İSTANBUL UNIVERSITY PRESS

Tiyatro Eleştirmenliği ve Dramaturji Bölümü Dergisi
Journal of Theatre Criticism and Dramaturgy
JTCD (2025)

https://doi.org/10.26650/jtcd.2025.1594890

Başvuru | Submitted 02.12.2024
Revizyon Talebi | Revision Requested 21.02.2025
Son Revizyon | Last Revision Received 21.04.2025
Kabul | Accepted 22.04.2025
Online Yayın | Published Online 12.05.2025

Tiyatro Eleştirmenliği ve Dramaturji Bölümü Dergisi
Journal of Theatre Criticism and Dramaturgy

Araştırma Makalesi | Research Article

Açık Erişim | Open Access

Sınırların Metalaştırılması ve Bir Kültür Endüstrisi Örneği Olarak E-Mülteci Oyunu

Commodifying Borders and an Act of Culture Industry in *E-Mülteci (E-Refugee)*

Banu Öğünç[1]

[1] Aksaray Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Batı Dilleri ve Edebiyatları Bölümü, Aksaray-Türkiye

Öz

Sedef Ecer'in *E-Mülteci* adlı oyunu göç ve mültecilik kavramlarını sosyal medya ve sosyal medyanın bireyler üzerindeki gücü üzerinden irdeler. Oyun iltica etmek zorunda kalan üç kadının trajedisini Adorno ve Horkheimer'ın tanımladıkları kültür endüstrisi kavramı açısından sahneye aktarır. Oyunda sınırların ve siyasi yapıların ortadan kalktığı bir distopya ortamı mevcuttur ve bu dünyada e-mülteci nokta kom adlı internet sitesi yansıtıldığı şekliyle göçmenlerin ve mültecilerin kurtarıcısı ve kültür endüstrisinin en önemli temsilcisi olmuştur. Anlatıcı görevi de gören E-Kaçakçı göçmenlerin yol göstericisi gibi yansıtılsa da aslında oyundaki yeni dünya düzeninin temsilcisidir. Sosyal medyanın hâkim olduğu oyun dünyasında göç olgusu e-mülteci nokta kom ve e-Kaçakçının gücü ve konumu üzerinden metalaştırılmakta ve kültür endüstrisinin bir parçası haline getirilmektedir. Bu bağlamda, bu makalenin amacı Sedef Ecer'in *E-Mülteci* adlı oyununu Adorno ve Horkheimer'ın kültür endüstrisi kavramı üzerinden incelemek ve göçmenlik ve mültecilik sorunlarının bir eleştiri yöntemi olarak nasıl popüler kültürün bir öğesi haline getirildiğini tartışmaktır.

Abstract

Sedef Ecer's *E- Mülteci (E-Refugee)* is a play that examines the concepts of emigration and refugee from the perspective of social media and its influence on individuals. The play reflects the tragic story of three women who have been forced to emigrate through the means of Adorno and Horkheimer's suggestion of the culture industry. Ecer depicts a dystopia-like world in which political structures have been diminished, and a website called e-mülteci nokta kom is presented as the saviour of the refugees. In the play, in which social media is presented as the ultimate power and leader, e-mülteci nokta kom and e-Kaçakçı are defined as the two significant characters in the play. By means of these two, emigration has been commodified and turned into a part of the culture industry. In this regard, this paper aims to analyse Sedef Ecer's *E- Mülteci (E-Refugee)* through Adorno and Horkheimer's discussion of the culture industry and to discuss how emigration and the status of refugees have been turned into an element of popular culture with the intention of the criticism of the problem.

Anahtar Kelimeler Sedef Ecer · *E-Mülteci* · Adorno · Horkheimer · kültür endüstrisi.

Keywords Sedef Ecer · *E-Mülteci* · Adorno · Horkheimer · culture industry.

Yazar Notu Bu makale 20-22 Kasım 2019 tarihleri arasında düzenlenen 6. Uluslararası Batı Kültürleri ve Edebiyatları Sempozyumu'nda (BAKEA 2019) sunulan bildirinin genişletilmiş halidir.

Atıf | Citation: Öğünç, Banu. "Sınırların Metalaştırılması ve Bir Kültür Endüstrisi Örneği Olarak E-Mülteci Oyunu" *Tiyatro Eleştirmenliği ve Dramaturji Bölümü Dergisi–Journal of Theatre Criticism and Dramaturgy*, Advance Online Publication. https://doi.org/10.26650/jtcd.2025.1594890

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

2025. Öğünç, B.

Sorumlu Yazar | Corresponding author: Banu Öğünç banuogunc@outlook.com

Author Note This article is an extended version of the paper presented at the 6th International Symposium on Western Cultures and Literatures (BAKEA 2019), held on November 20–22, 2019.

Extended Abstract

Sedef Ecer's play *E-Mülteci* was first staged in 2015 as a part of İzmir International Theatre Festival by non-professional actors and actresses. A year later, it was staged by Sedef Ecer as a part of İstanbul International Theatre Festival in a professional production before the play was moved to the French stage to be presented in French. The play depicts the contemporary issue of emigration and refugee from a different standpoint.

While presenting the problems of refugees, Ecer introduces the controversial impacts of social media on our lives. Thus, the presentation of the issue of emigration and refugees through the depiction of social media draws attention to the presented themes. This approach of Ecer also enables her to present a contemporary criticism of the issue of emigration. As a Turkish actress, writer and director, Ecer, whose plays have been staged throughout Europe, has mainly preferred French as the primary language of her works. Such international reputation of Ecer proves itself to be significant for presenting emigration as a problem of humanity as reflected in this play. The play primarily focuses on the emigration of three female characters: Anaba from Guatemala, Hoa Mi from Vietnam, and Zaynab from Syria. Ecer provides a specific name for these characters and matches them with a specific culture and country; nevertheless, all three characters share a very similar story regarding their motivation to emigrate to another country. All three female characters are in search of more humane living conditions, escaping from political oppression and financial limitations. Moreover, they all share a similar fate as a refugee. Rather than finding opportunities to make their wishes come true, they become a victim of the system and continue to suffer as a refugee.

In this regard, rather than focusing on the lives and experiences of these female characters, Ecer projects their experiences as refugees as a product of the culture industry, a term coined and discussed by Adorno and Horkheimer, and as a tool to deliver her criticism of both the social media and culture industry as evolved from the 19th century to the contemporary period. In the dystopic world depicted in the play, countries have lost their financial and economic powers. Instead, global companies have begun to rule the world. In a world where the erosion of borders is seen, the main and highly colourful character of the play E-Kaçakçı rules and shapes the lives of refugees. On the one hand, he fulfils the role of a narrator. On the other hand, he represents the dominating role of social media. In this regard, he can be pointed out as the main source of criticism. Although the term culture industry as theorised by Adorno and Horkheimer has been discussed quite in depth, when it is briefly summarised as an idea that aims to explain how consumption culture in capitalist societies produces standardised cultural items, it explains E-Kaçakçı's function in the play.

As put forward by Adorno and Horkheimer, individuality is merely an illusion. This is presented through the female characters in the play. Rather than appearing on the stage as individual characters, their emigration journey only serves to enhance E-Kaçakçı's power. The way E-Kaçakçı controls social media suppresses any individuality of the characters. In this regard, the play depicts a world that has been under the control of social media and technology. While emigration and refugees have been diminished as a daily problem of the majority, Sedef Ecer retouches on these issues through the inclusion of social media. In the play's world, which can be read as a dystopia as well, through the character of E-Kaçakçı, the role of social media has been criticised related to both emigration and refugees and to the culture industry as coined by Adorno and Horkheimer.

Giriş

E-Mülteci adlı oyun, ilk olarak 2015 yılında "Özgürlük" temalı 4. Uluslararası İzmir Tiyatro Festivali kapsamında, oyunun yazarı Sedef Ecer'in düzenlediği transmedia atölyesinde amatör oyuncular tarafından sahnelendi. Festivalin basın bülteni atölyenin özelliğini şu şekilde belirtir:

> ***'Sosyal Medya'** konulu Atölye çalışması **Türkiye'de** bir "**İLK**"i deneyecek. Tüketim toplumunun "hız"ına uygun '**Mecralar Arası Hikaye Anlatımı**[1]' projesi; Fransa'da yaşayan Yazar-Yönetmen-Oyuncu **Sedef ECER'** in yönetiminde gerçekleştirilecek. **Festival sürecinde oluşturulacak** oyun; **9 Aralık'ta sahne** alırken web'de de "**internet tiyatrosu**" olarak yaşamaya devam edecek...*[2][3]

4. İzmir Tiyatro Festivalindeki atölye çalışmasının ardından oyun, 2016 yılında 20. İstanbul Tiyatro Festivali'nde profesyonel bir ekip tarafından sahneye konmuştur. Türkiye prodüksiyonunda dramaturji Sedef Ecer ve İzzeddin Çalışlar'a ait olup, video tasarımı François Roman ve Mümin Güven tarafından yapılmıştır. Detaylı olarak incelenecek olan oyunda kullanılan jingle Ece Dorsay tarafından bestelenmiştir. Müzik tasarımı ve canlı performans Richard Dubelksi'ye aittir. Oyunun canlı performansında Meltem Cumbul, Richard Dubelski ve Fehmi Karaarslan yer alırken, ekrana yansıtılan video kayıtlarında Ahu Türkpençe, Ece Dizdar, Fırat Tanış, Gizem Soysaldı, Okan Bayülgen ve Tilbe Saran rol almıştır. Oyunun Fransa prodüksiyonunda yine Richard Dubelski Fehmi Karaarslan'la birlikte sahne alırken, diğer isim Estelle Meyer ile yer değiştirmiştir. Mathilda May de ekrana yansıtılan tek oyuncu olarak oyuna katkı sağlamaya devam etmiştir.

