

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA ANABİLİM DALI
İLETİŞİM BİLİMLERİ BİLİM DALI

YENİ MEDYA ÇAĞINDA BİREYSELLİK YANILSAMASI

Yüksek Lisans Tezi

OKAN ŞEKER

İstanbul, 2020

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA ANABİLİM DALI
İLETİŞİM BİLİMLERİ BİLİM DALI

YENİ MEDYA ÇAĞINDA BİREYSELLİK YANILSAMASI

Yüksek Lisans Tezi

OKAN ŞEKER

Danışman: PROF. DR. FİLİZ AYDOĞAN BOSCHELE

İstanbul, 2020

KISALTMALAR

C.	Cilt
ev.	Çeviren
Ed.	Editör
hzt.	Hazırlayan
S.	Sayı
s.	Sayfa



ÖZ

Kitle iletişim araçlarında artan etkileşim boyutu toplumsal yaşamda var olan yanılsamayı arttırarak derinleştirmiştir. Tarihsel süreç boyunca gelen yanılsama çeşitli şekillerde kendini göstermiştir. Antik Çağ'ın yurttaş anlayışı, Orta Çağ'ın dogmatik havasında ve son olarak Yeni Çağ'ın modern insanında bireysellik bir yanılsama içerisinde yaşanmıştır. Toplum içerisinde var olan yanılsamalar ise bireyin var olduğundan beri geliştirdiği iletişim araçlarıyla etrafı çevrelenmiştir. Her iletişim aracı kendinden önceki iletişim aracının anlatısal ve biçimsel özelliklerini devralarak geliştirmesi, yanılsamanın artışında etken olmuştur. Kullanılan iletişim aracı ise toplumsal mevcut dönüşümden bağımsız olmayarak kendine özgü ekonomik, siyasal ve toplumsal bir dil geliştirmiştir. Matbaa ile başlayan günümüzde yeni medya teknolojileriyle devam eden iletişim araçlarıyla modern bireyin ortaya çıkışı eşzamanlı olarak gelişmiştir. Toplumsal dönüşüme katkı sunan iletişim araçları kurulan endüstriyel toplum içerisinde bireyi nesne konumuna indirgemede de aktif rol oynamıştır.

Sosyal yaşamın kaosundan kaçan veya bilgi almak isteyen insanlar soluğu her çağda kitle iletişim araçlarında almışlardır. Sözlü kültürün baskın olduğu dönemde ozanlar ve şairler anlatıları gerçekleştirirken, yazılı kültürde romanlar ve gazeteler, görsel kültürde ise televizyon bu görevi üstlenmiştir. Çağımızda ise bu görev artık yeni medya araçlarındadır. Yeni medya ortamları da diğer iletişim araçları gibi yanılsamayı yıkan değil sürdüren yeni bir kitle kültürünü ortaya çıkarmıştır. Bu yeni kitle kültürü de etkileşim alanları algoritmalar tarafından gözetlenen, toplanan verilerinin ticari değer olarak sürekli üretildiği alanlardan oluşmaktadır.

Tüm bunlar ışığında çalışmada tarihsel süreç içerisinde bireysellik yanılsaması ele alınmıştır. Kitle iletişim araçlarında bireyin artan etkileşim olanakları örneklerle açıklanmış yanılsamayla ilişkisi ortaya konmuştur. Son olarak yeni medya ortamları içerisinde ele alınan bireysellik yanılsaması bireylerin en çok karşılaştıkları

alan olan sosyal medya platformları üzerinden incelenmiştir. Öte yandan etkileşim alanlarının ekonomik gözetimi ve sınırlandırılması filtre baloncukları üzerinden tartışılmış olup yeni kitle kültürünün alanları detaylı olarak ortaya konulmuştur. Yeni medyanın belirtildiği gibi toplumsal ve bireysel alanları genişletmediği aksine yanılısamayı sürdürdüğü ve dönüşüme uğrattığı ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: bireysellik yanılısaması, yeni medya, etkileşim, iletişim bilimi, sosyal medya



Abstract

Increased interactivity in mass media has deepened the illusion that exists in social life. The illusion that comes through the historical process has manifested itself in several ways. Individuality was experienced in an illusion; citizen understanding of Ancient times, in dogmatic atmosphere of the Middle Ages, and finally in the Modern human of the modern age. The illusion that exist within society are surrounded by the tools of communication that the individual has developed since its existence. Each communication tool has taken over the narrative and formal characteristics of the communication tool before it and has developed an increase in the illusion. The communication tool used was not independent of the current social transformation and developed a distinctive economic, political and social language. Beginning with the printing press, the emergence of the modern individual has developed simultaneously with the tools of communication, which continues with new media technologies. Communication tools that contribute to social transformation have also played an active role in reducing the individual to an object within the established industrial society.

In every era people fleeing the chaos of social life or seeking information have been caught up in the mass media. In the period when oral culture was dominant, bards and poets performed narratives, while novels and newspapers in written culture and television in visual culture assumed this mission. In our age, this mission is now in New Media tools. The New Media has revealed a new mass culture that, continues not to break the illusion. This new mass culture also consists of areas of interaction that are monitored by algorithms, where their collected data is continuously generated as commercial value.

In light of all these, the study examined the illusion of individuality in the historical process. The increased interaction possibilities of the individual in the mass media have been explained by examples and their relationship with the illusion has been revealed. Finally, the illusion of individuality in new media environments has been examined through social media platforms, which are the area where individuals encounter it most. On the other hand, economic surveillance and limitation of

interaction areas were discussed through filter bubbles and new areas of mass culture were revealed in detail. It has been revealed that New Media does not expand social and individual areas as stated, but rather perpetuates the illusion.

Keywords: the illusion of individuality, new media, interaction, communication science, social media



İÇİNDEKİLER

	Sayfa No.
KISALTMALAR.....	i
ÖZET.....	ii
ABSTRACT.....	iv
1. GİRİŞ.....	1
2. TARİHSEL SÜREÇ İÇERİSİNDE BİREY.....	5
2.1 Birey ve Bireysellik Kavramı.....	5
2.2 Bireyin Ortaya Çıkışı ve Toplumsallaşması.....	9
2.2.1 Kent Devletlerinin Doğuşu.....	11
2.2.2 Antik Yunan'da Polisler.....	13
2.2.3 Yurttaşlık Kavramı Çerçevesinde Birey.....	15
2.2.4 Antik Yunan Filozofları Düşüncesinde Toplumsal Düzen ve Birey	20
2.3. Tanrısal İrade Karşısında Birey.....	25
2.3.1 Zorunlu Halin Devamı, Kölelikten Serfliğe Geçiş.....	27
2.3.2 Tümmeller Tartışması, İlk Günah ve Birey.....	31
2.3.3 Ara Dönem: Rönesans ve Reform.....	36
2.3.4 Modern Bireye Doğru.....	43
2.4. Aydınlanmanın Endüstriyel Bireyi.....	45
2.4.1 Aydınlanma Kavramı ve Birey.....	45
2.4.2 Endüstri Devrimi, Kapitalizm ve Bireyin Dönüşümü.....	49
2.4.3 Eşitlik Kardeşlik Özgürlük Söylemi ve Birey.....	59
2.4.4 Modernite ve Buharlaşan Birey.....	66
2.5. Postmodernite ve Bireysellik Yanılsaması.....	74
2.5.1 Modernizm Eleştirisi ve Postmodern Duruma Geçiş.....	74
2.5.2 Postmodernite İçerisinde Birey Kavramı.....	82
3. KİTLE İLEŞİM ARAÇLARINDA BİREYSELLİK VE ETKİLEŞİM İLİŞKİSİ.....	90
3.1 Medyanın Tarihsel Gelişimi İçerisinde Bireysellik.....	90
3.1.1 Sözden Yazıya Geçiş ve Birey.....	90

3.1.2 Matbaa: Bireyin Tipografik Dönüşümü.....	101
3.1.3.İlk sinyaller: Telgraf ve Radyo.....	113
3.1.4.Televizyon: İzleyici Olarak Birey.....	117
3.2 Medya Çalışmalarında Birey ve Etkileşim.....	128
3. 3 Etkileşim ve Bireysellik Yanılsaması İlişkisi.....	135
4. YENİ MEDYADA ETKİLEŞİM VE BİREYSELLİK YANILSAMASI.....	144
4.1 Yeni Medyanın Karakteristiği.....	144
4.1.1 Etkileşim.....	151
4.1.2 Kitlesizleştirme.....	153
4.1.3 Eş zamansızlık.....	155
4.2 Yeni Medya Çalışmalarında Birey.....	156
4.3. Sosyal Medya ve Etkileşim.....	164
4.3.1 Sosyal Medya Platformları.....	165
4.3.2 Sosyal Medyada Etkileşimin Boyutları.....	174
4.3.2.1. Etkileşim Alanının Genişlemesi.....	176
4.3.2.2. Sınırlı ve Seçici Etkileşim.....	179
4.3.2.3. Yönsüz Etkileşim.....	180
4.3.2.4 Akışkan Etkileşim.....	181
4.3.2.5 Bireysiz Etkileşim.....	182
4.3.3 Etkileşim Kapsamında Dijital Bireysellik.....	183
4.3.3.1 Instagram'da Bireyselliğin Sunumu.....	189
4.3.3.2 Kolektif Zekalarda Üretketici Birey.....	195
4.4. Etkileşim Alanlarının Gözetimi ve Sınırlandırılması.....	202
4.4.1 Algoritmalar Karşısında Birey.....	203
4.4.1.1 Filtre Baloncukları.....	213
4.4.2 Google Sarmalı.....	216
5. SONUÇ.....	220
KAYNAKÇA.....	226

GİRİŞ

Bireysellik, bireyin kendinin farkında olması, bir anda beliren ya da aktarım yoluyla geçen bir kavrayış değil, bireyin tarihsel sürecinde diğerleriyle etkileşimi dahilinde öğrendiği, geliştirdiği bir kavram olarak tanımlanmaktadır. Bireysellik, bireyci bir yaşam olmamakla birlikte, toplumla kolektif eylemde bulunulan, standartlaşmadan ve benzeşmeden uzak, bireye özgü davranış kalıplarını kapsamaktadır. Ancak, kavramsal olarak bireyselliği bu şekilde tanımlasak dahi; tarih boyunca sekteye uğramış, yanılsama içerisine hapsedilmiştir. Bireysellik yanılsaması; bireyin içerisinde bulunduğu eşitsizliklerin sürdüğü, toplumsal yaşamda; siyasal ve ekonomik haklar ile sürdürülen ve medya araçlarıyla meşrulaştırılan ve desteklenen bir sürece karşılık gelmektedir. Bu noktada tanımlanan bireysellik oldukça önemli olmasına karşın, tarihsel süreç içerisinde, çeşitli sektelere uğramıştır.

