

Sabitfikir Güncel Edebiyat Dergisi'nde Neoliberal Söylem*

DR. BETÜL BAYRAKTAR**

Öz

Bu çalışmada *Sabitfikir Güncel Edebiyat Dergisi'*nde neoliberal söylemin üretilip üretilmediği Foucaultcu Söylem Analizi yöntemi ile araştırılmaktadır. Bilindiği üzere neoliberalizm temelde ekonomik bir anlayış olsa da bireyi ve toplumu şekillendiren yeni bir yönetimsellik biçimidir. Yönetimsellik üzerine çalışan Michel Foucault'ya göre neoliberalizm de diğer hakikat söylemleri gibi belirli özneler yaratır. Bu öznenin genel özellikleri rekabetçi, girişimci ve tüketici olmasıdır. Söz konusu öznellik temsilleri insanlara medya ile aktarılmaktadır. Ancak medya bazen neoliberal söylemin de içinde olduğu pek çok egemen söylemi yeniden ürettiği gibi bazen de karşıt söylemler üretmektedir. Bu araştırmanın inceleme nesnesi 2011'den beri yayın hayatında olan *Sabitfikir Güncel Edebiyat Dergisi'*dir. Zira edebiyat dergileri tanıtımını yaptığı edebî eserlerle -neyi seçip tanıttığı ile- ve denemelerle belirli söylemlerin yeniden üretilmesini ve Adornocu yaklaşımla kültürün endüstrileşmesini sağlayan önemli bir araçtır. Dergi 2018'de Doğan Medya'dan Turkuvaz Medya sahipliğine geçtiğinden söylemlerin değişip değişmediği de araştırmanın sorularından biridir. Araştırmanın yöntemi, insanların birer özne olarak normalize edildiğini belirten Foucault'nun yöntemidir. Bu sayede insanların neoliberal özneye nasıl dönüştükleri gösterilip derginin bu söylem karşısındaki konumu sorgulanmaktadır. Sonuç olarak kitap tanıtım yazıları ve söyleşilerde neoliberal söylemin reddedilip karşıt söylemin üretildiği, bununla birlikte derginin kültür endüstrisinin bir aracı olması nedeniyle bu konuda bir dilemma olduğu gözlemlenmektedir.

Anahtar sözcükler: neoliberal söylem, tüketim, özgürlük, edebiyat dergisi, söylem analizi, kültür endüstrisi

THE NEOLIBERAL DISCOURSE IN SABİTFİKİR CONTEMPORARY LITERARY JOURNAL

Abstract

In this study, it is examined whether neoliberal subjectivity is produced or not in *Sabitfikir Contemporary Literary Journal* by using Foucauldian Discourse Analysis. As known, inspite of the fact that neoliberalism is an economic policy, it is a new form of governance that shapes the individual and society. According to Michel Foucault, who works on governmentality,

* Bu çalışma, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Dr. Öğr. Üyesi Gülseren Özdemir Riganelis danışmanlığında tamamlanan "Kültür Endüstrisi ve Edebiyat Dergiciliği: Muhafazakârlığın Temel İlkeleri Bağlamında *Sabitfikir* (2011-2019)" başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

** Karadeniz Teknik Ün. Edebiyat Fak. TDE Böl. 35betulbayraktar@gmail.com, orcid: 0000-0002-4057-9147
Gönderim tarihi: 29.08.2021 Kabul Tarihi: 01.10.2021

neoliberalism creates specific subjects like other truth discourses. The general characteristics of this subject are competitive, entrepreneurial and consumer. These representations of subjectivity are transmitted to people through the media. Nevertheless, the media sometimes reproduces many dominant discourses including neoliberal discourse, and sometimes produces opposing discourses. The study object of this research is *Sabitfikir Contemporary Literary Journal*, which has been in publication life since 2011. Because literary journals are an important tool that enables the reproduction of certain discourses with essays and the literary works they promote -what they choose and promote-, and the industrialization of culture with the Adornist approach. One of the questions of the research is whether the discourses have changed since the magazine passed from Doğan Media to Turkuvaz Media in 2018. The method of the research is Foucault's method, which states that people are normalized as subjects. In this way, how people are transformed into neoliberal subjects is shown and the position of the magazine in the face of this discourse is questioned. As a result, it is observed that the neoliberal discourse is rejected and the opposite discourse is produced in the book reviews and interviews, and that there is a dilemma in this regard because the magazine is a tool of the culture industry.

Keywords: neoliberal discourse, consumption, freedom, literary journal, discourse analysis, culture industry

1. GİRİŞ

Frankfurt Okulu filozofları Theodor Adorno ve Max Horkheimer'a (2014, s. 162-222) göre kültür endüstrisi, bireyci vaatlerle ortaya çıkan *kitlelerin aldatmacası* olan Aydınlanma illüzyonudur. Kültür endüstrisinde kitleler, sermayenin çıkarları doğrultusunda üretilen kültürün pasif alıcılarıdır. Esas mesele birey değil, kapitalist çıkarların devamı olduğu için kültür bu ortamda/ piyasada sıradan bir meta hâline gelir. İnsan kendi özgür iradesi ile seçim yaptığını sanır ve özgürlük yanılsamasına uğrar. Adorno'ya göre asıl seçim beyaz ve siyah arasında yapılan değil bu seçme işleminin reddidir (Adorno, 2000, s. 136). Ancak kim olacağımız, nasıl giyineceğimiz, nerede yiyip içip tatil yapacağımız kültür tekelleri tarafından tasarlanır (Artun 2015, s. 60-70). O halde kültürün edilgen alımlayıcısı olan insanların normalize edildiğini, özneleştirildiğini söylemek mümkündür.

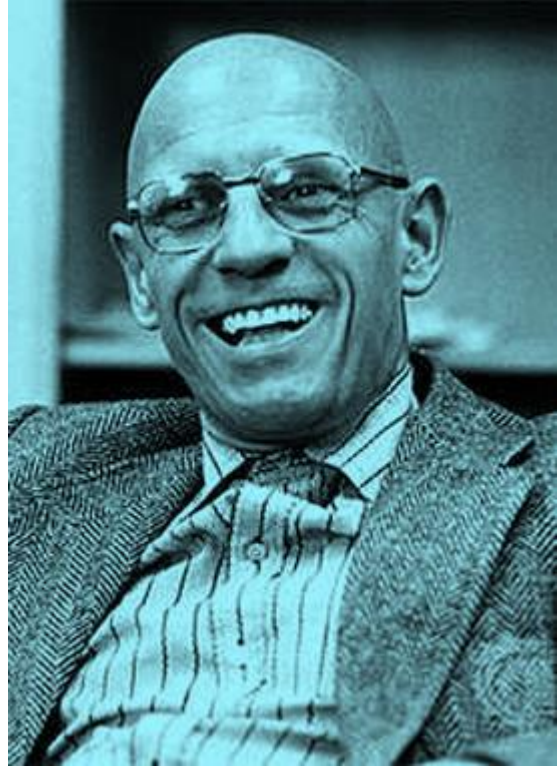
İnsanları normalleştiren kültür endüstrisi, neoliberal yönetimsellikte de sürdürülmektedir. Neoliberalizm sadece ekonomik bir anlayış değildir, aynı zamanda bireyi ve toplumu da şekillendirir. Çünkü özneliği üreten temel şeylerden biri ekonomik ilişkilerdir (Althusser, 2014, s. 33-93). Bir diğer ifadeyle ekonomi iktidarın meşruiyetini mümkün kılan mekanizmaları üretmektedir (Özmağas, 2016, s. 162-163). Öyleyse neoliberalizm toplumsal ilişkileri ve bireyi nasıl üretir? İnsanları hangi davranışa teşvik eder, onlardan ne bekler ve hayatı nasıl değiştirir? Homo economicus, klasik liberalizm döneminde hesaplayıcı ve üretken iken, neoliberalizmle birlikte girişimci bir özne hâline gelir (Foucault, 2015, s. 179-196). Bu özne kendini bir şirket gibi kurar ve kendi kendinin girişimcisi olur. Yaşamın birçok alanı, biyo-iktidar tarafından yeni hakikat söylemleri ve çeşitli mekanizmalarla üretilir. Neoliberal özne, kendisini rekabet dünyasına

yerleştiren ve ilişkilerini ekonomik bir anlayışa göre düzenleyen girişimci bir kimliktir (Dardot ve Laval, 2012). Başlıca özellikleri; girişimci, rekabetçi, tüketimci, öz-yönetici olarak sıralanabilir.

Neoliberal özneyi yeniden üreten mekanizmalardan biri de medyadır. Medya *normal* olanı temsil eder ve insanlar kendi inanç ve davranışlarında medyayı ölçüt alır (Davis, 2007, s. 170). Panoptisizmin¹ yeni biçimi olan medya, neoliberal iktidar tekniklerinden biridir ve neoliberal öznenin inşasında önemli bir araçtır. Ancak medya bazen neoliberal söyleme karşı çıkan söylemlerin üretiminde de kullanılabilir. Ne var ki bazen aracın ve amacın uyumsuz olduğu durumlar vardır. Örneğin kapitalizmi eleştiren bir yayınevi, varlığını sürdürmek için çok satan romanlar yayımlayabilir. Yine benzer eleştiriler yapan bir dergi, aynı nedenlerle genel kültür politikasına aykırı söylemler üreten kitapların reklamını yapabilir.

Medya organlarından edebiyat dergileri de kültür yönetiminde kullanılır ve birtakım öznelere yeniden üretilir. Belirli söylemleri ileten edebiyat dergileri Servet-i Fünun döneminden sonra gelişmeye başlamıştır. Osmanlılık, Türkçülük, İslamcılık, Batıcılık, Atatürkçülük, Marksizm gibi çeşitli *hakikat söylemleri* bu dergiler vasıtasıyla yeniden üretilmiştir. Zira edebiyat dergileri kültürel alanlardan biridir ve iktidardan ayrı düşünülemez (Kendall, 2006, s. 1). Hatırlanacağı üzere Foucault modern iktidar kurumlarını açıklarken Jeremy Bentham'ın panoptik mimarisinden yola çıkmıştır. Ortasında bir gözetleme kulesi olan mimari yapıda insanlar davranışlarını ortadaki gözetleyiciye göre düzenler. Mark Poster bu kavramı kredi kartları, kameralar gibi iletişim teknolojilerini kastederek *süper panoptikon* olarak yeniden adlandırır (Poster, 1990, s. 93). Byung Chul Han (2019) da insanların benzer şekilde yeni medya ortamlarında gözlemlendiğini ve burada hayatlarını *normallere* göre düzenlediklerini dolayısıyla medyanın *süper panoptikon* olduğunu öne sürer. Öyleyse edebiyat dergileri de birtakım normaller yaratması ve insanları kategorize etmesi yönüyle panoptik bir örgütlenmedir, denebilir (Bayraktar, 2020, s. 27-29).