E-Mülteci adlı oyun günümüzün en güncel konularından olan göç ve mültecilik olgusunu farklı bir bakış açısı ile irdeler. Göç ve mültecilik olgusunu konu etmesinin yanı sıra, teknolojinin ve sosyal medya ürünlerinin de aktif olarak oyuna dâhil edilmesi oyunu hem güncel tutmakta hem de konuya olan ilgiyi arttırmaktadır. Oyunları Avrupa'nın birçok ülkesinde sahneye koyan, eserlerini ağırlıklı olarak Fransızca olarak kaleme alan yazar, yönetmen ve oyuncu Sedef Ecer, *E-Mülteci* adlı oyunda, yaşadıkları bölgeden iltica etmek zorunda kalan üç kadının trajedisini aktarma çabası güder. Fakat bir yandan da hem göç olgusuna hem de sosyal medya araçlarının popüler kültür üzerindeki etkisine Adorno ve Horkheimer'ın tanımladıkları kültür endüstrisi kavramı açısından eleştiri getirir. Daha detaylı tartışılacağı üzere, Adorno kültür endüstrisini şöyle tanımlar: "*Kültür endüstrisi, düşünümün yenilgisinin toplumsal boyutta gerçekleşmesidir; kapsayıcı aklın, çokluğun tekte birleştirilmesinin hayata geçmesidir*"[4]. Ecer, Adorno ve Horkheimer'ın tanımladığı kültür endüstrisi kavramını ortaya koyan bir dünyayı *E-Mülteci* adlı oyunda sahneye taşır. Sınırların ve siyasi yapıların ortadan kalktığı oyun ortamında, e-Kaçakçı adlı sanal karakter yansıtıldığı şekliyle göçmenlerin ve mültecilerin kurtarıcısı olmuş, böylelikle egemen gücü temsil etmeye başlamıştır. Önder Kulak doktora tezinde Adorno'yu temel alarak kültür endüstrisini şu şekilde özetlemiştir:

[1] Mecralar arası hikâye anlatımı internet ile gelişen yeni medya kapsamında ortaya çıkan bir alandır. Sedef Ecer'in bu çalışmaya konu olan eserini yeni medya kapsamında inceleyebilmek mümkündür. Fakat makalenin yazıldığı tarih itibariyle bu projeye internet tiyatrosu olarak erişim sağlanamamaktadır. Bu nedenle bu çalışmada 2018 yılında Habitus Yayıncılık tarafından basılan metin incelenmektedir. Altı çizileceği üzere bu makalenin amacı oyun metninin Adorno ve Horkheimer'ın kültür endüstrisi kavramı açısından incelenmesidir. Oyunun sahnelenmesine dair üstünde durulan tüm detaylar, okuyucunun da tartışılan noktaları takip edebilmesi adına basılı oyun metninde belirtildiği şekli ile yorumlanmaktadır. "Giriş" kısmının sonunda vurgulanacağı üzere oyunla ilgili tüm örnekler oyunun kültür endüstrisi kavramı açısından incelenmesini hedeflemektedir.

[2] "4. Festival Basın Bülteni," İzmir Tiyatro Festivali, yayın tarihi 2015, https://www.izmirtiyatrofestivali.org/2015-4-festival-basin-bulteni/.

[3] Alıntıya sadık kalınarak basın bülteninde koyu renk kullanımı devam ettirilmiştir.

[4] Theodor W. Adorno, *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi*, çev. Nihat Ülner, Mustafa Tüzel ve Elçin Gen (İstanbul: İletişim Yayınları, 2016), 22.

> *Kültür endüstrisi ya da eşdeyişle endüstriyel kültür, müzik, sinema, edebiyat gibi her türden kültürel öğenin ve etkinliğin meta formunda üretildiği ya da metalaştırıldığı, böylece sıradan nesneler gibi alınıp-satılabilir bir hale dönüştürüldüğü ve bu kültürel ürünler aracılığıyla rasyonalizasyona dayalı bir kültürün inşa edildiği bir süreçtir.*[5]

Bu bağlamda Ecer de bu oyunda göç olgusunu sosyal medyanın günümüzdeki gücü ve konumu üzerinden metalaştırmakta ve kültür endüstrisinin bir parçası haline getirerek göç ve mülteci problemine dikkat çekmektedir. Bu makalenin amacı, Sedef Ecer'in *E-Mülteci* adlı oyununu Adorno ve Horkheimer'ın kültür endüstrisi kavramı üzerinden incelemek ve göçmenlik ve mültecilik sorunlarının bir eleştiri yöntemi olarak nasıl popüler kültürün bir öğesi haline getirildiğini tartışmaktır. Adorno ve Horkheimer'ın kültür endüstrisi kavramı özelinde de bu makale, seyircinin dikkatini göçmenlik ve mültecilik sorunlarına çekmek amacıyla, Ecer'in oyunu nasıl bir reklam filmine dönüştürdüğünü incelemeyi hedeflemektedir.

Adorno ve Horkheimer Açısından Kültür Endüstrisi

Kültür endüstrisi kavramı ilk kez Adorno ve Horkheimer tarafından 1947 yılında ortaya atılmıştır. Kültür araştırmaları alanında sıkça başvurulan ve bu makaledeki tartışma için yönlendirici olan bu kavram, tüketim kültürüne odaklanırken kapitalist toplumlarda standardize edilmiş toplumlar yaratmak amacıyla standardize edilmiş kültür öğeleri üretildiğini belirtir. 1920'lerde bir grup yeni-Marksist entelektüel tarafından kurulup günümüze kadar bu yönde çalışmalarını sürdüren Frankfurt Okulu, başlangıçta Rusya'da ve Almanya'da devrimci hareketlerin durumu üzerine Marksist felsefeyi yeniden ele almış ve dönemin koşullarına uygun yeni bir kuramsal yaklaşım oluşturmayı amaçlamıştır. Horkheimer'ın 1930 yılında yönetici konumuna geçmesi ve Adorno ile yakın çalışmalar yürütmesi nedeniyle Okul, kuramsal eleştiri yaklaşımını kültür kavramına odaklanarak geliştirmiştir. Bu yaklaşımla, ikilinin ortaya koyduğu kültür endüstrisi kavramı sonraki on yıllarda günümüz toplumu ile kültür arasındaki ilişkiyi açıklamada giderek daha etkin kullanılmıştır.

Bir terim olarak kültür endüstrisini türeten Adorno ve Horkheimer, egemen güçler tarafından kullanılan ya da manipüle edilen kültür ürünleri ile bir endüstri yaratıldığını ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, Adorno'nun belirttiği üzere, "*[k]ültürden söz eden, bilerek ya da bilmeyerek yönetimden de söz ediyor demektir*"[6]. Kültür endüstrisi kavramı günümüz toplumunda kültür ürünlerinin maruz bırakıldığı metalaştırma sürecini de açıklamaktadır. Bu sebeplerden dolayı kültür endüstrisi kapitalist sistem içinde ekonomik bir boyut kazanır, çünkü Adorno ve Horkheimer'a göre kültür tüketilebilen bir metaya dönüşmüş haldedir. Tüketim ve kültürün bir araya getirildiği bu ortamda asıl vurgu, davranışlarını belirlerken kültür endüstrisinin verdiği mutluluk ve tatmin hallerine göre hareket eden bireydedir. Gündelik yaşamın sıkıntılarından kaçış vaat eden kültür endüstrisinin birey üzerindeki aldatmacası Adorno tarafından şu şekilde açıklanır: "*Bu gösteri, hiçbir zaman yerine getirilmeyecek bir vaatten ibarettir; tıpkı yemek yemeye gelen müşterinin menüyü okumakla yetinmesini beklemek gibi*"[7]. Kültür endüstrisi bireye geleceğine dair vaatler vermekten çekinmez. Her seferinde hayal kırıklığına uğramak pahasına bireyin gerçeklerden kaçmak için yeniden tüketim döngüsüne sığınmasını sağlar. Bu bakımdan, kültür endüstrisi için birey ve meta önemli kavramlardır. *E-Mülteci* başlıklı oyunun incelenmesi sırasında alıntılarla daha detaylı inceleneceği üzere, kültür endüstrisi sistemin devamı için bireyi tüketici rolüne indirger ve hem birey hem de üretilen kültür öğeleri metalaştırılmaktan kurtulamaz.

Kültür endüstrisi kavramı, Adorno ve Horkheimer tarafından farklı eserlerde tartışılsa da bir bakıma ucu açık olarak tanımlanmıştır. Kavram bir döneme ait olarak açıklanmak yerine farklı dönemlerde farklı

[5] Önder Kulak, "Theodor Adorno: Kültür Endüstrisinin Kıskacında Kültür" (Doktora Tezi, Hacettepe Ünversitesi, 2016), 65.
[6] Adorno , *Kültür Endüstrisi, Kültür Yönetimi*, 121.
[7] Adorno, *Kültür Endüstrisi, Kültür Yönetimi*, 72.

kültür öğelerine uyarlanabilir bir özellik taşımaktadır. Bunun temel nedeni de Adorno ve Horkheimer'ın "The Culture Industry" makalesinde dikkat çektikleri üzere kültür endüstrisinin kendini yeniden üretebilme kapasitesidir[8]. Bu nedenle Frankfurt Okulu'nun etki alanında kalmamış, aksine kültürel çalışmaların temelinde önemli bir konum kazanmıştır. Kavram günümüz kapitalist toplumu içinde tüketim eksenli değişen düzene uyarlanabilir olduğundan 20. yüzyılın ortasından 21. yüzyıla dek geçerliliğini korurken, edebiyattan sinemaya ve hatta sosyal medyaya kadar çok farklı alana uygulanmıştır. Adorno ve Horkheimer'ın ifade ettiği üzere kültür endüstrisi toplumlar için bir kurgu dünya oluşturduğundan, bireyler günlük sorunlardan ve mutsuzluklardan kurtularak kültür endüstrisinin bir parçası olmaktan memnuniyet duymaya alışır. Böylece egemen ideolojinin beklentileri dâhilinde yaşamlarını sürdürebilirler. Adorno ve Horkheimer'ın tartıştığı şekli ile kültür endüstrisi kavramı, ilk olarak 2015 yılında sahnelenen *E-Mülteci* adlı oyun metninin günümüz toplumunda kültür, tüketim ve birey bağlamında irdelenmesine olanak sağlar.