Çağlar boyunca yanılsama aşağıda da incelenecek üzere çeşitli kez yıkıma uğramıştır. Fakat her yıkım sonrası daha da güçlenerek bireyselliğin ve toplumsallığın üzerine çökmeyi başaramamıştır. Bu bağlamda, araştırmanın konusu ve sorunu bireyin çağlar boyu yaşadığı yanılsama olacaktır. Yanılsama ise sosyal yaşamdaki etkileşimlerle derinleşirken, dar alanda; bireyler arasında, geniş anlamda; ekonomik ve siyasal etkileşimler ile gerçekleşmektedir. İletişim araçlarında artan etkileşim boyutunun ise toplumsal yaşamdaki yanılsamaya etkisi ayrıca tartışılacaktır. Çalışma bireysellik yanılsamasına geniş bir perspektiften bakarken, iletişim araçlarında artan etkileşim üzerinden de sınırlandırılmaktadır.

Yeni Medya Çağında Bireysellik Yanılsaması adıyla ele alınan bu çalışmada bireyin yeni medya teknolojileri öncesindeki sınırlı etkileşimden, sınırsız etkileşime geçtiği bu çağdaki, bireysellik yanılsaması durumu incelenecektir. Kitle iletişim araçları

içerisinde bireyin durumu daha edilgen iken günümüzde teknolojilerin sağladığı etkileşim boyutu ile bireyin de edilgen durumu değişmeye başlamıştır. Ancak yine de toplumsal alanda süren eşitsizlikler, bazı bireylerin yeni medya etkileşimselliğinde yolunu kaybetmesine de yol açmaktadır.

Çalışmanın Birinci Bölümünde, birey kavramı tüm boyutlarıyla incelenecek, bireysellik ve bireyci kavramlarının farklılığına vurgu yaparak, toplum ile olan ilişkileri açıklanacaktır. Hemen ardından ise bireyin ve bireyselliğin oraya çıkışı, tarih öncesi çağlardan başlayarak incelenecektir. Bireyin toplumsallaşmaya başlaması üretim modellerine bağlı olarak gelişmiştir. Tarımın yapılması, yerleşik hayatı, yerleşik hayat ise ihtiyaç fazlası ürünün depolanmasını gerektirmiştir. İlk yerleşik hayata geçen toplulukların göçebe gruplar tarafından uğradığı saldırılar ise korunaklı duvarları ve kenti mecbur kılmıştır. Örgütlenmeye başlayan insanlar kent devletlerini kuracak, sınıfsal yapının ilk adımlarını, tarih öncesinden aldığı kabilesel bağlarla ilişkilendirerek inşa edecektir. İlk kent devleti örneklerini gördüğümüz Antik Yunan toplumunda sınıfsal yapı; yurttaşlık ve yasalar ile meşrulaştırılırken, eşitsizlikler, yanılısamlar yaratmaktadır. Yurttaşlık, kamusal alan ve yasalar ile bireylerin etkileşim alanlarının sınırlandırıldığı Sokrates, Platon, Aristoteles gibi günümüz düşünce hayatına etki etmiş filozoflar üzerinden tartışılacak, bireyin ontolojisi üzerindeki fikirleri serimlenecektir.

Antik Çağ'da ortaya çıkan düşünceler, siyasal ve ekonomik koşulların Orta Çağ yaşamına etkisi olmuştur. Orta Çağ'da baskın konuma gelen tanrısal irade ile bireyin ontolojik dönüşümü ele alınırken, modern bireye doğru giden düşünce hayatındaki değişiklik, ilk Hristiyan düşünürlerden Aydınlanma düşüncesini önceleyen Descartes ve Bacon'a kadar geçen süre aralığında tartışılacaktır. Orta Çağ'ın yıkılan serflik durumunun ardından, yükselen burjuvazi sınıfının toplumsal ve bireysel dönüşüme getirdiği; rekabetçi, özel teşebbüsçü, ilerleme odaklı, bireyci karakter yapısı anlatılacaktır. Bu noktadan hareketle modern bireyin ortaya çıkışı aktarılacak ve yanılısama ilişkisine odaklanılacaktır. Modern dönem; aydınlanma ile başlamış, onu

hazırlayan İngiliz Muhteşem Devrimi ve dönemin sonucu kabul edilen Fransız Devrimi ile devam etmiştir. İki devrimin de getirdikleri yenilikler, değişikliklere vurgu yapılarak, günümüz toplumunun, Postmodern durumu ortaya konacaktır. Bu bağlamda çalışmanın birinci bölümünde tarihsel süreç içerisinde bireyselliğin farklı tanımlanışları ve bireyin durumu ele alınacaktır. Bu dönemler neticesinde; siyasal, toplumsal ve ekonomik faktörlere bağlı olarak birey ve bireysellik kavramları da dönüşüm geçirmiştir. Örneğin modernite ile birlikte bireylerin, bireyselliklerini gerçekleştirmelerinde kimlikler ön plana çıkmıştır.

Çalışmanın İkinci Bölümünde, Birinci Bölümde anlatılan bireysellik yanılsamasının kitle iletişim araçlarının sağladığı etkileşim boyutu ile nasıl meşrulaştığı, güvence altına alındığı ve inşa edildiği gösterilecektir. Bireyin ilk kapsamlı iletişim aracı olan dili bulmasıyla başlayan sözlü kültürde oluşturulan kalıplar, şiirlerin anlatı ve biçimsel özellikleri, matbaanın bulunmasıyla romanlara, gazetelere aktarılmıştır. Daha sonra ise bunların telgraf ve radyo sinyallerinden geçerek, televizyona ulaşması örneklendirilerek aktarılacaktır. Üretilen ve sunulan içerikler, toplumsal yaşamda var olan yanılsama dahilinde var olmuş, kitle iletişim araçlarını eleştirelilikten uzak tutmuştur. Bu bağlamda, tüm bu kitle iletişim araçlarının hitap ettikleri kitleyi genişletmeleri, endüstriyel kitle kültürünü oluşturmaları, bireyler arasındaki ve üretilenlerle olan etkileşiminin yanılsamayla ilişkisi tartışılacaktır. Kitle iletişim araçlarının sunduğu roman, gazete radyo yayınları, telgraf mesajları ve televizyon programlarının birinci bölümde genişçe ortaya konan tarihsel perspektifte bireysellik yanılsamasına etkisi incelenecektir. Gerçekliğin aktarımı, bilgi çokluğunun dezenformasyona dönüşmesi, mesajların sürekli olması, mesaj üretiminde tekelleşme eğilimleri, eğlence, gösteri ve tüketim ile bireyin ve mesajın özdeşmesi örneklerle desteklenecek olup, bireyin medya araçları karşısındaki durumu ortaya konacaktır.

Çalışmanın son bölümünde ise yeni medyada etkileşim ve yanılsama ele alınacaktır. Yeni medyanın içerisinde filizlendiği ekonomik, toplumsal koşullar

hatırlatılacak; yeni medyanın karakteristik özellikleri incelenecektir. Yeni medya, modernite ve postmodern durum ile bağlantı kurularak, modern bireyin oluş hali ve postmodernitenin çoğul bireyleri ile yeni medya teknolojilerinin eskimeyen "yeniliği" tartışılacaktır. Yeni medyanın bireye sunduğu etkileşim olanağı, tüm kitle iletişim araçlarının ötesindedir. Bireyin ise etkileşiminin en yoğun olduğu alanlar sosyal medya platformlarıdır. Bu bağlamda sosyal medya platformları içeriksel, anlamsal açıdan ele alınacak olup, etkileşim olanaklarını nasıl genişlettiği incelenecektir. Bireyin bu yeni etkileşim olanakları ile sanal kimlik yaratma olanağı ekonomi politik kavramlar ve bireyselliğin dijitalleşmesi üzerinden değerlendirilecektir. Ayrıca yeni medya çalışmaları içerisinde güncel tartışmalar incelenecek olup, günümüz araştırmalarında bireyin nasıl konumlandırıldığı açıklanacaktır.

