerek, kamuya açık oturlara gitmek için oyuncuları işe alarak, sahte isimlerle imzalanmış dilekçeler göndererek veya Twitter’da takipçi satın alarak yapılabilir. Astroturfing, stratejinin gerçek sponsorunun kimliğini gizli tutarak etik soruları da beraberinde getirmektedir. Özgün bir iletişime dayanması gereken demokratik toplumlarda politika oluşturma süreçlerinin işleyişini gerçek anlamda tehlikeye atabilmektedir. Bir taban hareketi gibi görünme girişimlerinde, özel çıkarlar yalnızca normatif iletişim ve siyaset bilimi teorilerini değil, aynı zamanda halkla ilişkiler ve halkla ilişkiler etik kurallarının çoğunu da ihlal etmektedir. Bu nedenle kritik bir amaç, mesajın içeriğinin olası doğruluğuna rağmen bunları ortaya çıkarmanın ve gerçek kökenlerine ve finansal bağlarına atfetmenin bir yolunu bulmaktır.

7. Kaynakça

- AstroTurf. In Cambridge. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/astroturf>
- Beder, S. (1998). Public Relations' Role in Manufacturing Artificial Grass Roots Coalitions. *Public Relations Quarterly*, 43.
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2011). THE LOGIC OF CONNECTIVE ACTION. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739–768. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2012.670661>
- Berkman, R. I. (2008). *The art of strategic listening: finding market intelligence through blogs and other social media*. Paramount Market Publishing.
- Berry, J. M. (1992). Citizen groups and the changing nature of interest group politics in America. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 528(1), 30–41.
- Bode, L., Hanna, A., Yang, J., & Shah, D. V. (2015). Candidate Networks, Citizen Clusters, and Political Expression. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 659(1), 149–165. <https://doi.org/10.1177/0002716214563923>
- Boulay, S. (2015). *Usurpation de l'identité citoyenne dans l'espace public: astroturfing et communication politique (Doktora Tezi)*.
- Bowen, S. A. (2013). Using Classic Social Media Cases to Distill Ethical Guidelines for Digital Engagement. *Journal of Mass Media Ethics*, 28(2), 119–133. <https://doi.org/10.1080/08900523.2013.793523>
- Bsumek, P. K., Schneider, J., Schwarze, S., & Peeples, J. (2014). Corporate Ventriloquism: Corporate Advocacy, the Coal Industry, and the Appropriation of Voice. *Voice and Environmental Communication*, 21–43. https://doi.org/10.1057/9781137433749_2
- Cho, C. H., Martens, M. L., Kim, H., & Rodrigue, M. (2010). Astroturfing Global Warming: It Isn't Always Greener on the Other Side of the Fence. *Journal of Business Ethics*, 104(4), 571–587. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0950-6>
- Drinkard, J. (1997). "Astroturf" lobbyists overshadow grassroots efforts. *The Detroit News*, 10–15.
- Fitzpatrick, K. R., & Palenchar, M. J. (2005). Disclosing Special Interests: Constitutional Restrictions on Front Groups. *Journal of Public Relations Research*, 18(3), 203–224. https://doi.org/10.1207/s1532754xjpr1803_1
- Gundelach, P. (2015). Grass Roots Organizations. *Acta Sociologica*, 22(2), 187–189. <https://doi.org/10.1177/000169937902200206>
- Hilgartner, S., & Bosk, C. L. (1987). The Rise and Fall of Social Problems: A Public Arenas Model. *American Journal of Sociology*, 94(1), 53–78. <https://doi.org/10.1086/228951>
- Howard, P. N., & others. (2005). *New media campaigns and the managed citizen*. Cambridge University Press.
- Laurens, S. (2015a). Astroturfs et ONG de consommateurs t'el'eguid'ees `a Bruxelles. Quand le business se cr'ee une l'egitimit'e guillemotleftpar en basguillemotright. *Critique internationale*, (2), 83–99.
- Laurens, S. (2015b). Astroturfs et ONG de consommateurs téléguidées à Bruxelles. Quand le business se crée une légitimité «par en bas». *Critique Internationale*, 67(2), 83–83. <https://doi.org/10.3917/cii.067.0083>
- Lits, B. (2019). Astroturf lobbying in the EU: The case of shale gas exploration. *Networking Knowledge: Journal of the MeCCSA Postgraduate Network*, 12(2), 3–18. <https://doi.org/10.3917/cii.067.0083>


org/10.31165/nk.2018.112.521

- Lyon, T. P., & Maxwell, J. W. (2004). Astroturf: Interest Group Lobbying and Corporate Strategy. *Journal of Economics & Management Strategy*, 13(4), 561–597. <https://doi.org/10.1111/j.1430-9134.2004.00023.x>
- McNutt, J., & Boland, K. (2007). Astroturf, technology and the future of community mobilization: Implications for nonprofit theory. *J. Soc. & Soc. Welfare*, 34, 165–165.
- Pan, Z., & Kosicki, G. M. (2001). Framing as a strategic action in public deliberation. In *Framing public life* (pp. 51–82). Routledge.
- Quandt, T. (2011). What's left of trust in a network society? An evolutionary model and critical discussion of trust and societal communication. *European Journal of Communication*, 27(1), 7–21. <https://doi.org/10.1177/02673231111434452>
- Ratkiewicz, J., Conover, M., Meiss, M., Gonçalves, B., Patil, S., Flammini, A., & Menczer, F. (2010). Truthy: Mapping the spread of astroturf in microblog streams. *Proceedings of the 20th international conference companion on World wide web - WWW '11*. <https://doi.org/10.1145/1963192.1963301>
- Russell Neuman, W., Guggenheim, L., Mo Jang, S., & Bae, S. Y. (2014). The Dynamics of Public Attention: Agenda-Setting Theory Meets Big Data. *Journal of Communication*, 64(2), 193–214. <https://doi.org/10.1111/jcom.12088>
- Sisson, D. C. (2016). Inauthentic communication, organization-public relationships, and trust: A content analysis of online astroturfing news coverage. *Public Relations Review*, 43(4), 788–795. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2017.05.003>
- Stauber, J., & Rampton, S. (2002). *Toxic Sludge is Good For You: Lies, Damn Lies and the Public Relations Industry* (1st ed.). Common Courage Press.
- Stukal, D., Sanovich, S., Bonneau, R., & Tucker, J. A. (2016). Detecting bots on Russian political Twitter. *Big data*, 5(4), 310–324.
- Varol, O., Ferrara, E., Menczer, F., & Flammini, A. (2016). Early detection of promoted campaigns on social media. *EPJ Data Science*, 6(1). <https://doi.org/10.1140/epjds/s13688-017-0111-y>
- Walker, E. T. (2014). *Grassroots for Hire: Public Affairs Consultants In American Democracy* (Business and Public Policy). Cambridge University Press.
- Wear, R. (2014). Astroturf and populism in Australia: The Convoy of No Confidence. *Australian Journal of Political Science*, 49(1), 54–67. <https://doi.org/10.1080/10361146.2013.864598>
- Zhang, J., Carpenter, D., & Ko, M. (2013). Online astroturfing: A theoretical perspective.


Toplumsal Cinsiyet Kalıp Yargıları ile Mücadelede Maceracı Kadın Motosiklet Sürücülerinin Rolü

Özlem IŞIKLAR* & Özlem DUĞAN**

*Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO
ozlem.isiklar@usak.edu.tr

 <https://orcid.org/0000-0001-9813-6210>

**Uşak Üniversitesi İletişim Fakültesi
ozlem.dugan@usak.edu.tr

 <https://orcid.org/0000-0001-9028-7989>

Anahtar Sözcükler
Toplumsal Cinsiyet, Kalıp Yargı, Kadın, Motosiklet.

Key Words
Gender, Stereotypes, Female, Motorcycle.

Atıf/Citation
Işıklar, Ö. (2022). Toplumsal Cinsiyet Kalıp Yargıları ile Mücadelede Maceracı Kadın Motosiklet Sürücülerinin Rolü ISophos: Uluslararası Bilişim, Teknoloji ve Felsefe Dergisi, Cilt 5, Sayı 9, ss: 10-32.

Özet

Seyahat günlüklerini ve yaşadıkları maceralı yolculuklarını video yayınlarken, blog yazıları yazarak ya da her iki yöntemi de kullanarak yayınlayan pek çok vlogger motosiklet sürücüsü bulunmaktadır. Vlogger, "Video-logger" kelimesinin kısaltılmış halidir. "Video-logger" ise, videolar oluşturan kişi manasına gelmektedir. Vlogger'lar; Blogger'lar ile aynı işi yapmalarına karşın yazmak yerine kamera kullanmayı tercih etmektedirler. İçerik üreticileri açısından Youtube popüler Vlog kanalları arasında yer almaktadır. Bu anlamda sadık takipçileri olan motosiklet sürücülerini yolculuk görüntülerini dünya çapında pek çok izleyici ile paylaşabilmektedirler. Macera turizminin sert turizm kısmı içinde yer alan motosiklet ile seyahat hem fiziksel hem de psikolojik olarak yoğun çaba gerektirmesi nedeniyle erkeklerin daha rahat yapabilecekleri bir tür olarak görülmektedir. Son yıllarda seyahat maceralarını paylaşan kadın motosiklet sürücülerini Youtube'da yüksek abonelik sayıları ve izlenme oranlarıyla bu aktivitenin erkeklere özgü bir iş olmadığını ortaya koymaktadırlar. Bu çalışmada; motosikletleriyle maceralı yolculuklara çıkan maceraperest kadın motosiklet sürücülerinin Youtube'da ürettikleri içerikler ve bu içeriklere yapılan yorumlar incelenerek söz konusu sürücülerin toplumsal cinsiyet kalıp yargıları ile mücadelede üstlendikleri roller üzerine nitel analiz yöntemlerinden netnografya tekniğiyle bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamında Itchy Boots ve On Her Bike kanallarından yayınladıkları dönemlerde aldıkları yorum sayıları göz önünde bulundurularak birer adet video seçilmiştir. Yorumlar incelendiğinde her iki Youtube kanalını takip edenlerin; güç, dayanıklılık, azim ve cesaretine övgü yapanlar ve saygı ve hayranlık duyanlar-ilham kaynağı olarak görenler olmak üzere iki grupta incelenebileceği anlaşılmıştır. Yapılan çalışmada her iki sürücünün zorluklara meydan okumalarına yönelik takdir ve hayranlık içeren yorumların ağırlıkta olduğu görülmüştür. Yorumlar arasında; cesaret, azim, kararlılık, kadın gücü, ilham kaynağı olma kelimeleri ön plana çıkmıştır. Kadın motosiklet sürücülerinin yayınladıkları görsel ve yazılı içeriklerle toplumsal cinsiyet kalıp yargıları ile mücadelede önemli bir yol kat ettikleri ifade edilebilir.

Abstract

The Role of Adventure Female Motorcycle Drivers in Fighting Gender Stereotypes

There are many vlogger motorcycle riders who post their travel diaries and their adventurous journeys by posting videos, writing blog posts or using both methods. Vlogger is short for "Video-logger". "Video-logger" means the person who creates videos. Vloggers, although they do the same job as bloggers, prefer to use cameras instead of writing. In terms of content producers, Youtube is among the popular Vlog channels. In this sense, motorcycle riders who are loyal followers can share their journey images with many viewers around the world. Traveling by motorcycle is considered a part of adventure tourism is seen as a type that men can do more comfortably because it requires intense effort both physically and psychologically. Female motorcycle riders, who have shared their travel adventures through videos and written content in recent years, reveal that this activity is not a job specific to men, with high subscription numbers and viewing rates on Youtube. In this study; by examining the content produced on Youtube by adventurous female motorcycle drivers who go on adventurous journeys with their motorcycles and the comments made on these contents, the research was carried out with the method of netnography on the roles of these drivers in combating gender stereotypes. Within the scope of the study, some videos were selected from Itchy Boots and On Her Bike channels, taking into account the number of comments they received during their broadcasts. When the comments are analyzed, those who follow both YouTube channels; It is understood that it can be studied in two groups: those who praise their strength, endurance, determination and courage, and those who feel respect and admiration - those who see him as a source of inspiration. In the study it was seen that the comments containing appreciation and admiration for the challenges of both drivers were dominant. Among the comments; words of courage, perseverance, determination, female power, being a source of inspiration came to the fore. It can be stated that female motorcycle drivers have made significant progress in combating gender stereotypes through the visual and written content they publish.

1. Giriş

Bütün insanlar, insan davranışındaki genel benzerlikleri kısmen açıklayan kimi biyolojik özelliklerle doğarlar. Biyoloji -örneğin sağlığımız, dayanıklılığımız, vücut yapımız aracılığıyla- üstesinden gelinemeyecek sınırlamalar getirerek bizi bütünsel düzlemlerde de etkiler. Buna ek olarak biyolojik etkenler, kimi bireysel davranış tarzlarını da etkiler. Bir toplumun mensupları toplumsal öğrenme aracılığıyla kendi davranış ve algılama tarzlarını geliştirirler. Toplumsal öğrenme öncelikle, toplumsal grup ve ailenin resmi eğitim ve bilinçsiz modernleştirmelerle beceri, bilgi, değer, tutum ve davranışları gelecek kuşaklara aktarma süreci olan toplumsallaşma ile gerçekleşir. Toplumsallaşma kanalları, çocuk yetiştirme, toplumsal cinsiyet ve yaş rollerinin öğrenilmesi için geçiş ritlerini içermektedir (Bates, 2013, s. 78).

Türkçe karşılığı olarak 'kalıp yargı' kelimesi, stereotip (Alm. Stereotyp, İng. stereotypes) kavramı, Latince olan ve katılık anlamına gelen 'stereos' ile iz anlamına gelen 'tipos' kelimelerinin bir araya gelmesiyle meydana gelmiştir. Bu kelime ya da kavram baskı teknolojilerinden alınma olup günümüzde matbaacılıkta halen kullanılmakta olan bir sayfa veya paragraf için metalden hazırlanan dökümlere verilen bir tür kalıbın adıdır. Bu dökümden oluşan kap hazırlanıp bitirildikten sonra üzerinde yapmak istenilen düzeltme ve değişiklikler kabın tümü bozulmadan yapılamamaktadır (Işık, 2012, s. 163-165). Kalıp yargı/stereotip kavramını sosyal bilimler alanına ilk getiren kişi Lippmann (1922) olmuştur. Ancak bu terimin net bir tanımını belirtmemiştir. Lippmann'ın görüşü, çevremizle ilgili iki tür anlayışın olduğu yönündedir. Bu türlerden birincisi bir yapı aracılığıyla anlamak ve diğeri ise çerçevesiz anlamaktır. Stereotipleştirme, çerçeve olarak önemli bir rol oynamaktadır (Kanağara, 2006, s. 306-307).

Çalışmada, sert turizm öğelerinden biri olarak kabul edilen ve bir erkek işi olarak algılanan motosiklet sürüşü ile gerçekleştirilen maceraların, kadın motosiklet sürücülerine duyulan saygı, güven ve benimseme üzerindeki etkileri medya metinleri üzerinden anlaşılmaya çalışılmıştır. Bu çalışmada; motosikletleriyle maceralı yolculuklara çıkan maceraperest kadın motosiklet sürücülerinin Youtube’da ürettikleri içerikler ve bu içeriklere yapılan yorumlar incelenerek söz konusu sürücülerin toplumsal cinsiyet kalıp yargıları ile mücadelede üstlendikleri roller üzerine nitel analiz yöntemlerinden netnografya tekniğiyle bir araştırma gerçekleştirilmiştir.

2. Toplumsal Cinsiyet Kalıp Yargıları

İnsanlar insan davranışındaki genel benzerliklerin bazılarını açıklayan kimi biyolojik özellikleri paylaşırsa da aynı popülasyondaki bireyler arasındaki kimi davranış farklılıklarının da biyolojik nedenleri vardır (Bates, 2013, s. 55). “Kadın ve erkek insan türünün cinsiyetleridir” dediğimizde, her iki cinsiyeti birbirinden ayırma, onların bedenlerinin biyolojik nitelikleri temelinde olmaktadır. Biyolojik cinsiyet (sex) kavramı, kadın ve erkek bedenlerine ilişkin bu biyolojik nitelikleri işaret etmektedir (Epstein, 1988’den akt. Nazlı, 2016, s. 46). İnsanlarda cinsiyet isteğe bağlı olmaksızın, cinsiyet kromozomları ile belirlenir. Cinsiyet kromozomları erkekte (XY) ve kadında (XX) olarak birer çifttir. Y kromozomu erkekliği, X kromozomu da dişiliği saptayan genleri taşır. Döllenme sırasında erkek ve kadın dan (XX) kombinasyonu “dişi” bir canlı, (XY) kombinasyonu ise cinsiyetin “erkek” oluşunu sağlamaktadır (Özgül, 2012, s. 37).

Avrupa Konseyi, cinsiyet ve toplumsal cinsiyet arasındaki farkı şu şekilde özetlemektedir: “Cinsiyet, erkek ve dişilerin üreme organları, kromozomlar, hormonlar gibi farklı biyolojik ve fizyolojik özelliklerini ifade eder”. Toplumsal cinsiyet kavramı ise beş önemli unsuru içerir: İlişkisel, hiyerarşik, tarihsel, bağlamsal ve kurumsal (www.coe.int, 2022). Toplumsal cinsiyet, toplumsal olarak inşa edilmiş kadın, erkek, kız ve erkek çocukların özelliklerini ifade eder. Bu, kadın, erkek, kız veya erkek olmakla ilgili normları, davranışları ve rolleri ve ayrıca birbirleriyle olan ilişkileri içerir. Toplumsal bir yapı olarak toplumsal cinsiyet toplumdaki topluma değişir ve zamanla değişebilir. Cinsiyet hiyerarşiktir ve diğer sosyal ve ekonomik eşitsizliklerle kesişen eşitsizlikler üretir. Cinsiyete dayalı ayrımcılık, diğerleri arasında etnik köken, sosyoekonomik durum, engellilik, yaş, coğrafi konum, cinsiyet kimliği ve cinsel yönelim gibi diğer ayrımcılık faktörleriyle kesişir. Buna kesişimsellik denir (www.who.int, 2022).

Cinsiyet ve toplumsal cinsiyet yakından ilişkilidir ve aslında aralarında belirsiz bir sınır paylaşır. Biyolojik cinsiyet, erkek ve kadın cinsel organlarındaki farklılıklara dayanır. Cinsiyet, bir kişinin sosyolojik ve kültürel cinsel kimliğiyle ve aynı zamanda toplum tarafından nasıl görüldüğüyle ilgilidir. Öte yandan, bir kişinin genetik cinsiyeti, zaman zaman cinsiyet kimliğiyle uyuşmayabilir. Kendini transseksüel, ikili olmayan veya cinsiyete uygun olmayan olarak tanımlayan kişiler genellikle bu şekilde bilinir. DSÖ’nün cinsiyet tanımı, toplumsal olarak inşa edildiği ve kadın ve erkek arasındaki roller, normlar ve ilişkiler olarak tanımlandığı gerçeğini içerir. Farklı kültürlerdeki kadın ve erkeklerin tipik olarak farklı düzeylerde finansal ve karar alma sorumluluğunu üstlenmeleri beklenirken, her birinin çocuk yetiştirme ve aileyi desteklemeye ayırdığı zaman farklıdır. Cinsiyet rolleri kavramı bu fenomen listesine uygulanır.

İnsan doğasının anlaşılmasının zorluğu konusuna ışık tutacak olası kültürlerarası düzenlilikleri aramak önemli olmakla birlikte biyolojinin yazgı olduğunu düşünmekten kaçınmak gerekmektedir. Bu konuyu en güçlü vurgulayan Margaret Mead olmuştur; özgür bulgularının bir bölümü yoğun eleştirilerin hedefi olsa da genel fikir geçerliliğini korumaktadır (Bates, 2013, s. 58). Margaret Mead’ın (1935) çığır açan çalışması ile başlayan ve günümüz alan çalışmalarına doğru devam eden bu araştırmalar, toplumsal cinsiyet rollerinin fiziksel çevre, ekonomik ve siyasal sistem bazında fazlasıyla değişken olduğunu göstermektedir (Schaefer, 2013, s. 276-277).

Ann Oakley, toplumsal cinsiyet kavramını ayırt eden ilk sosyal bilimcilerden biridir. Oakley'e göre toplumsal cinsiyet, cinsiyetin erkek ve kadın olarak biyolojik bölünmesiyle paralellik gösterir, ancak erkeklik ve kadınlığın bölünmesini ve toplumsal olarak değerlendirilmesini içerir. Birbirleriyle ve çevreleriyle etkileşimleri, ancak büyük ölçüde erkekler ve kadınlar arasındaki biyolojik farklılıklara dayanır (Oakley'den aktaran Blackstone, 2003, s. 335).

Gündelik yaşamın vazgeçilmez bir parçası olan, geniş kitleleri etkisi altına alan kitle iletişim araçları yaşamın her anında toplumsal cinsiyete ilişkin kalıpların ve toplumsal cinsiyet rollerinin yeniden üretilmesine, pekiştirilmesine katkıda bulunmaktadır. Kitle iletişim araçları içerisinde hedef kitleyi en fazla etkileme gücüne sahip olan televizyon ise aynı anda göze ve kulağa hitap ederek oldukça etkili bir reklam ortamı yaratmaktadır. Toplumsal cinsiyet rollerinin toplumsallaşma sürecinde sürekli olarak -yeniden- öğrenilen ve üretilen bir olgu olması, temelinde tekrar etme faktörünün yer aldığı reklamlara ayrı bir önem katmaktadır. Bununla birlikte kitle iletişim araçlarında, özellikle de televizyonda yer alan reklamların söylemleri topluma, kültüre ve zamana göre farklılıklar içerebilmektedir. Özellikle toplumsal değişimin hız kazandığı günümüz toplumlarında geleneksel toplumsal cinsiyet rollerinde yaşanan dönüşüm, geleneksel kadınlık ve erkeklik rollerinin belirli ölçüde geçerliliklerini yitirmesine ve yeniden sorgulanır hale gelmesine yol açmıştır (Zeybekoğlu-Dündar, 2012: 123).

Araştırmalar, medyada kadınların genellikle erkeklerden farklı bir şekilde resmedildiğini ortaya koymaktadır. Erkekler için uzun vadeli ve üst düzey kariyer statüleri başarılarıyla ilişkilendirilirken, kadınların kariyer statüleri görünüşleri ve güzellikleri ile belirlenir (Carter ve Steiner, 2004). Toplumsal cinsiyet çalışmaları, genel olarak hem erkekliğin hem de kadınlığın önemli olduğunu öne sürmektedir ancak bu tür fikirler nadiren aynı anda ele alınmaktadır. Medyadaki çalışmalar, kadınların bakış açılarına ve onların nasıl tasvir edildiğine odaklanma eğilimindedir. Olumlu yönler hakkında çok az tartışma ile çoğunlukla kadın temsilinin olumsuz taraflarını vurgular. Genelde erkeklerin nasıl temsil edildiğiyle ilgilenmez. Her halükârda, eğer tartışılıyorsa aynı derecede tartışılacaktır. Ek olarak, medya ve toplumsal cinsiyet, çeşitli şekillerde toplanabilecek ve incelenebilecek sürekli veriler üreten devasa bir alandır (Upoma, 2021, s. 202).

Kadınlar her zaman takılan kalıp yargılar, güzel görünüm, güzellikten hoşlanma, yumuşak bir ses, yumuşak ve anneci bir kişiliğe sahip olmakla eş anlamlıdır. Stereotip, halk tarafından yaygın olarak inanılan kültürden kaynaklanmaktadır. İletişim medyası olarak filmler ve dramalar, özellikle kadın stereotipleri konusunda kamuoyu oluşturma gücüne sahiptir.

Stereotipleştirmenin ortaya çıkışı, algılayanın taleplerini basitleştirmenin bir yolu olarak anlaşılabilir. Algılayanın gelen bilgi yerine önceden depolanmış bilgiye güvenmesine ve çeşitli çevresel faktörlere yanıt vermesine izin verir: Farklı sosyal roller, grup çatışmaları ve güçteki farklılıklar vb. stereotipler ayrıca statükoyu haklı çıkarmanın bir yolu olarak veya sosyal kimliğe tepki olarak ortaya çıkabilir. Ayrıca, ayrımcı bakış açılarının mutlaka kasıtlı olarak benimsenmediğini hatırlamak hayati önem taşımaktadır (Tabassum ve Nayak, 2021, s. 193).

3. Toplumsal Cinsiyet Kalıp Yargılarını Oluşturan Faktörler

Toplumsal cinsiyet kalıp yargıları, toplumun bir grup olarak kadınlardan ve bir grup olarak erkeklerden beklediği bazı davranışlar ve özelliklerdir. Cinsiyet kalıp yargıları hem kadınların hem de erkeklerin davranışlarını sınırlandırır; bu gereklere uyulmaması çok dikkat çekicidir ve bu durum genellikle olumsuz algılanır (Dökmen, 2021, s. 107).

Kuralcı ve yasaklayıcı cinsiyet kalıp yargıları açısından kadınlardan sıcak, kibar, çocuklara ilgi duyan, duyarlı, temiz, dış görünüşe özen gösteren, sabırlı, kibar ve neşeli olmaları beklenirken; isyankâr, inatçı, kontrolcü, alaycı, karışık ve kibirli olmaları asla beklenmez. Öte yandan erkeklerden iş disiplinine, yüksek benlik saygısına, liderlik yeteneğine sahip

olmaları ve atletik, kendine güvenen, hırslı, risk alan, iddialı, kararlı, rasyonel, rekabetçi ve agresif olmaları beklenmektedir (Sakallı-Uğurlu vd., 2018, s. 311-312).

Toplumsal cinsiyet kalıp yargıları, çeşitli cinsiyet gruplarının üyeleri arasındaki gerçek çeşitlilikten bağımsız olarak, yalnızca cinsiyetlerine dayalı olarak bireylerin özellikleri hakkında genelleştirilmiş inançlardır. İnançlar, algılayanların kadınlar, erkekler, trans bireyler ve diğer cinsiyetli insanlar hakkındaki bilgi ve beklentilerini yansıtır. Kalıp yargıların içeriği tipik olarak diğerlerinin yanı sıra kişilik özelliklerini, davranışları, fiziksel özellikleri, rolleri, tercihleri, tutumları, becerileri ve ilgileri içerir. Kalıp yargılar cinsiyet psikolojisi ile ilgilidir çünkü insanların cinsiyet hakkındaki bilgileri nasıl işlediğini şekillendirir ve çeşitli cinsiyet gruplarının üyeleri hakkında yapılan yargıları etkiler. Kalıp yargılar, bireylerin sosyal dünyalarını gördükleri bir şema veya merceğe görevi görür. Bu girdi, tarih, köken ve amaç, türler ve biçimler, sonuçlar ve toplumsal cinsiyet kalıp yargılarını azaltma yöntemleri dahil olmak üzere toplumsal cinsiyet kalıp yargılarına kısa bir genel bakış sağlar (Casad ve Wexler, 2017, s. 755).

Görsel-işitsel medya, toplumun kadınları aynı şekilde gördüğü için televizyon ve filmlerde kadın güzelliğini cinselliğin sembolü olarak kullanma eğilimindedir. Bununla birlikte görsel-işitsel medya, farkındalık yaratma, insanları cinsiyet ayrımcılığına karşı eğitime ve kadınların topluma katkısını tanıma konusunda büyük bir potansiyele sahiptir. Reklamcılar, ürünü veya markayı hedeflenen hedef pazara iletmek için cinsiyet görüntülerini kullanır. Cinsiyet ifadesi, erkekliği ve/veya kadınlığı iletmenin yollarını belirtir ve marka reklamı söz konusu olduğunda, cinsiyet, merkezi figürün fiziksel görünümü açısından ifade edilebilir (ör. saç stilleri, giysiler ve/veya makyaj, cinsiyet ifade biçimleri olarak kullanılır). Bu cinsiyet ifadeleri genellikle sosyal ve kültürel normlara uygundur (örneğin kadın veya erkek kimliklerinin kalıp yargı tasvirleri) veya erkek/kadın cinsiyet kimliğinin dışında kalan ikili olmayan ifadeleri yansıtabilir (Michaelidou vd., 2022).

Cinsiyet klişeleştirme faktörlerini kategorize ederken göz önünde bulundurulması gereken birkaç husus vardır. Örneğin, kalıp yargılar, insanların sosyal gruplar hakkındaki inanç ve beklentilerine yansır. Toplumsal cinsiyet kalıp yargılarını oluşturan faktörler aşağıdaki gibi sınıflandırılabilir (Tabassum ve Nayak, 2021, s. 197-200):

Bireysel Faktörler: İnsanların ırk ve cinsiyet gibi fiziksel farklılıkları kalıp yargılara neden olabilir. İnsanlar özgüvenlerine yönelik bir tehditle karşılaştıklarında klişeleştirmeye eğilimlidirler.

Bilişsel Faktörler: İnsanlar genellikle bilgiyi işlerken basmakalıp inançlarına uyan gözlemlere, basmakalıp-karşıtı gözlemlerden daha fazla önem verirler.

Aile Faktörleri: İnsanların yetiştirilme şekli kalıp yargılara neden olur. Çocukluktan gelen kalıplaşmış düşünceyi değiştirmek zor olabilir. Kalıp yargıların oluşmasında geçmiş deneyimler önemli rol oynar.

Sosyo-Kültürel Faktörler: İnsanların adil bir dünya algısını sürdürmek ve ataerkil sosyal sistemi ve erkeklerin egemen olduğu statükoyu savunmak için cinsiyet kalıp yargıları oluşturması daha kolaydır. Erkek ve kız çocukları için eşit mesleki kimlik kavramlarını içermeyi amaçlayan eğitim reformlarına ve müfredat değişikliklerine rağmen, her iki cinsiyetten beklenenler arasındaki farklılıklar, on yıllar önce olduğu gibi bugün de göze çarpmaktadır.