Yeni Dünya Düzeni

Bir distopya örneği olarak da ele alınabilen oyunun hem günümüze ait hem de geniş kapsamlı zamanı oyun metninde belirtildiği üzere ekrandan okunan bir bildiri de ortaya konulur. Oyunun başında ekrana yansıtılan videoda, BM sözcüsü oyun dünyasını açıkça gözler önüne sürer. Küresel şirketlerin güçlenmesiyle devletlerin önemini yitirdiğini belirten sözcü, distopik ortamı şu şekilde tanımlar:

> *Siyasi çatışmalar ve ekolojik felaketlerin yarattığı sonuç bellidir: Dünya nüfusunun yüzde 99'u göçebe hale gelmiş ve mülteci konumundadır. [...] Devletler ortadan kalkmış, onların yerine her gün yeniden çizilen sınırlar ortaya çıkmıştır. İnsanlığın kalan ömrü için biçilen süre üç nesilden ibarettir.*[9]

Birleşmiş Milletler örgütlenmesinin son bulduğunu aktaran sözcü, adeta uyarır şekilde bu yeni düzeni seyirciye açıklar. Sözcü, değişen dünyada gücün ve kontrolün tek sahibi olarak bir hedef gösterir ki, giderek sanal dünyayı yaşamın vazgeçilmez bir parçası kılan günümüz dünyası için tanıdık bir olgudur bu: *"Bundan sonra hakemsiz bir oyun oynanacaktır. Bu oyunda akıllı telefonlardan başka aracınız olmayacaktır. [...] Artık ne hükümetleriniz ne de siyasetçileriniz olacak. Artık tek muktedir o. O yani e-Kaçakçı. Ve şirketi e-Mülteci nokta kom"*[10]. Oyunun başında videodan iletilen bu bildiri, öncelikle seyircilere oyunun sosyal medya ve teknoloji ile kurduğu sıkı bağı tanıtır. Oyunun geçtiği distopik zaman ve mekân kavramını da ortaya koyduktan sonra, BM sözcüsü Adorno ve Horkheimer'ın ortaya attıkları kültür endüstrisi kavramını birebir destekleyen e-Kaçakçı'yı bizlere tanıtır. Böylelikle seyirci distopya kavramından uzaklaştırılarak Adorno ve Horkheimer'ın 1947'de ortaya koydukları kültür endüstrisi kavramının 21. yüzyılda nasıl deneyimlendiğine dair bir sanal gerçekçiliğin içine çekilir. Tiyatro sahnesi de teknolojik bir ürüne dönüştürülür ve seyirciler bu sanal dünyanın içine çekilir.

Yeni Star E-Kaçakçı

E-Kaçakçı, oyunda bir yandan anlatıcı rolünü üstlense de gerçek bir kişilikten ziyade sosyal medyanın ve teknolojinin tüzel kişiliğini yansıttığı için hem oyundaki eleştirinin hem de kültür endüstrisi kavramının hedefindeki eleştirinin asıl kaynağıdır. Bu açıdan oyunda çizilen distopik dünyanın da beden bulmuş halidir. Oyun kişisinin sahneye girişi de bunun bir örneğidir. Her ne kadar yazar Sedef Ecer oyunun başındaki notunda oyunun yönetmenlerine kullanılabilecek farklı yöntemlerle ilgili yaratıcı özgürlüğü tanımış olsa

[8] Theodor W. Adorno ve Max Horkheimer, "The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception", ed. Simon During, *The Cultural Studies* Reader, 33.
[9] Sedef Ecer, *E-Mülteci* (İstanbul: Habitus Kitap, 2018), 7.
[10] Ecer, *E-Mülteci*, 8.

da oyunun basılı metni, e-Kaçakçı'nın oyun kişisi olarak nasıl algılanmasına dair açık bir yönlendirmede bulunmuştur:

> *(Perküsyon solo ya da jingle ile birlikte e-Kaçakçı girer. Perküsyonist e-Kaçakçı'nın girişini mümkün olduğu kadar ritmik bir şekilde çalar, ortamı hareketlendirir ve belki seyirciye girişini alkışlatır. E-Kaçakçı da bir star antresi yapar)*[11].

Kültürün egemen güçler tarafından üretilen bir meta olduğunu ve kültür ürünlerinin standartlaştırılarak bir endüstri haline getirildiğini savunan kültür endüstrisi tam olarak e-Kaçakçının sahneye çıkışını açıklayan bir kavramdır. Ritmik müzik eşliğinde bizleri etkileyerek politik bir güç değil de hayatımızı her yönüyle çevreleyen bir kültür öğesi olarak e-Kaçakçı seyirciye tanıtılır. Bu bakımdan özellikle *"bir star antresi yapar"*[12] ifadesi, e-Kaçakçının hem oyundaki hem de seyircilerin zihinlerindeki pozisyonunu daha iyi açıklar. E-kaçakçının bu pozisyonu Ecer tarafından verilen bir diğer tanımda vurgulanır. Yine oyunun sonuna eklediği notta, Ecer kendi zihninde yarattığı ve kendi gözünden sahneye aktardığı e-Kaçakçı için şu eklemeleri yapar: *"Şık mafiozo tarzında ya da Joker-Spider Man kostümlü, bir televizyon sunucusu gibi konuşan, pazarlamacı gibi gülümseyen ama zaman zaman bıçak gibi bakışlarıyla da insanın kanını donduran bir karakter"*[13]. Yani e-Kaçakçı alkışlarla sahneye çağırılan, şık görünüşlü ama sinsi bir karakter olarak kültür endüstrisinin bir temsili olan metadır. Adorno'nun[14] da dikkati çektiği şekliyle, e-Kaçakçı seyircinin dikkatini haz ve eğlenceye çekerek seyircinin düşünme ve yaşanan problemlere ve acılara dışarıdan eleştirel bir göz ile bakabilme yetilerinin körelmesine yol açar. BM sözcüsü için bir devrin sonunu yani felaketi bildiren bu yeni dünyadaki düzen, e-Kaçakçı için yeni fırsatların bir başlangıcıdır: *"Gezegenimiz çok heyecan verici bir yer oldu [...] Ülkelerin yerini sınırlar aldı, liderlerin yeriniyse sizlerin güveniniz sayesinde ben aldım! Ben, tek başıma BENNNN"*[15]. Bir nevi güç gösterisinde bulunan e-Kaçakçı, bir yandan da bireyin kültür endüstrisindeki yanılsamasını ortaya koyar. Adorno, *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi* adlı kitapta şöyle belirtir: *"Kültür endüstrisinin ideolojisi sayesinde, bilincin yerini uyum sağlama alır: kültür endüstrisinden kaynaklanan düzen, onun olduğunu iddia ettiği şeyle ya da insanların gerçek çıkarlarıyla asla yüzleştirilemez"*[16]. E-Kaçakçının kendi ifadesi ile de onu yaratan, insanların ihtiyaçlarıdır. Onun varlığı insanların ihtiyaçlarına ve onun bu ihtiyaçları ne derece karşılayabildiğine bağlıdır çünkü *"[k]itleler kültür endüstrisinin ölçütü değil ideolojisidir, kültür endüstrisi de kitleleri kendine uyarlamadıkça var olamazdı"*[17]. Bu durumun farkında olduğunu da e-Kaçakçı şu sözlerle neredeyse doğrular: *"Siz ve biz, sevgili mülteciler, gezegenimizin geleceğini birlikte kuruyoruz!"*[18] Adorno ve Horkheimer'a göre,

> *[k]ültür ürünlerinin alımlanması sırasında ortaya çıkan ve kullanım değeri diye adlandırılabilecek olan değer, takas değeriyle ikame edilirken, keyif almanın yerini orada bulunmak ve haberdar olmak, erbap olmanın yerini de prestij kazanmak alır. Tüketici, kurumlarından yakasını kurtaramadığı eğlence endüstrisinin ideolojisi haline gelir.*[19]

[11] Ecer, *E-Mülteci*, 8.
[12] Ecer, *E-Mülteci*, 8.
[13] Ecer, *E-Mülteci*, 52.
[14] Adorno, *Kültür Endüstrisi, Kültür Yönetimi*, 22-23.
[15] Ecer, *E-Mülteci*, 8.
[16] Adorno, *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi*, 117.
[17] Adorno, *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi,* 110.
[18] Ecer, *E-Mülteci*, 9.
[19] Theodor W. Adorno ve Max Horkheimer, *Aydınlanmanın Diyalektiği: Felsefi Fragmanlar*, çev. Nihat Ülner ve Elif Öztarhan Karadoğan (İstanbul: Kabalcı Yayınevi, 2010), 210.