Neoliberal söylemin analiz edildiği *Sabitfikir* adlı dergi, 2011'de Doğan Medya'da yayın hayatına başlayıp 2018'de Turkuvaz Medya sahipliğine geçmiştir. Türk edebiyatının çeşitli yazar ve şairlerinin de metinlerinin yer aldığı, illüstrasyon ve fotoğraflarla bezeli dergi, kısmen geleneksel edebiyat dergilerine kısmen mevcut popüler edebiyat dergilerine benzemektedir. Ortalama 60-70 sayfadan oluşan dergide yeni çıkan kitapların tanıtımları dışında söyleşi ve



Michael Foucault

¹ Jeremy Bentham'ın panoptik mimarisi için kullanılan kavram Yunanca *pan* ve *optik* kelimelerinden oluşur. Gözetime dayalı bir sistem olan panoptik mimariden yararlanan Michel Foucault modern iktidar kurumlarının insanı hapisede gözetilen kimseler gibi normalleştirdiğini öne sürer.

denemeler de yer almaktadır. Ayrıca yayınevlerinin reklam sayfalarında bazen küçük bazen büyük ebatta yeni yayımlanan kitapların reklamları yapılmaktadır. Dergide sayı, yazar ve editör faktörleri bağlamında üretilen hakikat söylemleri çok çeşitlidir. Aynı anda birden fazla edebiyat kanonunun yeniden üretildiği bu dergide² feminist, ataerkil, anti-otoriteryan, dini, din karşıtı, neoliberal muhafazakâr, anti-neoliberal muhafazakâr söylemler üretilmektedir. Burada söz konusu söylemler ilgili olduğu kanonu da yeniden üretmektedir. Nitekim Caner'in (2017, s. 286) de belirttiği gibi eş zamanlı olarak birden çok kanon mevcuttur ve bunlar farklı otoriteler tarafından üretilmekte, onaylanmaktadır. Tek bir düşünceyi ileten geleneksel edebiyat dergilerinden farklı olan *Sabitfikir*'de birtakım kapitalist çıkarlar gözetilmektedir (Bayraktar, 2020, s. 244). Bu araştırmada derginin neoliberal söyleme yaklaşımı incelenmektedir. Böylece çoksatan bir medya organında neoliberalizm kapsamında hangi temsillerin yer aldığı ortaya konacak ve kültür endüstrisinin bir aracı olan dergi araç-amaç ilişkisi bakımından değerlendirilebilecek, medya sahipliğinin değişiminin söylemlerin değişiminde etkisi olup olmadığı tartışılacaktır.

2. ARAŞTIRMANIN AMACI ve METODOLOJİSİ

Edebî eser içine doğduğu toplumsal, ekonomik, siyasi koşullardan ayrı düşünülemez. Edebiyat sosyolojisine göre eserin meydana geldiği toplumsal süreçler mutlaka dikkate alınmalıdır. Tarihsel, ekonomik, politik pek çok faktörün devrede olduğu düşünülerek eserler belirli bir bağlam içinde değerlendirilebilir. Edebî eser dönemde hâkim olan söylemleri yansıttığı için Foucault açısından da kıymetli bir inceleme nesnesidir (Güçlü vd. 2008, s. 1340):

Foucault'nun yazın çalışmalarına önemli bir katkısı olduğu açıktır. Foucaultcu soybilim araştırmasına göre, hiçbir yazarın sunduğu betimleme ya da yaptığı kategorileştirme yansız ya da tarafsız bir konumda olamaz. Bütün yazarlar yaşadıkları dönemin söylemlerini hangi noktalarda olumladıklarına, hangi bakımlardan olumsuzladıklarına, neyi ne ölçülerde yineleyip yeniden ürettiklerine ve en önemlisi de yaratmış oldukları söylemsel yeniliklere bakılarak değerlendirileceklerdir. Buna göre romanlar olsun şiirler olsun bütün yazın ürünleri de tanımlayıp düzenleme sürecine etkin bir biçimde katıldıklarından ötürü yaratıldıkları dönemin söylemiyle birlikte ele alınmak zorundadırlar.

Edebî eserin içine doğduğu toplumsal koşullar kadar onun tanıtımını yapan medya organları da önemlidir. "Kitabın yazılı ve görsel medyada ne şekilde yer aldığı, hangi platformlarda tanıtıldığı veya tartışıldığı, yapıldıysa reklâmı üzerinde durulmalıdır" (Coşkun, 2006, s. 412). Kitle iletişim araçlarından edebiyat dergileri de ele aldığı, tanıttığı, olumladığı ya da reddettiği eserler bağlamında edebiyat ortamının bir vitrinidir (Uçar, 2007, s. 1). Öte yandan bu dergiler iktidar alanına bağlıdır. Bu nedenle edebî eserlerin yayımlandığı yayınevleri ve onların tanıtımını yapan platformların önemi gündeme gelmektedir. Bu dergilerde yayımlanan *okunması gereken kitaplar* listeleri yahut reklamlar edebiyat sosyolojisi açısından büyük önem arz etmektedir (Anar, 2013, s. 74). Edebiyat dergilerinde hangi edebî eserler tanıtılmaktadır? Tanıtılan eserlerden yola çıkarak derginin kültür politikası ne olabilir? Bu dergiler küresel ve ulusal hangi söylem/akımları nasıl yansıtmaktadır? Dergi, hangi medya kuruluşuna bağlıdır? Romanların ürettiği

² Edebiyat dergilerinin kanon oluşumunda büyük rolü bulunmaktadır (Çıraklı, 2006, s. 160).

hakikat söylemlerinin dergilerde üretilip üretilmediğine bakılarak derginin söz konusu söylem karşısındaki konumu ölçülebilir.

Bu çalışmanın amacı, neoliberal politikaların uygulandığı bir toplumda yayımlanan edebiyat dergilerinden *Sabitfikir*'in 2011-2019 arası yayımlanmış sayılarında tanıtımını yaptığı romanlarla neoliberal söyleme yaklaşımını ortaya koymaktır. Bu sırada neoliberal öznenin ve ona karşı özneliğin nasıl üretildiğine odaklanılmaktadır. Araştırma sorusuna cevap verebilmek için seçilen yöntem, Foucaultcu söylem analizidir. Zira Foucault çalışmalarının temelinde öznelerin nasıl üretildiğine odaklanılmaktadır. Bu sayede kitle iletişim aracı olan bir edebiyat dergisinde tanıtım yapılan romanlar ya da denemelerle söz konusu özne yeniden mi üretilmekte yoksa ret mi edilmektedir sorusunun cevabı bulunabilecektir. Analize geçmeden önce Foucault'nun temel kavramlarına bakmakta fayda vardır.

Foucault'ya göre Batı tarihi sorunsallaştırmanın tarihidir. "Sorunsallaştırma, herhangi bir şeyi doğru ve yanlış oyununa sokan ve onu -ister ahlaki düşünce biçiminde ister bilimsel bilgi, isterse siyasi analiz, vb. biçiminde olsun- bir düşünce nesnesi olarak kuran söylemsel ya da söylemsel olmayan pratikler bütünüdür" (Foucault, 2014, s. 86). İnsanları *deli, hasta* kılan pratikler bütünü ve o öznelerin hangi hakikat oyunları içinde nasıl üretildiği Foucault'nun temel sorusudur. Dispozitif, iktidarın özneyi üretmek için kullandığı tüm ekipman ve mekanizma anlamına gelir. Disiplin, insanları çeşitli şekillerde sınıflandırarak ve normalleştirerek "bireylerin ayrı tutulması ve gruplanması; vücudun belli bir yere bağlanması, güçlerin optimal kullanımı; verimin denetlenmesi ve iyileştirilmesi, kısacası, bütün bir yaşam, zaman ve enerji disiplininin gerçekleştirilmesi[ni]" sağlar (Foucault, 1993, s. 69). İktidar tertibatının normalize ettiği kimseler öznedir. Bu noktada özneye yaklaşım üç aşamada gerçekleşir (Foucault, 2014, s. 260). Dikkat edilmesi gereken ilk adım öznesi olunan bir deneyimle bağlantılı bilgi alanının oluşumudur. İkinci mesele bu deneyimin gerçekleşmesini sağlayan pratiklerdir. Son olarak bireyin kendisini tanımlaması, söz konusu öznelik kapsamında kabulü ya da reddidir. Bu üç adım Foucaultcu söylem analizinin nasıl yapılması gerektiğini belirten araştırmaların ortak noktasıdır (Kendall ve Wickham, 2003, s. 42-47; Arribas-Ayllon and Walkerdine, 2008, s. 91-108; Willig, 2013, s. 378-420). Öte yandan insanı normalleştirip birtakım hakikat oyunlarının öznesi hâline getiren ise iktidardır. İktidar baskı ve zor uygulamaz, aksine yarattığı düzeneklerle kişilerde *arzu* üreterek onların kendi istekleriyle öznelişmesini sağlar. "Bilgi mekanizması, bireylerin bilgisi, bireyler üzerine bilgi ve de bireylerin kendileri üzerine ve kendilerine ilişkin bilgisinin mekanizmasını" (Foucault, 2011b, s. 232) üretir. Ayrıca bireyleri kategorize ederek onları kendi arzularıyla boyun eğdirip tabi kılar (Foucault, 2014, s. 63). Öte yandan iktidar sabit ve kaim değildir. Tek taraflı bir güç ilişkisinden söz edilemez. Foucault'nun anahtar kavramları kısaca bu şekilde özetlenebilir.

Öte yandan Türkiye'de Foucault merkezli kuramsal çalışmalar mevcuttur ancak yöntemlerini kullanan araştırmaya nadir rastlanmaktadır. Kuramsal çalışmalarda genellikle Foucault'nun özne, iktidar dispozitif, söylem, hakikat gibi kavramları ele alınmaktadır. Kurgu eserlere yönelik araştırmalara az da olsa rastlanmaktadır. Foucault'nun özne ve iktidar kavramları kapsamında Sarah Cane'in oyunları (Denizer Bozkurt, 2019), *Harry Potter* serisi (Aslan, 2018), Charles Dickens'ın *Hard Times* ve *The Pickwick Paper* adlı romanları (Köseoğlu, 2008) ilgili tez

çalışmalarında yorumlanmaktadır. Onun yöntemini kullanan tez çalışmalarına ise bu araştırmanın metodunun belirlenmesinde de kullanılan uluslararası literatürde rastlanmaktadır.