Etkileşimin bu kadar yoğun olduğu bir ortamda ise etkileşimin yönlendirilmesi, gözetlenmesi ve sınırlandırılması yanılsama ile ilişkilendirilecek olup ortaya çıkan sanal ortamlarda bir araya gelen kolektif zekalar, adı verilen kavram üzerinden tartışılacaktır.

Tüm bunların sonucunda; bireysellik yanılsamasının toplumsal, ekonomik, siyasal koşullardan doğduğu kitle iletişim araçları içerisindeki durumu, yeni medya ve artan etkileşim ile günümüze kadar incelenecek olup, çalışma sonuçlandırılacaktır.

2.TARİHSEL SÜREÇ İÇERİSİNDE BİREY

2.1 Birey ve Bireysellik Kavramı

Birey en çok konuşulan dillerin hepsinde bölünemeyen varlık olarak tanımlanmaktadır. Kelime köken olarak Latince bölmek anlamına gelen *dividere* sözcüğünden türemiştir. Aynı kökten bölünebilir anlamında *dividuus*ve Latince de karşıtlık eki olan *in*'in birleşimi ile *individuus* (bölünemez) kelimesi ortaya çıkmış ve bireyi tikel olarak tanımlamada kullanılmıştır. Kelime anlam olarak daha sonradan değişmese de yapısal olarak Orta Çağ Latincesinde (Medieval Latin) *individualis* şeklini almıştır. On beşinci yüzyıldan itibaren ile bugünkü İngilizce'de kullanılan *individual* formunu kazanmıştır. Arapçada da anlam bakımından kullanımı aynı olan fert kelimesi farada "yalnız idi, tekil idi, yalındı" kökünden türemiş ve individual gibi insanın tekilliğini, bölünmezliğini vurgulamada kullanılmıştır. Benzer şekilde kavram Fransızcada *individuel* formuyla kullanılmaktadır. Günümüzde sözlüklerde birey kelimesinin tanımı; kendine özgü nitelikleri yitirmeden bölünemeyen tek varlık, fert (TDK), bir gruptan ayrı olan insan (Oxford Sözlüğü), tek bir birey veya şey (Cambridge Sözlüğü) olarak tanımlanmaktadır.

Birey kelimesiyle aynı kökten türemiş bireysellik, *individuality* ise bireyliğin gerçekleşme hali ve diğer bireylerden ayrılma, özgünlük anlamlarında kullanılmaktadır. Kavram itibariyle tekliği ve tekin eylemlerindeki farklılığı vurgulasa dahi birey toplumdan ve kolektif çalışmadan ayrı tutulamaz. Bireysellik; kendinin bilincine varmak, belirli bir anda aniden ortaya çıkan veya miras alınan değişmez bir kavrayış değil, insanın gelişim süreci boyunca diğerleriyle etkileşim içinde öğrenilen, geliştirilen bir kavrayış olarak karşımıza çıkmaktadır.¹ Klasik sosyoloji kuramları içerisinde bireyin ortaya çıkışı toplum ile olan ilişkisi bağlamında ele alınmaktayken, sosyal psikoloji alanında birey ve bireysellik; sosyal kimlik, bireysel kimlik ve kolektif kimlik gibi farklı

¹ Nuri Bilgin, *Kimlik İnşası*, İzmir: Aşina Kitaplar 2007 s.78.

boyutlarıyla ele alınmaktadır. Bu noktada sosyal psikoloji bireyi, benlik kavramıyla değerlendirmekte, benliği ise öz-bilinç, kendi bilincinde olma hali olarak açıklamaktadırlar.² Benlik kavramı bireyin “kim olduğunu” tarif eder ve bireyin diğerleriyle ilişkisi içinde şekil alırken, ötekilerin davranışlarımıza verdiği geri bildirimler ve onlarla olan ilişkilerimiz doğrultusunda biçimlenmektedir.³ Bu noktadan baktığımızda sosyolojini kullandığı birey kavramı ile sosyal psikolojinin kullandığı benlik kavramı aynı anlamlara gelmektedir. Karge’ye göre bireye özgü olan benlik, bireysellik, otonom ego ya da zihin dikotomisi adları adı altında ele alınmaktadır.⁴ Psikoloji ve psikanalistik yaklaşımların ele aldığı benlik kavramı ise oldukça daha karmaşıktır. Örneğin Freud’un tanımladığı İd, ego ve süperego’dan oluşan psikodinamik benlik içeriği ve dayandığı temeller bakımından bireysel bir benlik türü olarak ele alınabilmektedir.⁵ Yine Freud’un takipçilerinden olan Lacan’ın kimlik inşasına yönelik tanımlamalarını kapsayan ayna aşaması, kimliğin oluşumundaki en önemli aşama olarak kabul etmektedir. Kısaca açıklamak gerekirse; çocuk, ayna ile olan ilişkisinde, bireyselliğini ve bedensel birliğini keşfeder ve yavaş yavaş kendini tanımayı ve dolayısıyla özdeşleşmeyi öğrenmektedir.

Bireyin ve bireyselliğin tanımlanması insanlığın geçirdiği aşamalar itibariyle çeşitlilik ve farklılıklar göstermiştir. Philip Cushman’a göre de son iki bin beş yüz yıllık bir zaman aralığında benliğin/bireyselliğin farklı şekillerde görüldüğünü belirtmektedir.⁶ Bu bağlamda aşağıda da inceleneceği üzere bireyin ortaya çıkışından, postmodern bireye kadar olan süreç bireyin kendini toplumsal alanda tanımlama biçimleri üzerinden ele alınacaktır.

Kelime etimolojisi itibariyle bütün dillerde aynı anlamda kullanılsa da toplumların tarihsel süreç içerisinde geçirdiği değişimler ve gelişmelerle birey ve bireysellik yüklenen anlamlar dışında, gerçekleştirmeleri gerek eylemsel gerekse de

² Ulvi Ahmet Türkbağ, **Kimlik, Hukuk ve Adalet Sorunu**, Doğu Batı, Sayı:23, 2003 s.210

³ Nuri Bilgin, **İnsan İlişkileri ve Kimlik**, İstanbul: Sistem Yayınları, 2001 s.156

⁴ Martha Karge, **The Digital Self in Cyberspace**,

çevrimiçi: <https://pantherfile.uwm.edu/emarby/www/course/com813karge2htm> ‘den aktaran Oya Morva, **Dijital Kavramlar, Olanaklar, Deneyimler**, Nilüfer Timisi (ed.), içerisinde Ben Kendim ve Dijital Benliğim: Dijital İletişim Çağında Benlik Kavramsallaştırması Üzerine, Kalkedon Yayınları, 2016

⁵ Serap Arslan, **Farklı Soyutlama Düzeylerinde Benlik Temsilleri: Bireysel Benlik ve Kolektif Benlik ya da 'Ben'lik ve 'Biz'lik**". Türk Psikoloji Yazıları. 9 (18). 2006).

⁶ Philip Chusman, **Constructing the Self, Constructing America**, Cambridge: Da Capo Press, 1995 s.357

düşünsel yaşamda farklılık göstermiştir. Bireyselliğin, bireyin kendi dünyasında da ortaya çıkışları bu noktada farklılıklar göstermektedir. Orta Çağ dönemi boyunca yaşamış bir insan için bireysellik din temelleri üzerinde yükselirken, Aydınlanma Çağ'ı insanı için akıl üzerinden temellenmektedir. "Bireyselleşmenin" günümüzdeki anlamı yüz yıl önceki anlamından, bugün ifade ettikleri de modern çağın ilk günlerinde – yani insanlığın, cemaat üyeleri arasındaki sık dokulu karşılıklı bağımlılık, denetim ve dayatmalar ilişkisinden "kurtuluş" zamanlarında ifade ettiğinden çok farklıdır.⁷ Yine Antik Çağlarda bireyselliğin tanımlanması kimlik çok fazla ön planda değilken, Modern Çağ ile birlikte kimlik üzerinden tanımlanan bireysellik; hareketli, çoklu, bireysel, öz-düşünümsel, ve değişime ve yeniliğe açık hale gelmiştir.⁸

İnsanın bireyselleşme /insan olma süreci ve yanılısamaya dönüşmesi iç içe geçmiştir. Düşünme yetisi kısıtlı hayvanlardan aşağı olan bir tür hem hayvanlarla hem de kendi türüyle yaşamaya başladıkça gelişmiş, geliştikçe doğayı ve hayvanları alt etmeye başlamış, gelişen akli ve gerçekleştirdiği ayırt edici iletişimi ile kendini diğer hayvanlardan ayırmıştır. Üretmeye başlamış, üretim doğayla ve kendisiyle olan yabancılaşmasını da hızlandırmıştır. Sonunda diğer türlerden üstün olduğunu kabul etmiştir. Ancak bu yolun sonu değil henüz başıdır. Çok geçmeden diğer insanlarla kıyasa başlayan insanın, binlerce yıldır yaşamı; ürettikleri, tükettikleri ve bunlarla olan etkileşimi ile büyük bir birey olma yanılısaması içerisine hapsolmuştur. Bu bireyci, öznelci anlayış, medeniyeti kuran gücü olan kolektiviteden de uzaklaşmıştır. Halbuki Freud'un da altını çizdiği gibi bireysel üstbenlik, kolektif üstbenlikten ayrı değildir. Kolektif benlik ona göre, bireyden ayrı, dışarda ve bağımsız değil tam tersine bireyin kendisinde var olan bir alandır. Bu anlamda, öznenin toplumsal söylem ve ideallerden sıyrılması, onları bir kenara atıp, günümüzde sıklıkla duyduğumuz biçimiyle, kendini yalnızca kendisi için gerçekleştirmeye adanması pek de mümkün gözükmemektedir.⁹