Organizasyonel Faktörler: Örgütler, kalıp yargıları etkilemede önemli bir rol oynamaktadır. Kadın ve erkeklerin farklı iş tercihlerine ilişkin algıları ve kadın davranışlarının gerekçeleri, kalıp yargıların nedenleri olarak belirlenmiştir. Kadınlara sunulan, daha az riskli projelerin atfedilmesi veya en yakın park yerlerinin sağlanması gibi ayrıcalıklar kalıp yargılara neden olabilir. Eğer bir iş için seçim kriterleri olarak basmakalıp erkeksi ya da kadınsı özellikler kullanılıyorsa; erkeksi işler için erkek, kadınsı işler için kadın personel seçimi ağırlık kazanmaktadır.

Khan, (2021, s. 1-4) toplumsal cinsiyet çalışmaları kapsamında kadınların sportif faaliyetlerini değerlendirdiği makalesinde son 50 yılda kadın sporu büyük ölçüde değiştiğine, ancak 1896'da kadınların ilk Olimpiyatlarda yarışmasına izin verilmediğini belirtmektedir. Khan ayrıca, kadınların için yalnızca belirli spor türleri ve egzersizlere erişilebilirken, erkeklerin her birini oynamasına izin verilmesinin cinsiyet kalıp yargıları ile olan bağlantısını belirterek spor katılımının bazı literatürlerde erkeksi bir aktivite olarak sınıflandırıldığını, rekabetçi sporlara katılımın kadınların geleneksel cinsiyet rollerini azalttığını iddia ettiğini vurgulamıştır; medyanın artık, kadın sporcuları daha fazla ele alarak çocuklara rol model sunmasının çocukları küçük yaşlardan itibaren spora yönlendirmenin önemli bir parçası olduğuna dikkat çekmiştir.

Sakallı-Uğurlu ve Türkoğlu (2016) tarafından 2006-2007 ve 2012-2016 yılları arasında ODTÜ Psikoloji bölümünden hem alan içi hem de alan dışı ders alan öğrencilere yönelik cinsiyet kalıp yargıları araştırması gerçekleştirilmiştir. Erkeklerle dair kalıp yargılar bekar ve evli olarak ayırıp incelendiğinde bekar erkeklerin sosyal (aktif, hareketli, eğlenceli, delidolu), bireysel (negatif: sapık, tacizci, sorumsuz, vurdumduymaz/ pozitif: cesur, mert, yürekli), dış görünüş (çekici, bakımlı, güçlü) ve rahatlık (çapkın, hovarda, özgür) temaları; evli erkeklerin ise aile (sorumluluk sahibi, baba, aile reisi), iktidar (baskıcı, dominant, otoriter, sert, özgür), ilişkisel (fedakar, sadık, güvenilir) ve bireysel özellikler (olgun/oturaklı, çalışkan, kendine güvenen) ile dış görünüş (salmış, göbekli, bıyıklı) temaları etrafında tanımlandığı görülmüştür. Kadına dair kalıp yargılarda ise bekar kadın kırılğan (utangaç, kırılğan, hanım hanımcık, masum), baskılanan/bağımlı (baskı gören/ezilen/baskılanmış), sosyal (flörtüz, eğlenceli) ve bireysel özellikler (özgürlüğüne düşkün, çalışkan) ile dış görünüş (genç, güzel, bakımlı, süslü) temalarıyla tanımlanırken; evli kadınlar için ilişkisel (fedakar, cefakar, sadık/ vefakar), eve dair (anne, anaç, ev hanımı, ailesine bağlı), baskılanmış (itaat eden, kocasına bağımlı), dış görünüş (kısa boylu, yıpranmış, şişman, bakımsız), elinden iş gelen (çalışkan, sorumluluk sahibi) ve kişisel özellikler (olgun/oturaklı, pasif) temaları ön plana çıkmıştır.

Sanay (2020, s. 1297) "Kristal Elma Ödüllü Reklamlarda Cinsiyet Rollerinin Temsili Üzerine Bir İçerik Analizi" isimli yüksek lisans çalışmasında; Türkiye'de 30 yılı aşkındır yapılan Kristal Elma Reklam Yaratıcılığı Yarışması'nda ödül kazanmış televizyon reklamları, farklı toplumsal cinsiyet eşitliği parametreleri ve toplumsal cinsiyet rollerinin temsili çerçevesinde incelemiştir. Araştırma kapsamında, 2011, 2014 ve 2017 yıllarında Kristal Elma'da ödül kazanmış 222 televizyon reklamı içerik analizi yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Bulgular; 2011, 2014 ve 2017 yıllarında ödül kazanan televizyon reklamlarının, çoğunlukla geleneksel kadınlık ve erkeklik temsilleri içermekle birlikte ilerici cinsiyet rollerini de barındırdığını ortaya koymuştur. Ancak, genel tablo hem görsel hem de işitsel olarak Türkiye'de hala erkek egemen reklamlar ürettiğini göstermiştir.

Gündüz-Kalan (2010, s. 75-89) reklamlardaki konumlandırmaların çocuğun toplumsal cinsiyet düşüncesine etkisini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdiği çalışmasında, çocuklara yönelik bir ürün yelpazesiyle küresel bir marka olan Kinder'in Türkiye'de yayınlanan üç reklam filmini incelemiştir. Göstergibilimsel olarak çözümlenen üç reklam filmi, kız/erkek çocukların ya da ebeveynlerinin yer alması bakımından seçilmiştir. Çözümleme görüntü düzleminin çözümlenmesi, dilsel ileti düzleminin çözümlenmesi, toplumsal cinsiyet göstergelerinin düzenlem/yananlam düzeyinde çözümlenmesi şeklinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmacı, verilerin göstergibilimsel yöntemle, betimsel olarak değerlendirmesi sonucunda, reklamlardaki kız/erkek çocukların ve annenin konumlandırılışının toplumsal cinsiyet kalıp yargılarına uygunluğunun görüldüğünü belirtmiştir.

Dumanlı (2011, s. 149) reklamlarda kadına yönelik toplumsal cinsiyet rollerinin nasıl sunulduğunu açıklamak amacıyla bir reklam içerik analizi gerçekleştirmiştir. Analiz sonucunda; reklamlarda kadınların, genç, güzel ve çekici kadın, yaşlı kadın, çalışan kadın ve eş-annelerle reklamlarda sıklıkla yer aldığını, "tüketen (belli güzellik kalıplarına uymak için, daha iyi bir ev hanımı ve anne olmak için ürünleri satın almaya, tüketime motive edilen)"

ve “tüketilen (güzelliği ve seksiliği ile özgüven kazanan ve bedeni erkek bakışının nesnesine dönüştürülen, tüm emeği karşılıksız aile saadeti için harcanan)” olarak sunulduğunu tespit etmiştir.

Başfıncı vd. (2017, s. 208) “izleyici gözünden toplumsal cinsiyete meydan okuyan reklamlar” isimli çalışmalarında mevcut toplumsal cinsiyet algılarını yıkmaya çalışan reklamların sayısında ciddi artış söz konusu olduğunu belirterek toplumsal cinsiyete meydan okuyan reklamların izleyicilerce nasıl algılandığı ortaya koymuşlardır. Analiz sonucuna göre; reklamları izleyenlerin tamamı (farklı sosyokültürel gruplardan olmalarına rağmen) reklamların geleneksel toplumsal cinsiyet kalıplarının dışında olduğunu gerek doğrudan gerekse dolaylı biçimde ifade etmişlerdir. Diğer yandan, reklamların görüşmecilerde bıraktığı genel izlenim reklamlarda sergilenen tablonun gerçek hayatla bağdaşmadığı / bir dereceye kadar bağdaştığı yönündedir. Diğer bir bulgu da, kurgudan çok gerçek hayat öykülerini resmeden reklamların, diğer reklam filmleri ile kıyaslandığında gerçek hayat hissini daha yakından verdiği.

Öztürk (2020, s. 72) “Türkiye’deki Kuşakların Reklamda Toplumsal Cinsiyet Konusuna Yönelik Bakış Açıları” isimli çalışmasında derinlemesine mülakat yöntemi kullanarak Türkiye’de yaşamakta olan Sessiz Kuşak, Baby Boomers Kuşağı, X, Y, Z ve Alfa Kuşaklarını temsil eden 404 (203 kadın, 201 erkek) katılımcı ile yapılan görüşmelerle onların reklamda toplumsal cinsiyet konusuna yaklaşımını ortaya koymayı amaçlamıştır. Araştırmanın bulgularına göre kuşakların reklamda toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda farklılıklar olduğu ve kuşak kavramının bu bakış açısı üzerinde yönlendirici bir özelliği olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca en eleştirel ve eşitlikçi yaklaşımın Y kuşağında olduğu; onları Z ve Alfa kuşaklarının takip ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Azmi vd., (2021: 10) sosyal medyadaki çocuk oyuncak reklamlarındaki toplumsal cinsiyet kalıp yargılarının görsel unsurlarını araştırmayı amaçladıklarında çalışmada Mattel’in resmi Facebook sayfasındaki çocuk oyuncak reklamlarını Ocak 2019’dan Aralık 2019’a kadar analiz etmişlerdir. Bulgular, Mattel’in Facebook sayfasındaki oyuncak reklamlarında kız modellerin baskın olduğunu ve kız çocuklarına yönelik oyuncak bebekler, aksesuarlar ve büyüklü hayvanlar gibi oyuncaklar daha sık yayınlandığını göstermiştir. Araştırma, erkek çocuklara yönelik oyuncaklar ise daha çok erkek modellerini tasvir edildiğini ve siyah, kırmızı, mavi gibi erkeksi tema renkleri kullanıldığını göstermiştir.

Rofidah, (2021, s. 14) kadın halterci üzerinden kadın kalıp yargılarının nasıl temsil edildiğini incelemeyi amaçladığı çalışmasında Güney Kore yapımı Halter Perisi Kim Bok Joo “Weightlifting Fairy Kim Bok Joo” isimli dramayı ele almıştır. Rofidah, dramada Kim Bok Joo’nun kadın haltercileri temsil ederek, kadınların cesur, hafife alınmayacak, yüksek hırslı ve aynı zamanda çalışma alanında çalışabilecekleri veya hareket edebilecekleri mesajını verdiğini belirterek film ya da dramaların, kamuoyu oluşturmada büyük rolü olan iletişim araçlarından biri olduğuna ve medyada gösterilen izlenimlerin, özellikle kadın kalıp yargıları konusunda insanların düşüncelerinin oluşmasındaki etkisine vurgu yapmıştır.

Rasmussen vd. (2021, s. 1-3) Nike tarafından son on yılda yayınlanan 131 reklamın niteliksel bir içerik analiziyle, sosyal olarak ilerici bir şirket olma hedeflerinin, reklamlarında gerçekten çeşitli ve kapsayıcı cinsiyet tasvirlerini kapsayıp kapsamadığını araştırmışlardır. Araştırma sonucunda Nike reklamlarının sporu baskın ve basmakalıp erkeksi bir alan olarak görmeye devam ettiğini, Nike tarafından tasvir edilen sporcuların büyük kısmının cinsiyet kalıp yargılarına bağlı olanlar olduğunu görülmüştür.

Kumar vd., (2022, s. 25) Hollywood filmlerindeki kadın ve erkek karakterlerle ilgili kalıp yargıları anlamak için 1940 ile 2019 arasında her yıl güncellenen “Wikipedia’nın Hollywood Filmleri Listesi”nden yıllara göre rastgele 200 film seçerek gerçekleştirdikleri araştırmalarında filmlerdeki kadın karakterlerin hayatlarının çoğunlukla romantizm ve ilişkiler etrafında döndüğünü; buna karşılık, erkek karakterlerin hayatlarının çok daha çeşitli olarak işlendiğini tespit etmişlerdir.

4. Toplumsal Cinsiyet Kalıp Yargıları ve Kadın Motosiklet Sürücüleri

Macera turizmi ve diğer turizm türleri arasındaki farklılıkları ve ortak yönleri anlayabilmek için, “macera” kelimesinin anlamının bilinmesinde fayda vardır. Macera kelimesi Türkçe sözlükte “baştan geçen ilginç olay ve olaylar zinciri, serüven, sergüzeşt, avantür” şeklinde tanımlanmıştır (TDK, 2005, s. 1320). Macera kelimesini aşağıda bulunan tanımlarla da açıklamak mümkündür:

- “Bir gezi veya deneyim gibi olağandışı, heyecan verici ve muhtemelen tehlikeli bir faaliyet veya bu tür bir faaliyetin ürettiği heyecan” (dictionary.cambridge.org, 2022)
- “Tehlikeye atılmaktan hoşlanan kimseleri çeken sonu belirsiz heyecanlı yaşayış, serüven” (Meydan Larousse, 1992, s. 539)
- “Baştan geçen heyecanlı olay” (Ansiklopedik Sözlük, 1967, s. 1287)
- “Bir veya birkaç kişinin katıldığı, güçlüklerle, tehlikelerle, bazen de olağandışı olaylarla dolu yolculuk” (Dictionnaire Larousse, 1994, s.1553)

Swarbrooke (vd. 2003, s. 7) macera ürünleri tedarik eden dergilerde ve broşürlerde sıklıkla kullanılan bir dizi kelimeyi derlediklerinde aşağıda yer alan kelimelerin sıklıkla kullanıldığını tespit etmişlerdir: Hayranlık uyandırma, meydan okuma, adrenalin final, risk, heyecanlanma, sevinç, fethetme, korkma, terör, başarı yolculuğu, sefer, cesur ve konforsuz. TDK sözlüğünde macera aramak, “başına geleceklerden habersiz, sonu bilinmeyen, tehlikeli, heyecanlı bir işe girişmek”, maceraya atılmak ise “ilginç ve tehlikeli olayları göze alan, maceraperest, serüvenci” olarak ifade edilmiştir (TDK, 2005, s. 1320). Maceracı kelimesi “Tehlikeye atılmaktan hoşlanan serüvenci, maceraperest, tehlikelerden, güç olanı başarmaktan, ilginç şeylerden tat aldığından macera arayan (kişi), avantürüye” olarak yorumlanmıştır (Meydan Larousse, 1992, s. 539; Dictionnaire Larousse, 1994, s. 1554). Fiziksel aktivitenin macera ile ilişkisi belki de en yaygın olarak kabul gören olgulardan biridir. Açık hava maceraları bu alandaki en önemli aktivasyon alanlarından biridir. Çünkü doğal dünya bize risk, meydan okuma, duysal uyaran, yenilik, keşif gibi imkânlar ortaya koyar. Bu ortamlar tekrar ziyaret edilse bile doğa her seferinde yenilik ve zorluklar sunar (Swarbrooke vd. 2003, s. 18).

Macera turizmi faaliyetleri, özellikle zorlu macera aktiviteleri, aşırı zorluk ve daha yüksek düzeyde öngörülemezlik içerir. Bu özellikler, bir macera aktivitesine katılmak için itici bir güç görevi gören heyecanı sağlar. Edgework teorisine göre katılımcılar, aktivitede başarılı olacak becerilere sahip olamamaktan endişe duysalar da, gönüllü olarak macera ve heyecanın tadını çıkarma riskini alırlar. Katılımlarının sonucu, bir başarı ve zafer duygusu hissetmektir. Bu sonuç, duygusal zirvelere ve nihayetinde yoğun ve unutulmaz deneyimlere katkıda bulunur. Bu nedenle, bir macera etkinliği ne kadar heyecan yaratırsa, katılımcının duygusal bir tepki yaşama olasılığı o kadar yüksek olur (Beckman vd., 2017, s. 259).

Motosiklet kullanan sürücü için iki kelime kullanılır “motorcu” veya “motosikletçi”. Aynı anlama sahip oldukları görülebilir, ancak birçok kişi tarafından farklı algılanmaktadır. Motosikleti ile bir yerden bir yere süren birey motosikletçi olarak kabul edilebilir. Motosiklet kullanıcısı olmak sadece bir motosiklet sürmek anlamına gelemeyerek bir yaşam biçimini ifade edebilmektedir. Motosiklet kullanıcısı hayattan zevk almaktan hoşlanan, özgürlüğü ifade eden, hepsinden önemlisi neşe duygusunu yerine getiren motosiklet sürmenin gerekliliğini belirten bireyleri kapsamaktadır (Maya ve Fernanda’dan aktaran Abutalibov, 2019, s. 34).

Macera turizminin sert turizm kısmı içinde yer alan motosiklet ile seyahat hem fiziksel hem de psikolojik olarak yoğun çaba gerektirmesi nedeniyle erkeklerin daha rahat yapabilecekleri bir tür olarak görülmektedir. Son yıllarda seyahat maceralarını paylaşan kadın motosiklet sürücüleri Youtube’da yüksek abonelik sayıları ve izlenme oranlarıyla bu aktivitenin erkeklere özgü bir iş olmadığını ortaya koymaktadırlar.

Schoenmaker ve Tanajewska'nın kıtalararası seyahatleri nedeniyle pek çok ülkeden her yaş grubundan hayranları bulunmaktadır. Bu hayranlar arasında aktif motosiklet kullanıcıları olduğu gibi macera dolu seyahatlere ilgi duyan takipçiler de bulunmaktadır. Motosiklet kullanımının güç, dayanıklılık, azim ve cesaret gerektiren bir aktivite olması, bu aktivitenin erkeklere ait bir iş olarak görülmesine neden olmuştur. Gerek Schoenmaker gerekse de Tanajewska atıldıkları maceralarla bu tür kalıp yargılar ile mücadelede aktif rol almaya devam etmekte, bu tür seyahatlere çıkmaya cesaret edemeyenlere ve hayatlarında gözü pek olmak konusunda zorluk yaşayanlara ilham kaynağı olmaktadır.

5. Yöntem

Bu çalışma ile; motosikletleriyle maceralı yolculuklara çıkan maceraperest kadın motosiklet sürücülerinin Youtube'da ürettikleri içerikler ve bu içeriklere yapılan yorumlar incelenerek söz konusu sürücülerin toplumsal cinsiyet kalıp yargıları ile mücadelede üstlendikleri roller üzerine nitel analiz yöntemlerinden netnografya tekniği ile bir araştırma gerçekleştirilmiştir.

Yeni iletişim teknolojileri için tasarlanan netnografik araştırma, etnografik yöntemden uyarlanmıştır. Etnografi temelde nitel bir yöntem olmasına rağmen, araştırmanın desteklenmesi için araştırmacının tercihi ve ihtiyaca göre nicel yöntemlerle de kullanılabilir (Büker-Alyanak, 2014, s. 119). Etnografinin iki temel özelliği vardır: (1) gözlem doğal ortamda gerçekleşir, (2) araştırmacılar bir olayın bir konuşma topluluğundaki insanlar tarafından nasıl algılandığını ve yorumlandığını anlamalıdır. Başka bir deyişle, araştırmacılar gözlemlenen durumu katılımcıların bakış açısından yorumlamaya çalışırlar. Etnografi ayrıca, doğal olarak meydana gelen bir durumdaki katılımcılarla yapılan etkileşimlerin ve görüşmelerin gözlemlerine de dayanır (Nurani, 2008, s. 441).

Netnografya tekniği sanal platformlara yansıyan insan davranışlarını incelemek için Kozinets (1997) tarafından etnografi yönteminden esinlenerek ortaya konulan bir tekniktir. Netnografya, antropolojik yöntemleri pazarlama ve pazarlama araştırmalarına uyarlanmanın bir yolu olarak kullanılmıştır. Bu araştırma türü, benzer yaşam tarzları, ürünler ve markalarla ilgilenen tüketicilerin çevrim içi toplantılarını 'sanal topluluklar' olarak görmektedir. Netnografya, sanal toplulukları anlamak için, antropologların yüz yüze toplulukların kültürlerini, normlarını ve uygulamalarını anlamaya çalıştıkları yöntemlerle aynı şekilde kullanılır. Netnografya 'araştırmacının halka açık çevrim içi forumlardaki iletişimlerini gözlemleyerek ve/veya bunlara katılarak tüketici tartışmalarına erişmesine izin verir (Nelson ve Otnes, 2005, s. 90).

Çalışmada, sert turizm öğelerinden biri olarak kabul edilen ve bir erkek işi olarak algılanan motosiklet ile gerçekleştirilen maceraların, söz konusu kadın sürücülere duyulan saygı, güven ve benimsemenin medya metinlerine nasıl yansıdığı; birer video incelenerek, videolara yorum bırakan takipçilerin ifadelerinden anlaşılmasına çalışılmıştır. Bu kapsamda Vlogger iki kadın sürücüye ait Youtube kanalları incelemeye tabi tutulmuştur. Bu kanallar Itchy Boots (Noraly Schoenmaker) ve On Her Bike (Kinga Tanajewska) kanallarıdır. Her iki kadın sürücünün ayrıca kendilerine ait web sayfaları ve bu sayfa üzerinden seyahatlerinde kullandıkları ürünleri sattıkları mağazaları da bulunmaktadır. Seçilen videolar sürücüler tarafından çok zorlu koşullar altında gerçekleştirilen ve çok sayıda yorum aldıkları videolardır. Schoenmaker'ın videolarında İngilizce ve İspanyolca'yı aktif olarak kullanması nedeniyle videoda yer alan yorumlar İngilizce ve İspanyolca olarak yapılmıştır. Yorumlar arasından kalıp yargılar ile mücadele ile ilgili 60 adet yorum seçilmiştir. Tanajewska ise videolarında İngilizceyi aktif olarak kullanmaktadır. Seçilen videoda yer alan yorumlar İngilizcedir. Yorumlar arasından kalıp yargılar ile mücadele ile ilgili 50 adet yorum seçilmiştir. Çalışma kapsamında şu sorulara yanıt aranmıştır:

- i. Kadın motosiklet sürücülerini kendilerini nasıl tanımlamaktadır?
- ii. Kadın motosiklet sürücülerine yönelik paylaşılan yorumlar nelerdir?
- iii. Kadın motosiklet sürücülerini toplumda nasıl algılanmaktadır?

6. Itchy Boots ve On Her Bike Youtube Kanalları

1.220.000 aboneye ve toplamda 214.020.993 görüntülemeye sahip olan Itchy Boots Youtube kanalı 2018 yılından bu yana maceralı seyahatlerini sürdüren Hollandalı Noraly Schoenmaker'a aittir. Schoenmaker (Görsel 1 ve 2), yalnız başına yaptığı ve yaklaşık 100.000 km'yi bulan seyahatleri boyunca 38 ülke gezmiş ve bu seyahatleri süresince beş farklı motosiklet kullanmıştır (www.itchyboots.com, 2022). Sürücü kendisini motosiklet kullanmayı ve seyahat etmeyi seven ve motosiklet maceralarını tam zamanlı bir film yapımcısı olarak paylaşabilmekten memnun bir kişi olarak nitelendirmektedir. Mesleği jeoloji olan Schoenmaker, seyahatleri sırasında özellikle tali ya da az kullanılan yolları tercih ederek doğal oluşumlar hakkında bilgi vermektedir. Kullandığı motosikletlere atıldığı maceranın konseptine uygun isimler veren sürücü Mayıs 2022 itibarıyla Güney Amerika seyahatini sürdürmekte ve seyahatini Alaska'da tamamlamayı planlamaktadır. Seyahatleri sırasında "Korkmuyor musun?" sorusu ile sık sık karşılaşan Schoenmaker, Chambers (2016) tarafından gerçekleştirilen röportajında korku hakkındaki düşüncelerini şu şekilde belirtmiştir:

"Bilinmeyenden korkmuyorum. Hayatımı korku içinde yaşamamayı seçiyorum. Korkuyu bırakarak gerçekten özgür olabilirsiniz. Şimdiye kadar 80'den fazla ülkede yalnız yaşadım, çalıştım ve seyahat ettim. Son 15 yıldır deneyimli bir gezginim ve naif olmaktan başka bir şey değilim. Yine de sık sık çok dikkatli olması gereken ve dışarıdaki tüm tehlikeler için sürekli uyarılması gereken 'küçük sarışın kız' olarak anıldığım oluyor. Beni himaye eden ve kadın olduğum için bir şeyi yapamayacağımı ya da yapmamam gerektiğini söyleyen herkesi dinleseydim, büyüdüğüm yerden başka bir yer görmez ya da yaşamazdım. Hepimiz ölürüz. Ama herkes gerçekten yaşamaz".

Görsel 1 ve 2: Noraly Schoenmaker



Kaynak: <https://www.facebook.com/ItchyBoots>

273.000 aboneye ve toplamda 30.612.676 görüntüleme oranına sahip olan On Her Bike Youtube kanalı ise Polonya doğumlu Kinga Tanajewska (Görsel 3 ve 4) tarafından kurulmuştur. Polonya doğumlu olan Tanajewska mühendislik eğitimini tamamladıktan sonra Avustralya'ya yerleşmiş ve bir süre inşaat ve madenlerde mühendis olarak çalışma hayatını sürdürdükten sonra 2017 yılı itibarıyla motosikletli dünya turuna başlamıştır. Bugüne kadar beş kıtada motosiklet süren Tanajewska, Mayıs 2022 itibarıyla Afrika'da seyahatlerine devam etmektedir. Sürücüye zaman zaman başka motosiklet kullanıcıları eşlik etmekte ancak sürücü genel olarak yalnız başına seyahat etmektedir (onherbike.com). Yalnız başına seyahat etmesinden dolayı korkup korkmadığının sorulduğu bir röportajda şu sözlerle kendini ifade etmiştir (Brysiak, 2020):

“Hayır, korkmuyorum. O kadar çok yollarda bulundum ki, nerenin güvenli olduğunu, insanların dost olup olmadığını, kötü niyet olmadan nerede bulunmam gerektiğini hissetmeyi öğrendim. Bana göre, motosikletli bir kadın, örneğin yürüyerek seyahat etmekten daha güvende hissedebilir. Büyük, ağır bir motosiklet, erkekler arasında saygı ve korku uyandırır.”

Görsel 3 ve 4: Kinga Tanajewska



Kaynak: <https://www.facebook.com/onherbike>

Sürücü aynı röportajda bazen medeniyetten uzak yerlerde tek başına motosiklet kullanmanın daha güvenli olduğunu düşündüğünü de belirtmiştir.

Çalışma kapsamında Itchy Boots ve On Her Bike kanallarından yayınlandıkları dönemlerde aldıkları yorum sayıları göz önünde bulundurularak birer video seçilmiştir. Seçilen birinci video Itchy Boots Youtube kanalında “Project Alaska (Güney Afrika’dan Alaska’ya Seyahat Projesi)” klasörü içinde 71. Bölüm olarak yer alan “Guatemala ormanındaki solo motosiklet macerası ters gitti” isimli, 1.030.382 görüntülenme, 52 bin beğeni ve 4185 adet yoruma sahip olan videodur. Seçilen ikinci video ise On Her Bike Youtube kanalında “Afrika” klasörü içinde 87. Bölüm olarak yer alan “Güney Afrika’da Sani Geçidi Üzerinden Tek Kişilik Motosiklet Gezisi” isimli, 325.466 görüntülenme, 9,8 bin beğeni ve 882 adet yoruma sahip olan videodur.

Yorumlar incelendiğinde her iki Youtube kanalını takip edenlerin yorumlarının; güç, dayanıklılık, azim, cesaret, saygı, gurur, hayranlık, ilham kaynağı ve cinsiyet temelli kişilik özellikleri olarak sınıflandırılarak incelenebileceği anlaşılmıştır. Çalışmada; yorum bırakanların kimliklerinin saklı kalması amacıyla yalnızca isim ve soyadlarının baş harfleri ve takma isimlerinin baş harfleri alınmıştır. Çalışmada, yorumlarda yer alan emojiler kullanılmamıştır.

6. Bulgular ve Değerlendirme

Noraly Schoenmaker, macera seyahatini Guatemala Yaxha bölgesinde bulunan ve diğer Maya harabelerine göre daha az ziyaret edilen Nakum Maya Harabeleri’ne gerçekleştirmiştir (Görsel 5 ve 6). Seyahatini gerçekleştirdiği yolu sürücü, “korkunç durumda, kısmen bataklık ve kısmen çamurlu” olarak nitelendirmiştir. Kendisinin neredeyse üç katı ağırlığındaki motosikletini yere düşürmesi ve onu kurtarma çabaları videonun konusunu oluşturmuştur. Videosunu tanıtırken sürüşü sırasında vahşi yaşamla iç içe olacağından dolayı memnuniyetini dile Schoenmaker sözlerini şu şekilde sürdürmüştür:

“Bu sürüşü şimdiden seviyorum. Burada benimle aynı zamanda dolaşan jaguarların olduğunu bilmek ne kadar harika. Sadece, bilmiyorum, özel bir his”.