Yapısalcı olmadığını özellikle vurgulayan Foucault (2011a, s. 82) kendisine bir metodu olup olmadığı sorulduğunda verdiği cevapla aslında her yapıtta ortak tema aramak yerine her birini kendine has yöntemle inceleyen post-yapısalcılardan olduğunu söyler (2014, s. 173):

Araştırmamı sürdürürken bile bulduğum ya da uydurduğum araçları kullanarak tecrit etmeye çalıştığım şey, bir nesnelere alanıdır, aynı nesne alanıdır. Yine bu anlamda ben hiç yapısalcı değilim; çünkü ellili altmışlı yılların yapısalcılarının hedefi esas olarak, evrensel geçerli olmasa bile, en azından bir dizi farklı nesne için –dil, edebî söylemler, mitik anlatılar, ikonografi, mimari- genel olarak geçerli bir yöntem tanımlamaktı. Benim sorunum kesinlikle bu değildir.

Foucault'nun çalışmalarından etkilenip onun yöntemlerini kullanan ilk ekol Anglo-Amerikan Psikolojisi'dir (Willig, 2013, s. 379). *Changing The Subject: Psychology, Social Regulation and Subjectivity* adlı çalışma Foucault'nun eserlerinden yola çıkılarak psikoloji biliminde verilerin nasıl analiz edilmesi gerektiğine odaklanır. Alanda ilk sayılan bu kitap daha sonra pek çok tez ve makaleye de kaynaklık etmiştir (s. 379). Bu noktada şunu da vurgulamak gerekmektedir. Söz konusu çalışmalar asla yapısalcı bir metot geliştirmemekte, esnetilebilir metot önerileri getirmektedir. Her analist incelediği nesneye göre bir metot kullanılmalıdır. Eserlerde bu yöntemin belirli ilkelerle sınırlandırılmaması gerektiği özellikle vurgulanır (Arribas-Ayllon and Walkerdine, 2008, s. 91). Postyapısalcı bir tavrın benimsendiği bu çalışmada en uygun metot şu şekilde belirlenmiştir:

- Neoliberal özneye ve onun çeşitli özelliklerine dair bilgi alanının açıklanması
- Özneyi oluşturan söylemsel pratiklerin açıklanması
- İnsanların bu söylem kapsamında nasıl özneleştirildiğinin gösterilmesi
- İnsanların mevcut söylemler karşısında kendilerini kabul, reddi, tanımlamalarının tahlili

İnceleme nesnesi ve araştırma sorusu bağlamında yukarıdaki adımlar uygulanarak *Sabitfikir*'de neoliberal söylemin üretilip üretilmediği, üretildiyse insanların nasıl özneleştirildiği analiz edilecektir. Bu sırada bir özneliğin kabul edildiği durumlar olabildiği gibi reddedildiği durumlar da olabilir. Nitekim Foucault özne ve iktidarın sabit olmadığını Diego Valasquez'in *Las Meninas* adlı tablosu üzerinden anlatır. Özne ve nesne, seyirci ve model rollerini tersyüz eder (Foucault, 2001, s. 29). Dergide de bazen iktidar konumuna geçilip söz konusu özneliği kabul edenler reddedilip yeni bir öznellik üretilebilir, insanları özneleştirilenler özneleştirilebilir.

3. BULGULAR

3.1. Gösteri Zamanı

Neoliberal özne kendisini bir şirket gibi kurarken tüketim faaliyetleriyle çeşitli mal ve hizmetlerden yararlanır. Bilindiği üzere geç kapitalist toplumlarda metaların sembolik değerleri mübadele değerinin önündedir. Metalar dünyasında kişiler metaların sembolik değerleri üzerinden kendi statülerini de gösteriye sunarlar (Debord, 2016). "Simgecilik sadece üretim ve pazarlama süreçlerindeki tasarım ve imajda belirgin değildir; malların simgesel çağrışımları toplumsal ilişkilere sınırlar çeken hayat tarzı farklarının vurgulanması amacıyla da kullanılır

gündeme getirilir” (Leiss’den aktaran Featherstone, 2013, s. 44). XX. yüzyılın sonlarından beri fikir, sembol, kod, metin, dilsel figür ve imajların dâhil olduğu *maddi olmayan emek* (Hardt ve Negri 2004, s. 122) yaygınlık göstermektedir. Neoliberal özne de metaların sembolik anlamlarından faydalanıp gösteride yerini alır.

Gösteri odaklı yaşamın *saçma* olduğu ve bu yönüyle neoliberal söyleme karşı çıkış ilk olarak Michael Foley’nin *Saçmalıklar Çağı* adlı kitabının tanıtımında belirtilmektedir. Gösteri odaklı yaşayanlar ironik bir üslup ile eleştirilir. “Kendinle ilgili hava atacak bir konun yoksa konuşacak şey de kalmamıştır artık. Sosyal medyada paylaşılmaya değmeyecek faaliyetlere vakit ayırmaya gerek yoktur” (Önen, 2011, s. 50). Sosyal medya neoliberal öznelerin kendilerini bir ürün gibi pazarlamasını sağlayan önemli bir platformdur. Bu özneler iş dışı zamanlarını sosyal medyada sergilenecek bir tüketim nesnesi hâline getirip kendilerine yatırım yapmaktadır. Bu özneler kendilerini tasarlayıp icat ettikleri için bir projedirler (Chul Han 2019, s. 1). İşte bu özneliği kabul edenler karşı söyleme göre *ruhunu satmış kişilerdir*: “Ruh satılması böyle gerçekleşiyor işte. Satın al. Göster. Beğendir. Tüket. Tekrar et” (Önen, 2011, s. 50). Görüldüğü gibi öznelerin kendilerini tanımlama biçimleri yer almazken bu özneler bir başka iktidar tarafından olumsuz bir sıfatla anılmaktadırlar. Dolayısıyla burada anti-neoliberal bir söylem üretilmektedir. Öte yandan söz konusu özneliğe karşı geliştirilen söylemde karşılaşılan ilk argüman bu özneliği kabul eden kişilerin *ruhunu satıyor* olmasıdır. Aslında pek çok düşünür bu konuya işaret etmektedir. Richard Sennet’a (2008) göre yeni kapitalizm kişinin karakterinin aşınmasına neden olmaktadır. Zygmunt Bauman’a göre (2000, s. 67) “modüler insan öncelikle, özü olmayan insandır. Ancak, modüler mobilyanın tersine, modüler insan birleştirme ve dağıtma işini kendisi yapmaktadır. O modüler insan olduğu kadar kendi modelini kendisi çizen insandır da”. Görüldüğü üzere karşı söyleme göre neoliberal özne şartlara ve çıkarlarına göre kendisini şekillendirebilir, bu nedenle modüler mobilyaya benzer. Ruhsuz olarak öznelleştirilmesinin nedeni söz konusu söylemsel pratiklerdir.



Michael Foley

Özgürlük vaat eden neoliberalizmin aslında kişileri birer *ürün* haline getirdiği söylemi Rainer Funk’ın postmodern insan hakkındaki kitabının tanıtımında yeniden üretilmektedir. Neoliberal özne ilişkilerini piyasaya göre düzenleyip kendisinin emekçisi ve hissedarı gibi davranır (Dardot ve Laval, 2012, s. 1). Toplumsal ilişkilerin temelinde rekabet merkezli yaklaşım vardır. Dolayısıyla özneler kaçınılmaz olarak kendilerini bu rekabet ortamında bir ürün gibi tasarlayıp sunar. Tanıtım metninde bu özneler yaşamlarını *şova* dönüştürdükleri için olumsuzlanmaktadır (Bıçakçı, 2013a, s. 33):

Kişi de artık bir üründür. Dikkat ürünün görüntüsüne yöneliktir. Önemli olan paketlenme, görünüş, imaj, şov etkisi, sunum, kostüm, sahnelemedir. İnsanın gerçekten ne yaptığı, ne başardığı veya hangi yetilere sahip olduğu ikincil bir sorundur (...) belirleyici olan,

ortaya konan işin, iyi paketlenmiş ürünün, stilize edilmiş kişiliğinin, iddialı bir imajın, iyi sahnelenmiş bir iletinin en iyi biçimde karşı tarafa nasıl götürüleceği ve satılacağıdır.

İşletmelerin ürünlerini piyasaya arz etmesi gibi neoliberal özneler de kendilerini topluma arz etmektedir. Metinde kişilerin bu rekabet ortamında yaptıklarından dolayı *ürün* hâline geldiği vurgulanmaktadır. Metinden anlaşıldığı üzere neoliberal iktidar insanları ürün olarak özneleştirir. Bu ifadelerle aslında neoliberal iktidar da özneleştirilir ve neoliberal özneler olumsuzlanarak anti-neoliberal bir söylem üretilmektedir. Öte yandan Frankfurt Okulu kişinin edilgen olduğunu çok daha önce *aldatılma* olarak yorumlamıştır. Özneler dışarıdan bakıldığında özgür gibi görünse de aslında ekonomik ve toplumsal aygıtların bir ürünüdür (Adorno, 2011, s. 92). Metinde öznelliği kabul eden kimselerin ifadeleri yer almaz. Sadece bu kişiler olumsuzlanarak aksi yönde bir söylem üretilmektedir.

Öte yandan kendisini bir ürün gibi pazarlayıp piyasaya sunan kişiler metinde *kendisinin muhbiri* olarak kategorize edilmektedir (Bıçakçı, 2013a, s. 33). Neoliberal öznelliği kabul eden kimselerin *muhbir* sıfatı ile anılması yine söz konusu özneliğin reddedildiğini göstermektedir. Peki, neoliberal özneler nasıl kendilerinin muhbiri olmaktadır? Öznelerin kendilerini arz edeceği en önemli platform yeni medyadır. Yeni medya, neoliberal iktidar tekniklerinden biridir. Bu tekniklerin de Foucaultcu iktidar teknikleri olduğunu vurgulamakta fayda vardır. Zira kimseye bu platformlarda zorla bir paylaşım yaptırılmamaktadır. Herkes kendi *arzusuyla* kendilerinden beklenenleri sunmaktadır. Bu da klasik panoptik mimariyi anımsatmaktadır. Foucault (2015, s. 58) panoptikonun liberal bir yönetimin esas formülü olduğunu belirtmiştir. Yeni medya ortamlarında dikkat çekici özellik kişilerin kendi istekleriyle kendilerine dair bilgileri sunup panoptisizmi kendilerinin oluşturmalarıdır. “Bugün kendimizi hiçbir talimat, hiçbir zorlama olmaksızın gönüllü olarak gözler önüne seriyoruz. Verilerimizi, kendimize ilişkin enformasyonu, hakkımızda kimin, ne zaman, hangi vesileyle, neyi bildiğini bilmeksizin gönüllü olarak internete koyuyoruz” (Chul Han, 2019, s. 21).