⁷ Zygmunt Bauman, **Akışkan Modernite**, Sinan Okan Çavuş (çev.), 2.Basım, İstanbul: CanYayınları, 2017, s.61-2

⁸ Douglas Kellner, **Popüler Kültür ve Postmodern Kimliklerin İnşası**, Çev: Gülcan Seçkin, **Doğu Batı**, Sayı:15, 2001 s.195-196

⁹ Cogito, **Freud ve Kültür**, içerisinde "Uygarlıktan Geriye Ne Kaldı?", Özge Erşen, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2006, s.92

Bireye yüklenen anlamlar, sorumluluklar ilkçağlardan itibaren şekillenerek ve diğer çağların düşünce hayatını etkileyerek günümüz insanını şekillendirmiştir. Birey olabilmek, bireysel kararları harekete geçirmeyi gerektirmektedir. Bireyin kendini tanımlaması çağlar içinde farklılık göstermiştir. Oldukça karmaşık olan bu yol bireyin üretim ve tüketim modellerine katılımı, kent köy yaşamları içindeki statüsü, iktidar devinimi, toplumda etkileşim alanlarına erişimi ve içindeki pozisyonu ile doğrudan ilişkilidir. Bireysellik tüm bu değişimlere ve dönüşümlere bağlı olarak var olmuştur. Durum günümüzde bireyselliğini gerçekleştirdiğini düşünen bireyci bireylerin, öznel çıkarlarına alet edilmiş görünmez yanılsamasına bırakmaktadır. Ancak Sigmund Freud'un da belirttiği gibi insanların birlikte yaşaması ancak tek tek her bireyden daha güçlü bir çoğunluğun bir araya gelmesi ve tek tek her bireyin karşısına bir bütün olarak çıkması ile mümkün olmaktadır.¹⁰

Her çağın hegemonik söylemine kapılan ya da buna boyun eğen birey, özgürlük ve akıl kavramlarına yüklenen anlamlarla şekillenmektedir. İktidarın hegemonyası araçsallaşan akıl ve özgürlükle mümkün kılınmaktadır. Bu bağlamda iktidarın ürettiği söylem bireyin kendini tanımlamasında karşılık bulmaktadır. İnsanlığın mücadelesinin büyük bir kısmı, bu bireysel ve kültürel-kitlesel talepler arasında hedefe uygun, yani mutluluk verici bir denge kurma sorunu çevresinde yoğunlaşmaktadır.¹¹ Birey ise hegemonyanın dışına çıkabildiği taktirde birey olabilmektedir. Aksi takdirde hegemonik söylem içerisinde semboller, iktidarın imgeleri onu bir diğerine benzetmekten ve iktidarın şekillendirdiği nesneden öteye geçemeyecektir. İnsanlığın kaderini belirleyen sorulardan biri, bu dengenin uygarlığın belirli bir biçimlenişi ile ulaşılabilecek bir denge mi olduğu, yoksa çatışmanın uzlaşmaz mı olduğudur.¹² Bu iç içe geçmişlik, günümüze kadar olan süreçte aşağıda ele alınacaktır. Yaşanan sosyolojik ve ontolojik dönüşümler içerisinde bireyin yanılsamayla iç içe geçişi ele alınacaktır.

¹⁰ Sigmund Freud, **Uygarlığın Huzursuzluğu**, 7.Basım İstanbul: Metis Yayınları, 2019, s.53

¹¹ Freud, s.54

¹² Freud, s.54

2.2 BİREYİN ORTAYA ÇIKIŞI VE TOPLUMSALLAŞMASI

İlk insanın ortaya çıkışından ilk şehir devletlerinin kurulmasına kadar geçen dönem ilkel topluluklar dönemi olarak adlandırılmaktadır. İkel topluluklar bildiğimiz toplum yapılarına sahip olmasalar da daha sonradan göreceğimiz şehir devletlerinin kuruluş felsefesinin temelini oluşturan köylere ve kabilesel yaşayış biçimlerine sahip oldukları bilinmektedir. İkel topluluklar dönemi yüz binlerce yıl yaşanmıştır. Bu dönemde insanlar yaşamsal farklılık açısından hayvan sürüleriyle benzerlik taşıyorlar da birçok keşifle kendilerini, doğayı tanımaya başlamışlar ve yaşamı değiştirecek araçlar yapmışlardır. İlk aleti, üç buçuk milyon yıl önce ateşi ise bir milyon yıl önce kullanmışlardır. İki buluş da insanın kendisini ve doğayı anlamlandırmasını hızlandırdı.

Gerek dış tehditler gerekse de beslenme gereksinimleri insan sürülerini bir araya getirdi. İkel aletlerin yapımı ilk defa insanımsılar (anthropoideler) ile insanları birbirinden ayırmaya başladı. Çünkü alet yapan sürülerin ellerini kullanmaları ve bunda ustalaşmaları diğer gruplardan onları ayırmaya başladı. Aynı zamanda bu süreç onların biyolojik gelişimini de hızlandırdı. Bu sürüler avlanmada daha ileri gidebildiği gibi diğer sürülerle ya da kendi sürüleri içinde liderlik peşinde koşanlar arasında kanlı kavgalara neden oldu. Ayrıca bu aletlere sahip olanlar arasında da hayvansal güdülerle harekete geçiren bireyciliğe yol açıyordu. Ancak tüm zamanlarını av ile geçiren sürüler ne bireyliklerini ne de doğayı açıklamada anlamlı adımlar atacak durumdaydılar. Tüm çabalarını ve zamanlarını besin bulma yöntemlerine ayırmışlardı.

Alet yapabilmenin yanında bir diğer önemli gelişme ateşin kullanılmaya başlanmasıydı. Tahmini olarak bir milyon yıl önceye dayandığı varsayılmaktadır. Ateş hem savunma aracı hem de önemli bir sosyalleşme aracına karşılık geliyordu. Av dışında birbiriyle çok fazla vakit geçirmeyen topluluk üyelerini bir araya getiriyordu. Ateş saldırgan hayvanları uzak tuttuğu gibi önceden yemekte güçlük çektikleri birçok

besini de tüketebilmelerini sağlıyordu. Besin değeri yüksek gıdaları tüketebilmeye başlamaları fiziksel ve zihinsel kapasitelerini arttırmada da yardımcı oldu. Sert ağaçları ateşte şekillendirerek daha sağlam aletler de yapabilmeleri ise avlanma çeşitliliğini artırdı.

Doğada yaptıkları birtakım keşifler, araçlar doğayı anlamalarını kolaylaştırsa da doğanın bir parçası olarak kendilerini tanımları da toplum olabilmelerini hızlandırdı. O zamana kadar çeşitli seslerle çığlıklarla birbirini algılayan insanlar bundan yaklaşık 160 bin yıl önce şu an bildiğimiz şekliyle dili kullanmaya başladı. Bu günümüz insanının da tarih sahnesine çıkışına denk gelmektedir. Diğer canlılardan ayırt edici bir iletişim boyutuna geçtiler. Çünkü artık simgesel düşünen insan, müzik gibi sese dayalı sanatların da arke tiplerini oluşturmaya başlamışlardır. Simgesel düşünmeyle insanlar kendi aralarında ayrılmaya başladığı gibi bu içinde bulundukları toplulukların kaderini de etkilemeye başladı. Sürü topluluğundansa bireysel karar alan insanlar ortaya çıkmıştır artık. Bireysel kararlar topluluklardan bireyci bir biçimde ayrılmaktan ziyade topluluğu daha iyi şartlara taşımaya yönelikti. Kararların başarı durumuna göre ya da topluluk üzerindeki etkisine göre bazı gruplar ya da bazı bireyler hiyerarşi piramitinin tepesindeki yerini kurumsallaştırıyordu. Öte yandan dilin on binlerce yıl süren gelişimi toplulukların kendilerine özgü biçimde kodladığı dilleri meydana getirdi. Süreç içerisinde topluluklara özgü kültürler de oluşmaya başlamıştır.

Toplayıcılıktan avcılığa geçmek zorunda olan toplulukların çevrelerinde avlayacak hayvanların azalması onları tekrar toplayıcılığa yönlendirdi. Ancak Neolitik tarım devrimi ile birlikte topluluklar başka bir yaşam tarzına geçtiler. Bitkileri ve hayvanları kontrol altında tutmaları ve ihtiyaçları dahilinde tüketmeleri zamanla üretiminde önünü açtı. Bugünden yaklaşık 40 bin yıl öce toprağın işlenmesini öğrenen insanlar tarım devrimini gerçekleştirdi. Yerleşik düzene geçiş, fazla üretimin depolanması, toprağın ortaklaşa mülkiyeti, üretilcek ürünün seçilmesi gibi konularda karar almalar ilk devletlerin temelini atmaya başladı ve kendi içine kapalı topluluklar

meydana getirdi. Nüfusta büyük artışlar meydana geldi. Topluluklar kendi ritüellerini, iletişimlerini, üretimlerini, kurumlarını oluşturmaya başladı. Süreçle beraber kültürel yapının karmaşıklaşması, belli ritüellerin ortaya çıkması, mitlerin tanrıların var olması insanın biyolojik evrimini geçti. Ortak kültürlerin, mitlerin ve tanrıların var olmasıyla toplulukların bir arada kalmasını, iş birliği yapmalarını da sağlama aldı.