Görsel 5 ve 6: 71. Bölüm Görüntüsü



Kaynak: <https://www.facebook.com/ItchyBoots>

- => C.R: Aman Tanrım Noraly, bu yolculuk çok tehlikeliydi. Sadece inanılmaz. Bu zorluklarla yüzleşmeni ve üstesinden gelmeni izlemek çok öğretici. Çok fazla kum vardı. Ailen seninle gurur duyuyor olmalı. (Güç, Azim, Cesaret, Gurur)
- => G.W: 40 yılı aşkın bir süredir motokros ve arazi sürüşü yapıyorum. Seni sürekli alkışlıyordum. Eminim komşularım bile beni duymuştur. Neredeyse imkânsız görünen bir şeyi başardığınızda hissettiğiniz duygu, yalnızca asla pes etmeyenler tarafından hissedilir. (Azim, Cesaret)
- => R.B: Ağır motosikletini nasıl kurtarıp yolunuza devam ettiğin inanılmaz. Ormanda tek başına çok güçlü ve cesursun. Karşılaştığınız zorluklar ne olursa olsun ne kadar azimli ve neşeli olabileceğine hayran kalıyorum. Harika yolculuğunu paylaştığın için çok teşekkür ederiz. (Güç, Dayanıklılık, Hayranlık)
- => G.P: Oh Noraly, tahminime göre yükselmeye devam ediyorsun. Gösterdiğin güç ve dayanıklılık için aferin. Hepimiz seninle gurur duyuyoruz. (Güç, Dayanıklılık, Gurur)
- => W: Ben artık susuyorum. Ne muhteşem bir azim ve kararlılık gösterisi ve hepsi güzel bir pakette toplanmış. Sadece kendinizi zor bir durumdan kurtarmakla kalmayıp aynı zamanda hedefine ulaşmaya devam ettiğin için sana şapka çıkartıyorum. (Azim, Cesaret, Saygı)
- => J.M: “Hayatımda en çok sıkıştığım andı” sözünü söyleyip yine de geri dönmüyorsun. İlerlemeye devam ediyorsun. Gerçek bir maceracı. (Azim, Cesaret)
- => A.P: Ne kadar etkileyici bir yolculuk, bu geziyi bu kadar güçlü bir şekilde bitirmek için çok cesaretiniz ve gücünüz var. Başarılarınız için tebrikler. Kolombiya’dan selamlar. (Güç, Azim, Cesaret)
- => D.V: Onu oradan çıkardığınız için tebrikler. Azminiz ve kararlılığınız bir ilham kaynağı. (Azim, Cesaret, İlham Kaynağı)
- => B.S: Ben tamamen sarhoşum! Saf cesaretiniz ve kararlılığınız bu durumlarda akıllara durgunluk veriyor. Hedefinizden asla vazgeçmememiz ise hepimize bir ders. Bravo Noraly! (Azim, Cesaret, Saygı)

- => A.M: Azimli ve korkusuz ruhundan çok etkilendim, Noraly. Bir koltuk gezgini olarak, maceralarınızı bu kadar detaylı paylaştığınız için minnettarım. Alaska'yı (motosiklet) orman çamurunun pençelerinden kurtarmak için verdiğiniz mücadeleyi izlerken kendimi nefesimi tutarak buldum. Onu kucaklamak isteyenler için maceranın beklediğini dünyaya gösterdiğiniz için teşekkür ederiz. (Güç, Azim, Cesaret, Hayranlık)
- => D: Bu seni izlediğim en stresli yolculuktu. Sen kararlı ve becerikli bir kadınsın!!! Sürüş yeteneklerin inanılmaz. Bir sonraki bölümde o bataklık karmaşasından sağ salim döndüğünü görmeyi umuyorum! (Azim, Cesaret, Hayranlık, Cinsiyet)
- => S.C: Vay canına, daha önce söyledim ve tekrar söyleyeceğim, işler zorlaştığında daha da zorlaşıyor. Stres altındayken gücün, kararlılığın ve zarafetinle beni şaşırtmaya devam ediyorsun. Hayatta kalma durumunda olsaydım, takım lideri olmanı isterdim! Çoğu insan motosikleti kurtardıktan sonra geri dönerdi, ama sen değil. (Güç, Azim, Saygı, Cesaret)
- => S: Ne harika bir macera ve macerası. Sen eşsiz cesur bir maceracısın. (Cesaret)
- => T.P: Vay be.... Bence sen bu gezegendeki en sert ve en belalı motoblog yazarısın... Sana şapka çıkartıyorum... Sadece seni tanımaktan gurur duyuyorum... Sürmeye devam et... İyi şanslar ve Allah'a emanet ol... Adios... (Güç, Dayanıklılık, Saygı)
- => C.S: İnanılmaz cesaret ve dayanıklılık. Yolculukta karşılaştığı tüm sıkıntılara rağmen, hala iç huzuruna ve anlamlı bir yorum yapma yeteneğine sahiptin. (Dayanıklılık, Cesaret)
- => S. K: İyi iş. Cesur Hollandalı kadına büyük bir selam. Sen de benim gibi cesursun, meydan okumaya asla hayır deme. Çok iyisin, devam et. En iyi dileklerimle. (Cesaret, Cinsiyet)
- => B.M: Bu, ormanın ortasında kesinlikle harika bir yolculuktu ve katıksız kararlılık, güç, problem çözme ve cesaret konusunda bir dersti. Tabii ki Itchy Boots pes etmiyor ve bizi dünyanın en ücra köşelerine kadar maceralara çıkarıyor. Harika, teşekkürler!!! (Güç, Cesaret)
- => E.A: Jaguarların dolaştığı bu çamurlu yol, karaya yabancı olan yalnız bir sürücü için aşılmaz bir meydan okumaydı. Ancak cesaretiniz, tutkunuz ve pozitif tavrınız ile üstesinden gelebildirdiniz. Selam cesur kız! (Güç, Dayanıklılık, Azim, Cinsiyet)
- => G: Çelik hanımın inanılmaz kararlılığı, cesareti ve sinirleri! Seni selamlıyorum!! (Güç, Azim, Cesaret, Cinsiyet)
- => D.C: Çok sertsin! Sabrınız ve gücünüzden tamamen etkilendim! Kendinize dikkat edin. (Güç, Cesaret, Saygı)
- => R.R: Bu kadın ne kadar Amazon! Bu seyahatleri tek başına yaptığına inanamıyorum! (Güç, Cinsiyet)
- => P.C: Noraly, sen inanılmaz genç ve güçlü bir kadınsın. Bu çamurlu yolları çok sıcakta sürmenin nasıl olduğunu gerçekten kimse bilmiyor ve sonra çamura saplanıyorsunuz! Sana şapkamı çıkarıyorum. Güvende ol genç bayan. (Güç, Saygı, Cinsiyet)
- => R.M: Noraly, meydan okumanıza hayranlığım var. Sayısız kez sınavlara dayanan cesaretinize hayran kalıyorum. Çabalama, sebat etme, üstesinden gelme yeteneğinizi açıkça gösteriyorsunuz. (Güç, Dayanıklılık, Cesaret, Hayranlık, Cinsiyet)
- => J.M: Fantastik gerilimli bölüm. Ne de olsa, Itchy Boots, maceraperest bir kadının bir motosikletle dünyayı dolaştığı ve ardından bunu milyonlarca kişiyle paylaştığı hayatındaki bir günü konu alıyor. Bu, videolar sadece motosiklet kullanma becerilerini gösteren ve dünyayı dolaşan bir motosikletçi ile ilgili değil. (Cesaret, Cinsiyet)
- => C: Vay canına, maceracının ne olduğunu tanımlıyorsun. Teşekkürler. (Güç,

Dayanıklılık, Cesaret)

=> O.N: Biz Finlerin bir "sisu" kavramı var, bu azim, cesaret ve gücün bir araya gelmesi gibi bir şey. Noraly, bu kurtarma ile sisu ruhunu gerçekten somutlaştırdı! (Güç, Dayanıklılık, Azim, Cesaret)

=> M.M: Sadece senin nelerden oluştuğunu gösteren bu destansı yolculuk beni çok şaşırttı. Hiçbir şeye teslim olmayan bir savaşçı. Size zarar verebilecek vahşi hayvanlar olup olmadığını bilmeden birçok kez vücudunuzu riske atıyorsunuz... Amacına ulaşmak için hiçbir şeyden vazgeçmeyen cesur Viking savaşçısı, bizi yanınıza aldığınız için teşekkür ederiz, Odin'in değerli kızı... (Güç, Dayanıklılık, Azim, Cesaret, Cinsiyet)

=> B.S: Cennette yüzmekten kalın çamura saplanmaya kadar. Bir macera sürücüsünün inanılmaz hayatı. Islanıyor olsanız, çok soğuk/sıcak gelse veya ölmek üzere olsanız bile, kim sürmekten vazgeçmeyi seçer ki? (Güç, Dayanıklılık, Azim)

=> J: Son derece çılgın ve (veya) cesursun. Onu seviyoruz! Mücadelelerin yürek burkan bir filmde daha iyi. Harika bir kadınsın, böyle devam et, her macerayı bekliyoruz. İnsanların oraya gitmemesinin bir nedeni var, nedenini görebiliriz. Yine de ne kadar cüretkâr olduğunuzu takdir ediyoruz ve bizi kimsenin gitmeye cesaret edemediği yerlere götürüyorsun, kesinlikle harika. Maceralarınız bağımlılık yapıyor, onları sevin. (Güç, Dayanıklılık, Cesaret, Saygı, Cinsiyet)

=> R: Sen çok cesur bir ruhsun, güvende kal. (Cesaret)

=> J.C: Her zamanki gibi başını beladan kurtardın, Noraly. Gerçekten çok cesur ve çok yönlü bir genç kadınsın. (Güç, Cesaret, Cinsiyet)

=> C: Git kızım, git!!! Harikasın!!! Bu videoyu izlerken kalbim çok hızlı atıyor. Engellere rağmen hedeflerimin peşinden gitmem için bana ilham verdiğin için teşekkür ederim. (Dayanıklılık, Azim, İlham Kaynağı)

=> P.T: Vay canına, gerçekten çelikten gücünüz var! Bu inanılmaz bir kurtarmaydı! Başardığınıza sevindim! Size çok fazla saygı duyulur! (Güç, Saygı)

=> N.K: Mutlak çılgınlık düzeyinde saygı! Olumlu bir zihniyetini koruyarak, azim, kendine güvenme ve problem çözmeye konusunda hayranlıkla filme alışımı izliyorum. Selam sana Noraly! Sen bir maceracı ve de büyük cesaret ve becerilerin kâşifisin. (Güç, Azim, Cesaret, Hayranlık)

=> H: Daha önce defalarca söyledim ama. Tek kelimeyle harika ve çok ilham vericisiniz. Macerayı sevmek. Ve Alaska (motosiklet) çok iyi gidiyor. Ve senin kararlılığını ve cesaretini seviyorum. Bu kesinlikle zaman zaman zorlu bir arazi gibi görünüyordu. Ama çok iyi yaptın. Bir sonraki videoyu sabırsızlıkla bekleyin. (Güç, Azim, Cesaret, Saygı, İlham Kaynağı)

=> S.G: Bu macerayı 9 yaşındaki motosiklet seven torunumla izledim. Senin için nefesimizi tutuyorduk. Çok fazla kararlılık ve cesaret gösterdin. Şimdiye kadarki en heyecanlı ve sinir bozucu bölümdü. Artık 9 yaşında yeni bir büyük hayranın var. (Azim, Cesaret, Hayranlık)

=> N.D: İlham kaynağısın, yıllar önce kanalını bulduğuma ve seni o zamandan beri takip ettiğime çok memnun oldum, keşke bunları yapabilecek yaşta olsaydım, sen hayatı yaşıyorsun ve onu doğru yaşıyorsun. Seni ve mücadelelerini düşünüyorum. (Saygı, İlham Kaynağı)

=> M.C: Videolarını izliyorum kızım. Sen tek başına ne kadar değerlisin, inanılmaz yetenekli bir kadınsın. (Saygı, Cinsiyet)

=> A.B: Dürüst olmak gerekirse, yaptığın şey inanılmaz. Böyle bir ilham. (Saygı, İlham Kaynağı)

- => G: Cesaretinizi, becerikliliğinizi ve devam eden huşu duygunuzu gösterdiğiniz için teşekkür ederiz. (Cesaret, Saygı)
- => S.L: Bu bölüm boyunca resmen nefesimi tuttun. O kadar yolu nasıl başardın bilmiyorum. Bu inanılmaz. Sen tam bir askersin. (Güç, Dayanıklılık, Saygı)
- => J. J: Noraly, azmine her zaman hayran kaldım. Her zaman gitmek istediğin yere ulaşmanın bir yolunu bulursun. Buna çok hayranım. (Azim, Hayranlık)
- => O.S: Bu seni izlediğim en stresli yolculuktu. Sen kararlı ve becerikli bir kadınsın!!! Sürüş yeteneklerin inanılmaz. Bir sonraki bölümde o bataklık karmaşasından sağ salim döndüğünü görmeyi umuyorum! (Azim, Saygı)
- => R.B: Bu bir tuf gezisi oldu. Üstün sürüş becerilerinizi ve sabrınızı gösterir. Pek çok sürücü bunu asla başaramazdı. Harika video! (*Tuf: Yanardağların püskürttüğü külden ve lav parçalarından oluşan, genellikle açık renkli, gözenekli ve hafif, kolay ufalanıp parçalanabilen bir çökelti taşı). (Azim, Saygı)
- => C.V: Bu genç kadının bize getirdiği şey kesinlikle şaşırtıcı. Çok teşekkür ederim Noraly. (Saygı, Cinsiyet)
- => A.A: Kelimenin tam anlamıyla gördüğüm en sert, en kararlı kadın. Bu kanalı seviyorum. Umarım başkalarına ilham verir! İlham aldığımı biliyorum! (Güç, Azim, İlham Kaynağı)
- => B.W: Büyük saygı! Bu durumlarda yalnızca sabrınız, sakın kalma ve tam olarak işlev görme yeteneğiniz değil, aynı zamanda beceriniz ve en önemlisi, yalnızca iyi olanı değil, aynı zamanda tüm mücadelelerinizi filme almaya ve göstermeye devam etme isteğiniz var. Siz bir efsanesiniz. (Güç, Saygı)
- => H: Bu bölümü izlerken aynı anda hem sinirli hem de şaşkıyım! Noraly, korkularımızın hayatımızı yönetmesine izin vermezsek neler yapabileceğimizi bize gösteriyorsun. Teşekkürler! (Saygı, İlham Kaynağı)
- => R.L: Vay canına... Bu çamurlu cehennemden geçmeni izlemekten yoruldu! Bu tekerlek izlerinden bazılarında motosikletle geçmek zorunda kalmayı umursamadığını söylediğinde kıkırdadım. Bunun için seni eleştiren bir izleyici ya da gerçek bir sürücü hayal edemiyorum. Engeli aşmak için ne yapman gerekiyorsa onu yapıyorsun. Yıllar içinde sürücülük becerilerinin ve özgüveninin geliştiğini gördüm. Sürücülerin büyük çoğunluğundan daha fazla cesaretin var. Noraly'yi selamlıyorum. Olağanüstü bir gezgin, sürücü, kadın ve insansınız. Gelecekteki birçok video ve macerayı dört gözle bekliyorum. (Güç, Dayanıklılık, Cesaret, Saygı, Cinsiyet)
- => R.P: Seni izlemek çok ilham verici... 16 yaşındayım ve senin büyük bir hayranımım. Umarım bir gün motosiklet sürmeyi öğrenebilir ve dünya turlarına çıkabilirim. (İlham Kaynağı)
- => B.O: Hey Noraly, sana büyük saygı duyuyorum. Bir Enduro sürücüsü olarak bu tür arazileri biliyorum. Bir erkeğin bu tür çamurla uğraşması zor ama senin enerjin ve kararlılığın... Dilim tutuldu. (Güç, Azim, Saygı, Cinsiyet)
- => B.U: Bu videoda gösterdiğiniz azim ve karakter gücü miktarı, size daha da hayran kalmamı sağlıyor. Heyecanını nereden aldığınızı hayal edemiyorum. Harika. (Güç, Azim, Saygı)
- => P.L: Merhaba, ben Hong Kong'luyum. Beni dünyanın her yerine götürdüğün için teşekkür ederim. Bir kadın olarak seninle gurur duyuyorum. Çok teşekkür ederim Noraly. (Gurur)
- => S: Zor, vahşi yolculuk ve kesinlikle yalnız!!!! Vay!!! Ne maceralı bir yolculuk!!! Sana şapka çıkarıyorum!!! Hiç şüphe yok ki sen bir fantastik sürücüsün!!! (Güç, Dayanıklılık, Saygı)

=> P.C: Alaska'yı (motosikleti) çamurdan çıkarmakla zirveye ulaşan ve ona tekrar binmek için gereken katıksız fiziksel güce her zaman hayranlık duymuşumdur. Noraly ile bilek güreşi yapacağımı sanmıyorum! (Güç, Azim, Hayranlık)

=> D: Aklınıza koyduğunuz şeyi başarmak için gerekenlere sahipsiniz. Cesaret, dayanıklılık ve bir aslanın kalbi. (Güç, Dayanıklılık, Cesaret)

=> C.E: Güzel yolculuk, sen benim kahramanımsın. (Hayranlık)

=> C.G: Küçük, mavi gözlü ve sarışın bir kızın ta Hollanda'dan Guatemala ormanlarında toprak bir yolda motosiklet süreceğini kim düşünebilirdi. (Saygı, Cinsiyet)

=> R.M: Noraly'nin büyükbabası olacak yaşta bir erkek olarak, böyle cesur, fiziksel olarak enerjik ve zihinsel olarak güçlü bir genç kadın yetiştirdiği için anne ve babasını tebrik ediyorum. Anne ve babasının bunu izlediğini hayal edemiyorum. Kızları bizi dünyanın bu muhteşem bölgesini görmeye götürürken kesinlikle korktular ve gururlandılar! Bay ve Bayan Schoenmaker'a ebeveynlik becerileri için büyük bir başarmak! (Bilgilendirme: Noraly Schoenmaker videolarını "Umarım videomu beğenmişsinizdir, beğendiyseniz büyük bir başarmak verin" cümlesiyle tamamlamaktadır) (Güç, Cesaret, Saygı, Gurur)

Kinga Tanajewska, macera seyahatini Güney Afrika ve Lesoto arasında uzanan bir dağ geçidi olan Sani Geçidi'ne gerçekleştirmiştir (Görsel 7 ve 8). Videosunun başında seyahatini gerçekleştirdiği yolu kendisi şu sözlerle ifade etmiştir:

"Eğlenceli bir yolculuk olacak. Sani geçidindeki efsanevi rota 1544 metreden başlar ve 1332 metre yükseklikten 2876 metre yüksekliğe çıkar. Sani geçidi, Güney Afrika'nın vadideki sınır istasyonundan Lesoto sınırına kadar uzanıyor. Macera sürücüleri için rüya gibi muhteşem manzaralara sahip ve aynı zamanda zorlu, dik ve kayalık parkurlu bir yol. Ve sonunda yapılacaklar listeme ekleyebilirim."

Görsel 5 ve 6: 87. Bölüm Görüntüsü



Kaynak: <https://www.facebook.com/onherbike>

=> A: Çok az erkek Sani Geçidi'nden yukarı çıkıp aşağı inmeye cesaret edebilirdi. Ve sen yaptın. Tebrikler. Aferin. (Cesaret, Cinsiyet)

=> B: Tebrikler!!!! Gördüğüm en iyi videolardan biri. Böyle zorlu bir yolun zorluklarını aşmak için çok cesur ve yetenekliydin! (Güç, Cesaret)

=> S: Harika video! Bu tip gönderileri izlemeyi seviyorum. Fantastik yolculuk. Yeteneklerinden etkilendim. Böyle patikalarda tek başına seyahat etmek konusunda hiç gergin oldun mu ??? Böyle dik bir yokuş. Ne güzel manzaralar ve çekimler yapmışsın!! (Güç, Dayanıklılık)

=> P.K: Bu harika bir manzara ve bir tuf yolculuğuydu, videolarını izlettirmeyi seven cesur bir kadınsınız, motosiklet gezginleri için gerçek bir elçisiniz, videolarınızı paylaştığınız

için teşekkürler, kendinize iyi bakın ve güvenli sürün. (*Tüf: Yanardağların püskürttüğü külden ve lav parçalarından oluşan, genellikle açık renkli, gözenekli ve hafif, kolay ufalanıp parçalanabilen bir çökelti taşı). (Cesaret, Cinsiyet)

=> P: Mutlu Noeller Kinga, planlarımızın iptal edildiği bir yılda seyahatlerinizi paylaştığınız için teşekkürler, normallik umudunu sürdürmeye yardımcı oldu. Bu tırmanışla başa çıkmakla da iyi iş çıkardın. Kız gücü !!! (Güç, Cinsiyet)

=> H.V: Sani geçidi inanılmaz derecede zor. Bunu kendi başına yapmana şaşırdım. Sen etkileyici bir sürücüsün. (Güç)

=> C.B: Duyduğum en iyi imza atıcı olmayabilirsin ama kesinlikle gördüğüm en cesur sürücüsün. Destansı bir geçiş için tebrikler! (Cesaret)

=> D.R: Ne muhteşem bir yolculuk. Bravo !!! Kayalık dağ yollarında bu kadar ağır bir motosikleti kullanmak hiç de fena bir başarı değil. Ve bunu tek başına yapmış olman başka bir şey hanımefendi. (Güç, Cinsiyet)

=> C.C: Vay be ne cesaret, beceri ve kararlılık yolculuğu. (Güç, Azim, Cesaret)

=> C.H: Vay Kinga, bu hem bir macera filmi hem de rüya gibi bir maceraydı! Afrika çok maceralı ve güzel ve sen gerçekten sertsin! (Güç, Dayanıklılık)

=> A.G: Sana daha fazla güç dilerim. Bu, zayıf kalpliler için değildi ve sen onu fethettin. (Güç)

=> E.L: İşler zorlaştığında, zor olan sertleşir. Harika bir kadın sürücüden harika videolar. Fas'tan size iyi şanslar diliyorum. (Güç, Cinsiyet)

=> D.L: Güzellik, cesaret ve çılgınlık... İşte sevdiğim şey bu! Güzel yapılmış. Bu bölümden gerçekten keyif aldım. Teşekkürler Kinga! (Cesaret, Cinsiyet)

=> O.J: Düşen motosikletinizi almak ve özellikle tek başınıza seyahat etmek becerilerinizden bazıları. Büyük gayret. (Güç)

=> R.S: Bu kız bir makine... (Güç, Cinsiyet)

=> V.K: Bu şartlar altında tam yüklü ağır motosiklet ile son derece zor olanı başardın. Manevra yapma şeklin, o yolu bulman harika. Yaptığına sevindim ve bu çıkartma harikaydı. Sana beş yıldız. (Bilgilendirme: Sani Geçidi'nin zirvesine ulaşan macera sürücüleri zirvede bulunan tabelaya çıkartmalarını yapıştırmaktadır). (Güç, Azim)

=> M.C: Çok az erkek böyle zorlu bir yolda araç kullanma cesaretine sahip olabilir. Başarı için tebrikler. (Cesaret, Cinsiyet)

=> H.W: Zor Sani Geçidi... Ama sen çok güçlü bir kadınsın !!! (Güç, Cinsiyet)

=> G.C: Sana saygım sonsuz. Sani geçidinde süreceğini söylediğinde, yarı yoldan döndüğünü hayal ettim dürüst olmak gerekirse. Bu yolculuğu yapacak çok az sayıda yetenekli sürücü var. Şu an olduğun gibi, profesyonel gibi sürdün. (Azim, Saygı)

=> G: Çok büyük saygı duyuyorum sana Kinga, bu kadar ileri gittiğin sürücü performansınla şaşırtmana bayılıyorum. (Güç, Saygı)

=> D.M: Kinga, bu çok tehlikeli yolu fethederek harika bir iş çıkardınız. Her iki tarafta da tehlikeler vardı. Harika bir video ve bu yolculuğu güvenli bir şekilde yapmanıza sevindim. Nerede olursanız olun iyi kalın. Şerefe. (Güç, Saygı)

=> R.K: Bunu izlemek son derece zor ve yorucuydu, özellikle de kenara çok yaklaştığında. Sana tam not, Zirveye çıkan sert bir kadın, vay çok etkilendim. Bir arazi motosikletim var ve yaptıklarınızı takdir ediyorum. (Güç, Saygı, Cinsiyet)

=> S.R: Tüm video boyunca sen ve Chillie (motosiklet) ile acı çektim! Siz ikiniz

epiksınız (*Destansı) !! Aferin Kinga! (Güç, Dayanıklılık, Saygı)

=> N.M: Sen inanılmazsın! Ne ilham kaynağı. Sadece izlerken gergindim, hayali gidonları tutmaktan ellerim ağrıyor! (İlham Kaynağı)

=> G: Sert bir hanımefendisin Kinga, sana azami saygı gösteriyorum. Seyahatlerini takip etmeyi seviyorum. (Güç, Saygı, Cinsiyet)

=> J.M: O sonucu aldıktan sonra Mike Tyson'la on tur atmış gibi hissetmiş olmalısın. Çok fazla sürüş yaptım ve sadece izlerken hissedebiliyordum. İzlemeyi seviyorum, bana gençliğimi hatırlatıyor, yola ve maceraya özlem duymama neden oluyor. (Güç, Dayanıklılık)

=> U.H: Videoyu sevdim. Pratik yaklaşımı sevdim. Asla öl deme tavrını sevdim. Kamera bağlantılarını sevdim. Çok gerçek bir eser. Kudos (*Şeref, ödül, övgü). Devam edin, ilham vermeye devam edin. (Azim, İlham Kaynağı)

=> C: Harika! Motosiklet ve motosikletli kadınların çok güçlü bir savunucususun! Görmeyi seviyorum. (Güç, Saygı, Cinsiyet)

=> A.A: Sevgili Kinga, harikasın, takdire şayansın, yolda çok zor bir iş çıkardın, her zaman bir kadın olarak tarih yazıyorsun, devam et ve her zaman mutlu kal, geride kaldığımı hissediyorum senden...Pakistan'dan sevgiler. (Güç, Dayanıklılık, Saygı, Cinsiyet)

=> G.G: Kinga, dürüst olmak gerekirse, karşına ne çıkarsa çıksın engellerin üstesinden nasıl geleceğini biliyorsun. Etkileyici. Tebrikler. (Güç, Saygı)

=> C.W: Sen kesinlikle gördüğüm en belalı motorcusun. Bana gelince, ben asfalta sadık kalacağım! Harika videolar gelmeye devam etsin! (Güç)

=> D.B: Seninle çok gurur duyuyorum! Sen benim kahramanımsın. (Gurur)

=> C.L: Bunu yapabildiğine inanamıyorum! Çok fazla güç gerektirir! Saygılarımla. Sen nasıl bir kadınsın! vay... (Güç, Saygı, Cinsiyet)

=> V: Vay canına, ne kadar sert bir kadın, Kinga'ya saygı duy. (Güç, Saygı, Cinsiyet)

=> K.D: Kinga, kendimi birkaç kez vücudumu sıkarken ve kendime nefes almayı hatırlatırken buldum. Yaşlı bir motosikletçi olarak bu yollardan geçmiştim. Bu büyük bir başarıydı, kendinle gurur duymalısın. Şerefe. (Saygı, Gurur)

=> R: Çok iyi sürmüşsün, kız gibi binmek istememi sağlıyorsun. Bu güzel bir yer. (Saygı, İlham Kaynağı, Cinsiyet)

=> K: Gerçekten helal olsun, izlerken bile 30 defa düştüm ama bu kadın gerçekten çok iyi sürücü. (Saygı, Cinsiyet)

=> M.G: Yaşasın ve genç kadına saygı gösterin! 20 yaş daha genç olsaydım onun yaptıklarını yapmayı düşünürdüm !!! (Saygı, İlham Kaynağı, Cinsiyet)

=> O: Vay canına, kesinlikle harika bir sürüş, kız gücü!!! Aferin Kinga. (Saygı, Cinsiyet)

=> D.E: İnsan olmak için inanılmaz bir ilham kaynağısın. (İlham Kaynağı)

=> R: Fantastik Kinga!!! Kahramanımsın!!! Kız gücü!!! (Saygı, Cinsiyet)

=> A.L: Biliyor musun, seni seviyorum kral. Aksanınız çok hoş ve güçlü bir hanımefendisin. Bir gün yolda karşılaşmak dileğiyle. En iyi dileklerle. Devam et. (Güç, Cinsiyet)

=> A: Sana saygılar sunuyorum. Çok formda olmalısın ve hoş bir kişiliğisin. (Güç, Saygı)

=> H.S: Vay be başardın Kinga tebrikler! Sani geçişi, gerçekten madalyayı hak eden biri için en zor parkurdur. (Güç, Saygı)

=> D.E: İnsan olmak için inanılmaz bir ilham kaynağısın. (İlham Kaynağı)

=> R.D: Vay Genç Bayan !!! Nasıl bir yol. Birçok videonuzu izledim, ama bu gerçek değildi. Büyük saygı sunuyorum. Erkek anatomisinin bazı özelliklerine sahip olduğun belli, söylememde sakınca yoksa. (Güç, Saygı, Cinsiyet)

=> M.D: Motosikletli herhangi bir erkeğe göre olmayan bu yolda bir kadın hayal edin... Yeteneğiniz ve zihinsel kararlılığınız için tebrikler! ... (Güç, Azim, Saygı, Cinsiyet)

=> A.G: Selam sana Kinga. Herhangi bir erkeğin kaçınabileceği en zorlu yollardan birinde hayatta kaldınız. Şoför bunu doğru bir şekilde söyledi - "...harika bir iş çıkardın çünkü buradasın..." Sizin için iki başparmak yukarıya!!! (Saygı, Cinsiyet)

=> S.T: Güney Asya'dan yürekten teşekkür. Bangladeş. Kızım ve ben senin videonu izliyoruz, o sadece on üç yaşında. Bir kadın için bu yaptıklarının mümkün olduğuna inanmıyor. Bana giderek daha fazla soru sormaya başladı, nasıl motosiklet kullanıyor, yakıtı nasıl yönetiyor, kim fotoğrafını çekiyor, kim yemeğini veriyor, hangi otelde kalıyor vs. Ona sadece senin olduğunu söylüyorum ama inanmıyor. Lütfen ona soruları hakkında bir şeyler yazın. Senin için Yüce Allah'a dua ediyorum. Güvende kal. Dikkatli sür. (İlham Kaynağı, Cinsiyet)

=> W: Şimdi hayran olacağım iki kadın mı var? Diğeri Hollandalı Noraly. (Saygı, Cinsiyet)

7. Tartışma ve Sonuç

Toplumsal cinsiyet, erkek ve kadınların, kız ve erkek çocukların niteliklerindeki farklılıkları ayırt eden ve buna göre kadın ve erkeğin rol ve sorumluluklarına atıfta bulunan sosyal ve kültürel bir yapıdır. Cinsiyete dayalı roller ve diğer nitelikler bu nedenle zamanla ve farklı kültürel bağlamlara göre değişir. Cinsiyet rolleri, bir kültürde, belirli bir cinsiyetten fertler için sosyal olarak olur aldığı yaygın olarak kabul edilen sosyal ve davranışsal normlardır. Bunlar genellikle erkeklere, kadınlara, erkek ve kız çocuklarına verilen geleneksel sorumlulukları ve görevleri belirler. Cinsiyete özgü roller genellikle hane yapısı, kaynaklara erişim, küresel ekonominin belirli etkileri, çatışma veya afet oluşumu ve ekolojik koşullar gibi yerel faktörler tarafından belirlenir (www.unicef.org, 2017).

