

sabah ülkesi

üç aylık kültür-sanat ve felsefe dergisi

SAYI 83

Nisan 2025

Taha Abdurrahman Kimdir? Kısa Bir Giriş
Herald Viersen

Düşüncesizliğin Kökenleri
Burhanettin Tatar

Muhakkik Bir Düşünürü Modern Dönemde Anlamak: Sadreddin Konevî'yi Bizim İçin Değerli Kılan Nedir?
Ömer Türker

Aklın Yetersizliği Meselesi Ya Da Konevî'nin Râzî'ye Borcu
Eşref Altaş

Dijital Teknolojiler Ve Aklın Kamusal Kullanımı
Emre Şan

İletişim Ve Medya Çalışmalarına Teknoloji Filozofu Heidegger'i Çağırmak
Ali Hasan Hamut

ChatGPT Ya Da Makinelerin Eskatolojisi
Yuk Hui

Makine Duruyor
Koray Kırmızısakal

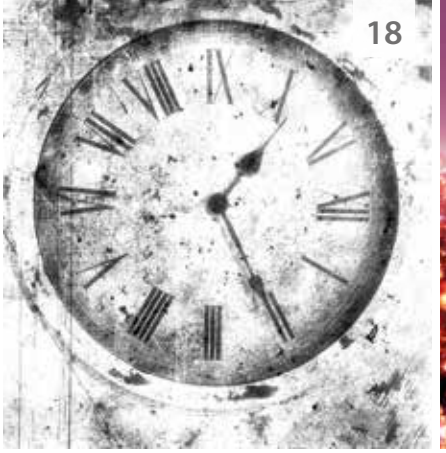
Müptedi ve Müntehi
Hasan Sevil

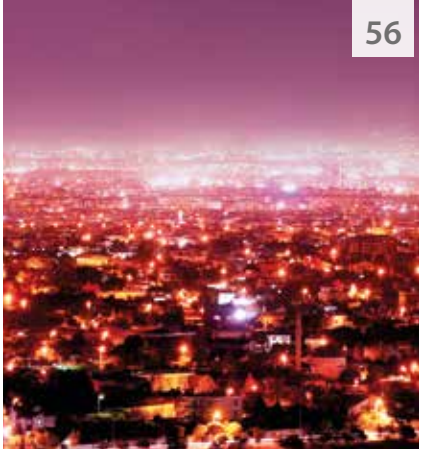
Abdülbaki Miftah Ve Ekrem Demirli İle Söyleşi

9 772195 645007 83

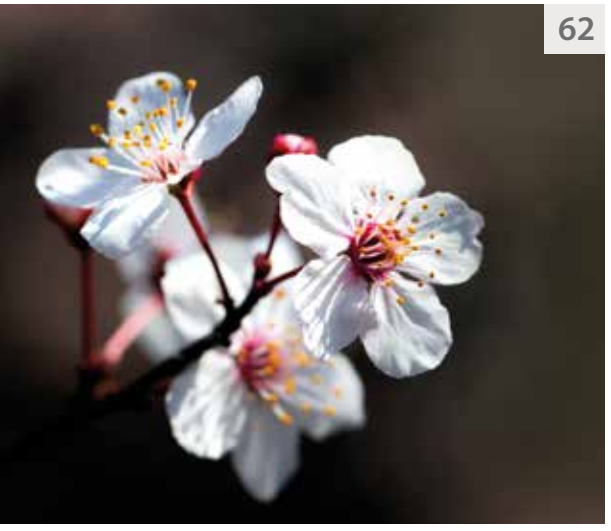
İÇİNDEKİLER











FELSEFE

6 **Bütüncül Adalete Dair**
Asım Cüneyd Köksal

12 **Taha Abdurrahman Kimdir? Kısa Bir Giriş**
Harald Viersen

18 **Felsefe Bir Bilim Midir?**
Erdal Yılmaz

24 **İslam'da Hukuk Zihniyetinin Gelişimi Ve Fıkıh İlminin Teşekkülü -II-**
Nail Okuyucu