Gelinen bu aşamada Neil Postman’ın işaret ettiği gibi, George Orwell’in değil Aldous Huxley’nin kehaneti doğrulanmıştır. Orwell yasak koyucularla bilgiye ulaşımı kısıtlandıranlardan endişe ederken Huxley kitabın yasaklanmaya gerek duyulmadığı, enformasyon yağmuruna tutduğumuz bir dünyadan endişe etmektedir (Postman, 2016, s. 7-8). Söylemsel pratiklere bakıldığında Huxley’nin söz ettiği öznenin ortaya çıktığı görülmektedir. Neoliberal özne görünmek sayesinde var olacağını düşünür. Dergide bu öznelilik şöyle olumsuzlanmaktadır (Bıçakçı, 2013a, s. 28):

Görünüyorsun, öyleyse varsın. Alın teri çağı bitti, gösteri çağı başladı. Gösteri her sabah yeniden başlıyor. İnsanlar özelleştiler, halka açıldılar, kamuya mal oldular. Onlar artık her türlü mahremiyetten gönüllü olarak vazgeçerek kendilerini düzenli aralıklarla ihbar ediyorlar. Özgürlük eskiden zincirleri kırmak, bağları koparmak demektir. Günümüzdeyse özgürlük bağlantıda olmak. Ve aramızdaki bağlantı, internet bağlantısından ibaret.

Özgürlük kavramının farklı anlamlar yüklendiği belirtilerek insanların kendilerine dair en mahrem bilgileri umuma açık yerlerde paylaşmaları eleştirilmektedir. Dikkat edilirse insanın

özelleşmesi, halka açılması, kamuoyuna mâl olması gibi ifadeler de kişilerin kendilerini birer işletme olarak kurduklarını anımsatmaktadır.

Neoliberal iktidar teknikleri kapsamında öznelerin kendi isteğiyle panoptik daireye girmesi dergide Dave Eggars'ın *Çember* romanının tanıtımı (Gürpınar, 2016, s. 38) ile eserin sinema uyarlamasının eleştirisinde (Bozkurt, 2017, s. 13) yer almaktadır. Kurguda insanların onayı alındıktan sonra Göz adlı sistem onları her yerde gözetler. Bu da dergide Google, Facebook gibi şirketlerin yaşamlarımızın her anından haberdar olması şeklinde yorumlanmaktadır (Bozkurt, 2017, s. 13). Chul Han'ın (2019) da ifade ettiği gibi yeni medya platformları birer dijital panoptikondur. Anlatıdan aktarılan ifadeler neoliberal iktidar tekniklerini kullanması için bir kişinin ikna edilmesine yönelik çabayı göstermektedir (aktaran Gürpınar, 2016, s. 38):

Mahremiyet hırsızlıktır, sır yanlıtır, insan paylaşır (...) Öte yandan deneyimlerini belgelediğini düşün bir de. Gördüğün her kuşun kimliğini doğrulamana yardımcı olacak bir araç kullanırsan bundan herkes faydalanabilir (...) Ofis arkadaşının 'dışarıdaki' hayatını mı merak ediyorsun? Yaz ismini arşive, ister annesinin cenazesindeki isterse düğünündeki hâli gelsin ekranına. Onlarca kimlik ya da şifreyi neden ezberleyesin ki? Bırak tek bir Çember kimliğin olsun. Kişisel satın alma eğilimlerin ve alışkanlıklarının en doğru şekilde saptanması varken beklentilerin neden nadiren karşılansın ki? Sen her şeyin en iyisine layıksın.

Görüldüğü gibi romanda baskı ve zor yoktur aksine karakterde *arzu* uyandırılmaktadır. Romanda/sinemada ve tanıtım metninde mahremiyetin aksine görünür olmanın, *çağ ve toplumun gönüllü bir soyunmasının* (Chul Han, 2019, s. 19) öncelendiği bir dünya eleştirilmektedir.

3.2. Kendine Yatırım Olarak Tüketim

Neoliberal özne söz konusu olduğunda tüketim, öznenin kendisini pazarlaması kapsamında dikkate değerdir. Tüketim, tatmin olmayı sağlayan bir girişimcilik faaliyetidir (Foucault, 2015, s. 190). Kendisini bir şirket gibi kurgulayan neoliberal özne, boş zamanının da dâhil olduğu tüketim faaliyetleriyle kendi imajını oluşturur. Bedenin biyo-iktidar tarafından kontrol edilip gözetildiği alışveriş merkezleri, mağazalar, boş zaman faaliyetlerinin gerçekleştirildiği sinema, fitness merkezleri, spor salonları, müzik-resim kursları, tatil beldeleri gibi kurumlar insanları tüketici özne olarak üreten söylemsel pratiklerdendir. Satın alınan ürün ya da kullanılan bir hizmetle belirli bir yaşam biçimi de ödünçlenmiştir. Nitekim Todd May'in (2018, s. 97) de ifade ettiği gibi kim olduğumuz bir tüketim meselesidir. Tüketim burada tek başına bir olgu değil, insanların kendilerine yaptıkları yatırımlar olarak düşünülmelidir. "Alışveriş bizim yatırımımızdır. Görüntümüzü, sosyal konumumuzu, kendi türümüzdekilerle uyumumuzu (...) en yüksek seviyede tutmak isteriz ve alışverişimizi de bu girişimci sistemin içerisinden gerçekleştiririz" (May, 2018, s. 102). Neoliberal iktidar tekniklerini ele aldığı çalışmasında Byung Chul Han da öznelerin boş zamanlarda yaptığı optimal tüketim faaliyetlerinin kendine-yatırım açısından önemli olduğunu vurgular (2019, s. 37):

Neoliberal psikopolitika giderek daha incelikli sömürü biçimlerini icat ediyor. Çok sayıdaki kendini yönetme atölyeleri, motivasyon artırıcı hafta sonları, yaşam koçları, kişilik geliştirme seminerleri ve zihin antrenmanları kendini optimize etme ve verimliliği

artırma konusunda sınır olmadığı vaadini dile getiriyor (...) Bu teknikler insanı keşfeder ve bizzat onu sömürünün nesnesi yapar.

Çeşitli mal ve hizmetlerin devrede olduğu sistemde tüketim yaparlarsa *sağlıklı, çekici, mutlu, güçlü* olacakları belirtilen insanlar neoliberal söylemin gönüllü öznesi haline gelir. Özne ancak tüketim yaptığında mutlu olacağına inanmaktadır. Tüketim yaparak kamusal alanda diğerlerinin ilgisini çekebilecek ve rekabet yarışında ilerleyebilecektir. “Âşık, öven/ övülen, baştan çıkarıcı/ baştan çıkarılan, katılan, keyifli, hareketli ve mutlu olmak zorundaymış gibi algılar kendini. Bu, varlığı alışverişlerin, ilişkilerin artırılmasıyla, yoğun gösterge ve nesne kullanımıyla ve tüm zevk gücüllüklerinin dizgeli işletmesiyle en yüksek noktaya çıkarma ilkesidir” (Baudrillard, 1995, s. 98). Ürünü satın aldığı takdirde kişi sevinecek ve rağbet görecektir. Neoliberal özne, kendi kendine yatırım için tüketir.

Neoliberal öznenin tüketici yönü dergide ilk defa Hakan Bıçakçı'nın “Kalp Şeklinde Tezgâh” başlıklı deneme türündeki metninde ele alınmaktadır. Hristiyanlık tarihinde bir olay kapitalist pazar içinde “Sevgililer Günü” olarak anlam kazanmıştır. İnsanlar bugüne özel *tüketici* olarak normalleştirilir. Yine baskı ve zor olmadan *arzu* üretilerek bugün için tüketim yapılır. Cadde ve sokakların süslenmesi, kırmızı kalpli imgelerin yayılması, bugüne özel indirimler herhangi bir baskıya gerek kalmadan kişinin tüketici özne olarak üretilmesini sağlayan temel söylemsel pratiklerdendir. Kültürün bir yönetimsellik olduğu ve insanların bu yönetime sorgusuz sualsiz tabi olması, yani özneliği kabul etmesi dergide olumsuzlanmaktadır. “Sanki öyle bir şey gerçekten varmış ve bizi yönetiyormuş gibi. Aşk endüstrisi bir tür siyasi parti. Törenlerine bağlı. Klişelerine sadık” (Bıçakçı, 2011, s. 7). Bir aşk hikâyesinin endüstrileşmesi kapsamında tüketici öznelik reddedilip bu özneliği kabul edenler olumsuzlanmaktadır. Aşk endüstrisi olarak tanımlanan pratiklere uyum sağlayamamaktan endişe eden bireyler söz konusudur. Bu uyumlu kişiler tasvir edilerek öznelik biçimleri eleştirilmektedir (Bıçakçı, 2011, s. 7):

[aşk endüstrisi] hiç yoktan bin bir türlü suçluluk duygusu yarattı. Herkesi kendince ürküttü. Aşksız kalmaktan, aşkına hak ettiği değeri verememekten, aşk bürokrasisinin pembe renkli ideal çift dosyasına girememekten, deneme sınavını geçememekten (...) Kalbi dolu olanın cebi de dolu olmalıdır. Kalbi boş olan, 14 Şubat mağazasının kuru kalabalığı, aşk endüstrisinin defolu malıdır.