"Bir gezi veya deneyim gibi olağandışı, heyecan verici ve muhtemelen tehlikeli bir faaliyet veya bu tür bir faaliyetin ürettiği heyecan" (<https://dictionary.cambridge.org>) olarak tanımlanan macera yenilik ve farklılık arayan bireylerin boş zaman geçirmelerini sağlayan bir turizm enstrümanı haline dönüşebildiği gibi bir hayat tarzının da oluşmasına neden olabilmektedir. YouTube, hem ülkeler arasındaki bilgi paylaşımlarını kolaylaştırması hem de yaygın bir ulaşım ağına sahip olması nedeniyle Vloggerlar açısından önemli bir platform olarak varlığını sürdürmektedir. Bu özelliği ile YouTube macera severlerle macera yolcularını bir araya getiren önemli etkileşim ağı olmuştur.

Motosiklet gerek fiziksel güç gerekse de mental dayanıklılık gerektirmesi nedeniyle kullanım amacına ve kullanılan motosikletin özelliklerine göre hem sert hem de yumuşak turizm içinde yer alabilmektedir. Bazı motosiklet sürücüleri doğaya meydan okumakta ve insan bedenini zor sınavlarla sınamakta ve kullandıkları 250-300 kg ağırlıktaki motosikletler ile çetin koşullara dayanmaktadır. Kimsenin gitmek istemeyeceği bozuk, taşlı ya da çetin yolları tercih eden sert motosiklet sürücüleri, bu zorlu yolları aşmak için üstün çaba ve motivasyona sahip olma özelliği taşımaktadırlar. Motosikleti verimli ve güvenli bir şekilde kullanabilmek için eğitimlere katılan bu sürücülerin gerekli durumlarda yolculuk esnasında yaşayabilecekleri problemlerle baş edebilmek için de asgari teknik bilgiye de sahip olması gerekmektedir.

Bütün bu zorlu mücadele ve azim, sert motosiklet kullanımının erkek gücüne ya da erkeksi özelliklere sahip bireylere göre olduğu kanaatini oluşturmaktadır. Her kültürde bulunabilen kalıp yargılar bireylerin yaşayabilecekleri deneyimleri bir ölçüde sınırlayarak, onları

davranış ve düşünce olarak birbirine “benzeten” bazı etkiler de yapabilmektedir. Örneğin cinsiyet rolleri, bu kategoriye girecek kalıp yargılar arasındadır. Her kültür, kadın ve erkek rollerini, yani onlardan kadın ya da erkek olmaları gereği beklediği davranışları az çok belirlemiştir. Bu roller dışında kalan davranışlar, bireyin toplumsal baskıyla karşılaşmasına neden olur. Bu kalıp yargılar, kadın-erkek rollerinin neredeyse bıçakla kesilmiş gibi birbirinden kopartıldığı toplumlarda, belli yeteneklerin geliştirilmesi, belli yeteneklerin ise köreltilmesi gibi sonuçlara yol açabilir (Synder’den aktaran Tolan vd., 1991, s. 125).

Noraly Schoenmaker ve Kinga Tanajewska hayatlarının önemli bir kısmını macera dolu içerikler üretebilmek amacıyla motosiklet üzerinde geçirmektedirler. Yalnız seyahat etmekten ya da zorluklarla tek başına mücadele etmekten çekinmeyen bu kadın motosiklet sürücüleri yayınladıkları Youtube videolarının altında verdikleri emeğin karşılığını görebilmektedirler. Bu kanalların takipçileri arasında motosiklet sürücüleri, macera severler, yeni yerler görmek ve keşfetmek isteyenler bulunmaktadır.

Yapılan çalışmada her iki sürücünün zorluklara meydan okumalarına yönelik takdir ve hayranlık içeren yorumların ağırlıkta olduğu görülmüştür. Yorumlar arasında; cesaret, azim, kararlılık, kadın gücü, ilham kaynağı olma kelimeleri ön plana çıkmıştır. Kadın motosiklet sürücülerinin yayınladıkları görsel ve yazılı içeriklerle toplumsal cinsiyet kalıp yargıları ile mücadelede önemli bir yol kat ettikleri görülmüştür.

7. Kaynakça

- About Itchy Boots (2022). <https://www.itchyboots.com/about>. Erişim Tarihi: 05.05.2022.
- About On Her Bike (2022). <https://onherbike.com/about/> Erişim Tarihi: 05.05.2022.
- Abutalibov, N. (2019). Motosikletle seyahat eden turistlerin motivasyon unsurlarının belirlenmesi. Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sakarya.
- Ansiklopedik Sözlük (1967). Dil ve genel kültür ansiklopedisi. İstanbul: Milliyet Yayınları.
- Azmi, N. J., Hassan, I., Ab Rashid, R., Ahmad, Z., Azira Aziz, N., & Yahaya Nasidi, Q. (2021). Gender Stereotype in Toy Advertisements on Social Networking Sites. *Online Journal of Communication and Media Technologies*. 1-14)
- Başfıncı, Ç., Ergül, B., ve Özgüden, B. (2018). İzleyici Gözünden Toplumsal Cinsiyete Meydan Okuyan Reklamlar, *International Journal Of Economic & Administrative Studies*, (20), 199-216.
- Bates, D. G. (2013). 21. Yüzyılda kültürel antropoloji-insanın doğadaki yeri. (2. Baskı). (Çev. Ed: S. Aydın). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Beckman, E., Whaley, J. E. ve Kim, Y. K. (2017). Motivations and experiences of whitewater rafting tourists on the ocoeeriver, USA *International Journal of Tourism Research*, 19, 257-267.
- Blackstone, A. (2003). Gender roles and society. In Julia R. Miller, Richard M. Lerner, and Lawrence B. Schiamberg (Ed). *Human ecology: an encyclopedia of children, families, communities, and environments*, (p. 335-338). Santa Barbara, CA: ABC-CLIO.
- Brysiak, K. (2020). Kinga Tanajewska-On Her Bike, motocyklowa podrózniczka, dla której nie ma rzeczy niemożliwych [WYWIAD]. <https://motovoyager.net/ekstra/wywiady/kinga-tanajewska-on-her-bike-motocyklowa-podrozniczka-dla-ktorej-nie-ma-rzeczy-niemozliwych-wywiad/> Erişim Tarihi: 06.05.2022.
- Cambridge Dictionary. (2022). <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english->

- turkish/adventure. Erişim Tarihi: 06.07.2022.
- Casad, B. J., ve Wexler, B. R. (2017). Gender stereotypes. K. L. Nadal (Ed.), The sage encyclopedia of psychology içinde (p.755-758). Sage Publication, Inc,
- Chambers, D. (2016). Adventure biker Itchy Boots' tours sa, bringing her legions of fans along for the ride, <https://www.timeslive.co.za/sunday-times/lifestyle/travel/2021-05-30-adventure-biker-itchy-boots-tours-sa-bringing-her-legions-of-fans-along-for-the-ride/> Erişim Tarihi: 06.05.2022.
- Dictionnaire Larousse (1994). Ansiklopedik sözlük. İstanbul: Milliyet Yayınları.
- Dökmen, Z.Y. (2021). Toplumsal Cinsiyet Sosyal Psikolojik Açıklamalar (11.Baskı), İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Dumanlı, D. (2011). Reklamlarda Toplumsal Cinsiyet Kavramı ve Kadın İmgesinin Kullanımı; Bir İçerik Analizi, *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 132-149.
- Gender Equality- Glossary of Terms and Concepts. (2017). <https://www.unicef.org/rosa/media/1761/file/Gender%20glossary%20of%20terms%20and%20concepts%20.pdf>. Erişim Tarihi: 12.04.2022.
- Gender ve Health. (2022). https://www.who.int/health-topics/gender#tab=tab_1. Erişim Tarihi: 12.04.2022.
- Gündüz-Kalan, Ö. (2010). Reklamda Çocuğun Toplumsal Cinsiyet Teorisi Bağlamında Konumlandırılışı: 'Kinder' Reklam Filmleri Üzerine Bir İnceleme, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 1(38), 75- 89.
- Işık, Ş. (2012). Kültürlerarası iletişim bağlamında Cumhuriyet Üniversitesi'ndeki gençlerin Almanlara yönelik kalıp yargıları, *Cumhuriyet Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 36 (2), 159-191.
- Itchy Boots Facebook Sayfası (2022), <https://www.facebook.com/ItchyBoots>. Erişim Tarihi: 03.06.2022.
- Itchy Boots Youtube Kanalı. (2022). <https://www.youtube.com/c/ItchyBoots>. Erişim Tarihi: 06.07.2022.
- Kanahara, S. (2006). A review of the definitions of stereotype and a proposal for a progressional model, *Individual Differences Research*, 4(5), 306-321.
- Khan Md. Mahfuzur Rahman (2021) Women and Sports: View from Stereotyping & Gender Differentials Perspectives, *Journal of Sports and Physical Education Studies (JPES)* (1), 1-4.
- Kumar, A.M.; Goh, J.Y.Q.; Tan, T.H.H.; Siew, C.S.Q. (2022) Gender Stereotypes in Hollywood Movies and Their Evolution over Time: Insights from Network Analysis. *Big Data Cogn. Comput*, 6, 50. Pp. 1-32.
- Meydan Larousse (1992). Büyük lügat ve ansiklopedi. İstanbul: Sabah Yayınları.
- Michaelidou, N., Siamagka, N.T., Hatzithomas, L. ve Chaput, L. (2022), "Femvertising practices on social media: a comparison of luxury and non-luxury brands", *Journal of Product & Brand Management*, <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JPBM-09-2020-3074/full/html> (Erişim Tarihi: 27.10.2022)
- Nazlı, A. (2016) Toplumsal Cinsiyet ve Beden (Toplumsal Cinsiyet Çalışmaları içinde 3.Ünite

- 44-76) Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Nelson, M. R., ve Otnes, C. C. (2005). Exploring cross-cultural ambivalence: a netnography of intercultural wedding message boards, *Journal of Business Research*, 58(1), 89-95.
- Nurani, L. M. (2008). Critical review of ethnographic approach. *Jurnal Sosioteknologi*, 7(14), 441-447.
- On Her Bike Facebook Sayfası (2022). <https://www.facebook.com/onherbike>. Erişim Tarihi: 06.07.2022.
- On Her Bike Youtube Kanalı. (2022). <https://www.youtube.com/user/onherbike>. Erişim Tarihi: 06.07.2022.
- Özgülven, İ. E. (2012). *Cinsellik ve cinsel yaşam*, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Öztürk, G. (2020). Türkiye'deki Kuşakların Reklamda Toplumsal Cinsiyet Konusuna Yönelik Bakış Açıları, *International Journal of Social And Humanities Sciences (Ijshs)*, 4(1), 71-94.
- Rasmussen, Kirsten, Mikaela J. Dufur, Michael R. Cope, ve Hayley Pierce. (2021). "Gender Marginalization in Sports Participation through Advertising: The Case of Nike" *International Journal of Environmental Research and Public Health* 18, 1-22. 7759.
- Rofidah, L. (2021). Stereotip Gender di Media: Representasi Atlet Angkat Besi Perempuan pada Drama Weightlifting Fairy Kim Bok Joo. *Translitera : Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media*, 10(2), 14-26.
- Sakallı-Uğurlu, N., ve Türkoğlu, B., (2016). Günümüz Türkiye'sinde Cinsiyet Kalıpyargıları Kadın Kimdir Erkek Kimdir, I. Sosyal Psikoloji Kongresi, Ankara https://www.researchgate.net/publication/310954437_Gunumuz_Turkiye_sinde_Cinsiyet_Kalipyargilari_Kadin_kimdir_Erkek_kimdir [Erişim Tarihi: 20.11.2020].
- Sakallı-Uğurlu, N., Türkoğlu, B., ve Kuzlak, A. (2018). How are women and men perceived? Structure of gender stereotypes in contemporary Turkey, *Nesne Psikoloji Dergisi*, 6(13), 309-336.
- Sanay Y. ve Şener, G. (2021). Kristal elma ödüllü reklamlarda cinsiyet rollerinin temsili üzerine bir içerik analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, Yıl: 2021, Cilt: 12, Sayı: 32, 1297-1315.
- Schaefer, T. R., (2013). *Sosyoloji* (12. Baskı). (Çev. Ed. S. Coşar), Ankara: Palme Yayıncılık.
- Sex and Gender (2022). https://www.coe.int/en/web/gender-matters/sex-andgender#67588784_70858817_True. Erişim Tarihi: 07.06.2022
- Swarbrooke, J., Beard, C., Leckie, S. ve Pomfret, G. (2003). *Adventure Tourism- The New Frontier*, Burlington: Elsevier Science Ltd.
- Tabassum N, Nayak BS. (2021) Gender Stereotypes and Their Impact on Women's Career Progressions from a Managerial Perspective. *IIM Kozhikode Society & Management Review*, 10(2):192-208.
- Tolan, B., İsen, G. ve Batmaz, V. (1991). *Sosyal Psikoloji*, Ankara: Adım Yayıncılık.
- Türk Dil Kurumu Türkçe Sözlük (2005). *Ansiklopedik sözlük* (10.Baskı). Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Upoma ASA. (2021). *Analyzing the gender stereotypes in media: perception and impact on*




Bangla-deshi adolescents, *Asian Journal of Social Sciences and Legal Studies*, 3(5), 193-201.)

Zeybekoğlu-Dünder, Ö. (2012). Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Televizyon Reklamlarına Yansıması. *ETHOS: Felsefe ve Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar*, 5(1), 121-136.

Dijital Etik ve Eğitim Zorlukları

Aysun DOĞUTAŞ*

*Pamukkale Üniversitesi,
Eğitim Bilimleri Bölümü,
adoğutas@pau.edu.tr

 <https://orcid.org/0000-0002-2928-5156>

Anahtar Sözcükler
Dijital Etik, Dijital Çağ,
İnternet, Eğitim .

Key Words
Digital Ethic, Digital Age,
İnternet, Education.

Atıf/Citation
Doğutaş, A. (2022). Dijital
Etik ve Eğitim Zorlukla-
rı. ISophos: Uluslararası
Bilişim, Teknoloji ve Felsefe
Dergisi, Cilt 5, Sayı 9, ss:
33-42.

Özet

Dijital etik, dijital Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin (ICT) genel olarak toplumlar ve çevre üzerindeki etkileri üzerine odaklanır. Daha dar anlamda dijital medya etiği, cep telefonu ve navigasyon sistemleri gibi ağ iletişimini ilgilendiren etik sorunlar üzerinde durmaktadır. Mahremiyet, aşırı bilgi yüklenmesi, internet erişiminde uçurum, denetleme ve robot bilimi gibi dijital etik sorunlar özellikle kültürlerarası bakış açısıyla günümüzde oldukça yaygın tartışılmaktadır. Dijital etiğin dijital çağın zorluklarını ortaya koyma konusunda katkı sağladığı söylenebilir. Dijital çağda ortaya çıkan sorunlarından bir tanesi eğitimidir. Dijital kültürle büyüyen eğitim sorunları herhangi bir beceri veya teknolojik yeterlilik değil fakat katılım ve etiktir. Bu yüzden dijital eğitim, yeterlilikler ve kapasitelerin müfredat tanımlamalarını genişletme konusundaki mevcut girişimlerin ötesine geçecektir. Dijital çocukluğun etrafında yoğunlaşan yaygın ahlaki paniğe karşılık abartılmış çocuk koruma ve denetleme için hemen hemen sürekli bir kamunun dikkatini çekme mevcuttur. Dijital gençliğin karşı karşıya kaldığı günlük meseleler etik sorunlarıdır. Günümüz gençliği ve çocukları günlük yaşantıları içindeki internetteki doğruyu veya yanlış, gerçeği ve gerçek dışını nasıl ayırt edebilecekler? İnternetteki hareketlerinin ve başkalarıyla olan etkileşimlerinin gerçek sonuçlarını nasıl sezecekler ve onlarla nasıl yaşayacaklar? Özel yaşantıları ve umumi paylaşımları arasındaki karmaşıklıklar arasında nasıl geçiş yapacaklar? Ve ebeveynine ait, kurumsal ve hükümet denetimleriyle nasıl başa çıkacaklar? Son olarak internetin kamusal, politik, kültürel ve ekonomik alanlarında arkadaş, meslektaş, akraba, işçi, tüketici ve vatandaş olarak nasıl bağlantı kuracak ve katılacaklar? Bu sorular bu çalışmada ele alınacaktır.

Abstract

Digital Ethics and Educational Challenges

Digital ethics deals with the impact of digital Information and Communication Technologies (ICT) on societies and the environment at large. In a narrower sense digital media ethics addresses ethical questions dealing with the internet and internetnetworked information and communication media such as mobile phones and navigation services. Digital ethical issues such as privacy, information overload, internet addiction, digital divide, surveillance and robotics are

discussed in detail today particularly from an intercultural perspective. It can be said that digital ethics contributes to address the challenges of the digital age. Education is one of the challenges addressed in the digital age. The educational challenge raised by digital culture is not one of skill or technological competence, but one of participation and ethics. Accordingly, digital education would move far beyond the current attempts to expand curriculum definitions of competences and capacities. There are now almost continuous public calls for heightened child protection and surveillance in response to widespread moral panic around digital childhood. The everyday issues faced by digital youth revolve around ethical matters. How do today's young people and children deal with right and wrong, truth and falsehood, representation and misrepresentation in their everyday lives online? How do they anticipate and live with and around the real consequences of their online actions and interactions with others? How do they navigate the complexities of their public exchanges and their private lives, and how do they engage with parental, corporate, and government surveillance? Finally, how can they engage and participate as citizens, consumers and workers, friends, colleagues, and kin in the public and political, cultural and economic spheres of the internet? These questions will be examined in this paper.

1. Giriş

Mesaj toplumunda yaşıyoruz. İnternet yerel ve küresel iletişimin temel altyapısı haline gelmiştir. Hemen hemen bütün toplumlarda bireyler interneti günlük yaşantılarında çok sık kullanılmaktadırlar ki artık internete erişimi olmayan biri kalmamıştır, diyebiliriz. Dijital çağda yaşadığımızı söylemek hiç de yanlış olmaz. Bu durumda diğer özgürlükler gibi erişim özgürlüğü de asli bir etik prensip olarak ele alınmalıdır. Ücretsiz ve kolay internet erişimi demokrasi ve barışı teşvik edebileceği gibi aynı zamanda manipülasyon ve güç kontrolü olarak da kullanılabilir. Bunun yanı sıra dijital çağda mahremiyet, aşırı bilgi yüklenmesi, internet erişiminde uçurum, denetleme ve robot bilimi gibi dijital etik sorunlar özellikle kültürlerarası bakış açısıyla günümüzde tartışılmaktadır (Ess, 2009; Himma ve Tanavi, 2008).

Bu dijital çağda ifadeler, görüntüler, sesler, intikam ve aşk davranışları, savaş ve barış, zorbalık ve flört, doğru ve yalan, şiddet ve önemseme, zulüm ve özgürlük hepsi de internette. Bedenleşmiş etkinlik, fiziksel oyun, çevrim içi mesajlaşma ve oyunların zorladığı yüz yüze olan sözel etkileşim çevrim içi istismara, zorbalığa, gerçek ve sembolik şiddete, kurumsal ve devlet denetimine ve veri madenciliğine dönüşmektedir. Hatta cinsel ve ticari sömürünün çocukların ve gençlerin şiddete, pornografiye, ideolojik beyin yıkamaya ve suç dayalı davranışlara sebep olmaktadır. Bunların hepsine çocuklarımız ve gençlerimiz maruz olmaktadır. Bu da dijital etik endişesini ortaya çıkarmaktadır. Dijital etğin dijital çağın zorluklarını ortaya koyma konusunda katkı sağladığı söylenebilir.

Dijital çağ ve zorlukları ile karşı karşıya kalan gençlik ne yapacak? Dijital çağda günümüz gençliği ve çocukları günlük yaşantıları içindeki internetteki doğruyu veya yanlış, gerçeği ve gerçek dışıyı, doğru temsili ve yanlış temsili nasıl ayırt edebilecekler? İnternetteki hareketlerinin ve başkalarıyla olan etkileşimlerinin gerçek sonuçlarını nasıl sezecekler ve onlarla nasıl yaşayacaklar? Özel yaşantıları ve umumi paylaşımları arasındaki karmaşıklıklar arasında nasıl geçiş yapacaklar? Ebeveynlere ait, kurumsal ve hükümet denetimleriyle nasıl başa çıkacaklar? Son olarak internetin kamusal, politik, kültürel ve ekonomik alanlarında arkadaş, meslektaş, akraba, işçi, tüketici ve vatandaş olarak nasıl bağlantı kuracak ve katılacaklar?

2. Yöntem ve Teknik

Yukarıda bahsedilen soruları analiz etmek için bu çalışmada nitel yöntemlerden biri olan doküman analizi tekniği kullanılacaktır. Doküman analizi, yazılı belgelerin içeriğini sistematik olarak analiz etmek için kullanılan bir nitel araştırma yöntemidir (Wach ve Ward, 2013). Doküman analizi, basılı ve elektronik materyaller olmak üzere tüm belgeleri

incelemek ve değerlendirmek için kullanılan sistemli bir yöntemdir. Nitel araştırmada kullanılan diğer yöntemler gibi doküman analizi de anlam çıkarmak, ilgili konu hakkında bir anlayış oluşturmak, ampirik bilgi geliştirmek için verilerin incelenmesini ve yorumlanmasını gerektirmektedir (Corbin & Strauss, 2008). Bu konu ile ilgili daha detaylı bilgiye ulaşabilmek için daha önce yapılmış çalışmalar incelenecektir. Öncelikle dijital etik kavramı tanımlanacaktır. Daha sonra dijital etik ve eğitim arasındaki ilişki ve dijital etiğin eğitim üzerindeki etkileri tartışılacaktır.

3. Kuramsal Çerçeve

3.1. Dijital Etik

Etik kurumlarda, toplumlarda ve kültürlerde alışveriş, medeniyet, günlük yaşantımızı ve etkileşimlerimizi yönlendiren prosedürler, normlar ve kodları ifade etmektedir (Dewey, 2008). Dijital etik, dijital Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin (ICT) genel olarak toplumlar ve çevre üzerindeki etkileri üzerine odaklanır. Dijital medya etiği, cep telefonu ve navigasyon sistemleri gibi ağ ve ağlararası iletişim ve bilgi medyasını ilgilendiren etik sorunlar üzerinde durmaktadır. Dijital medya etiği sadece internete erişimle ilgili teknik bir problem değildir. Bunların yanı sıra kültürel sömürü, homojenleştirme, kolonileştirme ve ayrımcılık gibi tehlikelerden kaçınarak etkileşimsel dijital medyayı daha iyi nasıl kullanacaklarını düzenlemeleri meselesi göz önünde bulundurulmalıdır (Ong ve Collier, 2005). Sadece evrensel haklar ve prensipler değil, aynı zamanda teorik temeller ve pratik uygulamaların çeşitli şekillerine yönlendiren tarihi ve coğrafi tekillikler gibi kültürel farklılıklar gibi etik denetlemelerin hedefleri vardır. Etiğin bu alanı günümüzde kültürlerarası bilgi etiği diye adlandırılmaktadır (Capurro, 2008; Hongladarom ve Ess, 2007; Capurro, 2006). Toplumlar gibi bireylerde ihtiyaçlarına, ilgilerine ve kültürel geçmişlerine göre geleneksel ve dijital medya içerisinde farklı türlerde toplulukların olabileceğinin farkında olmalılar (Ong and Collier 2005).

3.2. Dijital Çocukluk ve Gençlik

Dijital ortamlardaki etkileşim ve eylemlerin kuralcı prensipleri olan dijital etik, çocukların internette ve çevrim içi durumlarda neleri yapamayacakları konusunda bir yasaklar listesi olarak görülemez. Evinde her an internet erişimi olan gençler ve çocuklar için bilgi, öğrenme, sosyal katılım, iş, eğlence, arkadaşlarıyla ve diğer kişilerle günlük sosyal etkileşimlerinin hepsi çevrim içi hale gelmiştir. Dijital çocukluk odağına yoğunlaşan ahlaki paniğe karşı abartılmış çocuk koruma ve denetleme için sürekli olarak kamunun dikkati çekilmektedir (Havey ve Puccio, 2016). Dijital gençliğin karşı karşıya kaldığı günlük meselelerin her biri etik sorunlardır.

Günümüz gençlerine sorduğumuzda internette sosyalleştiklerini söylemektedirler. Bunu ya tweet atarak ya da tweeti beğenerek, çevrim içi yayın yaparak, paylaşarak veya beğenerek fark etmeden yapar ve bunu sosyal eylem olarak adlandırır. Ancak biz buna dijital eylem diyoruz (Wilden, 1972). Çocuk, genç, öğrenci, normal bir vatandaş veya yetişkin hiç fark etmez. Dijital eylemler günlük hayattaki konuşma, yazışma ve diğer şekillerdeki etkileşimleri ile yaptıkları eylemleri kendi davranışlarının sınırlarını aşan sonuçlar veya farklı yüksek çıkarlar taşıyabilirler. Gerçek hayatta bu dijital eylemler, drone saldırısı başlatabilir, silah yapımının karışık teknik bilgilerini aktarabilir, sadece oyun için kullanan birşey milyonlarca kişiyi utandırabilir veya aşağılayabilir.

3.3. Dijital Etik ve Eğitim

Dijital çağda ortaya çıkan sorunlarından bir tanesi eğitimidir. Dijital kültürle büyüyen eğitim sorunları herhangi bir beceri veya teknolojik yeterlilik değil, katılım ve etikdir. Bu yüzden dijital eğitim, yeterlilikler ve kapasitelerin müfredat tanımlamalarını genişletme konusundaki mevcut girişimlerin ötesine geçecektir. Bu teknolojik olarak tamamen ele geçirilmiş toplumlar ve ekonomilerde daha adil ve sürdürülebilir bir

hayat yaşayabilmek ve insan olabilmek olan etik yani dijital etik okullar için en önemli bir müfredat sorunudur.

Bu çağın öğretmenlerinin, bakıcılarının, ebeveynlerin ve toplum liderlerinin günümüz dünyasında toplumlar ve kültürler yani insan varlığı için etik ölçütlerini belirlemeye gitmeden sadece yeni dijital genç kültürün varlığını kabul etmek mevcut kültürel, jeopolitik ve ekonomik durumlara cevap olarak eğitim, felsefi ve politik olarak yeterli değildir. Her şeyin bir arada olduğu bu çağda etik meseleleri düşünmek pedagojik olarak bir sorumluluktur. Bu dijital çağı biz çeşitlilik içinde birlikte yaşamayı, karşılıklı saygıyı ve farklılıkları öğrenmek için nasıl kullanabiliriz. Bunu yaparken karmaşık sosyal, ekonomik ve çevresel meselelere değinirken kucak açıcı bir yapı oluşturmalı ve adaletli ve yaşanabilir toplumlar oluşturabilmeliyiz. Bu asıl çağımız gençliğinin ve onların öğretmenlerinin karşılaştığı en önemli eğitim problemlerinden bir tanesidir.

Bir çok okul sistemi basılı ders kitapları yerine dijital çağa geçilmiş olmasını hala kabullenemiyor ve bir şok yaşıyorlar. Genellikle okullar çocukların çevrimiçi iletişimlerinde ve alışverişlerinde neleri yapıp neleri yapamayacağı konusunda yama şeklinde kurallar koyarak tepki vermişlerdir. Aynı zamanda okullar teçhizat kısıtlaması, tescil engellemeleri, denetleme sistemleri, özel ve fikri mülkiyet kuralları ve okul bazlı kodlar ve sınıf kuralları gibi birçok kısıtlama kullanmaktadır. Bunlara alternatif olarak yapılabilecek en güzel şey medyada insan etiğinin tanımını yapmaktır. Yani bütün insan ilişkilerinde sosyal adaleti korumak için gerekli genel prensipleri belirlemek önemlidir. Dijital iletişimin sonuçları, etkinlikleri, içerikleri şekillerinin sorgulanarak okulun gerçek amacının tekrar gözden geçirilmesi gerekmektedir. Müfredat gelişimsel ve sistematik olarak günlük eylemlere ve onların sonuçlarına bağlı olarak mevcut meselelerle eşleştirilmelidir. Bunlar içinde kurum ve devlet denetimi, mahremiyet, şeffaflık, politik ve ekonomik kontrol de ele alınmalıdır. Bu da müfredata dijital etik kavramını ekleyerek mümkün olabilir.