28 **Nermi Uygur Ve Felsefede Yöntem Sorunu**
M. Taha Tunç

32 **Düşüncesizliğin Kökenleri**
Burhanettin Tatar

36 **Yabancı Düşmanlığından "Dış Kabuk Patolojilerine"**
Jacob Rogozinski

40 **Kent Mekânında Karşılaşmalar Ve Güç İlişkileri**
Muhammet Esat Tiryaki

ÖZEL DOSYA

52 **Muhakkik Bir Düşünürü Modern Dönemde Anlamak**
Ömer Türker

56 **Aklın Yetersizliği Meselesi Ya Da Konevî'nin Râzî'ye Borcu**
Eşref Altaş

62 **Hz. Mûsâ Ve Hızır Kıssası Üzerinden İbnü'l-Arabî Ve Konevî İlişkisini Yeniden Düşünmek**
Feyza Ketenci

SÖYLEŞİ

46 **Ekrem Demirli İle Söyleşi: Vefatının 750. Senesi Vesilesiyle Sadreddin Konevî**
Kadir Filiz

100 **Cezayirli Ekberiyye Üstadı Abdülbâkî Miftâh ile Söyleşi**
Hany İbrahim ve Muhammed Rustom

DOSYA

68 **Bilgi, Kudret Ve Merhamet**
Ekrem Demirli

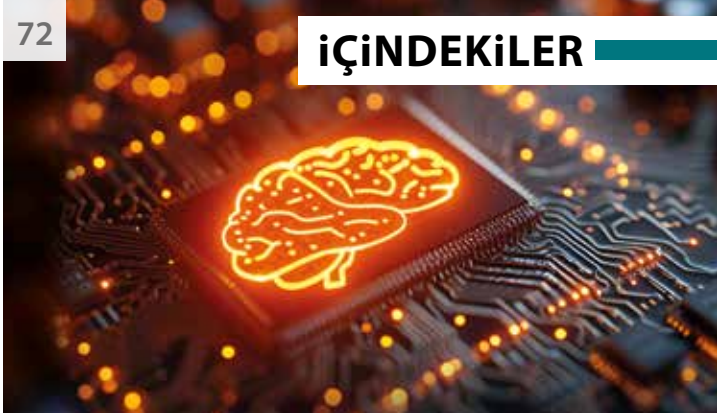
72 **Dijital Teknolojiler Ve Aklın Kamusal Kullanımı**
Emre Şan

80 **İletişim Ve Medya Çalışmalarına Teknoloji Filozofu Heidegger'i Çağırmak**
Ali Hasan Hamut

84 **Eskatolojik İyimserliğin İmkânı**
Muhammed Bedirhan

90 **ChatGPT Ya Da Makinelerin Eskatolojisi**
Yuk Hui

96 **Makine Duruyor**
Koray Kırmızısakal











KÜLTÜR / SANAT

106 **Millî Ve Dinî Musikimizin Büyük Hizmetkârı: Eyyûbî Ali Rıza Şengel**
Mustafa Hakan Alvan

110 **Müptedi Ve Müntehi**
Hasan Sevil

114 **Özel İnsan Ferdi Tayfur'un Anısına**
Ünal Koyuncu

120 **Alman Oryantalizminde Tasavvufun Yeri Üzerine**
Ömer Faruk Altıntaş

124 **Dilsizler Dile Kavuşunca: Muhyî-i Gülşenî Ve Bâleybelen'i**
Nurullah Koltaş