Özneler tüketim yapmaları yönünde normalize edilirken kişiler bu özneliğe uyamamaktan dolayı suçluluk hisseder ve kendisini Sevgililer Günü'nde mutlaka bir sevgilisi olması yönünde inandırır. Aksi takdirde aşk endüstrisi tarafından dışlanacaklarını düşünürler. Metindeki kurgusal anlatımda bahsi geçen kişilerin de bu özneliği kabul ettikleri, tüketim söyleminin makbul bir öznesi olduğu anlaşılmaktadır. Bunlardan biri sevgilisine hediye almak için mutlaka *300 lira* bulmak zorunda olduğunu dile getirir. Diğeri ise 30'una yaklaşmış bir kadındır. Kadın bugüne sevgilisiz girer ancak bir sosyal medya platformunda öfkeli bir şekilde önemli olanın sevgili değil aile olduğunu vurgular. Mevcut söylemin dışında kalan bu kadın karakter de bir sevgiliye sahip olmak zorunda hissettiği için böyle bir açıklama yapma gereği duymuştur. Öyleyse söz konusu insanların bu söylemin makbul öznelerinden olduğu belirtilebilir. Bu kişilerin tasvir edilip olumsuzlanması ise dergide karşıt bir söylem üretildiğini göstermektedir.

Bıçakcı'nın bir başka denemesinde (2013a, s. 27) neoliberal özneliği kabul edenlerin tüketim pazarında bir nesneden diğerine yönelen *maymunlar* olarak anıldığı görülmektedir. Burada maymunların sık ağaçlarla kaplı ormanlarda daldan dala atlamaları anıştırılmaktadır. Maymun benzetmesiyle aslında tüketici özne olumsuzlanırken tüketici olmayan bir başka öznelik de üretilmektedir. Öte yandan sürekli tüketim yapması ve bundan geri kalmaması gerektiği söylenen insanların neoliberal söylemde ifade edildiği gibi *çekici, güzel, sağlıklı* vb. olmadığı, aksine bu insanların daldan dala atlayan maymunlar olarak üretildiği vurgulanmaktadır. İnsanların maymunlara benzetildiği söylemsel pratik Sennet'a göre modadır. "20. yüzyılda kendi kendini tüketen tutkuyla ilgili hiçbir tam doyurucu olmayan iki açıklama geliştirildi. Birisi, reklamcılık ve kitle iletişim araçlarının insanların arzularını şekillendirerek, sahip olduklarıyla tatmin olmamış hissetmelerini sağlamayı öğrendikleri anlamına gelen *moda makinesi* idi" (Sennett, 2011, s. 89). Özneler sahip oldukları bir ürünle kısa süreli tatmin olurlar. Ancak bir süre sonra modanın da büyük etkisiyle farklı tüketim nesnelere yönelirler. Neoliberal özneliği kabul eden kimselerin dergide maymun olarak özneleştirilmesi tüketimin yapılmaması gerektiğine yönelik bir söylemdir.

3.3. Robot, Zombi ve Figüratif İnsan

Dergide deneme türündeki bir metinde kültür endüstrisinin insanları aslında *figür, proje detayı ve sersem* olarak ürettiği vurgulanmaktadır. Nitekim Adorno ve Horkheimer da (2014) modern bireyin kültürün edilgen alımlayıcısı durumunda kaldığını ve sadece tüketim zincirine katkıda bulunması yönüyle önemli olduğunu belirtmiştir. Aydınlanma insana birey olmayı vaat ederken geline aşamada insan bir *proje detayı* olmuştur. "Mimari projeleri gerçekçi göstermek için maketlere serpiştirilen minik insan figürlerinden birisin. Bir proje detayısın" (Bıçakcı, 2013b, s. 14). Kültür endüstrisi kuramlarında da vurgulanan bu iddia görüldüğü gibi dergideki bir denemede de tekrarlanmaktadır. Esas olan tüketimdir. Tüketimin gerçekleştiği alışveriş merkezinde insanlar tüketimin bir detayıdır. Temel mesele sermaye akışının canlanması ve kapitalist çarkın işlerliğini sürdürmesi olduğu için insan *şablon* olarak kalmaktadır. "Cadde gibi, mahalle gibi, tarihi sinema gibi, park bahçe gibi tasarlanmış hiper-gerçeklik uyduları kur[ulu]r. Ama sen orada ne sokaktaki adam olabilirsin ne mahallenin bir sakini ne sinemasever. Konsepte oturtulan, insan formunda bir şablon olursun sadece" (Bıçakcı, 2013b, s. 14).



Max Horkheimer

Ayrıca söz konusu deneme metninde alışveriş merkezinde zaman ve mekân deneyiminin yitirilmesinden şikâyet edilerek insanların sersem hâle geldiği vurgulanmaktadır. "Artık zamansız

ve mekânsız bir boşluktasın. Yerin altıyla üstünün aynı havadarlıkta, geceyle gündüzün aynı aydınlıkta olduğu bir tüneldesin. Biraz sersemlemiş olmanın nedeni bu” (Bıçakçı, 2013b, s. 14). Zaman ve mekân deneyimi David Harvey’e göre (1997, s. 227) insanın varoluşunun temel kategorilerindedir. AVM’de ise mevcut dünya akışından soyutlanma söz konusudur. Bunun pratikleri AVM’lerin yeniden büyülenmesidir. “Tüketim katedralleri, yeterli sayıda tüketiciyi kendilerine çekme yeteneklerini korumak istiyorlarsa tekrar büyülü hâle gelmek zorunda. Çok sayıda tüketici olmadan, denetim ve sömürüye dönük mekanizmalar istenen kârları sağlamaz” (Ritzer, 2000, s. 135). Işıklıdırmanın da büyülenmeye dâhil edilmesiyle içerisi ve dışarıları arasında zamansal ve mekânsal fark oluşmaktadır. Mekâna ait kategoriler zaman kategorilerine hâkim olmaktadır (Jameson’dan aktaran Harvey, 1997, s. 227). Bu söylemsel pratikler karşıt söyleme göre kişiyi aslında *sersem* olarak üretmektedir. Metinde zaman deneyimini kaybeden insanların geçmiş, şimdi ve gelecek algılarının tüketime bağlı olarak değiştiği belirtilmektedir. Bıçakçı’ya göre (2013b, s. 14) AVM’deki tüketici için geçmiş zaman vitrinlerdeki nostaljik, vintage, retro ürünlerdedir. Şimdi; mankenlerin üzerindeki modada, gelecek ise kredi kartlarının ödemesindedir (Bıçakçı, 2013b, s. 14). Metinde alışverişin olumsuz yanları ortaya konarak egemen söyleme karşıt söylemin üretildiği belirtilebilir.

Öznelerin dergide birer figür ya da şablon olarak olumsuzlanmasının dışında *küresel vatandaş* ve *robot* olarak anıldıkları da gözlemlenmektedir. İlk olarak Gary Shteyngart’ın *Süper Acıklı Gerçek Bir Aşk Hikâyesi* adlı romanın tanıtımında neoliberal söylemin aslında insanı *robot* olarak ürettiği vurgulanmaktadır. Neoliberal özneler kendilerine tanımlanan bilgiler dâhilinde hareket ettiği için robota benzetilmektedir. Tüketim zincirine katılarak beğenilen, kıskanılan ve rekabet edilen kişi olacağı vaat edilen insanın aslında yönetildiği, bireyselliğinin ve mahremiyetinin olmadığı vurgulanır. “İletişim, paylaşım sınırsız. Kişisel özel bilgi diye bir şey kalmamış. Süper akıllı cihazlar ile birbirine bağlı, var oluşu dış görünüş üzerinden matematiksel değerlere indirgenmiş, bireysellikte değil aynılıkta yaşayan bir e-toplum. Alışveriş, hayatı sürdürmenin ve güncel kalabilmenin tek yolu” (Önen, 2012b, s. 40). Neoliberal özne temel ihtiyaçlardan ziyade kamusal alanlarda gösterebileceği imgelere sahip olur. Maddi kısıtlılık içinde olanlar bile tüketim sayesinde birtakım sembollerini edinerek varlık göstermeye çalışır. Ritzer’in (2000, s. 253) de belirttiği gibi yarı fiyatına *Ceasar’s Palace* logolu tişörtler Wal-Mart’tan edinilebilir. Metinde bu durum *hayatın Amerikan gidişatı* (Önen, 2012b, s. 40) olarak yorumlanmaktadır. Alışveriş hayatın temel meselelerinden biri yapan neoliberal söyleme karşı gösterişçi tüketim eleştirilmektedir. Önen’e göre bu söyleme karşı çıkmayan kişiler *küresel vatandaş*tır ve bunlar en kısa zamanda olumsuzluklarla karşılaşacaktır.

Dergide dikkat çeken bir diğer husus neoliberal söylemin reddinde *zombi* metaforunun kullanımudur. Popüler kültürde sıklıkla rastlanan imgelerden biri olan zombiler, öldükten sonra dirilen ve insanî özelliklerinden mahrum olan yaratıklardır. Bedenlerinin büyük kısmı çürümüş olan zombiler mantıklı düşünemez. İlk olarak AVM’de vakit geçiren insanlar zombilere benzetilmektedir. “Haydi, biraz daha dolan. Sen artık bir zombisin” (Bıçakçı, 2013b, s. 14). İronik bir üslup ile AVM’de dolaşan kişilerin insani özelliklerinin kalmadığı vurgulanmaktadır. İnsan etine düşkün olan zombi metaforu ile AVM’de dolaşan kimselerin de metalara düşkün olduğu ima

edilir. Nitekim neoliberal söylemin uyumlu özneleri tüketime düşkündür. “Tüketim katedralleri, birçoğumuzun zamanın büyük kısmında tüketimi düşündüğümüz gerçeğine önemli katkı sağlayan faktörlerden biridir; tüketim bilincimize sirayet etmiştir” (Ritzer, 2000, s. 229). Zombi metaforu Grady Hendrix’in *Horrorstör* adlı romanının tanıtımında da yer almaktadır. Romanın giriş kısmında yer alan korku unsurlarının daha sonra alışveriş merkezi kapsamında ele alındığı ve bu sayede neoliberal söylemin eleştirildiği anlaşılmaktadır. “Gün yeni yeni aydınlanıyordu ve zombiler park yerinden çıkıp sarsak adımlarla uzak uçtaki bej rengi devasa kutuya doğru ilerliyordu. Çok geçmeden yüksek dozlarda Starbucks ile yaşama döneceklerse de o an için hepsi yaşayan ölümlerden ibaretti” (aktaran Enki, 2016, s. 48). Hayatlarının merkezinde tüketim olan öznellik romandan aktarılan ifadelerle göre korku teması kapsamında reddedilmektedir. Korkunç bir zombi tasviri, özneliği kabul eden kimselere yönelik bakışı göstermekte böylece aksi yönde bir söylem üretilmektedir.