Teknolojiye doymuş toplumlarda ve ekonomilerde insan olmanın ne olduğu ve nasıl adaletli ve sürdürülebilir bir hayat yaşayabileceğimizi açıklayan etik bir nevi dijital etik okul için en önemli müfredat meselesidir. Bu kuşaksal ve pedagojik bir sorumluluktur. Şu an bizler, tarihsel olarak koloni şeklinde yaşamış, göçmen toplulukların yeni yerleşim yerleri aradığı, geleneksel, modern ve postmodern hayat tarzlarının bir arada olduğu kültürlerle karşılaşyoruz. Bu da kullanmış olduğumuz teknolojinin niçin yeni eşitsizlikler ve şiddet türlerini ortaya çıkardığını anlamamızı sağlar. Bu durumda araştırmacılardan, akademisyenlerden ve eğitimcilerden sadece yerel toplulukların, yaratıcılığın ve farklı seslerin tanımlarından fazlasını beklemektedir.

İletişim medyasıyla ilgili olarak insan etiği tanımının yapılması bir alternatiftir. Bütün insan iletişim türlerine bağlı olarak temel sosyal adaletin prensiplerine dayalı kritik okuryazarlık ortaya çıkmaktadır. Konuşma, dinleme, dijital okuma ve yazma, görselleştirme gibi günlük müfredat uygulamalarının dışında sınıf etkinlikleri, dijital etkileşimin insan eylemlerinin gerçek sonuçları üzerinde analiz, üzerinde durma ve bununla ilgili ihtimamlı tartışmaları içermeye odaklanabilir. Ayrıca etkinlikler dijital iletişimin ideolojik, bilimsel ve kültürel kodlarının ne olduğu, gerçek savlar ve anlamları ve toplum bazlı kültürel ve sosyal eylemlerin günlük ihtimalleri üzerinde odaklanabilir. Burada gerekli olan şey dijital iletişimin şekilleri, konuları, uygulamaları ve sonuçlarının sorgulandığı bir müfredatla okulun gerçek amacı tekrar tasarlanmalıdır. Müfredat gelişimsel ve sistematik olarak günlük eylemler ve onların sonuçlarına bağlı, şirket ve devlet denetimi, mahremiyet ve şeffaflık ve politik ve ekonomik kontrol gibi günlük meselelerle ilişkili olmalıdır.

Kısacası, müfredata yani öğretme ve öğrenme sürecinde dijital etik konusunu dahil etmeliyiz. Dijital etiği öğretme ve öğrenme için ve buna bağlı bir müfredat oluşturabilmek için Luke (2018) tarafından 3 temel sav ortaya atılmıştır. Bu çalışmada, bu 3 temel sav öğrenme ve öğretme alanında dijital etikle ilgili nasıl bir müfredat oluşturulabilir bunun üzerinde durmaktadır.

3.4. Üç Temel Sav

Luke (2018) tarihinde öğretme ve öğrenme sürecinde geleneksel okul sistemi veya müfredatı yerine yeni bir müfredat geliştirilmemiz gerektiğini öne sürmüştür. Aşağıda bu üç sav detaylı bir şekilde anlatılacaktır.

3.4.1. Birinci Sav

İlk sav dijital etiğin analitik olarak birbirinden farklı ancak pratik olarak birbiriyle iç içe olan 2 boyutta ele alınmasıdır. Eğitim, ideoloji ile ilgili temel klasik sorularla sosyal eylem ve ilişkilerle ilgili soruları birbirine bağlamalıdır. Öğrencilerin dijital hayatları ile ilgili eğitimcilerin ana meselesi, öğrenenlerin çevrim içi girmek zorunda oldukları yerlerdeki ideolojiler, inanışlar ve değerler gibi düşünsel ve anlamsal şeylerle uyumlu olmasıdır. Bu gerçek, gerçeklik, doğrulama ve inanç gibi çevrimiçi sunulan bilginin sonuçlarıyla ilgili ana sorular ortaya çıkarır.

Guardian dergisinin eski editörlerinden birinin son yazılarından birinde bunu şu şekilde açıklamıştır: Gutenberg'ten 500 yıl sonra bilginin sunulduğu egemen formu yazılı kağıtlardaki bilgi belirli kalıplarla sunulurdu böylece okuyucularda istikrarlı ve düzenli gerçeklere inanmaya teşvik edilirdi. Şimdi ise karşıt güçler arasındaki kafa karıştırıcı çatışmalar arasında kalmış durumdayız: doğru ve yanlış, gerçek ve söylenti, nezaket ve gaddarlık arasında, hatta birkaç ve çok, ilişkili ve yabancılaşmış arasında, internetin açık platformları ve kapalı kutu olan Facebook ve diğer sosyal medya ağları arasında, bilgilendirilmiş halk ve yanlış yönlendirilmiş kalabalıklar arasında. Bu mücadelelerin ortak noktası ve bu meselenin çözümünün önemli bir mesele yapan gerçeğin statüsünün zamanla azalmasıyla ilgilidir (Viner, 2016).

Böylece, eşzamanlı ve eşdeğer etik mesele çevrim içi hayatın etkileşimsel faydaları ile ilgilidir. Eğitimcilerin ve halkın bahsedilen endişelerine cevap olarak dijital etik, arkadaşlarımız ve diğerleriyle olan günlük sosyal ilişkilerimizde temel bir yön olan sosyal medya kullanımı üzerine odaklanmamız gerekmektedir. Öyleyse etikten konuşurken bahsedilen şey eşzamanlı olarak hem çevrimiçi temsillerin düşünsel konuları ve insanlar arasındaki sosyal ve etkileşimsel ilişkilerin değişiminden bahsetmekteyiz. Yani ilk temel sav ideoloji ve sosyal ilişkilerdir. Dijital etik, kişinin çevrimiçi ürettiği ve eriştiği değerler, inançlar, düşünceler, imajlar, anlatılar ve gerçekler gibi ideolojik konularla ilgili sorular ve bireysel ve kolektif davranışların özellikle etkileşimsel ve maddi sonuçları gibi çevrimiçi yaşanmış ve tecrübe edilmiş sosyal ilişkilerle ilgili sorulara değinmelidir. Düşünsel konular ve etkileşimsel ilişkisel protokoller ve sonuçları analitik olarak birbirinden farklı olarak görünse de uygulamada her zaman iç içedir. İnsanın kararlarının ve amaçlarının ne kadar bilinçli, bilinçsiz veya içine kapanık, açık, örtük veya imalı olduğu önemli değildir. Asıl olan bizim söylediğimiz, yazdığımız, konuştuğumuz, ima ettiğimiz, nasıl konuştuğumuz, yazdığımız, mimiklerimiz, işaretlerimiz ve kime söylediğimiz etik eylemlerdir.

Eğitim açısından baktığımızda dijital etik tanımı hem bilginin düşünsel boyutu (tematik, artistic veya bilimsel olarak anlamlandırılması) olarak "sınıflanması" ve sosyal ilişkiler ve eylemler yoluyla bilginin "çerçeveselenmesi" dir (Bernstein, 1990). Bu yüzden okullar dijital etiğin bu iç içe olan iki boyutunu tanıtmak zorundadır.

i. Dijital eylemlerin ve değişimlerin gerçek ve potansiyel insan değerlendirmeleri ve öngörülleri, kültürel, sosyal ve ekonomik, bedensel ve çevresel çıktıları ve sonuçlarına olanak veren eylemsel etiğin öğretimi ve öğrenilmesi,

ii. Formları, çeşitleri, konuları, kaynakları, ilgileri ve suskunlukları ile karşılaştırıldığında gerçek iddiaları tartma, yargılama ve eleştirel analizini yapmayı olanak sağlayan eleştirel okuryazarlığın öğretimi ve öğrenimidir.

3.4.2. İkinci Sav

İkinci sav iletişimlerin politik ekonomisi üzerine odaklanmaktadır (Graham ve Luke, 2013). Bunlar; devlet kısıtlamaları, devlet kontrolü, iletişimin farklı türlerine sahip şirketlerin ekonomik ve ideolojik etkileridir. Buna örnek olacak bir çalışma Stuart Hall (1974) tarafından yayın araçları üzerine yapılan çalışmadır. Yapılan çalışmalarda genellikle medya metinlerinin seyirciler tarafından nasıl algılandığı ve karşılandığı şifre çözme ve bunların nasıl ideolojik mesaj sistemleri ile dışa vurulduğu şifreleme üzerinde durulmuştur.

Tabiki dijital değişimler, Hall ve arkadaşları tarafından yayın araçları ile ilgili yaptığı çalışmaların daha çok etkileşim, hız, ölçü ve amaç gibi tümüyle farklı açılardan işlemektedir. Dijital araçların radio, televizyon ve sinema ile üretim ve tüketim arasındaki monolojik ve doğrusal ilişkiyi değiştirme konusunda devrimsel etkileri vardır. Aslında ağ ve stüdyo bazlı yayın araçları çağında ne kadar zor da olsa sosyal medya, yeni toplum, temsilci ve demokratikleşmeye olanak sağlar (Jenkins ve diğerleri, 2016). Asıl Hall ve diğer çalışmalarda da olduğu gibi güçlü ve önemli olan nokta ekranın ve görsellerin üretimi ve algılanması çalışmalarındaki ideolojik çıkardır. Her ne kadar bir yerel toplumun kendisine ait gibi görünse de aslında politik, ekonomik ve kültürel kısıtlamalar tarafından üstlenilmiş ve ideolojik kaynaklara bağlı ve eğimli şekilde aracılık etmektedir. Yapısal Teknik özellikler dışında sağlayıcılar tarihsel ve kültürel ürünlerdir. Dijital içerik zorlukları karşımıza çıkmaya başladığında okullarda eğilim temel olarak öğrenci ve öğretmen cevapları, medya metinlerinin kullanımı (okuyucu tepkileri ve izleyici modelleri yoluyla) ve (anlama modelleri, okur yazarlık ve bir bakıma ideolojik eleştiri yoluyla) anlamsal içeriklere odaklanmalıdır lakin daha az açık bir ifadeyle okullar ideolojik içerikler arasındaki ilişkilere, kurumsal güç ve kontrol ilişkileri ve bilgi üslubunun kurumsal sahipliği gibi konulara odaklanmıştır. Bu karşılaştırmayı bir düşünün. Bu basın veya ulaşım altyapısına kimin sahip olduğu, bu yapıların sahiplerinin kimin çıkarına çalıştığı, bu yapılardan kimlerin faydalandığı ve bu politik ekonomik kurulumların kimler tarafından sömürüldüğü ile ilgili hiç bir şekilde sorgulamadan gazetenin nasıl okunması gerektiği veya tren yollarının nasıl kullanılacağını öğretmeye benzer.

Innis (1949) imparatorluk ve iletişimler arasındaki ilişkiyi tartışmıştır. Bu konuda tüm ortaya çıkan iletişim medyası ve ulaşım sistemleri etkili bir şekilde insan/makine, politik ekonomik ve coğrafi ekosistem ilişkilerini de etkilemiştir diye iddia etmektedir. Bu temel ekonomik kural, Innis tarafından belgelenen sömürge ticaretinden egemen ulaşım altyapısına (mesela trenyolları, çelik, benzin ve otomobil endüstrisi); medya imparatorluklarının ortaya çıkışına (telefon, kablosuz, gazete ve televizyon ağları); günümüz durumuna ki burada dijital donanım/yazılım/ bilgi şirketleri (Apple, Facebook, Google, Alphabet, Oracle, Tesla ve Samsung gibi) tarafından hükmeden dünya ekonomisine, askeri ve gelişmiş teknolojik donanım üreticilerine (Boeing, Airbus gibi) doğru yönelmiştir.

Sonuç olarak ikinci temel sav iletişimin politik ekonomisi üzerinde odaklanmaktadır. Dijital kültürde politika ve ekonomi her zaman kişiseldir. Her kişisel dijital eylem muhakkak daha karmaşık ve genellikle görünmeyen bir ekonomik alışverişle ilintilidir. Burada eğitim açısından çıkarılması gereken ders şudur: Kullandığımız medya tarafsız veya yararlı değildir fakat kendi kurumsal çıkarları için sahiplenilmiş, şekillenmiş, ve etkinleştirilmiş, kontrol altına alınmış, istifade edilmiş ve idare edilmiştir (Pasquale, 2015). Sosyal bilimciler, çevre bilimci ve toplum aktivistleri olarak bu çıkarlar artarak dikkat çekmektedir ki şu ana kadar sınırlı gezegen kaynakları ve ekosisteminin sürdürülebilirliği ve kullanımının incelenmemiş etkileri yaygınlaşmış ve sağlık, iş ortamı ve gücün yerel ve uluslararası sınırlar yeniden şekillenmiştir (Klein, 2015). Müfredat hem bilgi kaynaklarını hem de onların belirgin çarpıtılmaları ve ideolojik önyargılarını çalışmaları gerekmektedir. Böyle bir çalışma ayrıca kurumsal mülkiyet, aktifleştirme ve bilginin egemen biçiminden faydalanmayı da içeren küresel ve dünyaya ait çıkarlar ve bilgiler arasındaki ilişkileri anlamayı genişletebilir. Buna ek olarak dijital iş ve kültür arasındaki karışık ilişkilerle ve karbon bazlı ekonomi ve kaynak kullanımı arasındaki ilişkilerle ilgili kalıcı sorular vardır (Bowers, 2014).

3.4.3. Üçüncü Sav

Üçüncü sav etik kuralların tesisinin temelidir. Birçok okul için dijital politika ve uygulama hem koruyucu (digital teknolojilerin yarattığı risklere karşı) olmaya meyilli hem de dijital teknolojinin yeniden yapıcı kurumsal kullanımı hakkında sessiz olma meyilindedir. Bütün eğitim ve okullaşma da etik tanım olarak kuralcı bir alandır. Etik sistemler ve iddialar, insanların birlikte yaşayabilecekleri veya yaşamaları gerektiği durumlarda ne yapılması gerektiği bakış açısına dayanmaktadır. Aristoteles'in Nikomakhos'a Etik (1999) adlı eserindeki temel mesajı, günlük yaşantıdaki doğru ve yanlış yargılamaları, "iyi hayat" olarak neyin kabul edilebileceği görüşüne dayanmaktadır. Etik yargılamalar, medeniyet ve adaletin felsefi ve uygulama temellerinin ön şartıdır.

Üçüncü sav dijital kültürün kuralcı modeli üzerinedir. Dijital kültürün günlük yaşantısında kurallar ve prosedürler dizileri varsa etikten bahsedilemez. Dijital etik olarak bakıldığında gençlere veya çocuklara etik davranışlar zoraki ve sadece tanım olarak öğretilmeye çalışılırsa sadece yapılması gerekenler olarak görülür ki bu da dijital iletişim dünyasında kesinlikle etik amaçlar için kullanılmaz. Çevrim içi veya yüz yüze daha demokratik ve çoğulcu toplumlar tarafından ortaya çıkarılan sorunlar ve ahlaki zorunluluklar daha iyi olacaktır. Kısacası bir dizi etik kural koymak yerine yaşanmış olaylardan ortaya çıkan etik sorunlar daha etkilidir.

Dijital etikle ilgili herhangi bir okul temelli yaklaşım, sessizlik, yasaklama ve olumsuz emirlerin ötesine dijital vatandaşlığı canlandırma ve modellemeye yönelik yeniden yapılandırıcı bir projeye, keyifli sosyal ilişkiler ve eğitimde, ekonomide ve kültürde sosyal adalet için eylemde bulunmaya gitmelidir. Daha geniş kapsayıcı ve sömürgeci kurtarıcı eğitim projesinin bir parçası olarak dijital etiği şekillendirmenin amacı çeşitliliği ve farklılıkları ikinci sınıf ahlaki duruma düşürmeyi reddetmektir. Ne yapılmalı? Dewey (1907/2012) endüstri teknolojileri, yeni iletişim medyası, ekonomik küreselleşme, geniş çaplı göç ve jeopolitik çatışmayla ilgili durum değerlendirmesini içeren bir araştırma yapıyor. Sosyal değişim. Bu, geniş ve ucuz ölçüde doğanın gücü olarak değerlendirilen ve büyük buluşlarla sonuçlanan bilimin uygulamasıdır. Üretim nesnesi olarak dünya çapında bir pazar oluşması, bu pazarın ihtiyaçlarını teadrik edebilmek için geniş çaplı üretimi ve ucuz ve anlık iletişim araçları ortaya çıkmıştır. Bütün tarih boyunca bu kadar hızlı, yoğun ve tamamlanmış bir reform hiç kimse görmemiştir. Ayrıca politik sınırlar silinmiş ve kaymış ve nüfus yoğunluğu hızlı bir şekilde şehirlere taşınmıştır. Hayat tarzları ürkütücü tutarsızlıkla ve tamamen değişmiştir. Bu reform herhangi bir şekilde etkilememelidir. Kuzey Amerika, Avrupa ve Asya Pasifik gibi aşırı capitalist ekonomilerdeki eğitim sistemleri (Graham, 2005), toplumdaki, ekonomideki ve kültürdeki temel ve derin değişikliklere tepki veremeye çalışmışlardır.

Son 30 yıldan fazladır bir sürede, okul fen ve matematik eğitiminin mantıksal uzamı olarak ilk kez eğitim teknolojisi olarak kabul edilmiştir. Resmi müfredatta, iş, tüketim ve teknokratik toplumda bir vatandaş olmaya hazırlanmak için dijital beceriler ve davranışlar, yeterlilikler ve kapasiteler öğretilmeli ve öğrenilmeli. Son zamanlarda oyun kültürü ve yaratıcı endüstriye doğru gitmiş hatta uluslararası kurumsal ekonomi yeni iş olanakları ve teknoloji rekabetine doğru yönelmiş ve yeni medya ve türleri geliştirmiştir.

4. Sonuç

Dijital etiği eğitimlerinin ana vizyonu haline getiren çok az sayıda ulusal ve bölgesel okul sistemi vardır. Tabii burada bahsedilen üç temel sav ne orjinal ne de daha önce Dewey ve Freire tarafından ortaya atılan eleştirel özfarkındalık görüşlerinden farklıdır. Yapıcı ilk adım eleştirel okuryazarlık ve medya okuryazarlığı ile ilgili yapılan uzun süreli çalışmalara tekrar bakmalı ve keşfetmeliyiz (Share, 2009; Buckingham & Sefton-Green, 1994).

Diğer bir ifadeyle sosyal eylemlerin, politik endişelerin ve internet aracılığıyla mümkün hale gelen katılımcı dinamiklerin yeni türleri tamamen silinmemiş bunun yerine gerçek-gerçekdışı, doğru- yanlış ve demokratik bir toplumda iyi bir vatandaş olmanın neler gerektirdiği ile ilgili klasik tartışmalar yeniden şekillenmiş hatta olumsuzlaşmıştır (Luke,

2018). Bu şeyler hala önemli ve dijital kültürde bunlar müfredatın ana konusu olmalıdır. Dijital kültürlerin, kapasitelerin ve teknolojilerin okulun ve müfredatın neresine uyacağı konusu da çok farklı bir bakış açısını gerektirmektedir. Basitçe söylemek gerekirse günümüzün çözölemeyen büyük meseleleri, bağlantılı ve ilgili bir müfredatın temelinde olmalıdır. Gençleri dijital iletişimin gücü ve problemelerini öğretmekten daha iyi bir yol bu aynı güçleri ve problemleri (ve bunların dijital temsillerini) müfredatta bir çalışma alanı yapmaktır. Dijital teknoloji ile ortaya çıkan eğitim sorunlarından biri beceri ve teknik veya teknoloji değil fakat katılım ve etikdir. Bu yaklaşım günlük müfredat uygulamaları ve öğretiminde acaba nasıl olur? Bu alan çoktan öğretmenler ve öğrenciler tarafından dar, test merkezli ve araçlı hale gelen müfredattan kalan yerlerde keşfedilmiş durumdadır (Luke, 2018).

Neyse ki bu çalışma birçok toplum temelli projelerle ele alınmıştır. Bunların çoğu Dewey'in projelerinin (1907/2012) çağdaş versiyonlarıdır ki toplum bağlılığı ve aktivizm için dijital araçları kullanılmıştır (Rogers, Winters, Perry, & LaMonde, 2015; Sanford, Rogers, & Kendrick, 2014) ve çalışmalar, nesiller arası ve kültürler arası değişim için dijital kaynakların kullanımı (Poitras-Pratt, 2018) ve amaçsal, gerçek dünya ve öğrenciler için daha zengin hedefli dijital kaynakların kullanımına odaklanan daha geniş çaplı bir müfredata odaklanmışlardır. Bu çalışmalarda öğretmenler ve öğrenciler dijital teknolojiyi; 1) yerel sosyal, politik ve ekonomik problemleri belirlemek ve çözmek; 2) toplumları, tarihleri, büyükleri, yeni nesilleri, arkadaşları ve başka türlü hiçbir şekilde irtibata geçemeyecekleri uzak kültürleriyle iletişim ve bağlantı kurabilmek için kültürel kaynakları harekete geçirmek; 3) aktif ve bağlantılı vatandaşlık, toplum projelerine katılım ve sosyal hareket ve eylemlere katılım gibi uygulamaları yapmada kullanmaktadırlar.

Müfredatın ana konularından birisi dijital kaynaklar, öğrencilerin ve toplumun karşı karşıya kaldığı zor sosyal, blimsel ve kültürel meselelerle yakından ilgilenmeye başlamak, tartışmak, eleştirmek ve yön belirlemede kullanılır. Fakat bu öğretmenler, çocuklar, gençler ve öğrencilerin aileleri, büyükleri ve toplumdaki diğer kişilerle yapmaları gereken gecikmiş bir diyalogdur. Dijital okur yazarlık, çoklu okuryazarlık, dijital ve yaratıcı sanat etik, politik ve kültürel uygulamalar için gerekli ama bir meslek becerisi veya teknik kapasite değildir. Bunlar, bu zor zamanlar ve zorluklarda yeni temeller olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu da dijital etik ile ilgili konuların okul temelli yaklaşımlarda yer alması ve müfredatlarda yer almasını gerekli kılmaktadır.

Sonuç olarak dijital etik ile ilgili herhangi bir okul temelli yaklaşım sessizliğe, yasaklara ve olumsuz emirlere dönüşür ki bu da gençlerin gözüne batar. Bu yüzden bu okul temelli yaklaşımlar daha çok dijital vatandaşlığı harekete geçirecek ve modelleyecek yapıcı projelere ve kültür, ekonomi ve eğitimde sosyal adalet hareketlerine dönüşmelidir. Burada amaç dijital etiği yeni bir çerçeveye oturtarak çeşitliliği ve farklılıkları ikinci sınıf ahlaki statüye indirgemeyi reddeden daha geniş çaplı ve yoğun bir eğitim projesi haline getirmektir. Dijital çağ, 21. yüzyıl gençleri ve çocuklarının kendilerini dünyayla ve dünyadaki ilişkilerini değiştirme fırsatı sunmaktadır. Bu şunu ifade etmektedir: Her birimiz dijital ağlarla kendimizi daha iyi ifade edebilmekteyiz tabi bunu yaparken tarihi, kültürel ve coğrafi bireysellikleri korumalıyız. Etik kültürlerarası diyaloglar, insanoğlunun kültürel farklılıklarını korumak ve anlamak için gereklidir. Genel etik prensipler sürekli göz önünde bulundurulmalıdır ki dijital kültürler ve çağ insan özgürlüğü ve yaratıcılığının gerçek bir ifadesi olsun.

5. Kaynakça

- Aristotle. (1999). *Nichomachean Ethics*. 2nd Ed. (Çeviri: T. Irwin). Hackett.
- Bernstein, B. (1990). *On pedagogic discourse*. Routledge.
- Bowers, C. (2014). *The false promises of the digital revolution: How computers transform education, work, and international development in ways that are ecologically unsustainable*. Peter Lang.
- Buckingham, D., & Sefton-Green, J. (1994). *Cultural studies goes to school: Reading and teaching popular media*. Taylor and Francis.
- Capurro, R. (2008). *Intercultural Information Ethics*. In: Kenneth E. Himma, Kenneth Einar and Herman Tavani (Eds.): *The Handbook of Information and Computer Ethics*. Wiley, 639-665.
- Capurro, R. (2006). *Towards an ontological foundation of information ethics*. *Ethics and Information Technology*, 8 (4), 175-186.
- Corbin J., Strauss A. (2008). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*. Sage.
- Dewey, J. (1907/2012). *The school in society & the child in the curriculum*. Courier Press.
- Dewey, J. (2008). *The later works of John Dewey, volume 7, 1925-1953: Ethics*. J. Boydston (Ed.). Southern Illinois University Press.
- Ess, C. (2009). *Digital media ethics*. Polity Books.
- Graham, P. (2005). *Hypercapitalism: New media, language and social perceptions of value*. Peter Lang.
- Graham, P. & Luke, A. (2013). *Critical discourse analysis and political economy of communication: understanding the new corporate order* (pp. 103–130). In Wodak, R. (Ed.) *Critical discourse analysis: Concepts, history, theory: Vol 1*. Sage.
- Hall, S. (1974) *The television discourse: Encoding and decoding*. *Education and Culture*, 25, 8–14.
- Havey, D. & Puccio, D. (2016). *Sex, likes and social media*. Vermilion.
- Himma, K. E. & Tavani, H. (Eds.) (2008). *The Handbook of Information and Computer Ethics*. Wiley.
- Hongladarom, S. & Ess, C. (Eds.) (2007). *Information technology ethics: Cultural perspectives*. Idea Group.
- Innis, H.A. (1949). *Empire and communications*. University of Toronto Press.
- Jenkins, H., Shresthova, S., & Gamber-Thompson, L. (2016). *By any media necessary: The new youth activism*. New York University Press.
- Klein, N. (2015). *This changes everything: Capitalism and the climate*. Simon and Schuster.
- Luke, A. (2018). *Digital ethics now*. *Language and Literacy*, 20 (3), 185-198.
- Ong, A. & Collier, S. J. (Eds.) (2005). *Global assemblages. Technology, politics and ethics as anthropological problems*. Blackwell.
- Pasquale, F. (2015). *The black box society: The secret algorithms that control money and information*. Harvard University Press.
- Poitras-Pratt, Y. (2018). *Meaningful media: A decolonizing journey for an Indigenous community*. Routledge.




- Rogers, T., Winters, K., Perry, M. & LaMonde, A. (2015). Youth, critical literacies, and civic engagement: Arts, media, and literacy in the lives of adolescents. Routledge. DOI:10.4324/9781315780481
- Sanford, K., Rogers, T., & Kendrick, M. (Eds.) (2014) Everyday youth literacies: Critical perspectives for new times. Springer. DOI:10.1007/978-981-4451-03-1
- Share, J. (2009). Media literacy is elementary. 2nd Ed. Peter Lang.
- Viner, K. (2016, June 16). How technology disrupted the truth. The Guardian. Retrieved from <https://www.theguardian.com/media/2016/jul/12/how-technologydisrupted-the-truth>.
- Wach, E., & Ward, R. (2013). Learning about qualitative document analysis. IDS Practice Paper in Brief, 13, 1-11.
- Wilden, A. (1972). System and structure: Essays on communications and exchange. Tavistock


Neoliberalizm Çerçevesinde Eşitsizlik

Aysel Demir* & Murat Koç**

*Kırıkkale Üniversitesi,
Fen Edebiyat Fakültesi.
ayselmus1@hotmail.com

 <https://orcid.org/0000-0001-7283-1565>

**Kırıkkale Üniversitesi,
Fen Edebiyat Fakültesi.
mrk9805@gmail.com

 <https://orcid.org/0000-0002-9315-971X>

Anahtar Sözcükler

Sosyal Adalet Teorisi, Eşitsizlik, Biçimsel Eşitsizlik, Fırsat Eşitsizliği, Kültürel Sığınak Kimlik.

Key Words

Social Justice Theory, Inequality, Formal Inequality, Inequality of Opportunity, Cultural Sanctuary Identity.

Atıf/Citation

Demir, A. Koç, M. (2022). Neoliberalizm Çerçevesinde Eşitsizlik. ISophos: Uluslararası Bilişim, Teknoloji ve Felsefe Dergisi, Cilt 5, Sayı 9, ss: 43-52.

Özet

Bu çalışmada, adalet kavramından yola çıkılarak özgürlük ve eşitliğin belirlenimi yapılmıştır. Eşitlik kavramı temelinde eşitsizlik değerlendirilerek onun kuramsal, biçimsel ve fırsat eşitsizlikleri olmak üzere türleri eleştirilmiştir. Bu bağlamda, eşitsizliğin kaynakları bizi Neoliberalizm ve Küreselleşme sorununa götürmüştür. Bu iki kaynak çerçevesinde ortaya çıkan yozlaşma, yoksulluk ve şiddet-terör eylemlerinin ve kültürel kimlik eşitsizliğinin de sebepleri olarak vurgulanmıştır. Çalışmada, bilhassa fırsat eşitliği bağlamında gelir ve mülkiyet eşitliği sağlanmadıkça özgürlük ve adalet kavramlarının da anlam kazanamayacağı sonucuna varılmıştır. Çalışmanın sınırları ölçüsünde eşitsizliğin giderilmesi için çözüm önerisi sunulmuştur.

Abstract

Inequality in the Framework of Neoliberalism

In this study, the determination of freedom and equality was made based on the concept of justice. On the basis of the concept of equality, inequality has been evaluated and its types have been criticized as theoretical, formal and opportunity inequalities. In this context, the sources of inequality have led us to the problem of Neoliberalism and Globalization. Corruption, poverty and violence-terrorist acts and cultural identity inequality emerged within the framework of these two sources were also emphasized as the causes. In the study, it is concluded that the concepts of freedom and justice cannot gain meaning unless income and property equality is ensured, especially in the context of equality of opportunity. A solution proposal has been presented to eliminate inequality within the limits of the study.