Oyun dünyasında mülteciler ve e-Kaçakçı, Adorno ve Horkheimer'ın ortaya attığı tarzda bir ilişki içindedirler. Değişen dünya düzeninde hayatta kalmak için E-Kaçakçı tek çözüm gibi gösterilirken, E-Kaçakçının hazzını yaşadığı güç de mültecilerin ihtiyaçlarından ve çaresizliklerinden kaynaklanmaktadır. Bu ilişkiyi kültür endüstrisinin bir parçası haline getiren de karşılıklı yapılan bu takasın bir üründen ziyade sosyal medyaya dayalı olmasıdır. Adorno ve Horkheimer'ın belirttiği haz ilişkisi içerisine oyun kişileriyle beraber, kaçınılmaz olarak, seyirciyi de dahil etmek gerekmektedir. Seyirci[20] de tanık olduğu oyun kurgusu içerisinde, tüketici konumuna indirgenerek kültür endüstrisinin bir parçası haline gelmektedir.[21]

BM sözcüsünün uyardığı üzere bu yeni dünya üzerinde ihtiyaç olan tek şey bir *"akıllı telefon"*[22]dur, çünkü bireylerin varlığının kanıtı bireylerin sosyal medyadaki izleridir. Oyunda yansıtılan fonksiyonuyla paralel olarak, Dalkılıç cep telefonlarının günümüz dünyasındaki tanımını şu şekilde yapar: *"[...]cep telefonlarının dijitalleşme sürecinde akıllı telefonlara dönüşmesi ile, artık yalnızca iletişim aracı değil; aynı zamanda bir navigasyon, ajanda, eğlence aracı, kütüphane, reklamcılığın kalbi, her cepte bulunan bir doktor ve acil durum butonudur"*[23]. Oyundaki video kayıtlarının ve telefon görüntülerinin varlığı, ki bu durum oyun metninde de sıkça belirtilmiştir, bunun bir kanıtıdır. Aktarılan bu yeni dünya düzeninde dijital dünyada var olabilmek için yapılması gerekenleri, gerekliliklerıyle birlikte, e-Kaçakçı bizlerle paylaşır:

> *Uzun yollardaki yeni refakatçiniz e-Mülteci nokta kom'u cebinizde taşıyacaksınız. Yol boyunca yanı başınızda olacağız. Akıllı telefonunuz sayesinde WhatsApp ile mesajlaşacak, Skype marifetiyle ailenizle görüşecek, diğer göçmenlerin twitlerini okuyarak, Google Map'tan yol haritanızı çizerek, Instagram'dan fotoğraflara bakarak, Facebook'tan bizi layklayarak dünyanın her yerinde kendinizi güvende hissedeceksiniz.*[24]

Kültür endüstrisi kavramına göre birey bir yanılsamadan başka bir şey değildir. Adorno ve Horkheimer "The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception" başlıklı makalelerinde "[...] *birey bir yanılsamadır* [...]"[25][26] ifadesini kullanarak, bireyi kültür endüstrisinin içerisinde yer alan sonsuz bir tüketici olarak tanımlarlar. Oyunda da yansıtıldığı üzere sosyal medyada bireyin deneyimlediği yanılsamanın bir parçasıdır. Bireyler, sosyal medya kullanımları ile bireysel kimliklerini ortaya koymaktan çok kültür endüstrisini besleyen sonsuz tüketicidirler. Bireylerin bu zorunlu tercihi e-Kaçakçının varoluş sebebidir. Adorno ve Horkheimer'ın kültür endüstrisi kavramının günümüze uyarlanabilmesi ve *E-Mülteci* oyunu ile ilişkilendirilebilmesi açısından, kültür endüstrisi kavramı ile bu kavramın tarih boyunca geçirdiği değişim de önemlidir. Göz önünde bulundurulması gereken önemli bir gelişme de cep telefonunun üstlendiği anlam ve roldür. Oyunda bir nesneden çok oyun kişilerinin ve kültür endüstrisinin yorumlanmasına katkı sağlayan bir araçtır. Cep telefonu ile kurulan bu kritik ilişki, günümüz teknolojisinin kültür endüstrisi kavramı açısından yol açtığı sıkıntı çerçevesinde Dalkılıç tarafından şöyle ifade edilir:

[20]Çalışmada "seyirci" ifadesi kullanılmasına rağmen, metni okuyan okuyucunun konumlandırılması ve daha sonra tartışılacağı üzere yazar tarafından yüklenen sorumlulukları benzerdir.

[21]Seyircinin göz ardı edilemez rolü kültür endüstrisinin reklam olgusuna verdiği önem çerçevesinde, oyunun reklam içeren unsurları dahilinde detaylıca ele alınacaktır.

[22]Ecer, *E-Mülteci*, 10.

[23]Buşra Dalkılıç, "Eleştirel Teori ve Kültür Endüstrisi: Dijital Çağda Yeniden Okumak" (Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, 2024), 128.

[24]Ecer, *E-Mülteci*, 12.

[25]Adorno ve Horkheimer, "The Culture Industry", 40.

[26]İngilizce kaynaklar yazar tarafından çevrilmiştir.

> *[...] dijital çağın en fazla üzerinde durulması ve değerlendirilmesi gereken unsuru gerçek zamanlı akış teknolojileridir. Çünkü bu teknoloji, kullanıcı verilerini toplaması ve kullanması açısından yalnızca bir gizlilik veya kişisel hak meselesinden öte, gerçek zamanlı olarak akış içerisine etki edebilmesinden dolayı davranışsal dürtüler ve bilişsel kontrol ve manipülasyon meselesi haline gelmiştir.*[27]

Adorno ve Horkheimer'in 1940'larda deneyimlediğinin aksine 21. yüzyılda kültür kavramı değişikliğe uğramış ve kültür endüstrisinin yapı taşlarında da değişikliği beraberinde getirmiştir. Raymond Williams'ın da belirttiği üzere 'kültür' kelimesi tanımlaması en zor kavramlardan biridir[28]. 100'den fazla tanımı bulunan kültür, çalışma alanına göre değişiklik göstermekle beraber, sürekli bir değişim hali sergilediği için tanımlandığı zaman dilimi açısından da değişiklik göstermektedir. Sürekli değişen bir tanıma sahip olması kültür kavramını anlamlandırmayı zorlaştırmasına rağmen, değişime ve dönüşüme açık hali, teknolojiyle beraber değişen alışkanlıklar sonucu sosyal medyanın da kültür tanımının bir parçası olarak kabul görmesini sağlamıştır. Kulak'ın belirttiği üzere, *"[...] kültürel etkinlikler meta formundaki kültürel ürünler tarafından belirlenirler"*[29]. Bu açıdan kitle iletişim araçları kültür endüstrisinin vazgeçilmez öğeleridir. 21. yüzyılda da, Adorno'nun tartıştığının aksine radyo, sinema, televizyon gibi kitle iletişim araçlarının yerini sosyal medya ürünleri almıştır. Teknolojinin sözde tüketim ürünleri ortaya koyduğunu Adorno *Minima Moralia* başlıklı eserinde ifade eder:

> *Mekanik yeniden-üretim süreçleri, yeniden ürettikleri şeyden bağımsız olarak gelişmiş ve sonunda özerkleşmiştir. [...] Teknik ilerlemenin bir uzantısı da, dar kafalı bir kararlılıkla, revaçta olmayan hiçbir şey satın almama ve ne pahasına olursa olsun üretim sürecinin gerisinde kalmama inadıdır – ürünün amacı ve niteliği önemsizdir.*[30]

İçinde yaşadığımız yüzyılda yeniden üretilerek özerkliğini kazanan ve revaçta olan sosyal medyadır. Sahip olduğumuz akıllı telefonlarımız, kültür endüstrisinde en son teknolojinin sonucu ve sebebidir. *Aydınlanmanın Diyalektiği*'nde Adorno ve Horkheimer şöyle ifade ederler:

> *Standartların tüketicilerin gereksinimlerinden kaynaklandığı söylenir: bu nedenle böyle az bir dirençle kabul görürler. Gerçekten de güdümlemenin ve geleceğe olduğu kadar geçmişe de dönük gereksinimlerin yarattığı döngüdür bu ve içinde sistemin birliği giderek pekişir.*[31]

Giderek standartlaşan akıllı telefonlar ve sosyal medya kullanıcılığı da oyun dünyasında ifade edildiği üzere bir gereksinimdir. Fakat bu sözde gereksinim, kültür endüstrisi kavramı açısından yaklaşırsak, kapital sahibi egemen güçlerin toplum üzerinde kullandığı bir kontrol mekanizmasından başka bir şey değildir. Kültür endüstrisinin temel bir taşı haline gelen sosyal medya ürünleri, günümüzde Adorno ve Horkheimer'in dikkat çektiği bir başka sorumluluğu da sinema ya da televizyon gibi diğer kitle iletişim araçlarının görevlerini yerine getirir:

> *Eğlenmek her zaman bir şey düşünmemek, gösterildiği yerde bile acıyı unutmak demektir. Bunun temelinde yatan acizliktir. Gerçekten de bu bir kaçıştır, ama eğlenmenin iddia ettiği gibi fena*

[27] Dalkılıç, "Eleştirel Teori ve Kültür Endüstrisi: Dijital Çağda Yeniden Okumak", 130.
[28] Raymond Williams, *Kültür* (İstanbul: İmge Kitabevi, 1993), 8-9.
[29] Kulak, "Theodor Adorno: Kültür Endüstrisinin Kıskacında Kültür", 76.
[30] Theodor W. Adorno, *Minima Moralia*, çev. Orhan Koçak ve Ahmet Doğukan (İstanbul: Metis Yay., 2005), 124.
[31] Adorno ve Horkheimer, *Aydınlanmanın Diyalektiği: Felsefi Fragmanlar*, 163.

> *gerçeklikten değil, onun insana bıraktığı son direniş düşüncesinden kaçıştır. Eğlenmenin vaat ettiği özgürleşme, olumsuzlama olarak düşünmeden özgürleşmektir.*[32]

Gerek e-Kaçakçının bir star edasıyla sahneye girişi, gerek e-Kaçakçıya oyun boyunca eşlik eden müzik ya da perküsyon ve gerekse ekrandan gösterilen resim ve videolar seyircinin eğlenerek düşünmekten kaçış ihtiyacını giderir. E-Kaçakçı da "*eğlenmenin vaat ettiği özgürleşmeyi*" sağlayan bir aracıdır.