2.2.1 Kent Devletlerinin Doğuşu

Yüksek üretimin sağladığı artı ürün ekonomik açıdan insanı rahatlatmıştır. Toplumdaki iş bölümüyle de birlikte küçük köyler kendilerini idare eder hale gelmiştir. Ayrıca madenler hakkında daha fazla bilgi sahibi olmaya başlayan insanlar daha sağlam aletler ve barınaklar da yapar hale gelmişlerdir. Araçların gelişimi önceki yaşam pratiklerini daha kolaylaştırdığı gibi düşünme faaliyetlerini gerçekleştirecekleri zamanı da onlara veriyordu. Düşünmenin çerçevesini doğa, insan ve toplum oluşturuyordu. Daha sonra bu kavramlara verilen yanıtlarla düşünme çeşitlenmiştir.

Kentlerin oluşmasında da bu gelişmeler rol oynadı. Verimli tarım alanlarına, maden yataklarına sahip olan Akdeniz Havzası, Ortadoğu Havzası ve Nil Havzası ilk kentlere ev sahipliği yapmıştır. Aynı şekilde Amerika'da İndüs Havzasında ve Çin'de de verimli tarım arazilerine sahip topraklarda ilk kentler ortaya çıkmıştır. Orta Asya toplulukları ise üretim faaliyetlerini gerçekleştiremedikleri için göçebe bir yaşam tarzını benimsemiş, buna bağlı olarak ortaya çıkan şartlarla kültürlerini oluşturmuşlardır.

Toplumsal yerleşim içinde yaşayan kentler ve yerleşik hayatta olmayan topluluklar çatışma halindeydiler. Bu kentleri daha fazla örgütlenmeye ittiği gibi barbar toplumlarında önünü kesmiştir. Kentlerdeki depoları ve ekim alanlarını yağmalayan barbar topluluklar hayatta kalmak için buna mecburdu. Kentler ise gelişmişliklerini kent

içinde sağlamaya ve kapalı olmaya mecburdu. Örneğin Sümer Uruk Kenti kralı olan Gılgamış, kendi adını taşıyan destanda, yolculuk arkadaşı Enkidu'yu "şehirli" olmadan kentin surları içerisinden sokmaz. Enkidu'nun ise bir tanrıçayla cinsel ilişki yaşaması sonrasında yaşadığı gelişmeler onu şehirli yapar. Ancak daha önce hayvanlarla konuşan Enkidu'ya eski dostları yüz çevirir ve onun konuştuklarından anlamazlar. Doğa tarafından yabancılaşarak kentli olabilmiştir. Diğer insanlar destanda kente kabul edilen ve Kral Gılgamış ile dost olan Enkidu kadar şanslı değildi. Nitekim kentler yapıları gereği farklı soyların bir araya gelmesiyle oluştuğu için içeriye girişler o kadar kolay değildi. Dışarıda kalanlar hayatta kalmak için sürü pratiklerini devam ettirmek zorunda kalmıştır.

Kentlerin ortaya çıkmasıyla bireyci kararlar yerini ortak kolektif alınan kararlara bırakmıştır. Kent toplumlarının ortak yaşamları ortaya da bir çok kuralı ve zorunlu pratiği çıkarmaya başlamıştır. Adalet kavramının gelişimi, ticaretin usullü ve toplumsal ahlak şekillenmeye başlamıştır. Dünya'nın her tarafında kentler aynı düzeyde gelişim gösteremediği gibi saydığımız evreleri farklı zaman dilimlerinde gerçekleştirmişlerdir. Bazı kent devletleri ise ilk halleriyle kalmıştır. Bireyin toplumla olan ilişkisi, toplum ve kent devletlerinin yapısal özellikleri, siyasi modeller üzerine düşünceler ilk olarak Yunan kent devleti olan *Polis*'lerde ortaya çıkıyordu. İnsanın kendini birey olarak tanımlaması ve birey olmanın yetilerinin neler olduğunu sorgulaması, toplumsal yaşamın nasıl işlemesi gerektiği, devletin yapısı gibi düşünceler polislerde dillendirilmeye başlanmıştı. O gün ileriye sürülmüş düşünceler günümüze kadar gelen süreçte devletin bireyle, bireyin toplumla ve bireyin kendiyile olan ilişkisindeki tartışmalarda önemli bir noktada duracaktır.

Bu dönemde Yunan Polisleri dışındaki diğer kent devletlerinde politik bir özgürlük yoktu. İradesini tanrılardan alan bir monarkın altında yaşayan bireylerin iradesi ise o krala, monarka bağlıydı. Bu durum yaygın olarak Mezopotamya, Nil Havzasında ve diğer Doğu kent devletlerinde görünmektedir. Tek bireyin özgür olduğu

bu ortamda politik düşünce ve bireylerin farklı düşünceleri oluşmamıştır. Ayrıca bu kent devletlerinde ruhban sınıflarının da ortaya çıkması bireyselliği kontrol altında tutuyordu. Doğrudan toplumsal yaşamı düzenleyen bu kurum dogmalarıyla özgür düşüncenin gelişiminin önünde engeldi. Diğer yandan Yunan topluluklarında böyle bir sınıfın olmaması özgür düşüncenin gelişmesi açısından önemli bireyin tarihsel dönüşümü için de önemli bir basamaktır. O yüzden polislerin işleyiş yapısı ve bireylerin devlet içinde konumlanışlarını incelemek önem arz etmektedir.¹³

2.2.2 Antik Yunan'da Polisler

Homeros'un *İlyada* (M.Ö 800) destanında adları geçen Akhalar M.Ö 2 bin yılının yarısından itibaren Yunanistan'a gelerek büyük bir medeniyet (Miken Uygarlığı) kurmuşlardı. Akhalar bu topraklarla ilk yerleştiklerinde ilkel kabilesel düzene sahipti. *Genos* sistemini oluşturan Akhalar hem toprağın işlenmesini gerçekleştiriyorlardı hem de hayvancılık yapıyorlardı. Bu yolla bir araya gelen erkekler çevre bölgelere akınlar düzenleyip aynı zamanda dış akınlara karşı askeri bir örgütlenme oluştuyorlardı. Makedonya ve Epirus'tan gelen Dorlar akınlarıyla bu medeniyeti M.Ö 1150'de yıkmışlardır. Bu dönemden sonra 800'lere kadar Karanlık Çağ adı verilen, hakkında çok fazla bilgiye sahip olunmayan bir dönem yaşanmıştır. Ancak bu yıkım sanatta, ticaretle ve diğer medeniyetlerle etkileşimi olan büyük bir medeniyeti yıkmakla, ortaya polis adında kent devletlerini çıkardı. Önceleri monarşik düzende savaşçı bir toplum olarak yaşayan bu topluluklar kendi içlerinde köylerin birleşimiyle kentleri meydana getirdi. Atina, Sparta, Megara, Thebai ve Korinthos bu kentlerin en gelişmişlerindendir.

¹³ Mehmet Ali Ağaoğulları (Ed.), *Sokrates'ten Jakobenlere Batı'da Siyasal Düşünceler*, 7.Basım, İstanbul: İletişim, 2016

Polislerin yapısı Homerik çağda (M.Ö 800), önceleri kabilelerin oluşturduğu ve başında bir kralın (*basileus*) bulunduğu şeklienden uzaklaşmıştır. Tarım ekonomisine bağlı bu kentler, pazarın merkezini oluşturmaktaydı. Köyler pazara daha bağımlı hale geldikçe merkeze bağlandı ve ortaya güçlü kent merkezlerini çıkardılar. Merkezler çevresiyle birlikte kenti, polisi meydana getirdi. İlk polisler gelişkin şehirlerdi ve polis, içinde dağınık evlere ve küçük köylere dağılmış şehirler belirli bir kutsallıkla çevrelenmişti. Kan bağına dayalı kabilesel yaşam özelliklerini olabildiğince koruyordu; ancak korunan bu bağlar, kentler geliştikçe yeni koşulları işaretliyordu artık.¹⁴ Kent merkezlerini güçlenmesi kültürel, sanatsal ve iletişimsel anlamda da toplumun gelişmesine önayak oldu. Toplumsal ve yaşamsal hayatın da gelişimi ve kentlerin büyümesiyle kralın etrafında danışma meclislerini mecbur kıldı. Çünkü ortaya çıkan yapıyla artık kral tek başına idare edemiyordu. Önceleri köyler de ortak karar alma pratiği şimdi kent meclislerinde gerçekleşiyordu.

Toprakların bir kısmını kendi mülküne geçiren, sınıfsal bir yapıyı da kendi lehlerine organize etmeyi başaran aristokrasi sınıfı oluşuyordu. Önceleri soyların onlara verdiği üstünlüğü kullanan bu sınıf, artık elde ettikleri ekonomik güç ile sınıflar arasında başat bir role sahip oluyordu. Doğrudan yaptırım gücü olan bu sınıfı kentte oluşan tüccar sınıfı ile karıştırmamak gerekmektedir. Toplumsal haklar bakımından *metiokslar* (tüccar sınıfı) aristokrat sınıfından daha sonra gelmekte, mecliste sınırlı söz sahibine sahipti.