1. Giriş

Adalet, eşitlik ve özgürlük Siyaset Felsefesinin temel kavramlarıdır. Siyaset teorisi üretmiş ve üretecek olan düşünürler öncelikle bu kavramların ne olduğunu belirlemekle yola çıkmaktadırlar. Adalet tartışmaları Antik Yunan filozoflarına kadar geri götürülebilir. Bu nedenle, özellikle Platon ve Aristoteles'in bu konudaki görüşlerine yer vermekte fayda vardır.

Platon'a baktığımızda onun adalet anlayışının iyi erdemi temelinde ilerlediğini görürüz. İyi erdemi ise kişinin kendisini bilmesiyle

ortaya çıkacak bir bilgelik halidir. Platon'a göre bu bilgelik hali halkta ya da yığında değil, Aristokratik bir bakış açısı bakımından azınlıkta, hatta çoğu zaman da tek başına, Filozof Kral'da bulunmaktadır. Platon'a göre, halk bir yığından başka bir şey değildir. Bu nedenle yönetim bilgelerin işidir. Platon'a göre bilge-filozof devlet adamı, devlet çatısı altında adaletin var olmasını sağlar. Yönetimi bilge filozoflara devrediş, hiçbir şekilde yurttaşlık benzeri bir sınıflamayı da beraberinde getirmez. Konuyla ilgili Platon şunları belirtmiştir: "Erdemliler erdemsizlerden, genel olarak yaşlılar gençlerden, dolayısıyla ana-babalar çocuklarından, erkekler kadınlardan ve çocuklardan, yönetenler de yönettikleri kimselerden daha üstündür" (Platon, 2019: 367). Ona göre adil olan şey, yığının yöneticiye köle olmasıdır. Nitekim, yığın adaletin sağlanması konusunda etkisiz elemandır. Bu konuda Platon, şöyle der:

Ruhunu kullanmasını bilmeyen birisinin rastgele yaşamak yerine ruhundan vazgeçmesi ve yaşamına son vermesi daha iyidir. Ancak yine de zorunlu bir nedenle hayatta kalıyorsa, o zaman da tıpkı bir gemide bulunan insanların dümeni dümenciye bırakmaları gibi onun da ruhunu insanları yönetme sanatını bilen birine bırakması ve köle olarak yaşaması daha iyidir (Platon,2013: 43). Aristoteles'te de benzer bir adalet anlayışı göze çarpmaktadır. Eşitliğin ne olduğunu eşitsizliğin ne olduğunu tanımlayı yapılarak anlayabileceğimizi savunan Filozof, adaleti de genel ve özel olarak sınıflandırmaktadır. Bireyler arası adaleti sağlayan, özel adalet teorisi, geometrik ortalamayla işlemektedir. Buna göre, tüm insanların eşitliğinden değil, ancak sınıfsal manada eşitler arasında bir eşitlikten söz edilebilir. Geometrik ortalamayı, filozof şu şekilde açıklamaktadır: "Geometrik ortalama parçalardan birinin diğerine olan ilişkisi bütüne göre uyarlanır" (Aristoteles, 2017: 110-111).

Düşünürün genel adalet teorisine baktığımızda ise bu teoriye, özel adalet teorisi kadar ilgi göstermediği görülmektedir. Nihayetinde, bireyler arası ilişkinin, sınıfsal yapının meşrulaştırılmasıyla adalet temeline oturtulduğu bir düzlemde, geriye kalan sadece tüccar ve müşteriyle, yasa koyucu ve yığın arasındaki ilkeleri düzenlemektir. Bu noktada, Aristoteles aritmetik ortalamayı savunmakta ve bunu şu şekilde açıklamaktadır: "Alışveriş söz konusu olduğu zaman ortaya çıkan adalet bir noktaya kadar eşitlik, haksızlık ise eşitsizliktir. Ancak burada aritmetik ortalama dikkate alınır" (Aristoteles, 2017: 111). Sonuç olarak bakıldığında ne Platon'un ne Aristoteles'in adalet, sosyal adalet teorisi bakımından yaklaşmadıkları görülmektedir. Onların savunduğu açık bir biçimde Aristokratik devlet yapısıdır.

Her ne kadar üzerinde uzlaşılan bir tanımlı olmasa da, günümüze değin yapılmış en kapsamlı adalet tanımı, adaletin hak edene hakkının verilmesi, o düşüncesidir. Kapsamı bakımından adalet kavramı, özgürlüğü ve eşitliği de içerisinde barındırmasıyla üç kavramdan en geneli olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çerçevede Siyaset Felsefecisi Aysel Demir'in şu belirlenimi oldukça yerindedir: "Adalet, var oluş sürecinde hakların yanında, ana dayanaklar olarak gördüğü eşitlik ve özgürlükle kendi değerine değer katmıştır" (Demir, 2018: 25). Adaletin temelinde bulunan hak kavramı iki bağlamda incelenmektedir. İlk bağlamıyla hak, kişinin toplum-devlet çatısı altında neleri yapmaya hakkı olduğudur. İkinci bağlamıyla hak, devletin sürdürülebilirliği ve düzenin istikrarı için kişiye hangi noktalarda ve hangi düzeye kadar müdahale edebileceğini ifade etmektedir. Bu noktada özgürlük kavramı devreye girmektedir.

Özgürlüğün negatif boyutu, devlet baskısı altında olmama halidir ki bu bizi Liberalizme ve dolayısıyla normatif adalet teorisine götürür. Buna göre adalet, ekonomik eşitliği temel almaktan ziyade, özgürlüğü temel alır. Devlet sadece bekçi konumundadır. Özgürlüğün pozitif boyutu, bizleri sosyal adalet teorisine oradan da Marksizme ulaştırmaktadır. Bu noktada Demir, bu teoriyi şu şekilde tanımlamaktadır: "Adaletin en somut biçimde gerçekleştirilmesini kendine temel alan sosyal adalet; kanunlar karşısında herkesin eşitliği ilkesini temel alarak toplumun her üyesinin aynı eşit temel haklara, fırsat ve olanaklara sahip olması gerektiğine işaret etmektedir" (Demir, 2018: 38). Bu teoride devlet, liberallerin onu bekçi konumuna indirgemesinin aksine, edilgin-pasif değil etkin ve aktiftir. Soyut yasalara dayanan normatif adalet teorisine karşın, ekonomik eşitlik gibi bir ilkeye dayanması bağlamında somut

olan bu teori, ileride açıklanacak olan kurumsal, biçimsel ve fırsat eşitliğini aynı anda savunmakta ve istemektedir. Bu teoriye göre, devletin görevi yoksullara yardım etmek değil, yoksulu olmayan bir toplum inşa etmektir ve bu amaç uğruna gerek piyasaya gerekse bireye müdahale etmekten kaçınmamalıdır.

Kavramın tarihsel gelişimi açısından bakıldığında, İlkçağ felsefesinde Antik Yunan'da özgürlükle ilgili güçlü bir vurgu bulunmamaktadır. Çünkü o dönemde daha çok evrenin nasıl oluştuğu ile ilgilenmişlerdir. Dönemin devletinde kadınlar, köleler, toprak sahibi olmayanlar vatandaş sayılmaz ve bu durum tüm filozoflarca kabullenilmiştir. Ortaçağ felsefesinde ise ana kaygı, dinle felsefeyi uzlaştırmaktır. Felsefe, dinin bir aracı olmuştur. Bir nevi tefsir, fıkıh, kelam gibi dini bir ilim sayılan -daha doğrusu sayılmak istenen- felsefeye, yalnızca Tanrı kanıtlamaları ve kötülük problemi gibi konularda söz söyleme hakkı tanınmıştır. Bu kuralların dışına çıkan düşünürlerin sonu giyotinle ölüme gitmek, hapis veya dinden aforoz edilerek sürgün edilmek olmuştur. Dolayısıyla, Ortaçağ felsefesinin özgürlük kavramını tartışması şöyle dursun, felsefenin kendisi dahi özgür değildir.

Laiklik ilkesinin benimsenmesini sağlayan ve seküler yönetimlerin öncüsü olan Rönesans ve Reform hareketleriyle birlikte özgürlük yeniden gündeme gelmeye başlamıştır. Ancak dinin otoritesinden "kurtulmuş" insanların bu kez de "iktidar" otoritesi altında düzene girmesi gerektiğini savunanlar olmuştur. Machiavelli ve Hobbes herkese ve her şeye muktedir, yöneticiyi savunan düşünürlerdendir. 18. Yüzyıl Aydınlanma Felsefesi ile beraber tekrar insana dönülmüştür. Burada, insanın aklını kullanabilecek yetkinlikteki rasyonel yanına vurgu yapılmış ve bu sayede insanların herkese ve her şeye yön verebileceği savunulmuştur. Sanayi ve Fransız Devrimlerini, daha sonraki yüzyıllardaki devrimleri etkilemiş ve böylece Kapitalist-liberal ekonomi kendisini yoğun bir biçimde hissettirmeye başlamıştır. 19. Yüzyıl'da artık liberal teori net olarak iktidar olmuştur. 20. Yüzyılda İkinci Dünya Savaşı ve sonuçlarıyla liberal teori yerini Neoliberal teoriye bırakacaktır. Bu durum dünyanın bir köy gibi kabul edildiği, küreselleşmenin baş tacı edildiği bir anlayışı beraberinde getirecektir. Genel olarak, hem Liberalizm hem de Neoliberalim eşitliği yalnızca biçimsel olarak "savunmaktadırlar". Bir başka deyişle bu süreçte birey; gelirin adaletli dağıtılması, pozitif özgürlüğünün sağlanması bağlamındaki ekonomik eşitliği bir yana bırakarak devletin yurttaş olma bağlamındaki eşitliğe tamah etmelidir düşüncesi egemendir.

Anıl Çeçen, adalet ve eşitlik kavramlarının bağıyla ilgili şöyle söylemektedir: "Adaletin en yaygın görünümü eşitlik biçimindedir" (Çeçen, 2020: 52). Rousseau ve Marx'a göre eşitlik, gelir bağlamında sağlanmadıkça adalet ve özgürlük yalnızca bir hayal olacaktır. Eşitsizlik, toplumlara yozlaştırmakta, parayı ve mülkiyeti biricik özsel değerler kabul etmekte ve halkı Rousseau'nun deyişleriyle zenginler ve yoksullar, Marx'ın deyişleriyle proletaryalar ve burjuvalar olmak üzere iki karşıt sınıfa haline getirmektedir. Nasıl ki Kant, özgürlüğün olmadığı yerde ahlaktan söz edilemeyeceğini ifade etti ise (Kant, 2019: 4) bu iki büyük düşünür de eşitlik olmadan özgürlükten ve adaletten söz edilemeyeceğini haykırmaktadırlar. Özellikle Rousseau'nun şu satırları dikkat çekicidir:

Ekmek almak için, altınlara boğulmuş birinin bir ecu'sünü çalan bir yoksul darağacına sürüklenen bir hayduttur, oysa onurlu yurttaşlar zanaatçının ve çiftçinin kanını içerler huzurlu bir şekilde, ama tüccarın tekelleri ve aşarcının aldığı rüşvetler yararlı yeteneklerdir ve bu insanlar hükümdarın lütfuna mazhar olurlar ve halk nezdinde saygın kişilerdir. Böylece bütün bir ulusun zenginliği halka zarar vererek bazı kişilerin refahını sağlar ve milyonerlerin hazineleri yurttaşların sefaletini artırır. Çünkü bu korkunç ve ezici eşitsizlik içinde, kaçınılmaz bir biçimde zenginlerin nefislerine düşkünlükleri halkı ağız tadıyla yer yutar ve ona alın terinin ve köleliğinin karşılığı olarak sadece kara ve kuru bir ekmek satar (Rousseau, 2008: 80). Rousseau "çare"yi Doğrudan Demokrasiye dayalı bir Cumhuriyette görürken, Marx evrimsel olarak tüm toplumların Sosyalizmden geçerek Komünizme gideceği öngörüsünde bulunmuştur. Siyaset Felsefesinin ana kavramlarının tarihsel gelişimine bakılarak, toplumsal yaşamın, eşitsizlikler üzerine kurulu olduğunu ve bu eşitsizliklerle birlikte bunlara karşı

verilen mücadelelerin toplum tarihinin enerjisini oluşturduğunu söylemek mümkündür (Sayın, 2004: 160). Günümüzde tüm dünyaya hükmeden anlayış Neoliberalimdir. Her gün eşitsizliklerin daha da arttığı dünyamızda Neoliberalizmin savunuculuğunu yaptığı biçimsel eşitliği ve negatif özgürlüğü dahi koruyamadığı bir gerçektir. İnsanlar özgür değil, köle ve eşit değil, zengin ve yoksul olarak iki sınıftan birinin üyesidir. Ne özgürlüğün ne eşitliğin olduğu bir “düzen” içinde adalet aramak da boşunadır.

Bu çalışma, eşitliğin özgürlük ve adaletin temeli olduğu argümanına dayanmaktadır ve ancak eşitlik temelli bir özgürlüğün adaleti sağlayabileceği iddiasındadır. Bu iddianın savunusu için eşitsizlik kavramının özü tartışılacak, Neoliberalimin yarattığı eşitsizliğin tahribatlarına vurgu yapılarak, eşitsizliğin nasıl bir problem olduğu ortaya konacaktır.

2. Eşitsizliğin Tanımı

Eşitsizlik kavramı üzerinde uzlaşılan bir tanım bulunmamaktadır ancak, Siyaset Felsefesinin temel kavramlarından birisi olan eşitliğin tanımından yola çıkılarak bir çıkarım yapmak mümkündür. Genelde özdeşlikle ya da aynılıkla karıştırılan eşitlik, esasında bir şeyin kişiler arasında dengeli paylaşımı anlamına gelmektedir. Paylaşılan ögeye göre, eşitliği üçe ayırmak mümkündür. Paylaşılan öge, hayatın ta kendisi olduğunda her bir bireyin insan olarak doğmak bakımından eşit haklara sahip olduğu kabulüne dayanan, kurumsal eşitlik karşımıza çıkmaktadır. Paylaşılan öge, toplum olduğunda özellikle “bir adama bir oy” ilkesiyle ortaya çıkan, kendi yöneticilerini seçmek konusunda ilgili toplumun tüm yetişkin vatandaşlarını eşit kabul eden biçimsel eşitlik ile yüzyüze gelir. Paylaşılan öge, yaşam şartları olduğunda, her insanın belirli kaynaklara ve fırsatlara ulaşma konusunda en azından benzer başlangıç noktalarına, fırsatlarına sahip olması gerektiğini dile getiren fırsat eşitliği karşımıza çıkar (Heywood, 2012: 174, akt.; Urhan, 2016: 109).

Eşitsizlik, bir şeyin bireyler arasında dengeli bölüştürülmemesidir. Buna bağlı olarak fırsat eşitsizliğinin kaynağında ise gelir ve mülkiyetin eşit dağıtılmaması konusu bulunmaktadır. Bu çerçevede, Neoliberal dünyanın tek iktidarı, eşitsizliğinde bir aracı olan paradır. “Seçim”le işbaşına gelen iktidar ya paranın sahibidir ya da paranın sahibi olanlara sağlayacağı imtiyazlarla ayakta durandır. Bu bağlamda, kurumsal eşitliğin, tüm insanların eşit doğdukları ve bu yüzden eşit haklara sahip oldukları argümanı, yukarıda ifade edilenler ışığında çökmektedir. Böyle bir sistemde barınma, eğitim, seyahat etme ve nihayetinde yaşama hakkı, elinizdeki paranın-mülkiyetin ölçüsü dahilinde sağlanabilir. Eşitsizliğin aynı zamanda bir hak ihlali olduğunun altı çizilmelidir. Bu anlamda biçimsel eşitlik ise yine fırsat eşitliğinin yokluğunda anlamsız kalacaktır. Tüm bireyler “aynı toplumun vatandaşları olma bakımından eşittir” argümanı Neoliberal düzen için geçerli değildir. Çünkü yurttaşlık da sömürünün, eşitsizliğin bir diğer aracıdır. Kapitalizm, yurttaşlık kavramını bir eşitlik illüzyonu olarak kullanarak, toplum içerisindeki diğer tüm eşitsizlikleri göz ardı etmektedir (Güllümar, 2012: 87).

Buna göre Neoliberal düzende eşitsizliğin en net tanımı şu şekilde yapılabilir; Eşitsizlik, gelir ve mülkiyeti temel alan Neoliberal düzende, bireylere fırsatlara ulaşmada eşit olanaklar tanımayan, dolayısıyla yalnızca gelirden değil, vatandaşlıkta ve hatta bizatihi insanlıkta hiyerarşiyi meşru kılan bir olgudur. Anlaşılmaktadır ki; eşitsizlik çok boyutlu bir kavramdır. Eşitsizliğin daha net görülebilmesi için kavramın boyutlarının incelenmesi bir gereklidir.

3. Eşitsizliğin Boyutları

Eşitsizliğin biçimsel eşitsizlik, kurumsal eşitsizlik ve fırsat eşitsizliği olarak üç temel boyutunun olduğunu belirtmiştik. Biçimsel eşitsizlik, insanların her ne kadar aynı toplumun/devletin vatandaşları olmak bağlamında, o toplumda/devlette yaşayan kişiler olarak eşit statüde gibi görünseler de aslında eşit olmadıkları anlamına gelmektedir. Biçimsel eşitsizliğe bir örnek vermek gerekirse özellikle vergi konusunu verebilir ve şunları ifade edebiliriz: Bir ülkenin vatandaşı olmak demek, belirli sorumlulukları yerine getirmek

ve ardından bir takım haklara sahip olmak demektir. Bu sorumluluklardan en önemlisi; vergidir. Verginin adaletli toplanmadığı bilinen bir gerçektir. Neoliberal düzen, her zaman ve her yerde liberali, zengini, burjuvayı koruma altına almaktadır. Zira kurduğu düzeni onlara borçludur. Vergi, düşük gelir grubundan yani toplumun çoğunluğundan daha fazla alınırken, yüksek gelir grubundan yani toplumun azınlığından daha az alınır. Burada vatandaşlığın, eşitsizlikleri gizleme amacı güden bir eşitlik miti olduğu açıkça görülmektedir (Karakas, 2006: 2). Dolayısıyla bu noktada, insanların bir kısmı vatandaşken bir diğer kısmı “daha bir vatandaş”tır diyebiliriz. Bu anlayış, liberalizmin teorisyenlerinden birisi olarak kabul edilen I. Kant’ta net bir biçimde görülmektedir. Demir, bu konuyu şöyle vurgulamaktadır:

Kant, vatandaşların eğer yeterince mülkiyet ve gelire sahip olabiliyorsa başkalarından bağımsızlığını ilan etme hakkı olduğunu düşünür. Buna göre, bağımsız kişi belli bir miktarda mülkiyete sahip olan kişidir. Kant’ın bazı hakların sadece mülk sahibi vatandaşlara tanınması düşüncesi, özgürlük hakkında söyledikleriyle çelişkiye düşmesine neden olur. Çünkü o, rasyonel devletinde bütün insanları yurttaş olarak görürken, bu düşüncesiyle artık devlet, mülk sahiplerinin devletine dönüşür, mülkiyeti olmayanlar ise ikinci sınıf yurttaş durumuna düşer (Demir, 2020: 150). Bu noktada vatandaşlık kavramıyla tanımlanan biçimsel eşitlikle birlikte Liberalizmin negatif bağlamıyla adeta kutsadığı özgürlük kavramından da konu özel mülkiyet olduğunda bir anda vazgeçebildiği apaçık ortadadır. O halde Demokrasi, Neoliberalizm altında bir aldatmacadan başka bir şey değildir. Esasında toplum, sınıflararası geçişin “hiç” ya da “şansa bağlı olarak çok az olması” bağlamında iki sınıflı bir kast sistemidir. Yasamayı, yürütmeyi ve yargıyı kontrol eden güç paradır ve nihayetinde parayı ve/veya parası olanı kontrolü altında tutan iktidardır. Bu konuda Proudhon şöyle yazmaktadır:

“Tıpkı orta sınıf ve kralcı grupların, imparatorluk ve kilisenin var olduğu gibi, günümüzde bir de demokrasi var. Ne var ki politik, ekonomik ve sosyal eşitlikler sağlanmadığı sürece, onun da varlığı, krallık, asil özlemleri, kilise ve papazlık gibi kendinden üst sınıfların varlığına tabi olacak” (Proudhon, 2014: 14).

Geldiğimiz noktada ne acıdır ki Neoliberalizm artık her bir bireyin dünya vatandaşı olarak eşit konumda bulunduğunu iddia etmektedir. Ulusal olarak dahi sağlanamayan eşitlik, uluslararası alanda “dünya vatandaşlığı” adı verilen bir kisve altında pek tabi ki sağlanamayacaktır. Peki, ya dezavantajlı gruplar? Neoliberalim onlar hakkında ne düşünmektedir? Ne yazık ki onlar Neoliberalim için bir yükür. Devlet sorunun çözümünü piyasaya devrederek bu yükü sırtından atmaktadır. Ancak bu eğilim, sosyal adalete dayalı devlet anlayışına ters düştüğü gibi eşitsizliği de kronikleştirmektedir (Kaynak,2017: 255). Dezavantajlı gruplarla ilgili piyasaya devredilen “yük” esasında sosyal refah devleti anlayışı gereği, devletin yükümlülüğü altında olan, dezavantajlı vatandaşların topluma sosyal açıdan en iyi şekilde adapte olabilmesini sağlama ve toplumsal yaşama katılma durumunda yaşanabilecek sorunlara çözüm üretme zorunluluğu, eğer yeteri kadar reklamı ve sömürüsü yapılabilecekse yerine getirilmektedir. Nitekim Neoliberalizmin özü herkese ve her şeye sömürülecek metalar gözüyle bakabilmekte yatmaktadır. Örneğin, son yıllarda çokça çalışılan toplumsal cinsiyet kavramından yola çıkılarak, toplumların en az yarısını oluşturan kadınları da dezavantajlı gruplardan birisi olarak kabul etmek mümkündür. Bu durumda dezavantajlı gruplar, sınıflandırmasının bir azınlığa değil, aksine çoğunluğa karşılık geldiğinin ve dolayısıyla eşitsizliğin boyutunun sanılandan çok daha fazla olduğunun altı çizilmelidir. Sonuç olarak, biçimsel eşitsizlik, vatandaşlık ya da dünya vatandaşlığı kavramının eşitsizliklere aracılık eden, onların üstünü örten kavramlar olduklarını gözler önüne sermektedir.

Bir diğer eşitsizlik türü ise kurumsal eşitsizliktir. Başta İnsan Hakları Evrensel Beyannameesi olmak üzere, kökenini yine liberal teoride bulduğumuz günümüz dünyasında hemen hemen her devletin anayasalarının bir parçası olarak kabul ettikleri, uluslararası sözleşmeler, bireylerin doğuştan eşit olduklarını ve dolayısıyla sahip oldukları bazı temel haklar olduğunu ve bu hakların sağlanması ve korunması bağlamında uluslararası düzeyde

bağlayıcılıkları olduğu iddiasıdır. Bu anlayışa göre tüm bireyler, hayatı dengeli bir şekilde paylaşmaktadırlar. İlk bakışta bu durumun, Aydınlanmanın hümanist yapısıyla uyuşan ve iyi niyetli bir yaklaşım gibi gözükebilir. Ancak, bu tip sözleşme ve benzeri global 'çözümler' eşitsizliği perdelemenin bir başka yoludur. Bireylerin bir çoğu temel haklara ulaşmakta güçlük çekerken dezavantajlı grupların durumları daha da vahimdir. Örneğin, engellilerin eğitim hakkından yeteri kadar yararlanamadıkları ve çoğunlukla toplum dışına itildikleri, izole edildikleri bilinen bir gerçektir (Şişman, 2014: 80). Öyleyse, kurumsal eşitsizliğin söylemi teoride kalmaktadır. Pratikte ise görünen tablo, devletin ve piyasanın sürekli olarak 'topu' birbirlerine attıkları, "vatandaşları" sömürürken gösterdikleri isteğin binde birini dahi kurumsal eşitsizliği giderme konusunda göstermedikleridir. Devlet ve piyasa perspektifinden bakıldığında halihazırda insanlar, vatandaş olarak kabul edilerek eşitlenmiş ya da bir 'köy' olan dünyanın vatandaşları olmak bağlamında eşit hale getirilmiştir. Bunun doğru olmadığıysa su götürmez bir gerçekliktir.

Eşitsizliğin üçüncü türü de fırsat eşitsizliğidir. Fırsat eşitsizliği, bireylerin hayata atılmak, toplumsal yaşama katılmak, eğitim-sağlık-barınma gibi temel ihtiyaçlardan faydalanmak ve ekonomik bağlamda yatırım ya da birikim yapmak konusunda eşit fırsatlara sahip olmadığıdır durumudur. Kısaca, bu da yaşam koşullarının ve başlangıç noktalarının, insanlar arasında dengeli bir şekilde dağıtılmadığı anlamına gelmektedir. Neoliberalimde, her zaman ve her yerde dolayısıyla her koşul ve her fırsatta imtiyazlı bir grup vardır ki bu grup, liberaller-zenginler-burjuva grubudur. Bu grubun, sınıfın mensupları pek tabii sahibi oldukları en güçlü meta olan para aracılığıyla tüm toplumsal fırsatlardan daha kolay, daha çabuk ve daha çok faydalanmaktadırlar. Örneğin, bu grubun üyesi olan ailelerin çocukları, çoğunlukla üst düzey eğitim kalitesine sahip kolej ve özel okullarda eğitim alırlarken, yoksullar-ploreterler sınıfına dahil olan ailelerin çocukları devlet okullarında eğitim almaktadırlar. Bir kısmı da kaynak yetersizliğinden dolayı ya hiç eğitim almamakta ya da eğitime kısa bir süreliğine devam edebilmektedirler. Bu durumda her iki çocuğun da aynı eğitim kademesine ait diplomalara sahip olduklarında dahi iş bulma ya da çalışılacak işin koşulları konusundaki fırsatları eşit olmayacaktır. Politzer, fırsat eşitliğinin yokluğunda biçimsel ve kurumsal eşitliğin var olmalarının bir anlam ifade etmeyeceğini şu şekilde ortaya koymaktadır:

Basın özgürlüğünün içeriği bir gazete kurmanın ve onu finanse etmenin maddi olanağına yalnız kapitalistler sahip olduklarına göre, kapitalistlerin bu içeriği yaratmada hareket serbestisinin tümüne sahip oluşlarından başka nedir ki? (Herkesin eğitim görme hakkının içeriği nedir, eğitim görme olanağına gerçekten sahip olanlar, yalnızca, eğitimin masraflarını ödeyebilen toplumsal sınıf ve tabakalar olduktan sonra?) Düşünce özgürlüğünün ve siyasal hakların içeriği nedir, gerçekten adayların kayıt yaptırma olanağı, yalnızca seçim kampanyasını finanse edebilecek kapitalist gruplar için söz konusu olduktan sonra? (Politzer, 2019: 465).

Genel olarak bakıldığında, Neoliberalizm vatandaşlık ya da dünya vatandaşlığı kisvesi altında sağladığını iddia ettiği biçimsel eşitliğin ardına sığınarak kurumsal eşitliği ve fırsat eşitliğini göz ardı etmektedir. Neoliberal anlayış, kurumsal ve fırsat eşitsizliklerini perdellemek adına, türettiği 'vatandaşlık' kavramıyla eşitsizliğin çok boyutluluğunu kabul etmemektedir. Eşitsizlik kavramının çok boyutluluğuyla yüzleşme oldukça önemlidir. "Eşitsizlik tek boyutlu bir olgu değildir. Dolayısıyla, bir veya birkaç özelliğinin ortadan kaldırılması eşitsizliği yok etmek anlamına gelmez. Hatta bazen bir alandaki eşitsizliğin kaldırılması yeni eşitsizliklere yol açabilmektedir" (Karakaş, 2006: 10-11). Eşitsizliğin boyutları bağlamından bakıldığında Neoliberalim, eşitliği sağlamada sınıfta kalmıştır diyebiliriz. Çünkü Neoliberalizm eşitsizliğin yalnızca nedeni değil aynı zamanda kaynağıdır da. Bu noktada küreselleşme kavramıyla birlikte eşitsizliğin kaynaklarını irdelemek yerinde olacaktır.

4. Eşitsizliğin Kaynakları

Daha önce de belirtildiği üzere, eşitsizliğin iki kaynağı bulunmaktadır; Neoliberalim ve

Küreselleşme. Liberal teori henüz üretilmemişken dahi eşitsizliğin var olduğu bir gerçektir. Ancak burada, modern ve postmodern döneme egemen olan ve gitgide etkisini arttıran eşitsizliğin kaynağına vurgu yapılmaktadır. Ayrıca modern dönem öncesinde, eşitsizliğin neden olan Aristokrasinin temelinde de ekonomik ilişkiler olduğu, kan bağına dayalı soyluluk anlayışının ilgili ailenin dönemin zenginleri olmasıyla ilişkili olduğu unutulmamalıdır.