Adorno'ya göre, *"[k]ültür endüstrisi çaresizlerin rehberi olduğunu iddia ederken ve onlara kendi asıl çelişkileriyle karıştırmaları gereken çelişkiler uydururken, yaşamlarında asla çözülemeyecek olan çelişkileri yalnızca görünüşte çözer"*[33]. Sınırların ortadan kalktığı oyun dünyasında da bireyler çaresizliğe terkedilmiştir ve görünüşte onlara yol gösterebilecek yegâne güç e-Mülteci nokta kom'dur. E-Kaçakçı'ya göre de böyle bir durum mevcuttur: *"Siz ve biz, sevgili mülteciler, gezegenimizin geleceğini birlikte kuruyoruz!"*[34]. Adorno'nun belirttiği gibi, e-Kaçakçı BM sözcüsünü ortaya koyduğu siyasi ve sosyal durumu iyileştirmek yerine bu karmaşadan faydalanmanın peşindedir ve oyundaki kişilerin sorunlarını yalnızca görünüşte çözmektedir. E-Kaçakçı aynı zamanda sahip olduğu gücün farkında olan ve hegemonyaya hizmet etmeyi seven bir yapıdadır:

> *BIG BROTHER is watching you. Göçmenlerin büyük biraderi de benim arkadaşlar. Milyonlarca giga-baytlık veriniz e-Kaçakçı'nız olarak benim elimde ve ben sizin sanal kimliklerinizi, dijital ikizinizi kısacası smartfonlarınızı çok seviyorum!*[35]

E-Kaçakçının da belirttiği üzere akıllı telefonlar bireylerin kullanımında olsalar bile, kültür endüstrisinde birey bir yanılsamadır ve sosyal medyadaki bireysel kararlar ve adımlar yalnızca sistemin bir parçasıdır. Berry'nin de ifade ettiği üzere sosyal medya kullanıcılarına *"varoluşsal bir onay ve statü veriyor gibi görünen belgesel bir narsisizm sunar"*[36]. Oyun dünyasında asıl önemli olan oyun kişilerinin akıllı telefonlar aracılığı ile sosyal medyaya nasıl bağımlı olduklarıdır, çünkü bu bağımlılık e-Kaçakçının egemenliğini sağlayan yegâne gerekliliktir. Göç hikâyesi anlatılmak istenen asıl kadınlar da e-Kaçakçının bu kadınların akıllı telefonlarına sızması ile bizlere aktarılır. Bu bağlamda Anaba'nın hikâyesini kendinden değil, e-Kaçakçının Anaba'nın sosyal medya hesaplarından aktardığı şekilde öğreniriz. Bu durum Hoa Mi ve Zaynab için de geçerlidir.

Dijitaldeki Bireyler

Guatemalalı Anaba, Vietnamlı Hoa Mi ve Suriyeli Zaynab'ın aslında çok tanıdık gelen birer göç hikâyeleri vardır. Yerli Maya dillerinin konuşulduğu Agua Fuego adlı bir köyde yaşayan Anaba köyün dibindeki volkanın harekete geçtiği gün doğum yapan annesine mecbur kalıp yardım edince kadınlara yardım etme amacıyla ebe olmaya karar verir. Kendi halkının yaşadığı politik baskılar, General Rios'un serbest kalmasıyla adil bir dünya ile ilgili yaşadığı hayal kırıklığı ve mesleki ideallerini maddi nedenlerle gerçekleştiremediği amaçlarından ötürü, Anaba Amerika'ya göç etmeye karar verir. E-Mülteci nokta kom'un verdiği hizmetlerden faydalanarak San Francisco'ya gider ve Amerika'ya iltica başvurusunda bulunur. Hikâyesi anlatılan diğer kadın oyun kişisi de Vietnam'da kuaförlük yapan Hoa Mi'dir. Annesine, babasına ve kızına bakmakla yükümlü olan Hoa Mi *"iki metreye on metre, penceresiz bir koridor"*[37]da yaşarken kaldırımda kuaförlük yaparak ailesinin geçimini sağlamakta, bir yandan da Paris'e gitme hayalleri kurmaktadır. İnternet üzerinden görüşüp

[32] Adorno ve Horkheimer, *Aydınlanmanın Diyalektiği: Felsefi Fragmanlar*, 193.
[33] Adorno, *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi*, 117.
[34] Ecer, *E-Mülteci*, 9.
[35] Ecer, *E-Mülteci*, 13
[36] David Berry, *Critical Theory and the Digital*. (London: Bloomsbury Publishing, 2014), 144.
[37] Ecer, *E-Mülteci*, 25.

âşık olduğu Leo'nun da sözüne kanarak, kızına daha iyi bir gelecek sağlamak için yine e-Mülteci nokta kom aracılığıyla Hoa Mi de Paris'e göç eder. Fakat Leo'nun onun pasaportuna el koyduğunu, kaçak olarak çalıştığını, Hoa Mi şimdilik kızların saçlarını yapsa da gelen göçmen kızların masaj salonunda çalıştırıldığını, gençliklerini ve güzelliklerini kaybettiklerinde ise sokakta fahişelik yapmaya zorlandıklarını Hoa Mi'nin sosyal medya hesapları seyirciye aktarır. Üçüncü göçmen kadın ise Suriyeli arkeolog Zaynab'tır. Kocası Cihat da arkeolog olan Zaynab'ın hikâyesi de yol boyunca Cihat'a gönderdiği videolardan aktarılır. Antik kent kazısında önemli bir lahit keşfeden Cihat, kökten dincilerin yönetimi ele geçirmesi ve de antik eserleri yok etmeye başlamaları üzere Zaynab'ı ve doğmamış çocuğunun geleceğini kurtarmak için Zaynab'ı tehlikeli bir göç yolculuğuna gönderirken, keşfettiği lahidi yok olmaktan kurtarmak için yeniden gömmek üzere Suriye'de kalır. Oyun kişilerinin hikâyelerinin buraya kadarki aktarılan kısmı sosyal medya üzerinden bıraktıkları izler üzerinden e-Kaçakçı tarafından seyircilere anlatılır. Bu üç kadının yolu Paris'te trende kesişir. Seyirci üç kadının hikayelerini e-Kaçakçının sosyal medya bilgilerine dayanarak anlattıkları olmadan kadınların kendi kelimelerinden dinlemeye devam eder.

Yazar, oyun metninin başında ve de trende karşılaştıkları sahnede üç kadın da aynı oyuncu tarafından oynandığını belirtir. Bu nedenle üç kadının karşılaştıkları sahne için şöyle bir not düşülmüştür:

> *Üç kadını birden oynayan oyuncu bu sahneyi sadece yüzüyle oynamalı. Dümdüz sadece içinden gelen duygularla, eğilip bükülmeden, üç ayrı kadını 'taklit etmeden'. Adeta bir belgeselde üç ayrı yakın plan izliyormuşuz gibi.*[38]

Ecer'in belirttiği bu oyunculuk yöntemi sanal hayatla gerçeklik arasında ayrım yapma açısından önem arz etmektedir. E-Kaçakçının ekrandan yani sosyal medya üzerinden aktardığı oyun kişileri, Ecer'in not düştüğü bu andan itibaren "*adeta bir belgeselde*" gibi kendi kimlikleri üzerinden, aracısız olarak, yani sosyal medya yanılsaması olmadan, gözlemleme şansı verilmektedir. Bu tespiti desteklercesine üç kadını bir araya getiren sahne de Zaynab'ın doğum sahnesidir. Hoa Mi ve Anaba'nın yardımı ve desteği ile Zaynab trende doğum yapar. Sınırların kalktığı, nüfusun büyük çoğunun göçebe halinde yaşadığı bu dünya düzeninde hareket eden bir trende doğum yapması oyunun konusu ve koşulları gereği de uyumlu bir ayrıntı olmuştur. Annesinin göç etmesi esnasında hareket eden bir trende doğan bir bebek, göç olgusunun aidiyet kavramını nasıl değiştirdiğine dair ironik bir örnek olarak oyunda aktarılmıştır. Bir yanda da Zaynab'ın belirttiği üzere bu erkek bebek[39] umudu sembolize etmektedir: *"Tanrım, tam umut bitti derken böyle bir şey oluyor ve umut yeniden doğuyor. Oğlan. Bir oğlum oldu. Bir umudum oldu"*[40]. Fakat ne için umutlanmamız gerektiği çok açık değildir, çünkü oyun yine sosyal medya vurgusu ile bitirilir: *"Bir bebeğin Facebook sayfası. Her dilden tebrik mesajları fotoğrafın altına düşer"*[41]. Böylelikle bir coğrafyaya ait olma kavramı, sanal dünyanın gücünü ve kültür endüstrisi kavramını yeniden şekillendirme etkisini kanıtlar biçimde teknolojiye ve sanal dünyaya aitlik şekli ile yer değiştirmiştir. Kadın mültecilerin birbirleriyle tanışma ve doğum anı ile verilen gerçeklik yerini kısa sürede sosyal medyaya ve sanal gerçekliğe bırakmıştır. Bu açıdan oyunun sonu sistemin devamını vurgular şekilde de yorumlanabilir. Bu bakımdan umut düzenin ya da sistemin değişeceğine dair değildir. Tam tersine, kültür endüstrisi kavramının açıkladığı üzere, egemen ideolojinin destekleneceği sosyal medya

[38] Ecer, *E-Mülteci*, 45.