130 **Avrupa'da İslam (I) Batı Modernleşmesinin Değişen Çehresi**
Selman Dilek

136 **Bir Kültürel İktidar Masalı**
Selman Bayer

TANITIM

142 **Kitap Tanıtım**

İLETİŞİM VE MEDYA ÇALIŞMALARINA TEKNOLOJİ FİLOZOFU HEİDEGGER'İ ÇAĞIRMAK

Ali Hasan Hamut*

21. yüzyılda medya ve iletişim çalışmalarında, dijitalleşmenin hızla hayatımıza girmesiyle beraber yeni araçlar üzerine yoğunlaşılmış, teorik ve metodolojik değişiklikler yaşanmıştır. Bu değişiklikler yaşanmasına karşın mevcut iletişim ve medya çalışmalarındaki baskın yaklaşımlar yerini korumaya devam etmiştir. Teknolojinin toplumsal ve ideolojik etkileri üzerine yoğunlaşılmış fakat yeni araçların biçimsel ve ontolojik boyutları göz ardı edilmiştir. Medya ve teknoloji araçlarına dair devam eden "tarafsızlık miti" inancı da yerini korumaktadır. Bu görüş, medya biçiminin içeriğiyle karşılaştırıldığında genellikle daha yüzeysel bir öneme sahip olduğu düşüncesiyle pekişmiş ve bu nedenle medya araçlarının etkisinin nötr olduğu inancı medyada hâkim olmuştur. Fakat günümüz medya durumlarını anlamaya yönelik daha derinlemesine yaklaşımların gerekliliği giderek daha fazla fark edilmekte ve medya çalışmalarında, iletişim, medya ve teknoloji felsefesi çalışmaları artmaktadır.

Medyanın giderek bir iletişim aracı olmasının ötesine çıkarak bireylerin kimliklerini ve toplumsal ilişkilerini dönüştüren ve belirleyen bir faktör hâline gelmesi bizi yeniden teknolojinin ne olduğu sorusuyla karşı karşıya getirir ve mevcut insanlık durumunu anlamak için bizi klasik dönem teknoloji filozoflarının metinlerine yeniden götürür. Martin Heidegger, yaşadığı dönemin en etkili düşünürle-

Medyanın giderek bir iletişim aracı olmasının ötesine çıkarak bireylerin kimliklerini ve toplumsal ilişkilerini dönüştüren ve belirleyen bir faktör hâline gelmesi bizi yeniden teknolojinin ne olduğu sorusuyla karşı karşıya getirir ve mevcut insanlık durumunu anlamak için bizi klasik dönem teknoloji filozoflarının metinlerine yeniden götürür.

rinden biri olarak sadece dil, varlık ve zaman üzerine yoğunlaşmamış, aynı zamanda teknoloji üzerine de analizler yapmıştır. Heidegger'in teknoloji üzerine yapmış olduğu analizler teknolojinin mevcut durumunun etkisini anlamak için bir referans noktası sunmaktadır. Heidegger'in teknolojinin özünün, belirli teknolojik yapıların özelliklerinin ötesine geçtiği düşüncesi, teknolojiyi sadece günlük hayatımızın bir parçası olan ve işleri işlevsel kılan bir araçlar bütünlüğü olarak değil, varlıkla olan ilişkimizi biçimlendiren bir unsur olduğunu vurgular. Bu yaklaşım medya teknolojisi çalışmalarında görünüşte modası geçmiş kabul edilen teknoloji temelli yaklaşımlara karşı derinlemesine düşünmemizi sağlar ve böylelikle medyanın ve teknolojinin toplumsal ve bireysel düzeydeki etkilerini daha iyi kavramımıza imkân tanır. Mevcut iletişim ve medya araştırmalarında Heidegger'in doğrudan çalışmaları ve etkileri kullanılmıyor olsa da Heidegger'den etkilenmiş birçok ismin medya ve iletişim çalışmalarında sözü geçen isimlerden olduğunu söyleyebiliriz. Anti-teknolojik tutum, ontolojik yaklaşım, doğrudan medya araçlarına odaklanmamak ve Nazi geçmişiyle ilişkilendirilmesi gibi faktörler, Heidegger'in medya ve iletişim çalışmalarındaki etkisini sınırlamıştır.