3.4. Neoliberal Özne Gerçekten Özgür mü?

Yönetimselliğin yeni biçimlerinden olan neoliberalizm insanlara bireysel özgürlükler vaat eder ancak bu özgürlük manipülatif bir özellik taşımaktadır. Zira kültür endüstrisi baba evinden kaçan kişinin merdiveni tutan babasıyla karşılaşmasına benzer (Adorno ve Horkheimer, 2014, s. 189-190). Kişi özgür olduğunu düşündüğü oranda edilgendir. Elbette bu hakikat oyunun sınırlılıkları içinde kimse aslında belirli bir kurallar zincirine tabi olduğunu düşünemez (Foucault, 2015, s. 71):

Zorlamak değil, bir özgürlük alanı yaratmak, özgürlükleri tanımak ve bunları özellikle de ekonomik alanda uygulamak. Ve böyle bir kurumsallığın içinde bireylerin, kurumsal çerçevenin kendilerine tanıdığı bu ekonomik özgürlük oyununu oynamayı kabul ettiğini varsayalım. Sonuç ne olacaktır? Bireylerin, icra etmek zorunda olmadıkları ama icra etme imkânı kendilerine sunulan bu özgürlükten faydalanmaları, bu oyunu serbestçe oynamaları ne anlama gelir? Bu çerçeveye dâhil olduğu, bu çerçeve kapsamında alınan kararlara uyulacağı anlamına gelir. Söz konusu kararların amacıysa, ekonomik özgürlüğü temin etmek, ekonomik özgürlüğü mümkün kılacak koşulları yaratmaktır. Başka bir deyişle, ekonomik özgürlüğün sağlanması, politik hükümlerinin arkasındaki itici güç olacaktır.

Özgürlüğün manipülasyon ve mutluluğun içi boş bir vaat olduğu ilk olarak Neil Gaiman’ın *Amerikan Tanrıları* adlı romanının tanıtımında vurgulanır. “Gerçek mutluluğun bizi katedrallerde ve onların mal ve hizmetlerinde beklemediği” (Ritzer, 2000, s. 259) insanlar dergide yeniden üretilen karşıt söyleme göre aslında birer *kurban* olarak üretilmişlerdir. “Televizyon tanrıları, internet, kredi kartı, otoyol tanrıları. İnsanlar artık onlara tapıyorlar, en çok onlara kurban veriyorlar” (Yılmaz, 2011, s. 50). Söz konusu tanrıların Amerika merkezli olduğu ve tüm dünyayı sardığı belirtilmektedir. Tüketimin merkezde olduğu Amerikan hayat tarzı piyasaya *mutluluk reklamı* ile arz edilir. Ancak sonuç beklendiği gibi çıkmaz. Metinde özellikle özgürlük ve mutluluk vaat eden Amerika’nın aslında tanrılar icat ettiği ve insanların da bunların uğrunda harcandığı vurgulanmaktadır. O halde tanıtımda, ele alınan romanın söylemi sürdürülmekte ve neoliberal söylem reddedilmektedir.

Benzer karşıt söylem Michael Foley'in *Saçmalıklar Çağı* adlı kitabının tanıtımında da devam ettirilmektedir. Neoliberal toplumda temel mesele tüketim zincirinin devamlılığıdır, burada kişinin *mutlu* ya da *özgür* olmasının bir önemi yoktur. Kalpazanca üretilen müşteriler (Adorno, 2000, s. 207) sermayedarların *hedef kitlesi* oldukları için önemlidir. Tanıtım metnine göre çocukken ileride ne olacağı sorulan insan artık kim olması gerektiğini öğrenmiştir: "Artık büyüyünce ne olduğunu öğrendin: Tüketici" (Önen, 2011, s. 50). Metinde ironik bir üslup ile varlığının tek gayesi tüketim olan neoliberal özneler olumsuzlanmaktadır. Yine metinde öznelerin özgür değil aslında borçlu oldukları vurgulanır. "Kriz geliyor diyorlar. Borcu olan özgür olabilir mi? Kazandığın para zaten hiç senin olmadı. Harcamadan önce bir süre elinde tutuyorsun o kadar. E şimdi zaten senin olmayan paranın yok olma ihtimali niye bu kadar korkutuyor?" (Önen, 2011, s. 50). Özneler sürekli tüketimde bulunarak gelir-gider arasındaki dengeyi kuramadığında borçlu hâle gelir. Kendine yatırım yapan özneler bu öznelliklerini borç ile sağlar. Borçlu kimseler o kadar yaygındır ki Gilles Deleuze (2013, s. 191) neoliberal insanı artık kapatılıp kuşatılmış değil, borçlu insan olarak tanımlamaktadır. Özgür olacağı vaat edilen insanlar aslında borçlu birer özneye dönüşmüşlerdir. Nitekim Chul Han'a göre bir sistem borçluyu üretiyorsa özgürü üretmez (2019, s. 17):

Günümüzde siyasetçiler eylem alanlarının büyük ölçüde daralmasının sorumlusu olarak yüksek düzeydeki borçlanmayı gösteriyorlar. Borçtan kurtulmuş, yani gerçekten özgür durumdaysak gerçekten eylemde bulunmamız gerekir (...) Yüksek düzeydeki borçlanma özgür olmayı henüz başaramadığımızın bir kanıtı değil mi? Sermaye bizi tekrar borçlu/suçlu kılan yeni bir Tanrı değil mi?

Özgürlük meselesine Jonathan Franzen'in *Özgürlük* romanının tanıtımında da değinilmektedir. Tanıtımda özgürlüğün birtakım iktidarlar tarafından üretilmiş içi boş bir kavram olduğu belirtilmektedir (Önen, 2012a, s. 37):

Ya özgürlük? Her okur kendi tanımını bulacaktır satırlarda ama roman, özgürlüğün trajedisini anlatıyor. Özgürlüğün, Amerika'nın global kolektife yuttuğu en birinci ihracat malzemesi olduğunu savunuyor. Kapitalizmin dediği gibi bir bireyin kazanmak, başarmak, elde etmek için her şeyi yapmaya özgür olması mutluluğun değil, felaketin ve tükenişin sebebi.

Görüldüğü gibi özgürlük kavramını sorgulayan romanın söylemi tanıtım metninde de sürdürülmektedir. Ayrıca metne göre rekabetçi ve başarı düşkünü insanların yaşamları bir yanılgıdan ibarettir. Nitekim son aşamada neoliberal yönetimsellik hâline gelen kültür endüstrisinin bir aldatma olduğu Frankfurt Okulu tarafından daha önce belirtilmiştir. Örneğin Adorno (2000, s. 44) hediyelik eşya dükkânında kültür tekellerinin sunduğu ürünler arasından yapılan seçimin de bir özgürlük yanılsaması olduğunu belirtir.

Benzer söylem A. M. Homes'un *Yangın Müziği* adlı romanının tanıtımında yeniden gündeme getirilmektedir. Romanda neoliberalizmin idealize ettiği şekilde yaşayan yani bu öznelliği kabul eden bir ailenin aslında beklendiği gibi özgür ve mutlu olmadığı anlatılır. Oysa bu insanlar tüketim zincirine katılmış, gerekli (!) harcamaları yapmıştır. Kazandığıyla kredi taksitlerini ödeyen kişi metinde *mutsuz, tutsak ve kurban* olarak anılmaktadır. Böylece neoliberal söylem karşısında başka bir normallik üretilmektedir. Metinde insanlara eğer neoliberal söylemin öznesi olmayı kabul ederlerse mutsuz, tutsak ve kurban olabilecekleri söylenerek kişilerden söz konusu öznelliği

reddetmeleri beklenmektedir. Öte yandan romanda ve tanıtım metninde kapitalizmin *üçüncü dünya ülkelerine yutturulan bir hap* ve *kocaman bir yalan* olduğu vurgulanır. Neoliberalizmin uyumlu özneleri ise hayatını bir yalan üzerine inşa etmiş kimseler olarak tanımlanır. Kişinin kazanmak ve harcamak arasında bir tüketim sarkacındaki yaşamı *sahte bir kayıp cennette* yaşam olarak yorumlanır. Amerikan banliyösünde iki çocuk ile mutlu olacakları vaat edilen insanların bir türlü mutlu olamaması şu şekilde yorumlanmaktadır (Yılmaz, 2012, s. 54):

Onlar dışında herkes daha organize ve mutludur, herkesin hayatı daha kaygısız ve daha doyurucudur. Başkalarının her şeyi daha iyi yaptıklarına hiç kuşku yoktur (...) Biz bu değiliz, sizin gibi değiliz, başarısız olduk, başaramıyoruz, başarısızız. Yine de tam da budurlar; hiç mi hiç farklı değildirler. Herkes gibidirler, daha da kötüsü, bu hayatın içinde tutsaktırlar, bütünüyle kuşatılmışlardır –hayatları budur işte.

Egemen söylemin özneliğini kabul ettikleri için tutsak oldukları belirtilen öznelerle yine aksi yönde bir söylem üretilmektedir. Öte yandan bir türlü mutlu olamayan bu kişiler kendileri dışında herkesin mutluluğu yakaladığını düşünmektedir. Aslında bu durum tam da neoliberalizme göredir. Neoliberalizme göre sistem ve politikalar çok iyidir ancak mutsuzluk ve başarısızlık kişinin kendisinden kaynaklanmaktadır. “Bireysel başarısızlıklar sistem içi sorunların tartışılmasına neden olmaz; aksine rekabette başarılı olan örnekler üzerinden başarısızların hatayı kendisinde araması gerektiğine ilişkin iddianın bir kez daha altı çizilir” (Özmaç, 2016, s. 173). Öte yandan Oylum Yılmaz’a göre Homes “ileri kapitalizmin nasıl koskoca bir yalan olduğunu ucunu sivriltilip durmaktan imtina etmediği kalemiyle gözümüze gözümüze sok[ar]” (Yılmaz, 2012, s. 54). İleri kapitalizm neoliberal düzen olduğuna göre burada neoliberal söylem açıkça eleştirilmekte ve insanların normalizasyonu reddedilmektedir.

3.5. Neoliberal Söylem Gerçekten Üretilmiyor mu?

Kültür endüstrisinin bir aracı olan dergide kültür endüstrisi eleştirisi yapılması sorgulanabilir. Dergi yazarlarından Aysu Önen *Süper Acıklı Gerçek Bir Aşk Hikâyesi* adlı romanının tanıtımında, kitap tanıtım metninin de okuru tüketime teşvik ettiğini belirtip bu ikircikli durumdan söz etmektedir (2012b, s. 40):

Shteyngart’ın açtığı yoldan ilerleyip sosyal medyanın ve dijital yaşamın insan ilişkilerini robotlaştırdığına, insanları yalnızlaştırdığına dair eleştirel yorumlar yapmak (...) Üstelik bu eleştirileri dijital ortamda sizlerle paylaşarak çifte standart tuzağına düşürecek beni. Bitmedi, tüketim toplumunu eleştirip bu hizmetimle sizi bu kitabı satın almaya yönlendirmem hâlinde ortaya çıkacak alışveriş en başta eleştirdiğim şey olacak ve her şey karmaşık bir meta-eleştiriye dönüşecek.