[39] Şüphesiz ki anlatılan göç hikâyelerinin kadınlar hakkında olması, doğan çocuğun cinsiyetinin erkek olması, Anaba'nın "Savaşçı" anlamına gelen abisinin ismi yerine "Umut" anlamına gelen "Akene" ismini önermesi gibi nedenler oyunun toplumda var olan cinsiyet rolleri açısından okunmasına imkân tanımaktadır. Bu bağlamda göçmenlik ve mültecilik sorunları cinsiyet kavramı bakımından yorumlanabilecek olsa da makalenin amacı oyunun kültür endüstrisi kavramı açısından incelenmesidir. Bu yönde bir inceleme başka bir çalışmanın konusu olabilecektir.

[40] Ecer, *E-Mülteci*, 49.

[41] Ecer, *E-Mülteci*, 51.

üzerinden gelen mesajlarla ima edilmektedir. Maya dilinde barış anlamına gelen Akene bebek, sistemin bir müşterisi haline gelerek sistemin devamını sağlayacak bir parça olacaktır. İsminin anlamı ve genel olarak doğumu umudu simgelese de Ecer ne derecede geleceğe dair umudu ön plana çıkarmayı hedeflemektedir tartışılır bir yorumdur. Zira, oyunun kültür endüstrisi kavramı açısından okuması bireyin bir yanılsama olduğu durumunu bir kere daha hatırlatarak, Akene'yi yalnızca kültür endüstrisinin bir parçası haline getirebilir. Nitekim Horkheimer'ın *Geleneksel ve Eleştirel Kuram*'da belirttiği üzere,

> *[a]çık ki, günümüzde bireyin tözü kendi içinde kapalı kalmaktadır. Bireyin entelektüel anlatımları artık gerçekten onun insani doğasıyla bağıntılı değildir; her defasında durum neyi gerektiriyorsa ona yönelmektedirler. Popüler yargı, ister doğru olsun ister yanlış, toplumun öteki işlevleri gibi, yukarıdan yönlendirilmektedir. Kamuoyu ne denli uzmanca araştırılırsa araştırılsın, istatistiksel ve ruhbilimsel araçlarla ne denli derinlemesine yoklanırsa yoklansın – tüm bu yöntemlerin karşısına çıkan, hep bir düzenektir, asla insani merciler değil.*[42]

Akene doğar doğmaz bir Facebook sayfasına sahip olarak ve sosyal medyada dijital ayak izleri bırakmaya başlayarak düzeneğin bir parçası olur. Anaba, Hoa Mi ve Zaynab'ta gördüğümüz gibi sosyal medya hesapları her üç kadını e-Kaçakçının kontrolü altına sokmaktadır. Akene'nin e-Kaçakçıya, yani sisteme, boyunduruğu da dijital ayak izleri ile başlamaktadır. Ve bir gün onun hikâyesi de e-Kaçakçı tarafından, sistemin övgüsüne hizmet edercesine, bu doğum anından ve gönderilen tebrik mesajlarından başlayarak anlatılacaktır. Bu durum Dalkılıç'ın bakış açısını destekler niteliktedir: *"Artık post modern öznenin bir donanımı haline gelen dijital teknolojilerle birlikte, öznelliği değersizleştirilir. Bir üye, bir kullanıcı haline gelen özne, kendi başına saygı duyulmaz hale gelmiştir"*[43]. Akene'nin sosyal medya üzerinden varoluşu Eyrek'in ortaya koyduğu bellek tanımını da doğrular: *"Ekran belleği, anı yaşayan ancak anı biriktirilmeyen, geçmişin yerini şimdinin aldığı, zaman ve mekandan bağımsız, belleğini dijitale emanet eden bir belleksiz toplumu ifade etmektedir"*[44]. Eyrek devamında şunu belirtir: *"Bellek yitiminde kültür endüstrilerinin etkilerinden biri de bu ürünlere ulaşan insanların aynı şeyleri seven, giyen, okuyan yani tek tip bir insan yaratması olmuştur"*[45]. Yolu kesişen bu üç kadının dijital dünyada var olması ve Akene'nin doğumunun sosyal medya ile tasdik edilmesi bu yorumları destekler niteliktedir. Akene'nin doğumu ile düşen tebrik mesajlarına perküsyonun da eşlik etmesi, Akene'nin toplumsal durumların ve dünya düzeninin değişebileceğine umut olabileceğinden ziyade, sistemin bireyleri nasıl kontrol ettiğinin ve onları nasıl bir yanılsamaya hapsettiğinin bir göstergesi olarak değerlendirilebilinir.

Reklamlar Kuşağı

Şu ana kadar tartışılan kavramlarla beraber *e-Mülteci* oyunu aynı zamanda kültür endüstrisi kavramının en önemli bileşenlerinden olan reklam olgusunu da içermektedir. Adorno ve Horkheimer'a göre, *"[r]eklam kültür endüstrisinin yaşam iksiridir"*[46]. Bu görüş Kulak tarafından şöyle açıklanmıştır: *"Bu ifade, reklamın hem kültürel ürünlerin üretilmesi için gereken ekonomik katkıyı yapması bakımından hem de tüketim merkezli bir toplum için kültürel ürünlerde yansıtılacak malzemenin verilmesi bakımından geçerlidir"*[47]. Adorno ve Horkheimer reklamın önemini şu şekilde vurgulamaya devam ederler:

[42] Max Horkheimer, *Geleneksel ve Eleştirel Kuram*, çev. Mustafa Tüzel (İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2005), 492.
[43] Dalkılıç, "Eleştirel Teori ve Kültür Endüstrisi: Dijital Çağda Yeniden Okumak", 139.
[44] Aysun Eyrek, "Kültür Endüstrisinde Bellek Yitimi: Ekran Belleği" (Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, 2019), 127.
[45] Eyrek, "Kültür Endüstrisinde Bellek Yitimi: Ekran Belleği", 128.
[46] Adorno ve Horkheimer, *Aydınlanmanın Diyalektiği: Felsefi Fragmanlar*, 215.
[47] Kulak, "Theodor Adorno: Kültür Endüstrisinin Kıskacında Kültür", 90.

> *Reklam ve kültür endüstrisi hem teknik hem de ekonomik olarak birbiriyle kaynaşır. Her ikisinde de aynı öğe sayısız yerde görünür ve aynı kültür ürününün mekanik yinelenmesi, aynı propaganda sloganının durmadan yinelenmesiyle aynı şeydir. Etkili olma buyruğu altında teknik psiko-tekniğe, yani insan davranışlarını idare etmeye dönüşür. Her ikisinde de hem çarpıcı hem bildik, hem hafif hem akılda kalıcı, hem ustalıklı hem de basit olma normu geçerlidir; her şey kafası dağınık ya da dirençli olduğu düşünülen müşteriyi alt etmek içindir.*[48]

Bu bağlamda bir yıldız edasıyla sahneye çıkan e-Kaçakçı oyun boyunca her fırsatta sunduğu ürünlerin tanıtımını yapmayı ihmal etmez. Şu ana kadar tartışıldığı rollerinin yanı sıra, e-Kaçakçı aynı zamanda oyunun bir reklam gibi yansıtılması noktasında da önemli bir rol edinir. Devamlı olarak anlatıma ara veren e-Kaçakçı hikâyelerinin arasında düzenli olarak kendisinin ve e-Mülteci nokta kom'un önemine vurgu yapar. Zaman zaman verilen şu sloganlar da bu duruma örnek teşkil etmektedir:

- *Sevgili E-Mülteci, bizi seçmekle en doğru kararı verdiniz.*[49]
- *Bundan sonra her ülkede yeni insan kaçakçıları aramaya paydos! Paranızı alıp kaçan, size sahte yeleklerle defolu botlar satan canavarlara son!*[50]
- *Ufacık bir girişim olarak başlattığım e-mülteci nokta kom, bugün, 33 ülkeye yayılmış ağıyla 7/24 hizmet veriyor.*[51]
- *Ve inanın, her türlü konforunuzu düşündüğümüz gibi ruhani ihtiyaçlarınızı da karşılıyoruz. [...] İşte onun için e-mülteci nokta kom'u seçiyorsunuz!*[52]
- *Hoa Mi Paris'te yepyeni bir hayata başladı, e-mülteci nokta kom sayesinde, sen de fiyatlarımızdan ve promosyonlarımızdan anında haberdar ol!*[53]

Görme Biçimleri adlı eserinde John Berger gündelik hayatta etrafımızı saran reklam imgelerini şöyle vurgular: *"Yaşadığımız kentlerde hepimiz her gün yüzlerce reklam imgesi görürüz. [...] Bir an için de olsa bu mesajlar belleğimizi imgeleme, anımsama ya da beklentiler yoluyla uyarırlar. Reklam imgesi anlıktır"*[54]. E-Kaçakçı da yukarıda listelenen mesajlarla düzenli olarak seyircinin belleğini uyarır. Anaba, Hoa Mi ya da Zaynab'ın hikâyelerinin aktarıldığı varsayılırken, e-Kaçakçının hikâyeye müdahalesiyle anlık olarak bir reklam imgesi belirir. Berger'a göre reklam imgelerinde *"[ç]oğu zaman geçmişten, her zaman da gelecekten söz edilir"*[55] aynı Anaba, Hoa Mi ve Zaynab'ın geçmiş hayatı anlatılırken e-Mülteci nokta kom'un geleceği nasıl şekillendirdiği vurgusunun oyunda verildiği gibi. Reklamın kültür endüstrisindeki yeriyle bağlantılı olarak reklamın kapitalist sisteme etkisini Berger şu şekilde açıklar:

> *Reklamlarla her birimize bir nesne daha satın alarak kendimizi ya da yaşamlarımızı değiştirmemiz önerilir. Aldığınız bu yeni nesne der reklam, sizi bir bakıma daha zenginleştirecektir – aslında o nesneyi almak için para harcayarak biraz daha yoksullaşacak olsanız bile!*[56]

[48] Adorno ve Horkheimer, *Aydınlanmanın Diyalektiği: Felsefi Fragmanlar*, 217.
[49] Ecer, *E-mülteci*, 11.
[50] Ecer, *E-mülteci*, 11.
[51] Ecer, *E-mülteci*, 23.
[52] Ecer, *E-mülteci*, 34.
[53] Ecer, *E-mülteci*, 32.
[54] John Berger, *Görme Biçimleri* çev. Yurdanur Salman (İstanbul: Metis Yayınları, 2005), 129.
[55] Berger, *Görme Biçimleri,* 130.
[56] Berger, *Görme Biçimleri*, 131.