Kent devletlerinin merkezinde; yönetim birimleri, dinsel faaliyetlerin yürütüldüğü tapınaklar, eğitimlerin gerçekleştirildiği *gymnasium* ve kamusal tartışmaların yanında pazar görevi de gören agoralar bulunmaktadır. Bu ana yapılara ek olarak sanatsal ve spor faaliyetlerine de ait alanlar bulunmaktaydı. Dağınık bir yapısı olmasına rağmen Sparta kent devleti bu örgütlenmenin ilk örneğiydi. Bu yapılar bireylerin bir araya geldikleri, sanatsal, toplumsal ve ticaret sorunlarının entelektüel

¹⁴ Mehmet Ali Ağaoğulları (Ed.), *Sokrates'ten Jakobenlere Batı'da Siyasal Düşünceler*, 7.Basım, İstanbul: İletişim, 2016, s.26.

biçimde tartışıldığı mekanlar olmalarının yanında eşitsizliği de yaratan mekanlardı. Mekan yurttaş kabul edilenleri kabul ederken diğer kalanları ise dışlıyordu. Kent devletinde yurttaş olmak, bireysel alana sahip olmakla eş değerdı.

2.2.3 Yurttaşlık Kavramı Çerçevesinde Birey

Milattan Önce 800 yılında, Homeros'un *İlyada* ve *Odysseia*'sı Yunan toplulukları için de yeni bir düzenin çağrısını yapmaktaydı. Fiziksel yapıları insanvari ya da ondan deforme biçimde olan tanrılar, yeryüzünde yaşayan insanların üzerinde üst bir sınıf olarak konumlandırılmışlardır. Kabilesel yaşamın terk edilmeye başlandığı bu dönemde, aynı zamanda aristokrasi sınıfı da ortaya çıkmaktadır. Tanrılar da kendi aralarında kabilesel yaşam tarzı içinde olmaları (Truva savaşı boyunca destanda başına buyruk eden tanrıların olması) aynı zamanda da en üst konumda Zeus olmak üzere bir hiyerarşik yapıya sahip olmaları (destan boyunca kararlarını Zeus'a bildirirler ve ondan cevap beklerler) polislerdeki toplumsal yaşama da yansıyacaktı. Bu düzenin başlangıcında ise Zeus ilelebet tanrı konumunda olan bir tanrı değildir. Kabilesel yaşamda da liderin babasından ya da kabile topluluğunun liderini konumundan ederek konum sahibi olması, Zeus'un da babası Kronos'u yerinden edip sürgüne göndermesiyle gerçekleşmektedir. Ancak diğer tanrıların varlığı mutlak bir Zeus'un mutlak monarşisine izin vermediği gibi onların da onayına ihtiyaç duyan aristokratik, kolektif işleyen bir üst sınıfın oluşumunu sağlıyordu.

Olympos tanrıları Truva savaşı boyunca Akhalardan ya da Truvalılardan yana saf tutmuşlardır. Baş tanrıça Here'nin Zeus'un aksine Akhalardan yana olması ikili arasında sürekli bir çatışmaya neden olur. Here birçok diyalogda Zeus'un eşi olması nedeniyle eşit konumda olduğunu ve diğer tanrıların dediğini yapmasını ister. Kabilesel yaşamda da Here'nin bu söyledikleri geçerlidir. Değişim içerisine girmiş kabilesel yaşamda da erkeğin üstünlük kurma girişimleri ve çabasını Zeus'da da görürüz. Kendi düşüncesinin karşısında bir şeyler yapan Here'yi dövüp cezalandırır. Bu gelecek

dönemdeki kent yaşamı içinde, Yunan topluluklarında da kadının daha az konuşan ve özel yaşam içerisinde düzenleyici konumuna hapsedilişinin tanrısal ilk sesleridir.

Haydi evine git, bak işine gücüne/ git dokuma tezgahına, ipliğine bak/ buyur hizmetçilerine, işe göz kulak olsunlar/ konuşmak erkeklere vergi, en başta bana/ benim bu evin tek efendisi¹⁵

Kabileseel yaşam açısından İlyada'yı geçiş olarak düşünürsek Odysseia bu dönüşümün tamamlanmış halidir. Kadın özel yaşama hapsedilmiş, bireyselliği ev içinde sınırlandırılmıştı. Hizmetli köleler, kadına bağlı işleyen, bireysellikleri olmayan, üretim araçları konumundayken, konuşmanın kamusalın sahibi karar alma merkezleri soylu erkeklerdi. Odysseus'un oğlu Telemkhos'un annesi Penelopeia ile olan diyalogu (yukarıda aktarılan) toplumsal yaşantıyı gözler önüne sermektedir. Penelopeia ise oğlunun bu sözleri karşısında sadece gururlanır. (*oğlunun akıllıca sözü yüreğine işlemişti.*)

Yaşadığı toplumdan, karısı ve oğlundan uzakta doğayla çarpışan Odysseus ilk çağlardan beri insanın doğayla mücadelesinde olduğu gibi doğayı alt etmeye çalışır. Diğer bireylerin gözünde Adorno'nun da belirttiği gibi başarının yolunu çizen risklerin gösteriminden başka bir şey değildir onun macerası. Onun başarısı kimi zaman doğa karşısında çaresizlik içinde dalgalara sürüklenmesindense evine dönmesidir. Bu riskini meşrulaştırdığı gibi birçok serüveninde kurnazlığı ile alt ettikleriyle onu tanrısal konuma getirmektedir. Ancak artık tanrılar gökte ya da Olympos dağında oturanlar değil aristokratlardır. Odysseus, burjuva toplumunun ortaya çıkışındaki temel düşünceye göre eyleme geçmektedir. İnsan ya aldatmaya başvuracak ya da yok

¹⁵ Homeros, **İlyada**, Azra Erhat, A.Kadir (çev.), 8.Basım, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2018, s.14.

olacaktı.¹⁶ Onun dışındaki insanlar araçlar, doğaya topluma yabancılaşmış insanlardır. Bu insanlar Odysseus'un ya üzerine basıp yükseldiği basamaklardır ya da düşmanlarıdır. Odysseus'un hikayesi de çağımızın bu tipik bireyci karakterini o dönemde Yunan toplumu için öncüllemektedir.

İlyada ve Odysseia destanları yüzyıllarca yıl Yunan akademilerinde öğretilmiştir. Akademiler, Homerik vatandaşlık diyebileceğimiz, vatansever, devletine bağlı insan biçimini de destanlar sayesinde bireylere öğreti haline getirebilmiştir.

Betimlenen dönüşümün yaşandığı Yunan toplumlarında yurttaşlık, gerçekleştirme imkanı olan bireysellikle eşdeğer bir kavramdır. Atina ve Sparta gibi kent devletlerinde yurttaş olabilmenin de ilk koşulu özgür olabilmektir. Buradaki özgürlük köleliğin karşıtı olarak algılanmamalıdır. Tüccar sınıfı olan metoikoslar, köle statüsünde olmamalarına rağmen yurttaş statüsünde de değillerdir. Bu anlamda özgür olmalarına rağmen, kent devleti yasalarınca tanınmayan bir sınıftı. Yurttaşlarla hukuki ilişkiler kuramadıkları gibi özne olarak da sayılmıyorlardı. Bu arada kalmışlık hali kadınlar içinde geçerliydi. Bir yandan özgürdüler diğer yandan yurttaş değillerdir ancak köle de değillerdi. Kadınların statüsü ev içinde kölelerin yöneticisi olmaktan öteye geçemiyordu. Ev işlerinin düzenlenmesinde erkeğin isteklerini kölelere iletmekle yükümlü bireylerdir. Böylelikle kadınlar ortanca efendi seviyesindeydi. Kölelerin üstünde ancak evin erkeğinin de altında bir konumdaydı. Hala doğurma kabiliyeti olan bekar ve dul kadının hemen evlendirilmesi gerekmekteydi. Çünkü soyun devamlılığı açısından kilit noktadaydılar. Köleler ise araç, mal, eşya statüsünden başka konumları yoktu. Bu onları insan kategorisi içerisinde değerlendirilmeyeceği dolayısıyla da özgür olamayacakları sonucuna çıkarmaktadır. Özgür olan sadece insanlardı. Bu noktada kadınlar ve tüccarlar sınıfında nispeten bireysellik alanından bahsetmek mümkün iken köleler için bu durum geçerli değildi. Öte yandan bu üç grubun yurttaş olana zorunluluk hali özgürlüğün kısıtlandığı anlamına gelmektedir. Yurttaş olana zorunluluk hali

¹⁶ Theodor W. Adorno, Max Horkheimer **Aydınlanmanın Diyalektiği Felsefi Fragmanlar**, Nihat Ülner, Elif Öztarhan Karadoğan (çev), İstanbul: Kabalcı Yayıncılık, 2014, s.92.

bireysellik alanını yok ettiği gibi sözde bir özgürlük yanılsamasını da yaratmaktadır. Önce toplumsal görevlerini yerine getirmek zorunda olan bu gruplar daha sonra kendi istediklerini sınırlar dahilinde yapabilmekteydiler.