Neoliberal teori, tüm dünyanın bir köy olduğu varsayımına dayanmaktadır. Bu varsayım, bilgi çağında olduğumuz, birbirimizle özgürce iletişim kurabildiğimiz, dünyayı her türlü sosyal faaliyet amacıyla kullanabileceğimiz söylemleriyle desteklenmektedir. Burada yeni ve yeniden perdelenen anlayış; dünyanın bir köy olmasının liberallerin artık yalnızca kendi uluslarını değil, tüm dünyayı sömürebilecekleri düşüncesidir. Bu sömürü, liberallerin üretim araçlarını tekel halinde kullanabiliyor oluşları ve bu bağlamda tüm 'dünya vatandaşları'na ürettikleri malları hızlıca tüketecek ve yenisini isteyecek müşteriler olarak görmelerinde temellenir. Bu durumda liberal, ürettiklerini satar ve servetine servet katarken; halk, üretilenleri tüketebilmek adına sınırlı kaynaklarını harcar, daha fazla tüketebilmek adına daha fazla çalışır ve yoksullaştıkça yoksullaşır. 'İyi' bir liberal olmak, dünyayı açık pazar olarak kullanabilmek ve dili, dini, ırkı, cinsiyeti "ayırmaksızın" her bireyi sömürebilmek anlamına gelmektedir. Öyleyse dünyaya açılmak, ulusal sınırların dışına çıkmak yani küreselleşmek icap etmektedir. Dünyanın her yerine fabrikalar, mağazalar, alışveriş merkezleri inşa etmek, çok daha kısa sürede çok daha fazla mal üretmek gerekmektedir. Bunun için işgücüne ihtiyaç duyulmaktadır. Üretim maliyeti olabildiğince az tutularak, ilgili ürünün tüm dünya pazarına açılmasının maliyeti karşılanmalıdır.

Üretim maliyetinin azaltılması - bu durum liberalin daha fazla kazanması anlamına gelecektir ki bu da liberalin yegane amacıdır- işçinin en 'iyi' şekilde sömürülmesinden geçmektedir. Esnek istihdam adı altında her an işsiz bırakılabilmeyi meşru göstermek, yaşam boyu öğrenme kavramıyla, herkesin her şeyi bilmek ve takip etmek zorunda olduğuna ve ne devletin ne piyasanın kişiyi istihdam etmek gibi bir sözü ya da sorumluluğu olduğuna işaret etmek ve yine bu kavramı kullanarak eğitimi başlı başına bir işe, paraya ulaşma metası haline getirerek yozlaştırarak bu araçsallaşmış teori yığınına da yine parayla satmak Neoliberalizmin işidir (Güllüoğlu ve Gökalp, 2014). Açıkça ortadadır ki; küreselleşme işgücünü olumsuz etkilemektedir (Çaşkurlu, 2010).

Öyleyse Neoliberalizm ve Küreselleşmenin olduğu yerde eşitsizliğin var olduğu bir gerçektir. Bu iki öge halihazırda makyajlanmış bir şekilde de olsa eşitsizliği önermektedir; Üretim araçlarını elinde bulunduran burjuvalar/zenginler ve tüketenler/proleterler/yoksullardır. Üstelik adı anılan ilk sınıfın varlığını uzun süre devam ettirmesi için diğer sınıfı sömürmesi vazgeçilemez bir koşul olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu olgu, Neoliberal teoride ekonomik bir ilişkiden ibarettir. Devlet, burada yalnızca güvenliği sağlayan bir bekçi konumundadır. Bu noktada liberalizmin, en özgürlükçü ideoloji sıfatını kendisine bu anlayıştan yola çıkarak yakıştırdığı söylenebilir. Ancak bekçi devlet tanımlamasının amacı, halkı özgürleştirmekten ziyade kapitalistleri kayırmak, devletin halkla-kapitalistin arasına girmemesini ve sömürüyü izleyerek, sömürülenlerin can güvenliğini koruyarak sömürünün süresini uzatmasını sağlamaktır. Günümüze baktığımızdaysa devletlerin 'bekçilik' görevini bile tam olarak yerine getiremedikleri, hatta bu görevi öne sürerek kişisel hak ve hürriyetleri ihlal ettikleri görülmektedir. Neoliberalizm ve Küreselleşmeden kaynaklanan eşitsizlik; yoksulluk, yozlaşma ve kültürel kimlik gibi çok ağır sonuçlar doğurmaktadır. Şimdi bu sonuçlara bakmakta fayda vardır.

5. Eşitsizliğin Sonuçları

Eşitsizliğin üç sonucu bulunmaktadır ki bunlar; yoksulluk, yozlaşma ve kültürel kimliğin çöküşü. Modern ve postmodern dönemler öncesinde yoksulluk, bireyin hayatını devam ettirebilmek adına sahip olması gereken bir takım metallerden yoksun olması anlamını taşımaktadır. Neoliberalizmin ve Küreselleşmenin neden olduğu eşitsizlik ise "yeni

yoksulluğa” yol açmıştır. Yeni yoksulluk, yoksullukla aynı anlamı içermekle beraber, bireyin tüketim maddelerinden yeteri kadar faydalanamadığı ya da tamamen yoksun olduğu vurgusuna sahip bir kavramdır.

Neoliberal toplumun temel taşı, tüketimdir. Bireyler, tüketerek var olmakta ve tüketilen meta yalnızca temel ihtiyaçları gidermekten ibaret olmamaktadır. İnsanlar, artık tüketerek ait oldukları kültürü, benimsedikleri ideolojiyi kısaca kimliklerini inşa etmektedirler. Bir nevi tüketim, kendini var etmenin önkoşuludur. Dolayısıyla, yoksullar daha da yoksullaşmışlar ve “yeni yoksullar” halinde bir yığına dönüşmüşlerdir. Yeni yoksullar, kültür endüstrisi aracılığıyla kendilerine dayatılan metaların bir çoğunu satın almak istemekte ama başarısız olmaktadır. Temel ihtiyaçlarını karşılamakta dahi güçlük çeken yoksullar, kimliklerini inşa etmek ve var olmak için “yeterince” tüketememektedirler. Bir sonu olmayan tüketimde, her zaman tüketilecek ürünler bolca üretilmiş ve “sahibini” bekler olmuştur. Böylece yoksul, ne kadar çok çalışırsa çalışsın, daha fazla tüketeceği için daha fazla yoksullaşacaktır. Neoliberalim, neden olduğu bu yeni yoksulluğu tamamen kişinin “yanlış” tercihlerine bağlamaktadır. Birileri doğru zamanda, doğru yerde olmuş, doğru bağlantılar kurmuş, doğru işler yapmış, yoksul ya da yeni yoksullar ise yanlışla yönelen “yeteri kadar başarılı olamayan” yetenezsiz kişiler olmuşlardır. Oysa yoksulluk politik bir sorundur (Karakas,2006: 8).

Gerçekte bireyler “beceriksizlikleri/şanssızlıkları/başarısızlıkları” yüzünden yoksul kalmamışlar, kapitalizme dayalı Neoliberal ekonomi yüzünden yoksul bırakılmışlardır. siyasetin yoksulluğu bitirme, dinin yoksulluğa boyun eğme teması farklılığıyla birlikte yoksulluğu araçsallaştırmışlardır. Esasında tek başına bir siyasi ideolojinin yoksulluğa son vermesi imkansızdır. Zenginlerin cezalandırılacağı, yoksulların mükafatlandırılacağı iddiası bir öte dünya hayali için bu dünyadaki ızdıraplara katlanmak da rasyonel bir fikir olmaktan çok uzaktadır. Bu söylenenler temelinde Neoliberal düzen, hep yeni ihtiyaçlar ve tüketim maddeleri üreterek ve bunların satın alınmasını kimlik inşasının bir parçası haline getirerek, yoksulları “yeni yoksullar” haline getirmiş ve onları daha da yoketmiştir.

Eşitsizliğin bir diğer sonucu da ifade edildiği üzere yozlaşma olmuştur. Yozlaşma, öncelikle toplumda başlamaktadır. Para ve sermaye tek değer haline geldiğinden insan kendi değerini yitirmiştir. Toplum, sadece vatandaşlık adı altında sömürülen bir kitle haline gelmiştir. Toplumların hızla küreselleşmesi, toplumsal değerleri yok etmiştir. Ayakta kalan değerlerin üzerinden de hala sömürü yürütülmesi söz konusudur. Birey sömürüldükçe yalnızlaşmıştır. Bunun sonucunda toplumdan soyutlanan bireyler, bir takım marjinal gruplar halinde örgütlenmiş ya da intihara sürüklenmiştir. Neoliberalizmin en yoğun yaşandığı ülke olan ABD’deki terör, saldırı ve intihar olaylarının sıklığı bunların birer örneğidir.

Toplumun yozlaşması aileyi de yozlaştırmış onu yalnızca bir çıkar birliği haline dönüştürmüştür. Özellikle kadın emeğinin sömürülmesi, aile çatısı altında meşrulaştırılmıştır. Artık, ailelerin birçoğu evlatlarını iyi bir insan olması yönünde değil, çok ve kolay para kazanan biri olması yönünde yetiştirmektedirler. Buna göre aile, çocuğun doğduğu günden itibaren Neoliberal ideolojiyle etkileşir hale getirildiği bir propaganda yuvasına dönüşmüştür. Sanat, yalnızca soyut sanata indirgenmiştir. Toplumcu-gerçekçi sanat ürünleri ya çok azdır ya da görünmez kılınmıştır. Toplumda “aydın/sanatçı” adıyla saygı gösterilen pek çok insan, dünyaca ünlü X markasının reklam yıldızları olarak evlere “misafir” olmaktadır. Bilim, felsefe ya da topyekûn adıyla akademik bilgi de yozlaşmadan nasibini alanlar arasındadır. Akademik bilgi, teoriye indirgenmiştir ve pratik açıdan hiçbir şey önermemekte ya da önerileri ütopyadan öteye gidememektedir. Bu teorik boyutta sıkışıp kalan bilgi de yalnızca üst düzey zekaya sahip insanların okuyup-anlayabileceği bir bilgi olarak metalaştırılmıştır. Toplumun yoksullaştırılması kadar cahilleştirilmesi de Neoliberalizm için bir zorunluluktur. Bu yüzden, topluma yalnızca “zorunlu eğitim” verilmeli ve bu eğitim yeni “Neoliberalim neferleri/tüketim aşıkları/popüler kültür köleleri yetiştirmek amacıyla kurgulanmalıdır.

Eşitsizliğin üçüncü sonucu, kültürel kimliktir. Ülkeler tarihine şöyle bir bakıldığında kültürel

kimliğin, aşırı dinci-milliyetçi grupların büyük yıkımlara yol açtığı görülecektir. Üstelik, yakın tarih ispat etmektedir ki bu tip grupların tespiti yapılsa ve tasfiye süreci başlatılsa dahi kendilerini yeniden ve yeniden üretmektedirler. Neoliberalizmin getirdiği küreselleşme ve neden oldukları eşitsizlik ortadan kaldırılmadıkça bu tür gruplardan “kurtuluş” yoktur. Burada önerilen, tamamen kendi ulusal sınırları içerisinde kapalı bir anlayış değildir. Ancak dünyaya açılmaktan, küreselleşmekten tüm kültürlerin birleşmesi ve dünyanın “Küçük Amerika” haline getirilmesi anlaşıldığı sürece “din, vatan elden gidecek!” kaygısı ve bu kaygıyı sömüren aktörlerin önderliğindeki terörize olmaya müsait marjinal gruplar da var olmaya devam edeceklerdir. Tüm dünyanın Küçük Amerika olması rüyası da Neoliberalizme dayanmaktadır. O halde Neoliberalizm kültürel kimlik kavramının içeriğinden hareketle terör ve şiddet gibi sonuçları olduğu söylenebilir.

6. Sonuç

Adalet kavramı, özgürlük ve eşitlik kavramlarını da içerisinde barındırmaktadır. Ancak Marksist teori kendisini güçlü bir şekilde ortaya koyuncaya kadar, kavramın bu iki temel dayanağının ihmal edildiği görülmektedir. Günümüzde ise açık olarak ifade edilmekten kaçınılsa da vatandaşlık kavramı altında gizlenmeye çalışılsa da eşitlik, bir nevi Platon ve Aristoteles'teki Aristokratik içeriğiyle özdeşleştirilmektedir. Dünya siyasetine hakim olan Neoliberal düzenin de özgürlüğü, negatif özgürlükle sınırladığı görülmektedir. Dolayısıyla, adalet yalnızca usulü olarak kalmakta, sosyal adalet teorisi uygulanmamaktadır.

Eşitsizliğin tarihi aynı zamanda insanlığın da tarihidir. Her dönem ve coğrafyada eşitsizlikler görülmüştür. Ancak kan bağına dayandığı iddia edilen Aristokrasilerde dahi sağlanan ayrıcalığın ekonomik bir temeli vardır. Tüm bu tarihsel süreci çok iyi okuyan ve kendini ilmek ilmek ören liberal teori, ulusal manada sermaye birikimini ve kitleleri yoksullaştırarak zenginleşmeyi önermiştir. Denklem oldukça basittir: Üretim araçlarını elinde bulunduranlar/zenginler/burjuvalar üretecek ve pazarlayacak, tüketenler/yoksullar/proleterler bu üretimlerin hem işçisi hem satın alıcısı olarak sömürüleceklerdir. Kültür endüstrisi, yozlaştırılan değerlerin dayatılması ile özgürlük ve biçimsel eşitlik masalları halkı uyutacaktır. Neoliberal anlayış bunlarla da yetinmeyecek, ulusal sınırları anlamsızlaştıracak ve insanları “dünya vatandaşlığı” metasıyla uyutarak, tüm dünyayı liberallerin sömüreceği hale getirecektir. Yoksullar daha da yoksullaşacak, zenginler daha da zenginleşecek, eşitsizlik ve buna bağlı olarak yozlaşma, kültürel kimlik bağlamında terör ve şiddet olayları artacaktır.

Neoliberal anlayış, vatandaşlık ya da dünya vatandaşlığı adı altında biçimsel eşitliği sağladığını, İnsan Hakları Evrensel Beyanname'si gibi uluslararası sözleşmelerle de kurumsal eşitliği güvence altına aldığını iddia etmektedir. Ancak, tüm fırsatların kapısını açan anahtar olan gelir-sermaye-para dengeli dağıtılmadığından fırsat eşitliği sağlanamamaktadır. Fırsatların eşit olmadığı bir düzende biçimsel/kurumsal eşitlik, eşitsizliği gölgelemek adına sağlandığı yalancı söylenen metalden öteye gidememektedirler. Fırsat eşitsizliği sağlanmadıkça da özgürlük ve adaletten söz edilememektedir.

Tarih göstermektedir ki eşitsizlik sorununun çözümü için Rousseau'nun önerdiği Katılımcı Demokrasiye dayalı Cumhuriyet de Marx'ın evrimsel değişim teorisinin “kaçınılmaz son”u olan Komünizm de yeterli olmamaktadır. Öyleyse, ‘çözüm, çare, kurtuluş’ nedir ve nerededir? Çözümün ilk aşaması sorunun objektif biçimde ortaya konması ve farklı yönleriyle irdelenmesi olmalıdır. Yapılacak ilk iş, eşitsizlik üzerine okumak, araştırmak, incelemek ve eserler meydana getirmektir. Ancak Neoliberalim, tüm bunların önüne geçmek için şu argümanları ortaya atmaktadır: “Yoksullar, başarısızlıklarından/şanssızlıklarından/kötü talihlerinden/kaderleri öyle olduğundan yoksuldurlar.”, “Herkesin eşit şartlara, fırsatlara sahip olması bir ütopyadır.” Sorun tam anlamıyla belirlendiğinde bu argümanlara karşı argümanlar getirilebilecektir. Sorunun çözülmesi için toplumun bireyleri bir araya gelmeli ve çözümün ne olduğunu tartışmalıdır. Ancak o zaman, özgürlük, bağımsızlık, adalet

ve eşitlik ideolojilerin çıkarları uğruna manipüle ettikleri kavramlar olmaktan kurtulup, özsel anlamlarını kazanarak var olabileceklerdir.

Devletin, rejimin, dinin, ideolojinin, felsefi inancın adı ne olursa olsun tek bir gerçek vardır ki bu da insanların sömürülmekte olduğudur. Söylenen yalanın türü ya da boyutu farketmeksizin insanlar ne kurumsal ne biçimsel ne de fırsat anlamında eşittirler.


7. Kaynakça

- Aristoteles, Nikomakhos'a Etik (Çev: F. Akderin), Say Yayınları, Ankara, 2017.
- Çaşkurlu, S., "küreselleşen işgücünün krizi ve küresel eşitsizlik", Ekonomik Yaklaşım, Sayı 77, 2010, ss.49-100.
- Çeçen, A., Adalet Kavramı, Astana Yayınları, Ankara, 2020.
- Demir, A., John B. Rawls Eleştirel Bir Yaklaşım, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2018.
- Demir, A., Kant Ahlak Siyaset, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2020.
- Güllüpnar, F.; Gökalp, Emre, "Neoliberal Zamanın Ruhu, Yaşam Boyu Öğrenme ve İstihdam İlişkileri: Yaşam Boyu Öğrenme Politikaları'nın Eleştirel Bir Analizi", Mülkiye Dergisi, Sayı 38, 2014, ss.67-92.
- Kant, I., Pratik Aklın Eleştirisi (Çev: İ. Kuçuradi, Ü. Gökberk ve F. Akatlı), Türkiye Felsefe Kurumu, Ankara, 2019.
- Karakaş, M., "Yeni Yoksulluk Bağlamında Sosyal Kimlik ve Tüketimde Eşitsizlik", Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı 2, 2006, ss.1-16.
- Platon, Diyaloglar (Çev: T. Aktürel), Remzi Kitabevi, İstanbul, 2016.
- Platon, Hipparkhos Kleitophon Rakipler (Çev: F. Akderin), Say Yay., Ankara, 2013.
- Platon, Yasalar (Çev: C. Şentuna ve S. Babür), Pharmakon, Ankara, 2019.
- Politzer, G., Felsefenin Temel İlkeleri (Çev: A. Özüpek), Dorlion, Ankara, 2019.
- Proudhon, J., P., Fedarasyon İlkesi (Çev: M. Özaslan), Öteki Yayınevi, İstanbul, 2014.
- Rousseau, J., J., Siyasal Fragmanlar, Ekonomi Politik Üzerine Söylev (Çev: İ. Yerguz), Say Yayınları, Ankara, 2008.
- Sayın, Ö., "Dünyada Yeni Eşitsizlik Anlayışları", Sosyoloji Dergisi, Sayı 12-13, 2004, ss.159-171.
- Şişman, Y., "Engelliler Açısından Eşitlik, Ayrımcılık ve Eğitim Hakkı", Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi, Sayı 32, 2014, ss.57-85.
- Urhan, V., "Siyaset Felsefesinde Adalet, Eşitlik, Özgürlük", Kaygı, Sayı 26, 2016, ss.103-119.

Yüzeyden Yansıyan Lazer Işınlarnın Görüntü İşleme Teknikleri Kullanılarak Tespit Edilmesi

Merve TASALI*

*Aksaray Üniversitesi,
Elektrik Elektronik Mühendisliği Bölümü
mervetasali@gmail.com

 <https://orcid.org/0000-0002-4878-3847>

Anahtar Sözcükler

Görüntü İşleme Teknikleri,
Nesne Takibi, Morfolojik İşlemler, Lazer.

Key Words

Image Processing Techniques, Object Tracking, Morphological Operations, Laser.

Atıf/Citation

Tasali, M.(2022). Yüzeyden Yansıyan Lazer Işınlarnın Görüntü İşleme Teknikleri Kullanılarak Tespit Edilmesi. ISophos: Uluslararası Bilişim, Teknoloji ve Felsefe Dergisi, Cilt 5, Sayı 9, ss: 53-65.

Özet

Bu çalışmada bir yüzeyden yansıyan lazer ışınlarının görüntü işleme tekniklerinden yararlanarak tespit edilmesi amaçlanmıştır. Görüntü işleme; fotoğraf endüstrisi, robotik uygulamalar, gıda endüstrisi, savunma sanayi, hava gözlem ve tahmin uygulamaları ve tıp alanı gibi pek çok sektörde kendine uygulama ve gelişme alanı bulmuştur [2]. Son dönemlerde belirtilen sektörlerdeki gelişmeler, işlenecek verilerin sayısındaki artış gibi faktörler sayesinde görüntü işleme tekniklerinin de gelişmesini beraberinde getirmiştir. Görüntü işleme tekniklerindeki gelişmeler; makine öğrenmesi, derin öğrenme ve yapay sinir ağları gibi yan alanların da görüntü işleme işlemlerine dahil edilmesini gerekli kılmıştır. Yüz tanıma algoritmaları, sürücüsüz araçlar gibi uygulamalar makine öğrenmesi destekli görüntü işleme tekniklerine verilebilecek bazı örneklerdendir. Askeri alanda çok önemli bir konu olan nesne takibi uygulamaları ise yapay zekâ uygulamaları ile güçlendirilmektedir [1]. Bu çalışma kapsamında; hedeften yansıyan lazer ışınlarının tespit edilmesi amacıyla çeşitli morfolojik işlemler, nesne tespit ve takip yöntemleri denenmiştir. Denemelerin sonucunda tespit için en uygun yöntemler belirlenmiş ve detayları ile aktarılmıştır. Bu çalışma, hareketli bir hedeften yansıyan lazer ışınlarını tespit ederek hedef takibi yapan sistem üzerinde test edilmiştir. Test sisteminde; hedefi lazer ışını ile işaretleyen bir işaretleme birimi, lazer ışını ile işaretlenmiş hedefi takip eden arayıcı birimi ve hedeften yansıyan lazer ışınlarını görüntü işleme algoritmaları ile algılayan algılayıcı birim olmak üç birim bulunmaktadır.

Abstract

Detection of Surface Reflected Laser Beams Using Image Processing Techniques

The aim at this study is to detect laser beams reflected from a surface by using image processing techniques. Image processing has found application and development areas in many sectors such as photography industry, robotic applications, food industry, defense industry, weather observation and forecasting applications and medicine [2]. In recent years, the developments in the sectors mentioned has brought the development of image processing techniques over thanks to factors such as the increase in the number of data to be processed. Developments in image processing techniques; machine learning, deep learning and artificial neural

networks, such as side areas have also required to be included in image processing. Applications such as face recognition algorithms and autonomous cars are some examples of machine learning assisted image processing techniques. Object tracking applications, which is a very important issue in the military field, are strengthened by artificial intelligence applications [1]. In the scope of this study; various morphological processes, object detection and tracking methods have been tried in order to detect the laser beams reflected from the target. As a result of the tests, the most suitable methods for detection were determined and explained in detail. This study was tested on a target tracking system by detecting laser beams reflected from a moving target. In the test system; There are three units: a marking unit that marks the target with a laser beam, a seeker unit that follows the target marked with a laser beam, and a sensor unit that detects the laser beams reflected from the target with image processing algorithms.

1. Giriş

Dijital görüntü işleme, sensörlerden gelen sayısal görüntülerin bir bilgisayar aracılığı ile işlenmesini ifade eder. İnsan gözü, elektromanyetik spektrumun yalnızca görünür bölgesini algılayabilirken; insan gözünün algılayamadığı kaynaklar tarafından oluşturulan görüntüleri algılayabilir olan görüntüleme sistemleri, neredeyse tüm elektromanyetik spektrumu algılayabilir yapıdadır. Bu sebeple; dijital görüntü işleme, ultrason ve elektron mikroskobu tarafından oluşturulan görüntüler gibi geniş ve çeşitli uygulama alanlarını kapsar. Görüntülerin elde edilmesinde CCD kameralar, kızılötesi kameralar, ultrason cihazları, X-ray, manyetik rezonans görüntüleme araçları ve uydu gibi kaynaklar kullanılabilir [5, 7].

1.1. Görüntü İşlemenin Temel Kavramları

Piksel: Dijital görüntüler, her biri iki boyutlu dizi elemanından oluşan yapılardır. Bu iki boyutlu dizi elemanları 'piksel' olarak ifade edilir [3, 4].

Sayısal görüntü: Matematiksel bir $f(x,y)$ fonksiyonu ile ifade edilen pikseller ve her (x,y) koordinatındaki piksellerin değeri, görüntünün o noktadaki aydınlanmasına eşit olan, iki boyutlu fonksiyonlara denir. Sayısal görüntüler, nesnelere yansıyan ışınların bir algılayıcı ile algılanarak sayısal sinyal haline dönüştürülmesi sayesinde oluşur [3]. Bir sayısal görüntüye ait pikseller; $m \times n$ boyutunda bir matriste tutulur. Gri tonlu bir görüntüde; her bir piksel 0'dan 255'e kadar değer alabilen 256 farklı gri ton değerinden birini tutar. Siyah renge karşılık 0 değeri, beyaz renge karşılık 255 değeri tutulurken, aralıktaki kalan diğer renkler grinin tonlarını oluşturur. Renkli görüntüler ise; kırmızı-yeşil-mavi (RGB) temel renk tonlarının birleşmesi ile oluşan görüntülerdir. Renkli bir resmin pikselleri kırmızı, yeşil ve mavinin gri seviyelerinden oluşan üç ayrı renk kanalına bölünür [3].

RGB renk uzayı: Kartezyen koordinat sistemi tabanlı bu renk uzayında her renk kırmızı, yeşil ve mavi renklerin birleşimi ile gösterilmektedir. Burada her piksel kırmızı, yeşil ve mavi renklerinin belirli oranda karışması ile oluşmuş renk kodunu tutmaktadır [3, 5].

HSV renk uzayı: İnsan görüşüne en yakın renk uzayı olması sebebiyle görüntü işleme uygulamalarında RGB renk uzayına göre daha çok tercih edilen bir renk uzayıdır. H (hue); rengi, S (saturation); doygunluğu, V (value); parlaklığı ifade eder. Renk değeri, 0-360° arasında değerler olarak renk çeşidine ve tonuna göre diğer renklerden ayrılır. Doymuluk, 0-100% arasında değerler olarak bir rengin diğer renklerle arasındaki canlılık farkını belirler. Parlaklık, 0-100% arasında değerler olarak açık bir rengin koyu bir renkten ayrılmasını belirleyen beyaz renk oranını belirler [3, 5].

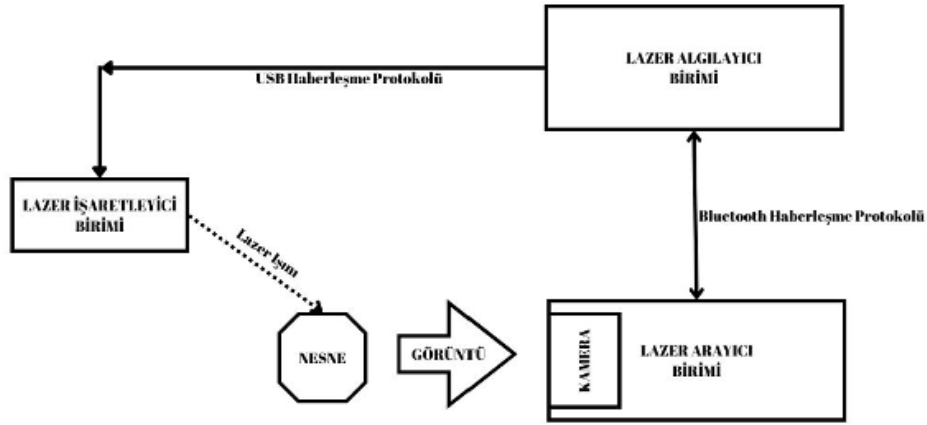
1.2. Sistemin Çalışması

Bu çalışmada; bir İşaretleyici Birimi aracılığı ile hedef aydınlatılır. Hedeften yansıyan ışınlar, nesne tespit ve izleme işlemleri için Arayıcı Birim üzerinde bulunan ve bakış açısı x ve y koordinat eksenlerinde ayarlanabilir olan bir IP kamera tarafından taranır ve tarama

sonuçları Algılayıcı Birime gönderilerek lazer ışığının ve hedefin anlamlandırılması işlemleri gerçekleştirilir. Algılayıcı Birim tarafından görüntü işleme teknikleri kullanılarak tespit edilen lazer ışınının koordinat bilgileri, hedefin takibinin yapılabilmesi amacıyla Arayıcı Birime gönderilir. Arayıcı Birim, tespit edilen lazer ışınına kamera görüntüsünün merkezinde tutacak şekilde, gönderilen koordinat bilgilerini kullanarak takip işlemlerini gerçekleştirir.

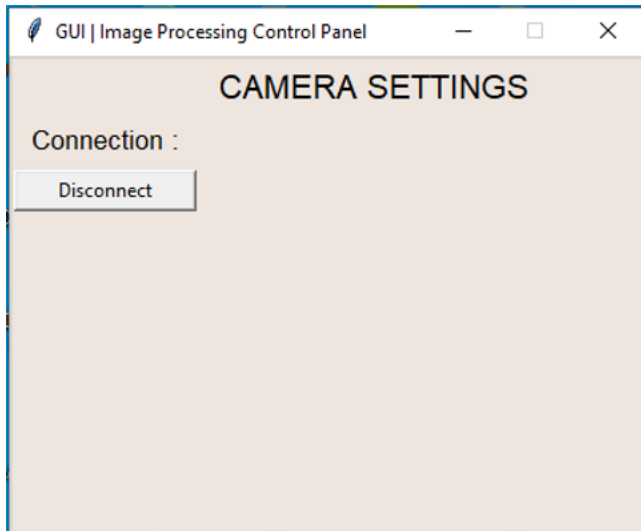
Hareketli hedeflerin, Arayıcı ve Algılayıcı Birimler tarafından tespit edilebilir olması için üzerlerinden yansıyan elektromanyetik enerjinin varlığı önem arz etmektedir. Bu çalışmada, varlığından yararlanılacak olan elektromanyetik enerji ise hareketli bir hedefin lazer ışını ile aydınlatılması sonucu yansıtılmış olduğu lazer spot ışınlarıdır. Şekil 1.1'de sistemin blok şeması görülmektedir.