Hoa Mi'nin deneyimi de açıkça bu fikri desteklemektedir. E-Kaçakçı Hoa Mi'ye reklamlar kuşağında umudu, aşkı, hayallerini vadeder: *"Gerçek aşk, hiç imgeleminizin size vaat ettiği aşktan daha güzel olabilir mi? Bunu bilmek istiyorsanız eğer, tek çözüm, sanal aşkınızı gerçekten yani etten kemikten karşınızda görmek, kısacası e-mülteci nokta kom ile yola çıkmak..."*[57]. Yaşamını iyileştirmek amacıyla pazarlanan hizmet, Hoa Mi'nin daha da acı çekmesine neden olmuştur, çünkü ailesinden ve kızından ayrıldığı gibi kendi bedeni bir metaya dönüştürülmüştür ki bu durum e-Kaçakçı için yine bir reklam malzemesine dönüşmüştür:

> *Dünya döndükçe kadınlar göç edecek, dünya döndükçe e-mülteci nokta kom onlara sınırları geçirecek. Biz, erkeklerin arzularını, şehvetlerini ve kadınların ihtiyaçlarını karşılamak için her zaman hizmetinizde olacağız.*[58]

E-Kaçakçının oyundaki bu tutumu bir kez daha Adorno ve Horkheimer'ın düşüncelerini örneklendirir: *"Tüm dallarıyla kültür endüstrisi gündelik yaşamdan bir kaçış vaat eder; tıpkı bir Amerikan mizah dergisinde kızın evden kaçmasını gösteren karikatürde olduğu gibi: karanlıkta merdiveni tutan kişi babadır. Kültür endüstrisi aynı gündelik yaşamı cennet gibi sunar"*[59]. E-Kaçakçının vaatleri de duruma uyum sağlayarak, aynı Hoa Mi'nin örneğinde olduğu gibi, oyun boyunca devam eder.

E-Kaçakçının e-Mülteci nokta kom'un hizmetlerine dair propagandası devam ederken Adorno ve Horkheimer'ın belirttiği "propoganda sloganı" oyun metninin sonunda belirtildiği üzere *"reklam jingle'ı gibi bestelenmiş bir şarkı"*[60] ile desteklenir. Yine yazarın notunda belirtildiği üzere Fransa yapımında Richard Dubelski'nin bestelediği jazz perküsyonları kullanılırken, Türkiye yapımında Ece Dorsay'ın bestelediği jingle kullanılmıştır[61]. Duyar duymaz insanda eşlik etme isteği uyandıran, insanın zihninde yer eden ve durduk yere melodiyi mırıldanmasını sağlayan bu jingle'ın sözleri de şu şekildedir[62]:

> *Bu yolları geçeceksin*
> *Denizleri aşacaksın*
> *Hendeklerde koşacaksın*
> *E-Mülteci nokta kom!*
> *Savaştan yoksulluktan*
> *Sulardan susuzluktan*
> *Bombalardan bıktınız*
> *Çok çaresiz kaldınız*
> *Hiç kalmadı borcunuz*
> *Bitti artık korkunuz*
> *Uzun yolda dostunuz*
> *E-Mülteci nokta kom*[63]

[57] Ecer, *E-mülteci*, 28.
[58] Ecer, *E-mülteci*, 34.
[59] Adorno ve Horkheimer, *Aydınlanmanın Diyalektiği: Felsefi Fragmanlar*, 190.
[60] Ecer, *E-mülteci*, 54.
[61] Ecer, *E-mülteci*, 54.
[62] Sedef Ecer'in "jingle" olarak adlandırdığı müziği metinde geçen sözleriyle beraber, oyunun Türkiye prodüksiyonunda dramaturg olarak görev olan İzzeddin Çalışlar'ın yüklediği videodan dinleyebilmek mümkündür: https://www.youtube.com/watch?v=nwoFWaooegs
[63] Ecer, *E-mülteci*, 54.

Sözler oyunun teması ile uyumluyken, asıl bestesi insanı kavrar, aynı bir reklamın kişiyi etkilemesi gibi. Oyunda kullanılan reklam jingle'ı seyirciye aslında bir oyun izlediği gerçeğini değil de bir reklam filminin içinde olduğu hissini verir. Yani önemli olan Anaba, Hoa Mi ya da Zaynab'ın hikâyelerini paylaşmak değil, aksine e-Kaçakçının, e-mülteci nokta kom'un reklamını yapmasıdır. Bu sonucu, yukarıda örneklendirildiği gibi, e-Kaçakçının seyirciyi hikâyeleri dinlemeye davet etmesinden de çıkarabiliriz. Bu bağlamda jingle gerek sözleri gerekse müziğiyle oyunun önemli bir parçası haline gelir. Kültür endüstrisi açısından ele alındığında da belki de e-Kaçakçıdan sonraki oyundaki en önemli parça olarak adlandırılabilir. Hem sözleri hem melodisiyle seyirciyi kavrar ve dikkati üstünde toplar. Bu noktada seyirci, hikayesi aktarılan üç kadının yaşadıklarından uzaklaşır, jingle'ın insanı eşlik etmeye zorlayan melodisine kendisini kaptırıp gidebilir. Aynı kültür endüstrisinin reklamlarla amaçlananı açıkladığı gibi.

Oyunun sanki bir reklam filmiymiş gibi algısı e-Kaçakçı'nın anlatı rolünde de gözlemlenebilir. E-Kaçakçının, oyunun başında, seyirciyi yarattığı sanal dünyaya nasıl çektiği yeniden yorumlandığında, e-Kaçakçının seyirci üzerindeki kontrolu fark edilebilir:

> *Refakat ettiğim akıllı telefonların içine girerek, sayemde ferah feza kaçak seyahat eden göçmenleri tanımak istemez misiniz? Çocuk gelin olmaktan kaçan bir Türk kızının, baskı gören bir İnka yerlisinin, transfobiden kaçan Faslı bir travestinin, su baskınından kaçan bir Bangladeşli'nin sanal dünyasına girerek, onların internette bıraktığı ayak izlerini, dijital bilgi deryasını görmek istemez misiniz?*[64]

Bu sorularının ardından e-Kaçakçı ekranda beliren telefonlardan birini seçer, telefonun şifresini kulaklıktan söylerler. Böylelikle sosyal medya hesaplarından hareketle Anaba'nın hikâyesi anlatılmaya başlanır. Fakat özellikle e-Kaçakçı'nın seyircilere yönelttiği sorular, anlatılan hikâyelerin amacı konusunda seyircileri bir sorgulamaya itmelidir. E-Kaçakçı'nın sahneye girişi ile anlaşılabileceği üzere seyirci de bir gösterinin içerisindedir; Anaba, Hoa Mi ve Zaynab bu gösterinin birer öğeleridir. Bu gösterideki her bir detay da e-mülteci nokta kom'un pazarlamasına hizmet etmektedir. Kısacası oyun seyirciyi bir reklam metninin içine hapseder. Adorno ve Horkheimer, *"[k]ültür endüstrisi ürünleri insanlar perişan halde olsa bile canlı bir biçimde tüketileceklerdir"*[65] ifadesiyle oyunun yarattığı çelişkiyi de dile getirirler. Bir gösteri havasında başlayan oyun, reklam kuşağı içerisinde yaşanan trajedileri ortaya koyar. Seyirci de gözler önüne sunulan bu trajedileri alkış tutarak eğlence kültürü anlayışı içerisinde izlemektedir ki oyunun sonunda ekrana yansıtılan tebrik mesajları bu durumun bir örneğidir. Tüm bu açılardan bakıldığında ekonomik kaygılarla yapılan bir reklamın yanı sıra, endüstrisinin, yani sistemin, kendi reklamıdır oyun aynı zamanda. Oyunu bir reklam olarak algılandığında ve bu reklama kültür endüstrisi kavramı ile yaklaşıldığında, *E-Mülteci* adlı oyunun sistemin kendisini eleştirmeyi hedeflediğini söylemek mümkündür. Anaba, Hoa Mi ve Zaynab, göç kavramı gibi, reklamı yapılan öğelere hizmet etmekte, böylelikle kültür endüstrinin eleştirisi günümüz sosyal medya kavramı üzerinden yapılmaktadır.

Yazarın anlatım biçimini göz önünde bulundurulduğunda, Ecer'in kültür endüstrisi kavramını mültecilik ve göçmenlik kavramlarına ve bu kavramların algılanış şekillerine bir eleştiri olarak kullandığı ifade edilebilinir. Elif Özgen, Sedef Ecer ile röportajında oyunun göçmenlik meselesini nereden yakalayacağını sorduğunda Ecer oyunun farklı bakış açısını dile getirir:

> *Ben iltica ve göç üzerine 2009 yılından beri 3 farklı oyun yazdım. Bunun boyutlarının ne kadar büyüyeceğini ve nasıl bir toplumsal fenomene dönüşeceğini hissediyordum o zamandan beri. Ama müneccim*

[64] Ecer, *E-mülteci*, 12-13.
[65] Adorno ve Horkheimer, *Aydınlanmanın Diyalektiği: Felsefi Fragmanlar*, 170.