Yurttaşlara özgürlüğü sağlayan şey tam olarak bu diğer gruplar üzerindeki hakimiyettir. Kölelerin metoikosların ve kadınların üretmeye ve çalışmaya olan zorunlulukları yurttaşların özgürlüğünün yegane kaynağıdır. Bireysellik ve özgürlük açısından yurttaşlar oldukça geniş alana sahipti. Ancak onları da sınırlandıran bir üst yapı vardı. O da polisti. Çünkü yurttaş olmanın bir diğer gerekliliği poliste yaşamaktı. Yurttaşlık polis ile ortaya çıktığı için polisten bağımsız bir yurttaş, yurttaş olarak sınıflandırılmaz. Yurttaş, yurttaş olarak etkinliğini poliste gerçekleştirme zorunluluğundadır. Bu durumda ortaya çıkan bu zorunluluk hali ile yurttaşın da bireysellik sınırları polis tarafından şekillenmekte, toplumun genel yasaları, çıkarları dışına çok fazla çıkamamaktadır. Örneğin birçok entrika sonucunda toplumsal düzeni bozacak düşünceleri; tanrısal düzene inanmama (doğrudan toplumsal hiyerarşinin de reddine denk geliyordu.) ve bu yolla gençleri yoldan çıkarma suçlamalarıyla ölüm cezasına çarptırılan Sokrates, polisten kaçtığı anda insanlık dışında kalacağını defalarca öğrencilerine aktarır. Çünkü insan olabilmenin, yurttaş olabilmenin yolu poliste yaşamaktan geçmektedir. Bu da ancak polisin yasalarına uymakla olacaktır. Sokratik düşüncenin tam karşıtında ise dinsizlik suçlamasıyla yargılanan Anaksagoras bulunur, o ise tercihini Atina'dan ayrılmaktan yana kullanır. Sokrates'ten önce yaşayan Anaksagoras bireyin/insanın polis/ yurttaşlık ile sınırlandırılmayacağını "Hades'e giden her yol aynıdır." sözü ile belirtir. Ancak Anaksagoras'ın bu düşüncesi toplumda yaygın bir düşünce değildi. Kölelerden soylulara kadar kent içerisinde yer edinebilmek barbar olmaktan her zaman daha iyiydi.

Yurttaşlık kavramının en belirgin biçimde görüldüğü yer kent merkezinde bulunan agoradır. Agora Yunan yaşantısının küçük bir kesiti gibiydi. Bu kesitten tüm yaşam anlaşılabilirdi. Agoraya gelenlerin eğitim seviyeleri ve hangi gruptan oldukları

kesin bir şekilde görülebilmekteydi. Agora'da yurttaşlar ise birbirleriyle fikir etkileşiminde toplumun ilgisinden uzak konuları tartıştıkları gibi, devleti toplumu ilgilendiren sorunlara da çözüm arayışı içerisindeydiler. Bu anlamda agoralar bireysel düşüncenin sergileneceği eşsiz mekanlardı. İlk bakışta agora toplumun her kesimini kapsayıcı bir yapıya sahiptir. Belli grupların girmemesi için bir yasak yoktur. Zorunluluk halinden kurtulabilirlerse agoralar kadınlara ve tüccarlara da açık konumdaydı. Köleler bile efendilerinin izni dahilinde gelebilirlerdi. Ancak agoraya ulaşsalar bile eğitim açısından kısıtlı olan gruplar, agorada konuşulan içeriğe hakim değillerdi. Mekan; eşitsizliği gözler önüne seren, yeniden üreten bir yapıya sahipti.

Öte yandan gymnasiumlar ise bireyin ailesinden sonra şekillendiği ilk mekan olan eğitim kurumlarıydı. Maddi anlamda devlet tarafından ve varlıklı bireyler tarafından finanse edilen bu okullarda 15 - 18 yaş arası gençler eğitim görmekteydi. Spor eğitimi yanında askerlik eğitimi de veriliyordu. Şekillendirme hem fiziksel hem de zihinsel açıdan gerçekleşmekteydi. İleride yurttaş olacak bu bireylerin eğitimi büyük önem arz etmekteydi. Çünkü polisin sistemi ancak bu şekilde ayakta kalabilecekti: kökleşmiş devlet - yasa - toplum düşüncelerinin aktarımıyla. Atina yurttaşlarının tüm yaşamı yönetici sınıf tarafından düzenlenmiş eğitimin etkisi altındaydı. Böylelikle eşitsizliklerin doğal olduğu küçük yaşlarda soylu çocuklara aktarılmakta, düzenin de gelecekteki kalıcılığı garanti altına alınıyordu.

Atina, bireyselleşmiş bireylerin, bu bireylerin toplumdan bağımsız bir hayat süremeyeceği, kent olgusuna bağlı, bu yönüyle bireyselliğin yok edileceği, ancak diğer yandan bireyselliklerini gerçekleştirme çabası içerisinde olan bu bireylerin mücadelesine tanıklık etmektedir. Georg Simmel'e göre küçük kent yaşamı, bireyin dışarıya yönelik hareketlerine ve ilişkilerine karşı manialar oluşturmaktaydı.¹⁷ Bu bireyin kendi iç dünyasındaki bireyselliğine karşı çatışmalar da yaratıyordu. Bu durum bireyin özgürleşimini ve farklılaşımını engelliyordu. Simmel'e göre bu çatışmanın

¹⁷ Georg Simmel, **Bireysellik ve Kültür**, Tuncay Birkan (çev.), 2. Basım, İstanbul: Metis Yayınları, 2015, s.324.

sonucunda ortaya çıkan manianın boyutu o kadar kapsayıcıdır ki bu durumda günümüzün modern insanın yaşaması imkansızdır. Ona göre çevremizi sınırlandıran daire ne kadar daralırsa bireyin sınırlandırılması ve bireyin izlenmesi de o derecede artar. Atina'nın bu boğucu yaşamı bireyin kendini kanıtlaması için bir ortam yaratıyordu. Güçsüz, zayıf bireylerin üzerine basıldığı, güçlülerin güçlerini pekiştirmek için her yola başvurması Simmel'in "genel insan karakteri" olarak betimlediği insan türünün Atina'da doğmasına neden oluyordu. Nitekim sadece yurttaş olma ayrıcalığına sahip olmak kent sakinleri için yetmemektedir.

2.2.4 Antik Yunan Filozofları Düşüncesinde Toplumsal Düzen ve Birey

Şu ana kadar anlatılan kent sisteminin arkasında birçok Yunan düşünürün fikirleri yatmaktadır. Genel yapının değişimini, gelişimini etkileyen bu düşünürler kendi düşüncelerini de bu yapının içinde dile getirmişlerdir. Protogoras'ın öncülüğünü yaptığı insan temelli sofist düşünce, özellikle yasanın bireye ayak bağı olduğunu düşünen ikinci dönem sofistler, onların karşısında konumlanan Sokrates, Platon ve Aristoteles geleneği. Son olarak ise Sofist Gorgias'dan ve Sokrates'ten eğitim alan Antisthenes'in iki öğretinin de dışında bireyin toplumsallığını reddeden, bireysel hazcı kinik öğretisi. Bu düşünce sistemleri yaşadıkları toplumu etkilerken günümüzde de kendilerine her daim savunucu bulabilmişlerdir. Uygulama açısından bu üç farklı düşünce sistemine baktığımızda; kent yaşamından yana, insanı bu yaşama bağlı gören, yasaı insandan üstte gören, Sokrates'in ve öğrencilerinin düşüncesinin toplumsal yaşama hakim olduğunu görmekteyiz.

Sokrates'in düşüncesinin temelinde bireyin yasalara olan koşulsuz itaati yatmaktadır. Çünkü ona göre yasalar; insanın mutlu olabileceği tek yer olan polis sınırlarını çizen, toplumun iradesidir. Polisin varlığı bu yasalarla güvence altına alındığı gibi, bireyin mutluluğunu sağlaması açısından da polis bu yasaları araç olarak kullanır.

Sokratik düşünce içerisinde baktığımızda birey sadece pozitif yasalarla çevrelenmiş bir toplum içerisinde var olabilir. Bu noktada yurttaşın üzerine düşen ödev ise yasalar aleyhine de olsa o yasalara koşulsuz boyun eğmektir. Birey kendi özelinde yasanın kendisi için kötü sonuçlanacağını düşünebilir, ancak Sokrates'e göre yasa onun için iyi olanı gerçekleştirmektedir. Toplumsal yaşam içerisinde bireyi yasalarla çevreleyen Sokrates, insan olmanın yolu, insanın ereğine ulaşmasından geçtiğini söyler. Erek ve yasanın çarpıştığı noktada Sokrates hayatında yasayı seçmiştir. Böylelikle yasaların üstünlüğü savunan Sokrates için bu ereğine ulaşmaktır. Ancak başka noktada duran birey için ise bu sınırlandırmadan başka bir şey olmayacaktır. Nitekim düşünce özgürlüğünü sınırlandırıldığında bireyin karşı çıkışı olmaksızın, yaşamsal devamlılığı yasaların devamlılığı ile sağlanacak, birey yasa için var olacaktır.

Sokrates'in öğrencisi Platon ise düşünce açısından ondan çok farklı bir noktada durmaz. Hem sofistlerin yasayı küçültücü düşüncelerine hem de kiniklerin devleti ve toplumu karşılarına alan düşüncelerine karşı çıkar. Ona göre bireyler tek başlarına kendilerine yetecek varlıklar değildir. Bundan dolayı birlikte yaşamaya yönelmişlerdir. Birlikte yaşayış toplumu meydana getirmiş, toplum ise devleti yaratmıştır. Bu süreçte toplum ve devletin oluşması gayet doğaldır. Devletsiz birey olmaz. Ancak Platon'a göre bütün bireyler aynı yetilere sahip olmadığı için toplumda bireyler arasındaki eşitsizlik de gayet doğaldır. Bu toplumdaki iş bölümüne de yansımış, kadınlar, köleler ve tüccarların yerini belirlemiştir. Platon'un bu düşüncesi iktisadi veya sosyolojik bir tespit olmamaktan ziyade toplumda bulunan eşitsizliği meşrulaştırıcı bir girişimdir.