Heidegger'in teknolojiye dair görüş ve tutumları, ana akım düşünce biçimlerinden oldukça farklıdır. *Tekniğe İlişkin Soruşturma*[1] isimli çalışmasında Heidegger, teknolojiyi işlevsel bir araç olarak değil, insanın dünyayı algılama biçimini dönüştüren bir güç olarak ele alır. Heidegger, teknolojiyi bir çerçeveleme (*Gestell*) olarak tanımlar ve bu çerçevelemenin, varlıkların özlerinin yalnızca hesaplanabilir ve işlevsel biçimlerde açığa çıkmasına neden olduğunu savunur. Heidegger'in teknolojiye dair ontolojik bakış açısının temeli buradadır. Heidegger'e göre teknoloji, insanın dünyayı algılama biçimini dönüştürür. Bu dönüşümün sebebi teknolojinin varlıkları sadece belli bir düzende sunmamasıdır. Bu durum teknolojinin varlıkla ilişkisinin temelini de oluşturur. Yaygın medya anlayışından farklı olarak Heidegger, medyanın yalnızca bir temsil aracı olarak incelenmesinin ötesine götürür. Medya toplumsal bir etki oluşturmasının yanı sıra, bireylerin varlıkla kurduğu ilişkinin de bir belirleyeni olarak göz önünde bulundurulmalıdır. Özellikle dijital medya pratiklerini söz konusu edersek, bu pratiklerin ontolojik yansıması, yalnızca medya içeriklerinin bireyler üzerindeki etkileri ile sınırlandırılmayıp, bireylerin varlık deneyimlerini de nasıl dönüştürdüğü günümüz açısından sorgulanmalıdır.

Teknolojinin "gizlediği" ve "gösterdiği" bir dünya, insanın çevresini oluşturur. Medya ve iletişim araçları, bu teknolojilerin en somut örnekleridir. Bu araçlar, insanları sadece dışardan bilgi alan-veren olarak değil, aynı

zamanda bireylere kendi içsel dünyalarını ve varlık anlayışlarını şekillendiren *medium*'lar (aracı ortamlar) sunar. Heidegger'in *Dasein* kavramı, bu noktanın anlaşılmasında kritik bir role sahiptir. *Dasein*, insanın bir varlık olarak dünyada bulunma biçimini ifade ederken dijital medya teknolojileri, *Dasein*'ın dünyaya ve başkalarına bakışını değiştiren ve dönüştüren *medium*'lar olarak işlev görür. Mevcut gelişmiş dijital medya, bireylerin varlıklarını deneyimleme biçimlerini radikal bir şekilde belirlerken, Heidegger'in *Dasein*'ı bu yeni dijital dünyada insanın varlıkla olan ilişkisini yeniden kavrayabilmek için önemli bir kavramsal çerçeve sunar. Heidegger, teknolojik gelişmeleri ve yeni icatları bir keşif olarak değil, bir "açığa çıkarma" (*aletheia*) süreci olarak görür. Teknoloji, dünyamızı belirli bir şekilde gösterirken bu gösteri, insanın doğrudan varlıkla olan ilişkisini saptırabilir. Heidegger'in bu düşüncesi medya araçlarını sadece içerik taşıyan birer cihazlar olmadığı, aynı zamanda dünyayı algılama biçimlerimizi de dönüştüren araçlar olduğunu anlamımıza yardımcı olur.

İletişim ve medya çalışmaları İkinci Dünya Savaşı'yla birlikte yaygınlaşıp çeşitlenmiş fakat teknoloji çoğu zaman yalnızca bir araç olarak ele alınmaya devam etmiştir. Araçların doğrudan etkileri incelenmemiştir. Dolaylı olarak ya da sembolik bir düzeyde toplumsal etkileri ele alınmıştır. Bunun yaygın örneklerine Frankfurt Okulu ve Kültürel Çalışmalar (Birmingham Okulu) gösterilebilir. Adorno ve Horkheimer, kültür endüstrisi kavramını geliştirmiş ve medyanın kültürel hegemonya oluşturmadaki rollerini vurgulamışlardır. Medya, onlar için kapitalist toplumda bireyleri belirli bir ideolojik düzene göre şekillendiren bir araçtır. Teknolojinin sembolik ve kültürel etkileri incelenirken ontolojik ve varlıkla ilişkili derin etkileri üzerinde durulmamıştır. Sonraki yıllarda, kültürel çalışmalar geleneği medya içeriklerinin toplumsal yapılarla ve bireylerin kimlikleriyle nasıl bağlantı kurduğunu vurgulamıştır.