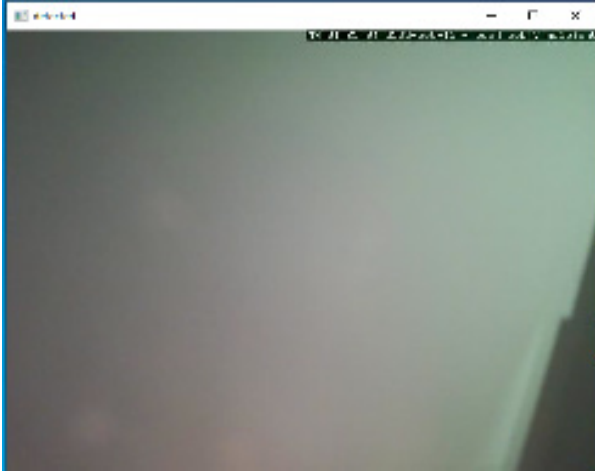
Şekil 1.1. Sisteme ait blok diyagramı



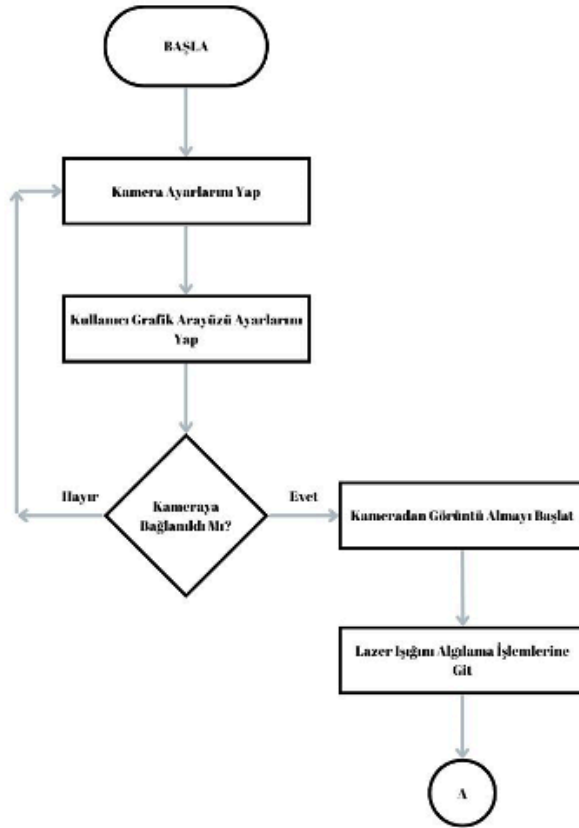
Sistemin lazer spot ışığını anlamlandırmaya başlayabilmesi için Visual Studio Code editörü üzerinde Python programlama dili ve Tkinter kütüphanesi kullanılarak GUI| Image Processing Control Panel isimli bir arayüz tasarlanmıştır. Tasarlanan arayüzden "Connect to Cam" butonuna bir kez basılarak kameranın aktif edilmesi gerekmektedir. Kameraya bağlandıktan sonra arayüz üzerindeki buton yazısı "Disconnect" olarak değişecek ve "Detected" isimli hedef takip ekranı açılacaktır.

Şekil 1.2. Kamera bağlandı



Şekil 1.3. “Detected” penceresine ait görsel

Kameradan görüntü alma algoritmasına ait akış diyagramı Şekil 1.4’te gösterilmiştir.

Şekil 1.4. Kameradan görüntü alma algoritmasına ait akış diyagramı

Kameradan görüntülerin alınması aşamasında; Huawei marka P20 Lite serisi cep telefonu kamerasından yararlanılmıştır. Cep telefonu kamerasına, Google Play mağazası üzerinden indirilebilir olan DroidCam uygulaması aracılığı ile IP kamera özelliği kazandırılmıştır. IP kamera özelliği kazanan cep telefonu kamerasından görüntüler, GUI| Image Processing

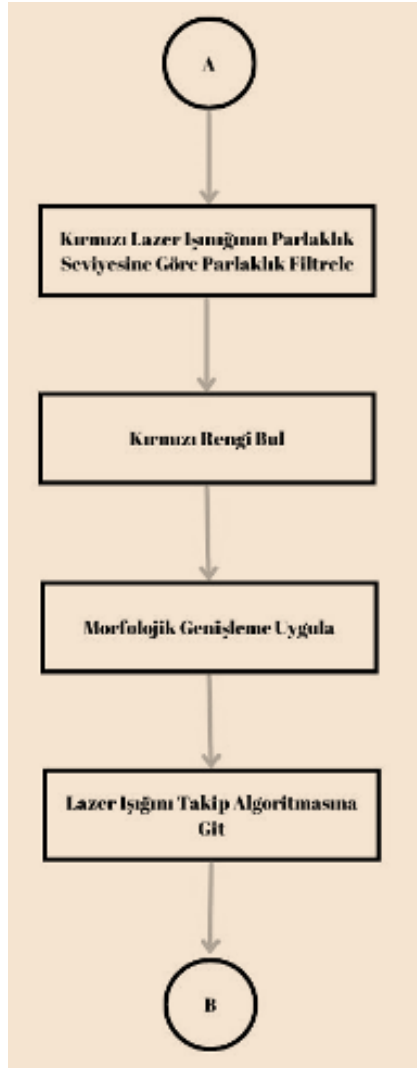
Control Panel arayüzü aracılığı ile toplanmaktadır.

Kameradan görüntülerin alınması işleminin başlatılması ile birlikte Python programlama dili ve OpenCV kütüphanesi kullanılarak yazılan lazer ışığının tespitini yapacak olan görüntü işleme algoritmaları devreye girer. Böylece ileriki aşamalarda nesne izleme amacıyla kullanılacak olan lazer izleme aşamasında kullanılacak verileri hazırlar.

Bu çalışma kapsamında hedef işaretlemesinde, kırmızı renkli lazer kullanılmıştır. Geliştirilen lazer ışığı tespit algoritması ile lazer ışığının sahip olduğu kırmızı renginin bulunması amaçlanmıştır. Bu amaçla, renk temelli tespit uygulamalarında RGB renk uzayına göre daha çok tercih edilen ve renkleri içinde bulundurduğu kırmızı, yeşil ve mavinin tonlarına göre değil; renk tonu, doygunluk ve parlaklık değerlerine göre belirten HSV renk uzayından faydalanılmıştır.

Lazer Algılayıcı Birimi'ne ait kırmızı lazer ışığının tespiti algoritmasının kararlı çalışması için önce bu kırmızı rengin H, S ve V değerlerinin daha önceden belirlenmiş ve algoritma tarafından bilinir olması gerekmektedir. Bu amaçla lazer ışığı tespit algoritmasından bağımsız çalışacak ve sadece ilgili değerleri bulmak amacıyla kullanılacak, bir rengin HSV renk değerlerini kullanıcının tespit etmesini sağlayacak bir 'HSV renk bulma algoritması' geliştirilmiştir. HSV uygulaması ile renk değerleri bulunan kırmızı lazer ışığının görüntü işleme teknikleri ile tespit edilmesi algoritmasına ait akış diyagramı Şekil 1.5'te verilmiştir.

Şekil 1.5. Lazer ışığının tespiti algoritmasına ait akış diyagramı



Kırmızı lazer ışınlarının kamera görüntüleri incelendiğinde; kenarları kırmızı ortalara doğru beyaz bir nokta şeklinde yakalandığı görülür. Işık yoğunluğu sebebiyle doyuma ulaşan kamera, yakaladığı bu görüntüyü en yüksek parlaklık seviyesi olan beyaz (255 değeri) renk ile gösterebilmektedir. Bu çalışmada bu özellikten yararlanarak kamera tarafından yakalanan görüntüler; bir önceki adımda HSV renk bulma algoritması ile bulunan parlaklık değerine göre filtrelendir. Bu değer altındaki parlaklık seviyeleri en düşük seviye olan siyaha (0 değeri) filtrelenirken, eşit ve üzerinde olan değerler olduğu gibi korunur. Bu durumun matematiksel ifadesi eşitlik (1.1.)'de gösterilmiştir.

$$g(x, y) = \begin{cases} \text{Parlaklığı koru,} & H \geq H_{\text{kırmızı}} \\ \text{Filtrele,} & H \leq H_{\text{kırmızı}} \end{cases} \quad (1.1.)$$

Parlaklık filtrelemesi adımından sonra belirlenen HSV renk koduna göre kırmızı renk filtrelemesi işlemleri gerçekleştirilir. Kırmızı renk filtrelemesine ait matematiksel ifade eşitlik (1.2)'de gösterilmiştir.

$$g(x, y) = \begin{cases} \text{Kırmızı,} & (H, S, V)_{\min} \leq (H, S, V) \leq (H, S, V)_{\max} \\ \text{Kırmızı değil,} & \text{diğer durumlar} \end{cases} \quad (1.2.)$$

Son adımda ise; bulunan kırmızı lazer ışığı noktasına ait görüntüye, morfolojik genişletme işlemi uygulanarak lazer noktasının kusurları giderilmeye çalışılmıştır. Matematiksel morfoloji; görüntülerin şekil ve yapıları ile ilgilenir. Görüntülerdeki sınırların (borders) ve iskelet (skeleton) yapılarının bulunması, gürültü giderme, bölütleme, süzgeçleme, inceltme, budama vb. işlemlerin yapılabilmesi için gerekli bir işlem adıdır. Bir görüntüye morfolojik işlemlerin uygulanabilmesi için görüntü önce ikili (binary) görüntüye çevrilmelidir [3, 6, 8].

Morfolojik işlemlerde iki temel yöntem bulunmaktadır. Bunlar; genişletme (dilation) ve aşındırma (erosion) yöntemleridir. Açma (opening), kapama (closing), sınır çıkarma (boundary extraction), bölge doldurma (region filling), birleşik elemanların çıkarımı (extraction of connected components), inceltme (thinning), kalınlaştırma (thickening) ve iskelet çıkarma (skeletonisation) işlemleri olarak bilinen diğer işlemler bu temel yöntemlerden referans alırlar [3, 6, 8].

Morfolojik işlemlerde; işlemin şeklini belirleyecek olan yapı elemanının, görüntü üzerinde kaydırılması sonucu ortaya çıkan bazı durumlar vardır. Bunlar; miss (kaçırmak), hit (isabet etmek) ve fit (denk gelmek) durumlarıdır [3, 6].

Miss durumu; yapı elemanının değeri 1 olan bitlerinden hiçbirinin görüntüde değeri 1 olan bitlerle çakışmaması durumudur. Hit durumu; yapı elemanının değeri 1 olan bitlerinden en az birinin, görüntüde değeri 1 olan bitlerle çakışması durumudur. Fit durumu; yapı elemanının değeri 1 olan bitlerinin tamamının, görüntüde değeri 1 olan bitlerle çakışması durumudur [3].

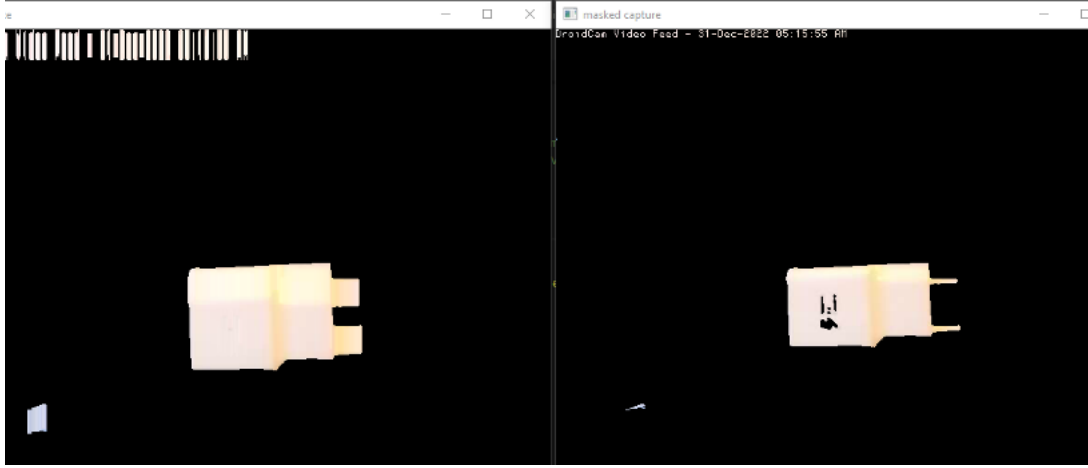
Yapı elemanı ifadesi, istenilen boyutlarda ve şekillerde hazırlanmış matrisler olarak tarif edilebilir. Kare, dikdörtgen veya daire gibi geometrik yapılarda olabilmektedirler [8].

Genişletme (dilation) işlemi: Görüntülerin üzerindeki kopukluk, girinti vb. gibi bozuklukların yok edilmesi amacıyla görüntüler üzerinde uygulanan büyütme ya da kalınlaştırma

işlemleridir. Şekil 1.6'da genişletme işlemini gösteren bir resim verilmiştir. Yapı elemanının görüntü üzerinde gezerken oluşan yeni piksel değerleri aşağıdaki formüle göre belirlenir:

$$g(x,y) = \begin{cases} 1, & \text{eğer } s, f \text{ görüntüsüne isabet ederse} \\ 0, & \text{diğer durumlarda} \end{cases} \quad (1.3.)$$

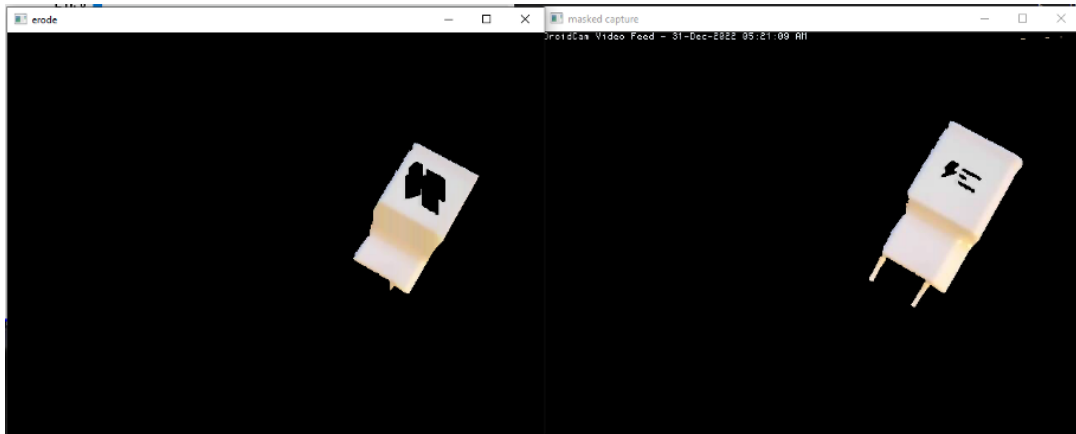
Şekil 1.6. Genişletme işlemi



Aşındırma İşlemi: Görüntülerdeki çıkıntıların temizlenmesi, yapışık nesnelerin ayrılması amacıyla uygulanan küçültme ve inceltme işlemleridir. Şekil 1.7'de aşındırma işlemini gösteren bir resim verilmiştir. Yapı elemanının görüntü üzerinde gezerken oluşan yeni piksel değerleri aşağıdaki formüle göre belirlenir:

$$g(x,y) = \begin{cases} 1, & \text{eğer } s, f \text{ görüntüsüne denk gelirse} \\ 0, & \text{diğer durumlarda} \end{cases} \quad (1.4.)$$

Şekil 1.7. Aşındırma işlemi



Bu çalışma kapsamında geliştirilen son yazılım adımı; tespit edilen lazer ışınının, hedef takibi için kullanılması amacıyla geliştirilen nesne takibi algoritmasıdır. Nesne ya da hedef takibi; bir sensör vasıtasıyla nesnenin konum, hız ve yolunun belirlenmesi işlemleri olarak tanımlanabilir. Radar, kamera, kızılötesi sensörler ultrasonik sensörler gibi ekipmanlar nesne takibi için kullanılabilir.

Askeri, biyolojik, coğrafik, tarımsal uygulamalar, uydu fotoğraflarının yorumlanması gibi alanlarda gelişen teknoloji ile beraber hareket analizi de gündeme gelmiştir. Hareket analizi işlemleri, hareketin varlığının tespiti için ön işlemler, hedefin yeri, hedefin izlenmesi ve hareketin tanımlanması olarak gruplara ayrılabilir [9, 10].

Nesnenin rengi, şekli ve hareket bilgileri nesnenin tespiti için önem arz etmektedir. Görüntülerdeki takip edilecek nesnelerin tespiti için çeşitli yöntemler bulunmaktadır.

Çerçeveler arasındaki fark yöntemi; arka arkaya alınan iki görüntü arasındaki geçici farklar olarak ifade edilebilir. Bu yöntem, basit ve hızlı olmakla birlikte gürültüye karşı hassas bir uygulamadır. Bu sebeple önerilen başka bir yöntem ise, arka plan modeli çıkarma yöntemidir. Bu yöntemde, ilgilenilen nesnenin olduğu görüntüden, yalnızca arka planın olduğu görüntü çıkarılarak nesne tespiti yapılabilmektedir. Diğer bir yöntem olan optik akış yönteminde ise; arka arkaya gelen görüntülerde piksel hareketliliği incelenir [11].

Tablo 1.1. Nesne tespit yöntemleri ve temel prensipleri [11]

Nesne Takip Yöntemi	
Nokta Tabanlı	Kalman Filtresi
	Parçacık Filtresi
	Çoklu Hypothesis Takip
Çekirdek Tabanlı	Temel Şablon Uydurma
	Destek Vektör Makinesi
	Uydurma Tabanlı Sınıflandırma
Silüet Tabanlı	Kenar Kesiştirme
	Şekil Uydurma

Nesne sınıflandırma yöntemi; belirli bir nesnenin kendine has özellikleri kullanılarak bulunduğu veri kümesinden ayrıştırılması işlemidir.

Tablo 1.2. Nesne sınıflandırma yöntemleri ve kullanım biçimleri [11]

Nesne Takip Yöntemi	
Nokta Tabanlı	Kalman Filtresi
	Parçacık Filtresi
	Çoklu Hypothesis Takip
Çekirdek Tabanlı	Temel Şablon Uydurma
	Destek Vektör Makinesi
	Uydurma Tabanlı Sınıflandırma
Silüet Tabanlı	Kenar Kesiştirme
	Şekil Uydurma

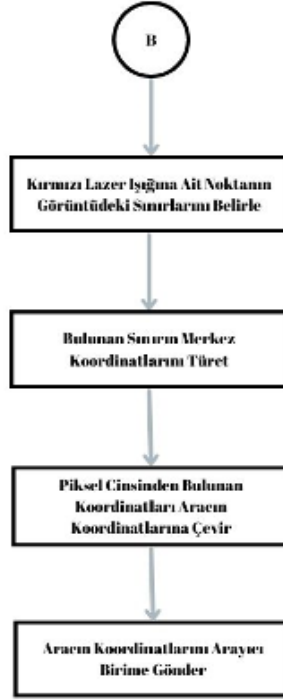
Nesne takibi; anlatılan bu yöntemlerle belirlenen nesnenin takip edilmesi işlemidir. Nokta, çekirdek ve silüet tabanlı olmak üzere üç bölüme ayrılırlar. Nokta tabanlı takip yönteminde; takip edilecek nesnelere noktalar ile ifade edilir ve bir sonraki görüntüde bu noktaların yerleri araştırılır. Çekirdek tabanlı takip yönteminde; belirlenen bir geometrik şekil takip edilecek nesneye kılavuzluk ederek nesnenin takibinde bu şekilden yararlanır. Bu çalışmada, çekirdek tabanlı takip yöntemi uygulanarak lazer spot ışığının takibi hedeflenmiştir. Silüet tabanlı takip yöntemi ise; takip edilecek nesnenin belirli bir geometrik şekle sahip olmadığı durumlarda kullanılır.

Tablo 1.3. Nesne takip yöntemleri [11]

Öznitelik Tipi	Kullanım Biçimi
Renk	Renk Histogramı
Eğim	Hog, Shift
Doku	Lbp, Shift
Hareket	Hog, Shift
Zamansal Değişimler	Süper Piksel, Süper Voxel

Bu algoritmanın geliştirilmesindeki amaç; tespit edilen lazer ışınının, sürekli olarak kamera görüntü alanının merkezinde kalacak şekilde Arayıcı Birimi yönlendirmek ve hedefi sürekli görüş alanı içerisinde tutmaktır. Bu adıma ait akış diyagramı Şekil 1.8’de verilmiştir.

Şekil 1.8. Lazer ışığı takip algoritmasına ait akış diyagramı



Bu aşamaya kadar yapılan çalışmalar sonucu lazer ışını ile işaretlenen hedef, çeşitli görüntü işleme teknikleri sayesinde belirlenmiş ve Arayıcı Birim tarafından takibe hazır verilere dönüştürülmüştür. Nesne takibi için bu aşamada da görüntü işleme tekniklerinden yararlanılmış ve görüntülerdeki lazer noktasının kontur çıkarımı yöntemiyle sınırları belirlenmiştir. Görüntü işlemede 'kontur' kavramı, nesnelerin şekillerini temsil eden yapılara verilen isimdir [12]. Nesnelerin şekillerinin analizi, sayılarının belirlenmesi gibi birçok amaçla kullanılan kontur çıkarımı bu çalışma kapsamında nesne takibi amacı ile kullanılacaktır. Kontur çıkarımı işlemlerinin ardından ilgili kontura ait merkez noktaları piksel cinsinden bulunup x ve y koordinat eksenlerinde motor koordinatı değerlerine çevrilerek Arayıcı Birime gönderilir.

2. Araştırma Bulguları ve Tartışma

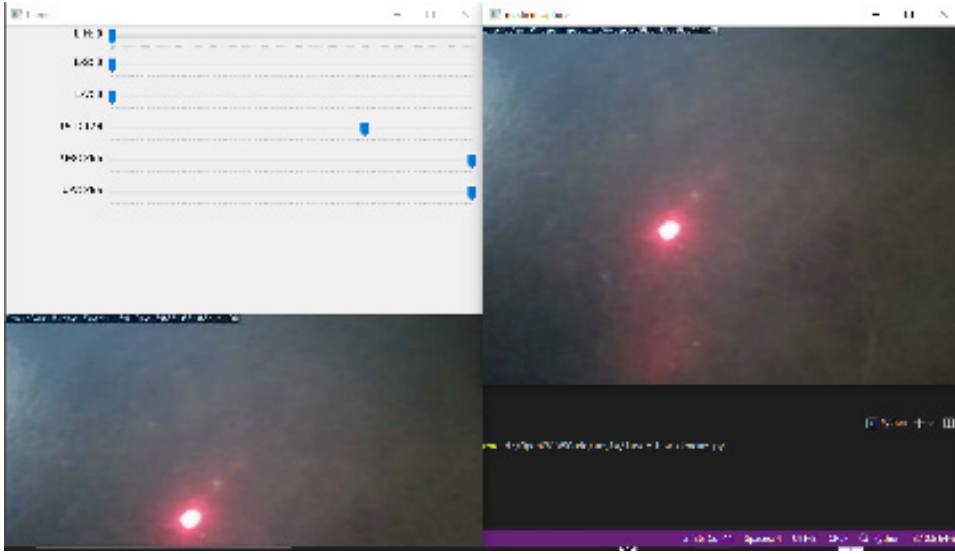
Bu çalışma kapsamında gerçekleştirilen çalışmaların amacı; lazer ışını ile işaretlenmiş hareketli bir cismi bu cisme kitlenerek izleyebilecek ve farklı parlaklık ve renk seviyelerinin mevcut olduğu dış ortamlarda algılama yapabilecek kapasitede bir prototip geliştirmektir. Bu amaçla çeşitli denemeler yapılmış ve bunların sonucunda prototip için en uygun olan çalışma koşulları ve özellikleri belirlenmiştir.

Geliştirilen sistemin bazı parametreleri sistemin kararlı çalışması amacıyla önem arz etmektedir. Hedeften yansıyan lazer spot ışınının, görüntü işleme teknikleri ile tespit edilmesi aşamasında Eşitlik (1.1) ile ifade edilen parlaklık filtreleme işlemi; kırmızı renkli lazerin parlaklık seviyesinden yararlanarak tespit etmeyi amaçlar. Buradaki Hkırımı değerinin yükseltilmesi mat yüzeylerden veya uzak mesafelerden yansıma koşullarında algılamayı zorlaştırırken, düşürülmesi ise lazer olmayan parlaklık seviyelerinin de hedef olarak algılanması olasılığını artırmaktadır.

Eşitlik (1.2) ile ifade edilen kırmızı rengi filtreleme işlemi; kırmızı renkli lazerin renk tonundan yararlanarak tespit etmeyi amaçlar. Buradaki (H, S, V)min ve (H, S, V)max değer aralığının dışında değerler farklı renklerin algılanması olasılığını artırır.

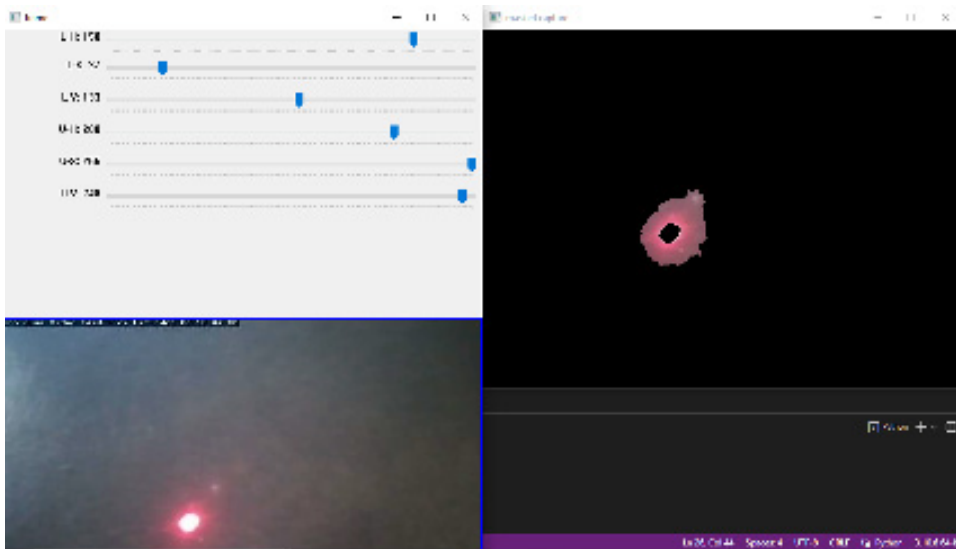
HSV renk uzayında renk tonu değerini belirten H parametresi sabit tutulup; sırasıyla doygunluk ve parlaklık değerlerini ifade eden S ve V parametreleri değiştirilirse aynı renge ait farklı doygunluk ve parlaklık seviyesindeki renk değerleri elde edilir. HSV renk bulma algoritması, bu çalışma kapsamında Python programlama dilinde OpenCV görüntü işleme kütüphanesi ve Tkinter kullanıcı arayüzü kütüphanesi kullanılarak geliştirilmiş bir uygulamadır. Uygulamanın ilk açıldığı andaki kullanıcı arayüzü Şekil 1.9'da gösterilmiştir.

Şekil 1.9. HSV renk bulma uygulaması



Frame isimli pencerede yer alan kaydırma çubukları kullanılarak istenilen renge ait HSV renk kodları bulunabilmektedir. Kullanıcı kaydırma çubukları ile deneme yanılma yolu ile oynadıkça Masked Capture ekranında belirli renklerin filtrelendiğini görecektir ve ekranda yalnızca HSV değerini bulmak istediği rengi gördüğünde kaydırma çubuklarının değeri ilgili rengin HSV renk kodunu verecektir. Örnek bir çalışmaya ait ekran görüntüsü Şekil 1.10'da verilmiştir.

Şekil 1.10. HSV renk kodu bulma örneği



3. Sonuçlar

Bu çalışma kapsamında gerçekleştirilen IP Kamera tarafından alınan görüntüler üzerinde lazer ışınının tespiti çalışmaları, görüntü işleme algoritmaları koşturularak gerçekleştirilir. Belirlenen lazer ışınının koordinatları hedef takibinin gerçekleştirilmesi amacıyla Arayıcı Birime gönderilir. Arayıcı Birim ise gelen koordinat bilgilerine göre üzerinde bulunan gimbal mekanizmasının pitch ve yaw eksenlerini hareket ettirerek lazer ışınının IP Kamera görüntüsünün merkezinde kalmasını sağlayarak hedef takibi işlemlerini gerçekleştirir. Lazer ışığının tespit edilmesi aşamalarında; ortamda bulunan parlaklığı yüksek cisimlerin lazer ışığını soğurması durumlarında sistemin çalışmasında hatalar ve hedefi kaybetme problemleri ortaya çıkmaktadır. Bu problemin çözümü için ise; kullanılan kırmızı renkli lazerin renk tonundan yararlanarak filtreleme işlemleri uygulanır.

4. Kaynakça

1. URL-1 <1. <http://erkanhorozoglu.com.tr/goruntu-isleme/>>, Erişim Tarihi: 13.12.2022.
2. URL-2 <<https://ab.org.tr/ab12/sunum/21-goruntu-isleme-Karakoc.pdf>>, Erişim Tarihi: 13.12.2022.
3. Güner, E., 2016, Lazer Işını İle İşaretlenen Hareketli Cisimleri Hedefe Kitlenerek İzleyen Sistem, Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi, Fen Bilimleri Üniversitesi, Ankara.
4. Yıldız, N., 2010. Görüntü İşlemenin Dünü, Bugünü ve Geleceği, Elektrik Mühendisliği Dergisi, 440(1), 11-16.
5. Gonzalez, R.C. ve Woods, R.E., 2008. Digital Image Processing, Pearson Education International, NY.
6. URL-33 <<https://avesis.erciyes.edu.tr/resume/downloadfile/tubac?key=b2f6a348-b7a5-480e-9584-0387c7a56a0e>>, Erişim Tarihi: 22.12.2022.
7. Perihanoğlu, G.M., 2015, Dijital Görüntü İşleme Teknikleri Kullanılarak Görüntülerden Detay Çıkarımı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