Önen, eş-zamanlı olarak derginin internet sitesinde de yayımlanan tanıtım metni ile tanıttığı kitapta eleştirilen şeyin aynısını yaptığını vurgulamaktadır. İnsanları tüketim yaptıkları zaman ruhsuz ve zombi olarak addeden yazarlar Aysu Önen’in de ifade ettiği gibi tanıttıkları romanları satın almaları için okuru teşvik etmektedir. Ayrıca *Sabitfikir*’de reklam alanlarına bakıldığında rekabetçi özne ve tüketici tipinin kaçınılmaz olarak yeniden üretildiği görülmektedir. Yatay basılı kitap, kokulu kitaplar, pizza veya spaghetti şeklindeki yemek tarifi kitaplarının reklamları yer almaktadır. İçerik farklı bir forma büründürülüp okurlardan bunları satın alması beklenmektedir. Ayrıca edebî eserlerden yola çıkılarak hazırlanan bilgisayar oyunu ve sosyal medya oyunlarına

dair haberler ile eserlerin kapak fotoğraflarının yer aldığı tüketim nesnelere reklamları yer almaktadır. Şirketler edebiyatı metalaştıran, onu kültür endüstrisi içine dâhil eden nesnelere dergide yer almaktadır.

4. SONUÇ

Sabitfikir güncel edebiyat dergisinde neoliberal söyleme yaklaşımın incelendiği bu çalışmada varılan sonuçlar derginin bu konuda ikircikli bir durumda olduğunu göstermektedir. Öncelikle romanların tanıtıldığı metinler ve deneme yazılarında neoliberal söylemi reddedilmektedir. Ancak reklam alanlarında dergi de bir ürün olduğu ve kâr amacı güdüldüğü için burada aksi yönde söylemlerle karşılaşmaktadır. Tanıtım ve denemelerde tüketimci, rekabetçi, girişimci olarak normalize edilen neoliberal öznenin aslında biyo-iktidarlar tarafından başka bir şekilde üretildiği vurgulanmaktadır. Örneğin neoliberalizm kişinin rekabet dünyasında kendisine yatırım yapması gerektiğini vurgular. Bu yüzden onu tüketim yapması ve kendisini sosyal medya platformlarında pazarlaması yönünde normalleştirmektedir. Ancak üretilen söyleme göre kişiler neoliberal özneliği kabul ettiklerinde *ruhsuz, karakter yoksunu, minik bir figür, bir şablon, maymundur*. Burada yeniden üretilen karşıt söyleme göre neoliberalizm kendilerinden bekleneni yaptıkları takdirde insanları *-mutlu, çekici, sağlıklı-* olacakları yönünde kandırmakta ve aslında onları birer *borçlu* olarak üretmektedir. Dolayısıyla dergide söz konusu özneler olumsuzlandığından anti-neoliberal söylemin baskın olduğu belirtilebilir.

Dergide neoliberal özneliğin reddi onun belli başlı birkaç yönünde odaklanmaktadır. Bunlardan biri neoliberal öznenin her zaman *sahnedeymiş gibi* kendisini göstermeye sunmasıdır. Özneliği kabul edenlerin kendilerini bir ürün gibi tasarladığı vurgulanır. Bu kimselerin sahnede spot ışıklarını üzerlerine çekebilmek ve diğerlerinin önüne geçebilmek için kendileriyle ilgili birtakım bilgileri gönüllü bir şekilde sundukları bu yüzden de kendi kendilerinin muhbiri olduğu belirtilmektedir. Neoliberal iktidarın insanları mahremiyetlerini ifşa etmeleri yönünde normalize etmesinden şikâyet edilmektedir. Hatta kendilerini özgür sanan bu insanların tam da bu noktada bir proje oldukları vurgulanmaktadır. Böylece aslında aksi yönde bir söylem üretilmektedir. Neoliberal öznelik reddedilirken *sahne telaşı olmama, kendisini sergileme gibi bir derdi olmama* normalleştirilmektedir. İkinci olarak dergide neoliberal öznenin kendisine yatırım kapsamında tüketiciliği üzerinde durulmaktadır. Özneler kendilerini bir şirket gibi inşa ederler. Kendi kendisinin yatırımcısı olan bu kimseler tüketim ile geçen boş zaman faaliyetleriyle statülerine yönelik ipuçları verir, satın aldıkları metalarla aslında satın aldıkları hayat tarzı ile kendi kişisel kimliklerine yatırımda bulunurlar. Neoliberal söyleme göre tüketime katılan kimseler *çekici, sağlıklı, mutlu* olacaklardır. Ancak dergideki karşıt söyleme göre bu insanlar neoliberal özneliği kabul ettikleri için *ürün* ve *maymun* olarak anılmaktadır. Bu karşıt söyleme göre insanlar kültür endüstrisinin tüketicilik özneliğini kabul edip bunu pratikte yerine getiremediklerinde mutsuz olur. Öyleyse tüketim kapsamında neoliberalizmin normalize ettiği özneler olumsuzlanarak aksi yönde bir söylem üretilmektedir. Üçüncü olarak insanların neoliberal özneliği kabul ettiklerinde neoliberal söylemin vurguladığının aksine bir *figür* oldukları vurgulanır. Yönetilen ve normalleştirilen insan kendisinden beklenenleri gerçekleştirdiğinde figür olarak anılıp

olumsuzlanmaktadır. Benzer şekilde bu kimselerin birer *robot* ve *zombiye* dönüştükleri ön plana çıkarılmaktadır. Söz konusu söylemi kabul edenlerin bu pencereden robot ve zombi olarak görüldükleri belirtilerek anti-neoliberal söylem üretilmektedir. Tüm bunlardan sonra dergide neoliberal özne ve özgürlük yanılması hakkında da bulgular elde edilmiştir. Birtakım kültür tekelleri tarafından üretildiği öne sürülen insanın aslında *özgür olmadığı* vurgulanmaktadır. Neoliberalizmin en büyük vaatlerinden özgürlük sorgulanarak bunun büyük bir manipülasyon olduğu tanıtımı yapılan romanlar ve denemeler aracılığıyla iletilmektedir. İnsanların söz konusu özneliği kabul ettikleri takdirde *mutusuz, tutsak ve borçlu* oldukları belirtilmektedir. Dolayısıyla yine burada da aksi yönde bir söylem söz konusudur.

Dergide insanların kültür endüstrisinin edilgen bir parçası haline geldiği vurgulanarak bu konuda bir *farkındalık* yaratılmaya çalışılmaktadır. O halde hiçbir şeyin sabit ve kaim olmadığı bir düzlemde *Sabitfikir*'in de kendi normları kapsamında yaygın olarak anti-neoliberal bir söylem ürettiği belirtilebilir. Metin yapı-söküme tabi tutulup özne ve iktidar konumları sarsılmış ve insanların farklı hakikat söylemleri kapsamında farklı şekillerde üretildiği tespit edilmiştir. Neoliberalizmin ürettiği öznellik biçimleri reddedilirken karşıt bir öznenin de üretildiği görülmüştür. Bu karşıt görüşe göre özne, kendisini tüketim *çılgınlığına* kaptırmayan, kendisine bir *ürün* olarak bakmayan, sosyal medya platformlarında *mahrem bilgilerinin ifşa etmeyen*, mal ve hizmetler dünyasına *kanmayan* bir kimsedir. Bu noktada şunu da belirtmekte fayda vardır. Neoliberal söylem özne üretiminde çeşitli yollara başvurmaktadır. Örneğin alışveriş merkezlerinin kurulması, sanal alışverişlerin sağlanması, sosyal medya ortamlarının hazırlanması, reklamların organize edilmesi gibi. Ancak karşıt söylem öznellik üretirken dergide görüldüğü gibi sadece söylemsel ifadelerle başvurulmaktadır.

Neoliberal söylemin öznesi olmayı reddedenler dergide üretilen anti-neoliberal söylemin öznesi olabilir. O halde her iki söylemden birini *seçmek* durumunda kalan insanın özgür olmadığı sonucuna varılabilir. Nitekim Foucaultcu anlayışa göre *kendini keşfetmek* diye bir şey yoktur. Kişi bir söylemin makbul öznesi olmayı reddediyorsa bir başka söylemin makbul öznesi olacaktır. Bu dergide söz konusu romanlar aracılığıyla anti-neoliberal özneler normalize edilmektedir. Bu da dergilerin panoptik bir örgütlenme olduğu iddiasını doğrulamaktadır. Panoptisizm sadece egemen söylemlere ait değil, alternatif sesler için de geçerlidir.

Dergi kültür endüstrisinin bir aracı olduğundan ister istemez denemelerde ve roman tanıtımlarında ürettiği anti-neoliberal söyleme karşıt söylemleri reklam alanlarında yeniden üretmektedir. Bunun nedeni derginin postmodern dönemden önceki edebiyat dergilerin aksine aynı anda birden fazla ve birbirine zıt olabilecek söylemler üretmesi, derginin bir zincir mağaza bünyesinde çıkmasından dolayı kâr amacını önceleme ve aynı anda birden çok hedef kitleye hitap ediyor olmasıdır. Öte yandan Doğan Medya'dan Turkuvaz Medya'ya geçtikten sonra neoliberalizm karşıtı bir söylemi içeren kitap tanıtımı veya denemeye rastlanmamaktadır. Ancak yine reklam alanlarında neoliberal söylemin üretildiği görülmektedir.

Elde edilen bir diğer sonuç da konuyla ilgili veriye en çok Hakan Bıçakçı, Aysu Önen ve Oylum Yılmaz'ın metinlerinde rastlanmış olmasıdır. Derginin bir sayısında ortalama 10 yazarın metni bulunmaktadır. Bazı yazarların metinlerine her ay rastlanırken bazıları ise dönüşümlü

olarak dergide yer almaktadır. Öte yandan her yazarın kendi ilgi alanına göre deneme yazması yahut tanıtacağı kitabı kendisinin seçmesi göz önünde bulundurulduğunda bu yazarların anti-neoliberal söylemi üretmek hususunda diğerlerinden daha çok hassasiyeti olduğu çıkarımı yapılabilir.