Ana akım olarak kabul edilen bu çalışmalarının ötesinde doğrudan medya ve iletişim çalışmalarında bulunan fakat göz ardı edilmiş Medya Ekolojisi[2] geleneğinin çalışmalarını Heidegger ile ilişkilendirmek mümkündür. Çevreler ve ortamlar olarak medyayı inceleyen medya ekolojisi geleneği Neil Postman, Marshall McLuhan, Harold Innis ve Walter Ong gibi ikonik isimlerle öne çıkarken, Heidegger'in teknoloji hakkındaki fikirleriyle örtüşen bir çerçeve sunmuşlardır. "Ortam, Mesajdır" (*The medium is the message*) ve "Araçlar, insanın uzantısıdır" şeklindeki ifadeleriyle bilinen Marshall McLuhan, medyanın toplumsal yapıları ve bireysel algıları nasıl dönüştürdüğünü tartışırken Heidegger'in teknolojinin insan varoluşunun bir parçası olarak görmesini bir bakıma konu etmektedir. McLuhan'ın mesajı ortamla eşitlemesi ve mevcut araçların insan bedeninin bir uzantısı olarak görmesi, Heidegger'in teknolojiyi varlıkla ilişkili bir açığa çıkarma biçimi olarak ele almasıyla paralellik gösterir. Bu anlayışlar, medyanın toplumsal yapılar üzerindeki ideolojik kümelenmenin ötesinde, bireylerin dünyayı ve varoluşlarını nasıl deneyimlediklerini şekillendiren bir güç olarak medyanın ontolojik boyutunu anlamamıza yardımcı olur. Medya içeriklerinden çok, medya araçlarının kendisi üzerine yapılan felsefi analizler, Heidegger'in görüşlerinin medya çalışmalarındaki uygulamalarına ışık tutar. David J. Gunkel ve Paul Taylor belki de baştan sonra medya ve Heidegger ile alakalı olan ilk kitapta[3] Heidegger'in, medya teknolojisi çalışmaları için benzersiz bir şekilde önemli kılan şeyin teknoloji kavramının teknokratik zihniyetinin genel doğası üzerine düşünmemize yardımcı olduğunu bunun için elimizde ister çekiç, ister ipad, ister internet olsun, bireysel eserlerin belirli özelliklerinden çok daha önemli olduğunu belirtmişlerdir.

Teknolojinin "gizlediği" ve "gösterdiği" bir dünya, insanın çevresini oluşturur. Medya ve iletişim araçları, bu teknolojilerin en somut örnekleridir.