> *olduğum için değil, konuyla ilgili yıllardır çalışan sosyologlar, dernekler, sanatçılarla iletişim halinde olduğum için. Daha önceki oyunlarımdan farklı olarak bunda bir adım öteye geçmem gerekiyordu çünkü artık iltica üzerine söylenebilecek çok da yeni bir şey kalmadı. Her şeyin en ekstrem noktasını bütün gün sosyal medyada görüyoruz zaten. Ben de dünyada devletlerin kalmadığı, sadece sınırların var olduğu, her vatandaşın bir mülteciye dönüştüğü, kimsenin evinin olmadığı bir durum hayal ettim. İklimsel ve siyasi koşullardan dolayı herkes mütemadiyen bir yerden bir yere göç ediyor ve yanlarına alabildikleri tek şey cep telefonu. Her akıllı telefon bir seyahatname ve her biri bir göçmen kadını anlatıyor.*[66]

Ecer, *"söylenebilecek çok da yeni bir şey kalmadı"* diyerek bir yandan bu konuya ne kadar aşina olunduğuna dikkat çekerken, bir yandan da bu aşinalığın getirdiği vurdumduymazlığa dikkat çekiyor. Bu bağlamda Ecer, kültür endüstrisi kavramı aracılığıyla seyircisinin ve de okurun algılarını yeniden açmayı hedefliyor denilebilir. Mültecilik ve göçmenlik kavramlarının bir reklam formatında yeniden yansıtılması, durumun trajik anlatımına aşina olan seyirci için mülteciliğin ve göçmenliğin yeniden sorgulanmasını sağlıyor. Gerek medyadan gerek sosyal medyadan pasif konumda izlenilen göçmenlik hikâyelerinin aksine, bu oyunda seyirci artık aktif bir rol almaya zorlanıyor. Oyunun bir reklam olduğu varsayımından hareketle bu reklamın hedefinde olan kitle de oyunun izleyicisi ve de okuyucudur. Seyirci, E-Kaçakçının kendisini etkilemesine izin verip oyunda kullanılan reklam müziğine tempo mu tutacak, yoksa kültür endüstrisinin tuzağına düşmeyip E-Kaçakçının konumunu sorgulamaya mı başlayacak? Seyirciye yüklenen bu rol, seyirciyi göçmenlik ve mültecilik kavramlarının aktif muhatabı kılar. Sedef Ecer seyirciyi ekstrem dünyanın içine dahil ederek sorunun bir parçası haline getirir. Oyunun basılı metninde de Ecer daha oyun başlamadan bu sorumluluk hakkında uyarır. Ecer metinde bulunan önsöze Diderot Peguy'dan yaptığı alıntıyla, *"Kayıtsızlık, canavarlıktır,"* başlar ve sözü devralır:

> *Adına 'mülteci krizi' dedikleri insanlık trajedisi başladığından bu yana kayıtsızlığımız ruhlarımızı canavarlaştıran boyutlara ulaştı. İşte tam da bu yüzden, 'alışmış ruhların' canavarlıkta nereye kadar gidebileceğini hayal etmeye çalıştım. Umudu elden bırakmadan ama; umut biterse kayıtsızlık kazanır çünkü.*[67]

Ecer'in dikkati çektiği umut, Akene'nin umudu simgelediği yorumunu çelişkili hale getirerek seyirciyi umudu oluşturabilecek asıl hedef olarak belirliyor. Bir başka deyişle, oyunda aktarılan sistemi ve düzeni değiştirebilecek olan Akene değil, ki doğumu sahne üzerinde gerçekleşse de var oluşu sanal dünya üzerinden aktarılmıştır, seyircidir. Ecer'in seyirciye yüklediği rol, seyircinin oyundan aldığı mesajla orantılı olarak sistemin değişmesine dair muhtemel bir umut içermektedir.

Sonuç

Yoluna İzmir Uluslararası Tiyatro Festivalinde transmedia atölyesinde başlayan *E-Mülteci* hem Fransa'da hem de İstanbul'da profesyonel oyuncular tarafından sahneye kondu. Neredeyse gündelik hayatın sıradan bir parçası haline gelen göçmenlik ve mültecilik konularını ele alan oyun, bu konuları yine gündelik hayatın vazgeçilmezlerinden olan sosyal medya üzerinden bizlere ulaştırıyor. Sınırların ortadan kalktığı ve sosyal medyanın gücü simgelediği bu yeni dünya düzeninde, göçmenlik ve mültecilik de metalaştırılmakta ve de kültür endüstrisinin bir ürünü olarak sunulmaktadır. Adorno ve Horkheimer'ın ortaya koymayı amaçladığı

[66] Elif Özgen, "İnternet sitesi değil, tiyatro oyunu: E-mülteci.com," CNNTÜRK, 18 Nisan, 2016, https://www.cnnturk.com/kultur-sanat/sahne/internet-sitesi-degil-tiyatro-oyunu-e-multeci-com-536015.

[67] Ecer, *E-mülteci*, 6.

biçimde bireyin bir yanılsama olduğu oyun dünyasında, örneklenmeye çalışıldığı üzere, üç kadın birer tüketici olarak kültür endüstrisini beslerler. Guatemalalı Anaba, Vietnamlı Hoa Mi ve Suriyeli Zaynab'ın acı dolu göçmenlik deneyimleri göçmenlik ve mültecilik sorunlarına örnek teşkil ediyor gibi dursa da bu üç oyun kişisi hikâyeleri ile sosyal medyanın varlığını ve de kültür endüstrinin günümüz teknolojik dünyasında sürdürülüşünü destekler. Bir distopya olarak da algılanabilecek bu düzende E-Kaçakçı üzerinden sosyal medyanın kullanımı hem kültür endüstrisi kavramına hem de göçmenlik ve mültecilik kavramlarının algılanmasına bir eleştiri amacı gütmektedir. Bu bağlamda hem seyircilerin dikkatini çekmek hem de hedeflenen eleştiriyi aktarabilmek amacıyla kültür endüstrisinin önemli bileşenlerinden reklam olgusu oyun içine yerleştirilerek aktarılmıştır. Bir oyun değil de seyirci sanki bir reklam filmi izliyor edasıyla aktarılan hikâyede, Ecer seyirciye de aktif bir rol biçerek, seyirciye kültür endüstrisinin bir öğesi olmakla sisteme ve göçmenlik sorunlarına eleştirel bakabilmek arasında bir seçim şansı sunuyor. Ecer'in yarattığı distopik fakat renkli dünyada, bir diğer deyişle yaratılan reklam algısının içerisinde, izleyicilerin ve de okuyucuların, hem kültür endüstrisini hem de göçmenlik ve mültecilik olgularını sorgulamak üzere aktif birer rolü bulunmaktadır.

Etik Kurul Onayı	Çalışma için etik kurul onayı gerekmemektedir.
Hakem Değerlendirmesi	Dış bağımsız.
Çıkar Çatışması	Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.
Finansal Destek	Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Ethics Committee Approval	Ethics committee approval is not required for the study.
Peer Review	Externally peer-reviewed.
Conflict of Interest	The author has no conflict of interest to declare.
Grant Support	The author declared that this study has received no financial support.

Yazar Bilgileri / Author Details

Banu Öğünç (Doç. Dr.)

[1] Aksaray Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Batı Dilleri ve Edebiyatları Bölümü, Aksaray-Türkiye

0000-0001-8794-7464 banuogunc@outlook.com

Kaynakça | Bibliography

Adorno, Theodor. W. *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi.* Çevirenler Nihat Ülner, Mustafa Tüzel ve Elçin Gen. İstanbul: İletişim Yayınları, 2016.

Adorno, Theodor. *Minima Moralia*. Çevirenler Orhan Koçak ve Ahmet Doğukan. İstanbul: Metis Yayınları, 2005.

Adorno, Theodor W. ve Horkheimer, Max. *Aydınlanmanın Diyalektiği: Felsefi Fragmanlar*. Çevirenler Nihat Ülner ve Elif Öztarhan Karadoğan. İstanbul: Kabalcı Yayınları, 2010.

Adorno, Theodor W. ve Horkheimer, Max. "The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception." Editor Simon During. *The Cultural Studies Reader*. London: Routledge, 1999.

Berger, John. *Görme Biçimleri*. Çeviren Yurdanur Salman. İstanbul: Metis Yayınları, 2005.

Berry, David. *Critical Theory and the Digital*. London: Bloomsbury Publishing, 2014.

Dalkılıç, Buşra. "Eleştirel Teori ve Kültür Endüstrisi: Dijital Çağda Yeniden Okumak." Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, 2024.

Ecer, Sedef. *E-Mülteci*. İstanbul: Habitus, 2018.

Eyrek, Aysun. "Kültür Endüstrisinde Bellek Yitimi: Ekran Belleği." Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, 2019.

Horkheimer, Max. *Geleneksel ve Eleştirel Kuram*. Çeviren Mustafa Tüzel. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2005.

Kulak, Önder. "Theodor Adorno: Kültür Endüstrisinin Kıskacında Kültür." Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi, 2016.

Özgen, Elif. "İnternet sitesi değil, tiyatro oyunu: E-mülteci.com." *CNNTÜRK*, 18 Nisan 2016. https://www.cnnturk.com/kultur-sanat/sahne/internet-sitesi-degil-tiyatro-oyunu-e-multeci-com-536015.

Williams, Raymond. *Kültür*. Çeviren Suavi Aydın. İstanbul: İmge Kitabevi, 1993.

"4. Festival Basın Bülteni." *İzmir Tiyatro Festivali*. Yayın tarihi 2015. https://www.izmirtiyatrofestivali.org/2015-4-festival-basin-bulteni/.