Bunun dışında derginin 2014, 2015 ve 2018 yıllarında diğer yıllarda olduğu gibi denemelerde veya kitap tanıtımlarında anti- neoliberal söyleme rastlanmamaktadır. Bu yıllar dikkat edileceği üzere 2011 ile 2018'in sonu itibarıyla herhangi bir döneme yığılmamıştır. Derginin ilk yıllarında yahut medya sahipliğinin değiştiği yıllarda böylesi bir değişkenlik anlamlı bir şekilde yorumlanabilirdi. Ancak aradaki yıllarda bu söyleme rastlanmamış olması farklı söylemlere ağırlık verilmiş olabileceğini düşündürmektedir.

Öte yandan incelenen dergi güncel edebiyat dergisi olduğundan ve Türkiye'nin zincir mağazası olan DR'ye bağlı üretildiğinden kâr maksadıyla söz konusu söyleme ters düşecek şekilde neoliberal özneler üretildiği de belirtilebilir. Buradan yola çıkarak mesajların iletiği kanal ile çatıştığı söylenebilir. Çünkü kültür endüstrisinin insanı edilgen kıldığı belirtilirken bu mesaj tam da kültür endüstrisinin bir aracında verilmektedir. O halde neoliberal eleştirinin yapıldığı aracın amaçla ters düştüğü ve neoliberalizmin mücadele edilmesi zor bir söylem olduğu ifade edilebilir.

KAYNAKÇA

- Adorno, Theodor (2000). *Minima Moralia*. Çeviren Orhan Koçak, Ahmet Doğukan. İstanbul: Metis Yayınları.
- Adorno, Theodor (2011). *Kültür Endüstrisi: Kültür Yönetimi*. Çeviren Nihat Ülner vd. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Adorno, Theodor ve Max Horkheimer (2014). *Aydınlanmanın Diyalektiği*. Çeviren Nihat Ülner vd, İstanbul: Kabalcı Yayıncılık.
- Althusser, Louis (2014). *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*. Çeviren Alp Tümertekin, İstanbul: İthaki Yayınları.
- Anar, Turgay (2013). "Türk Edebiyatında Edebiyat Kanonu: Kanon, Kanona Girmek ve Kanona Müdahale". *FSM İlmî Araştırmalar İnsan ve Toplum Bilimleri*. 1, 40-78.
- Arribas-Ayllon Michael & Valerie Walkerdine (2008). "Foucauldian Discourse Analysis". In *Qualitative research in psychology*, Editor Carla Willig and Wendy Stainton-Rogers. 91-108. Los Angeles: Sage.
- Artun, Ali (2015). *Çağdaş Sanatın Örgütlenmesi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Aslan, Sümeyye Güllü (2018). "A Foucauldian Reading Of Power in Harry Potter Series: Speciesism And Discrimination Based On Blood Status". Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ortadoğu Teknik Üniversitesi.
- Baudrillard, Jean (1995). "Bir Tüketim Kuramı Üzerine". Çeviren Olcay Kural. *Cogito*, 5, 89-102.
- Bauman, Zygmunt (2000). *Siyaset Arayışı*. Çeviren Tuncay Birkan. İstanbul: Metis Yayınları.
- Bayraktar, Betül (2020). "Kültür Endüstrisi ve Edebiyat Dergiciliği: Muhafazakârlığın Temel İlkeleri Bağlamında Sabitfikir (2011-2019)", Yayınlanmamış Doktora Tezi. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi.

- Bıçakçı, Hakan (2011). "Kalp Şeklinde Tezgâh". *Sabitfikir*, 1, 67.
- Bıçakçı, Hakan (2013a). "Karakter Pazarı". *Sabitfikir*, 23, 27-33.
- Bıçakçı, Hakan (2013b). "Avm Çölünden Vaha Manzaraları". *Sabitfikir*, 28, 14-15.
- Bozkurt, Abbas (2017). "Kadiri Mutlak Çember". *Sabitfikir*, 76, 12-13.
- Caner, Fırat (2017). "Kanon: İyinin ve Kötünün Ötesinde", Editör Nazım Elmas vd. *I. Uluslararası Dil, Sanat ve İktidar Sempozyumu Bildiriler Kitabı* içinde (285-293), Giresun.
- Chul Han, Byung (2019). *Psikopolitika*. Çeviren Haluk Barışcan. İstanbul: Metis Yayınları.
- Coşkun, Sezai. 2006. "Türkiye'de Edebiyat Sosyolojisi Çalışmaları", *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*. 4(8), 405-414.
- Çıraklı, M. Zeki (2006). "Dergi ve Özel Sayıların Kanon Bağlamında Düşündürdükleri". *Hece Dergisi*. 14. 160-167.
- Dardot Pierre ve Christian Laval (2012). *Dünyanın Yeni Aklı: Neoliberal Toplum Üzerine Deneme*, Çeviren. Işık Ergüden. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Davis, Anthony (2007). *Mastering Public Relations*. New York: Palgrave Macmillan.
- Debord, Guy (2016). *Gösteri Toplumu*. Çeviren Okşan Taşkent ve Ayşen Ekmekçi. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Deleuze, Gilles (2013). *Müzakereler*. Çeviren İnci Uysal. İstanbul: Norgunk Yayıncılık.
- Denizer Bozkurt, Serap (2019). "Foucauldian Concepts Of Madness, Sexuality And Power in Sarah Kane's Blasted, Phaedra's Love And Cleansed". Yüksek Lisans Tezi. Kocaeli Üniversitesi.
- Enki, Yankı (2016). "Hayalet Kataloğu". *Sabitfikir*, 59, 47-48.
- Featherstone, Mike (2013). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*. Çeviren Mehmet Küçük. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Foucault, Michel (1993). *Ders Özetleri*. Çeviren Selahattin Hilav. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Foucault, Michel (2001). *Kelimeler ve Şeyler*. Çeviren M. Ali. Kılıçbay. Ankara: İmge Kitabevi.
- Foucault, Michel (2011a). *Büyük Kapatılma*. Çeviren Işık Ergüden ve Ferda Keskin. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Foucault, Michel (2011b). *Entelektüelin Siyasal İşlevi*. Çeviren Işık Ergüden. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Foucault, Michel. (2014). *Özne ve İktidar*. Çeviren Işık Ergüden ve Osman Akinhay İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Foucault, Michel. (2015). *Biyopolitikanın Doğuşu*. Çeviren Alican Tayla. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Güçlü, Abdülbaki, Erkan Uzun, Serkan Uzun, Hüsrev Yolsal. (2008). *Felsefe Sözlüğü*. İstanbul: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Gürpınar, Aydın Baran. (2016). "Ya İçindedir Çemberin Ya Da Epey İçinde". *Sabitfikir*, 66, 38-39.
- Hardt, Michael ve Antonio Negri. (2000). *Çokluk: İmparatorluk Çağında Savaş ve Demokrasi*. Çeviren. Barış Yıldırım. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Harvey, David. (1997). *Postmodernliğin Durumu*. Çeviren Sungur Savran. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- Kendall, Elisabeth (2006). *Literature, Journalism And The Avant-Garde: Intersection in Egypt*. New York: Routledge.
- Kendall, Gavin and Gary Wickham (2003). *Using Foucault's Methods*. London: Sage.
- Köseoğlu, Berna (2008). "Power And Pressure in Charles Dickens's The Pickwick Papers And Hard Times: A Foucaultian Approach". Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi.
- May, Todd (2018). "Yeni Girişimciler: Foucault ve Tüketim Toplumu". Çeviren Maya Mandalinci. *Cogito*, (70-71), 96-105.
- Önen, Aysu (2011). "Bizim Gülünç Kıymetsizliğimiz". *Sabitfikir*, 8, 50-51.
- Önen, Aysu (2012a). "İnsan Denen Kanser". *Sabitfikir*, 16, 36-37.
- Önen, Aysu (2012b). "Aşk Var Distopya Yok", *Sabitfikir*, 18, 40-41.
- Özmkas, Utku (2016). "Biyopolitika Kavramına Dair Bir Soruşturma". Doktora Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi.
- Poster, Mike (1990). *The Mode of Information*. New York: Free Press.
- Postman, Neil (2016). *Televizyon Öldüren Eğlence*. Çeviren Osman Akınhay. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Ritzer, George (2000). *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Yeniden Büyülemek*. Çeviren Şen Süer Kaya. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sennett, Richard (2008). *Karakter Aşınması*. Çeviren Barış Yıldırım. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sennett, Richard (2011). *Yeni Kapitalizmin Kültürü*. Çeviren Aylin Onacak. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Uçar, Aslı (2007). "1950'ler Türkiye'sinde Edebiyat Dergiciliği: Poetikalar ve Politikalar". Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Bilkent Üniversitesi.
- Willig, Carla (2013). Foucauldian Discourse Analysis, in *Introducing Qualitative Research in Psychology*. 378-420, New York: Open University Press.
- Yılmaz, Oylum (2011). "Sefil Amerikan Tanrılarının Son Savaşı". *Sabitfikir*, 4, 50-51.
- Yılmaz, Oylum (2012). "Sistemden Çıkma Planı-1: Evinizi Yakınız". *Sabitfikir*, 14, 54-55.

BATI

EDEBİYATINDA AKIMLAR

editör
OKTAY YİVLİ

HATİCE FIRAT
YASEMİN MUMCU
OKTAY YİVLİ
OĞUZHAN KARABURGU
BERNA AKYÜZ SİZGEN
NİLÜFER İLHAN

ÜMMÜHAN TOPÇU
SEFA YÜCE
HANİFİ ASLAN
METİN AKYÜZ
MEHMET SÜMER
YAKUP ÖZTÜRK



Günce Yayınları

Prof. Dr. Önder Göçgün

TİYATRO DENEN HAYAT SAHNESİ



Günce Yayınları



PROF. DR. ÖNDER GÖÇGÜN

Türk Tasavvuf Şiiri

AÇIKLAMALI VE YORUMLU ÖRNEKLERLE



Günce Yayınları

MODERN TÜRK EDEBİYATI

editör
OKTAY YİVLİ

MUHARREM DAYANÇ
OKTAY YİVLİ
MACİT BALIK
MAHMUT BABACAN
SEVİM ŞERMET

YASEMİN MUMCU
BEDİA KOÇAKOĞLU
NİLÜFER İLHAN
MAKSUT YİĞİTBAŞ
SELAMİ ALAN



Günce Yayınları