Heidegger'in medya ve teknoloji anlayışının medya çalışmalarındaki geleceği hem teorik hem de pratik düzeyde yenilikçi yaklaşımlar sunabilmektedir. Bunun en bariz örneği post-fenomenoloji çalışmaları olarak görülebilir.[4] Heidegger'in teknoloji anlayışı, medya çalışmalarında daha geniş disiplinler arası bir yaklaşım geliştirilmesine olanak tanır. Günümüz teknoloji felsefesi çalışmalarının artması aynı zamanda iletişim felsefesi ve medya felsefesi çalışmalarının da artmasını sağlamıştır. Heidegger'in düşüncelerinin medya ve iletişim alanındaki çalışmalara entegre edilmesi, medya araçlarının toplumsal, kültürel ve bireysel etkilerini anlamanın ötesine geçmeyi ve yeni sorgulamaları ortaya çıkarmaktadır. Heidegger'in düşüncelerinin medya çalışmalarına uygulanması, medyanın insan varlığı üzerindeki "gizleyici" ve "açığa çıkarıcı" etkilerinin analiz edilmesini sağlayabilir. Bu çalışmalar özellikle dijital medya çağında sosyal medya ve çevrimiçi platformlarının nasıl sahte/yapay/gerçekler oluşturduğunu anlamamıza yardımcı olabilir. Aynı şekilde Heidegger'in çalışmaları, medya okuryazarlığının gelişmesine de katkı sağlayabilir. Medya okuryazarlığı sadece içerik analizi ve eleştirel düşünme becerilerini kapsamakla kalmaz, aynı zamanda medya araçlarının bireysel ve toplumsal düzeyde yarattığı ontolojik etkileri de gündem edinebilir. Dijital medya araçları ile etkileşimde bulunurken, bu araçla-

rın uzun vadede insanlar üzerindeki etkileri, bireysel ve toplumsal bilinçlenmeye katkıda bulunabilir.

Son on yılda medya ve iletişim çalışmalarına Heidegger'in düşünceleri entegre edilmeye başlanmıştır. Bu çalışmalar, özellikle medya araçlarının yalnızca iletişim aracılığıyla toplumları şekillendirmekle kalmayıp, insanın dünyayı algılama biçimlerini de dönüştürdüğünü vurgulamaktadır. Medyada temsili gerçeğe ne kadar uygunluk açısından değerlendirmenin ötesine geçilmesi gerektiği ve daha çok iletişim araçlarının gerçekliği nasıl açığa çıkardığı ve şekillendirdiği üzerine düşünülmesi gerektiği vurgulanmaktadır.[5] Heidegger'in teknoloji anlayışı, medya ve iletişim çalışmalarına önemli katkılar sağlamakla birlikte, bu yaklaşımın tartışmaya açık yönleri de bulunmaktadır. Heidegger'in teknolojiyi insanın varlıkla olan ilişkisini dönüştüren bir güç olarak tanımlaması, medya çalışmalarında derinlemesine ontolojik bir analiz yapma fırsatı sunarken, kavramsal ve metodolojik zorluklar ortaya çıkartabilir. Heidegger'in teknolojiye dair sunduğu felsefi çözümleme, medya çalışmalarındaki ampirik araştırmalara dayalı, somut ve pratik çıktılardan ziyade soyut bir kavrayış sunar. Bu durum medya çalışmalarının özellikle toplumsal ve kültürel etkilerini incelemeye çalışan araştırmacılar için sınırlayıcı olabilir. Heidegger'in teknoloji yaklaşımının fazla determinist bir karakter taşıdığı iddiası da eleştirilerden bir tanesidir. Heidegger, teknolojinin insanın dünyayı algılama biçimini dönüştürdüğünü ve bazen "gizleyici" bir işlev üstlendiğini savunsa da bu görüş çoğu zaman teknolojinin insan üzerinde yarattığı etkiyi tek yönlü bir şekilde ele almaktadır. Bu deterministik görüş eleştirisi, medya teknolojilerinin aynı zamanda insanları bilgilendiren, eğiten ve toplumsal anlamda bilinçlenmelerine katkı sağlayan potansiyeli göz ardı edebileceğini dile getirmektedir. Heidegger'in medya ve iletişim çalışmalarına yapacağı katkıya karşı eleştirilerden bir diğeri Heidegger'in teknoloji anlayışıyla günümüz dijital medya araçlarının ne ölçüde uyumlu olduğudur. Heidegger'in yaşadığı dönem itibariyle teknoloji mekanik araçlarla sınırlıyken, dijital dünyada araçlar daha hızlı bir biçimde evrilirken aynı zamanda toplumlar üzerindeki etkisi de daha karmaşık bir hâle gelmiştir. Böylelikle Heidegger'in teknoloji anlayışı, bu tür dijital medyanın doğasını anlamada yeterli olamayabilir. Getirilen bu eleştiriler doğrudan araçların özelliklerine yoğunlaşırken, ilkel aletlerden günümüze kadar insan-alet ilişkisi ontolojik açıdan değişmemiştir.

Medya çalışmalarının, Heidegger'in ontolojik perspektifinden faydalanarak dijital medya çağının etkilerini daha kapsamlı bir biçimde incelemesi, günümüz iletişim dünyasının dinamiklerine dair daha derin ontolojik ve fenomenolojik içgörüler sunabilir.

Medya çalışmalarının, Heidegger'in ontolojik perspektifinden faydalanarak dijital medya çağının etkilerini daha kapsamlı bir biçimde incelemesi, günümüz iletişim dünyasının dinamiklerine dair daha derin ontolojik ve fenomenolojik içgörüler sunabilir. Bu noktada, Heidegger'in felsefesinin medya ve iletişim araştırmalarındaki potansiyeli, yeni bir paradigmaya doğru bir adım atılmasını mümkün kılabilir. Dijital medya çağında, medyanın yalnızca içerik ve biçimle değil, aynı zamanda varlık ve dil ile kurduğu ilişkinin incelenmesi gereklidir. Bu, Heidegger'in felsefesinin medya ve iletişim çalışmalarındaki en önemli katkılarından biri olacaktır. Medya çalışmaları açısından bireylerin kimlik oluşumu ve toplumsal etkileşim bağlamında Heidegger'in fikirleri teorik bir çerçeve oluşturabilir. Dijital medya bireylerin otantik varoluşlarını mı destekliyor, yoksa onları belirli davranış kalıplarına mı yönlendiriyor? Bu soru, Heidegger'in düşüncesi çerçevesinde medya ekolojisi bağlamında ele alınabilir.

Heidegger'in teknoloji felsefesi, medya çalışmalarına yönelik eleştirel bir yaklaşım sunarak, medyanın doğasını ve işlevini sorgulamamızı sağlar. Marshall McLuhan'ın ünlü "balıklar suyu bilmez" metaforuyla ilişkilendirildiğinde, Heidegger'in felsefesi, medyanın doğasını görünür hâle getirme çabası olarak okunabilir. Medya, genellikle görünmez ve şeffaf bir yapı gibi işlendiğinden, Heideggerci bir analiz, onun nasıl bir çerçeveleme (*Gestell*) mekanizması oluşturduğunu ve insan deneyimini nasıl şekillendirdiği sorgular. Böylelikle görünmeyeni ya da perdelenmiş olanı ortadan kaldırmak için Paul Gunkel'in ifadesiyle Derrida'nın iç görüsü, medya ve iletişim araçlarının daha genelleştirilebilir bir biçimde ifade edilmesi gerekliliğidir: "Medyanın dışında hiçbir şey yoktur".◀

* Dr., Bağımsız Araştırmacı.

1 Heidegger, M. (1998). *Tekniğe İlişkin Soruşturma*. (Çev. Doğan Özlem). İstanbul: Paradigma Yayınları.

2 Detaylı bilgi için; Hamut, A. H. (2022). Medya Ekoloji Geleneği ve Türkiye'ye Yansımaları. Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi, 20(39), 47-76. https://doi.org/10.55842/talid.1110466

3 Gunkel, David J. (2014). Heidegger and the media. Malden, Massachusetts: Polity Press. Edited by Paul A. Taylor.

4 Medya özelinde detaylı inceleme için; Van Den Eede, Yoni; Irwin, Stacey O'Neal & Wellner, Galit (eds.) (2017). Postphenomenology and Media: Essays on Human–Media–World Relations. Lexington Books.

5 Battin, Justin Michael & Duarte, German A. (eds.) (2018). We need to talk about Heidegger: essays situating Martin Heidegger in contemporary media studies. New York: Peter Lang.