Doğru bir devlette yaşayan bireylerin dışında kalanlar bireyliklerini tam anlamıyla gerçekleştiremezler. Çünkü böylesine siyasal düzene sahip olmayan bireyler kaosa yaşamaktadırlar. Sadece doğru bir devletin olması yeterli değildir. Ayrıca bireyinde yasalara ve devlete itaati de gerekmektedir. Platon devlete ve yasaya olan itaatin göstergelerinden birini dindarlık olarak kabul eder. Dindar olan itaat de edendir.

Böylelikle dinsizlik siyasi bir anlam kazanır ve itaatsizlik ile eş noktada durur. Dinsizlik kabaca tanrıya inanmamakla sınırlı değildir. İlk adım tanrıya inanmakla başlasa da bunu yeterli görmemektedir. Daha sonra birey tanrıların insanların ilişkilerini düzenlediğine inanmak zorundadır, bu aynı zamanda yöneticilerin tanrılar tarafından yönlendirildiğini ve kararları onlardan aldığına denk geliyordu. Son itaat ise devletin belirtmediği ya da izin vermediği şekilde tanrılara kurban sunmak ya da ritüeller icat etmek yasaktır. Devlet böylelikle ruhban sınıfının yerini tutarak dini de düzenlemektedir. Bu hususlar tamamen bireyi yasa karşısında pasif konuma düşürmektedir. Yasaların ve dinin yönetici sınıfının tekelinde olduğunu düşünürsek bu durumda yurttaş olmanın da birey olmak için yetmeyeceği sonucuna ulaşabiliriz. Ayrıca tanrıdan yetki alan kralların varlığı düşüncesi ve kabulü tiranları ve monarkları her daim mümkün kılarken bireysellik engellenmiş ve sınırlandırılmıştır.

Öte yandan Platon Sokrates'in erdemin özünü aramasındaki yolculuğuna cevabı idealar olarak verir. İdealar bireyin kendini ve çevresindekileri anlamlandırması için olmazsa olmazdır. İçinde bulunduğumuz evrenin ideaların yansıması olarak kabul eden Platon, gerçek öz'e bireyin ancak ideaların farkına varılması ile ulaşacağını varsayar. Platon bunu mağara metaforuyla açıklamaktadır. Mağarada oturan insanlar karşılarındaki duvarı izlemektedirler. Duvarda ise dışarıdan geçen insanların gölgeleri vurmaktadır. Hayatları boyunca sadece duvarı görmüş bu insanlar gölgeleri gerçek olarak kabul ederler. Halbuki öz'e aralarından biri ulaşır. Duvarı bırakıp dışarıya çıkan insan. Bu birey Platon'a göre filozofun ta kendisidir. Filozof geri dönüp onlara ideaları anlatan birey olacaktır. Filozof gölgelerin sadece bir yansıma ve gerçeğin dışarıda olmasını söylemesine rağmen, düşüncesi kabul görmez. Platon için mağaranın içi kusurlu bir evreni, yani yaşanan toplumu, dışarısı ise ulaşılması gereken ideale karşılık gelir. Örnek olarak mağaranın içindeki yurttaşlık kusurları olan bir yurttaşlıktır. Ancak idealar evrenindeki yurttaşlık kusursuz olandır. Bireyin kusurlu olma düşüncesi de bu düşüncenin altında yatmaktadır. Böylelikle birey kusurlu olandır, ancak idealar evrenindeki birey kusursuz olabilir. Öz her zaman varlıktan önce gelir. Varlık ancak özün yansıması olabilir. Platon'un yaşadığı dönemde en büyük tepkiyi bu düşüncesiyle

bireyselci olan Kinik okulundan almıştır. Platon'un temellendirdiği bu düşünce Orta Çağ düşüncesinin de zeminini oluşturacaktır. İdealara ulaşmakta zorluk, cennet ve Tanrı'ya eş koşulacakken, kusurlu insan ise yerini günahkar doğmuş insana bırakacaktır. Varlık ve öz düalizmi düşüncesi ise ruh ve beden ilişkisi ile yer değiştirecektir.

Aristoteles Platon'un öğrencisidir. O da öncülleri gibi bireyin sadece toplumsal yaşamla var olabileceğini savunmuştur. Siyasal bir hayvan olarak bireyler toplumsal kolektivitenin içerisinde bütünleşmişlerdir. Haz peşinde koşup, bireysel çıkarların kamusal alanda temsil edilmesine karşı çıkar. Agora'nın sadece tartışma mekanları olmasını ve pazar özelliğinden arındırılması gerektiğini ileri sürer. Bireyin hazcı çıkarıcı davranışının polise zarar verdiğini bunu yapmakla akıldışı davrandığını ileri sürer. Ona göre bu tarz başına buyruk bir yaşam bireyi hayvansal yaşama ya da tanrısal yaşama ulaştırır ancak birey bu davranışlarıyla hayvan ya da tanrı olsa da insan olamaz.

Aristoteles'de de bireyin bireyselliği ancak devlet içerisinde gerçekleşebileceği düşüncesi hakimdir. Ahlaksal yaşamın ve bireyin düşünsel hayatı için devlet her zaman en iyiyi tasarlar. Platon'un devletin doğal zorunluluğu düşüncesini ve kendi benzer devlet tanımını kanıtlamak için toplumu en son parçalanamayacak kadar olan en küçük parçalara böler. Bu gerçeği ortaya koymak için ulaştığı en küçük birim *oikos*, ailedir. Aile ise kadın, erkek ve köleden oluşmaktadır. Günlük ihtiyaçlar aile içerisinde karşılanır. Aile aynı zamanda özel yaşama denk düşen, en ilkel yapıdır. Birçok evin amaçlar doğrultusunda bir araya gelmesiyle köyleri, köyler ise devleti oluşturur. Aileden başlayan parçaların birleşmesindeki tek amaç Aristoteles'e göre devleti oluşturmaktır. Bu durumu insan bedenine benzetir;

"... nasıl ki insanın uzuvları bütünden ayrıldığı zaman kendi kendine yetemiyorsa, bütünle ilişkiliyse aynı şekilde devlete katılma yeteneği olmayan. varlıklar da devletin parçası olamaz."¹⁸

İnsanı benzerlerinden ve hayvanlardan ayıranın eyleyen olmasında yattığını ileri sürer. Eyleyen olmak her türlü mekanik ve zorunluluk halinin dışında olma halidir. Bu durumuyla insanın eyleyen olması birçok seçeneğe de sahip olduğu anlamına gelmektedir. Birey olarak insanın seçimlerinin kendi elinde olduğu, varlığının bir zorunluluk hali dışında olduğudur. Bu noktada ise birey zorlamayla, bilgisizlikle, ya da tesadüfen gerçekleştirdiği eylemlerinden sorumlu değildir. Bireyin bu iradi eylemleri karakterini meydana getirdiği gibi ahlaklı erdemini de ortaya çıkarır. Özgür irade kavramına inanan Aristoteles, iç güdülerin ve bireyin nefsinin kontrol altında tutmasıyla ancak özgür iradesini gerçekleştireceğini savunur. İnsanın kendi nefsinin kontrolü altına girmemesi ve erdemli davranışın yolunun açılması için akıl ile ulaşılan kurallarla denetlenmesini ister. Kapsayıcı bir özgür irade ve bireysellik tanımı yapan Aristoteles'in düşüncesini çıkmaza düşüren unsur şüphesiz köleler üzerine olandır. Çünkü tanım gereği tüm insanları kapsarken köleleri mülkiyete ait olarak tanımlamaktadır:" Bir insan mülkiyetin konusuysa yani başka birisinin yaşama amacına yararlı bir araç haline dönüşürse o insanın kölesi olacaktır.¹⁹ Bu durumda onları eyleyenlerin aracı, eylemi gerçekleştirilen şeyler olarak sınıflandırmakta ve insan türünden ayırmaktadır. Zihnin bedeni idare etmesi gibi köle sahibinin de köle üzerinde aynı etkisi doğaldır.

Antik Yunan döneminde kabilesel yaşam yerini yaygın kent yaşamına bırakmıştır. Kent yaşamının getirdikleri ile birlikte bireyin toplumsuz var olamayacağı düşüncesi kabul görmüştür. Burada filizlenen düşünceler diğer toplumlarında siyasal ve bireysel yaşamlarını etkisi altına almıştır. Bu yolla baktığımızda bireyin toplumun yaygın düşüncesi dışına çıkması noktasında sınırlandırılması, bazı bireylerin çıkarları doğrultusunda sınıfsal yaşamın temellerinin atılmıştır. Üretim araçları bir sınıfın elinde

¹⁸ Aristoteles, **Politika**, Furkan Akderin (çev.), 3. Basım İstanbul: Say Yayınları, 2017, s.27

¹⁹ Aristoteles, s.30

toplanmaya başlanmış ve kentsel yaşam içerisinde bu meşru kılınmıştır. Birey uzun yolculuğunun bu noktasında toplumsallaşmıştır. Toplumdan bağımsız bir yaşamı olamayacağını, değerler, ritüeller, kurallar dışına çıkmamasını birey kabullenmiş, kitleleşme yolunda da ilk adımını atmıştır. Kurallarla, yasalarla birlikte sınırlandırılmış ve standartlaştırılmış bireysellik de inşa edilmiş olur. Antik Yunan kentlerinde güçlenen cinsiyet eşitsizliği, dini tahakkümün inşası gelecek dönemleri de derinden etkilemiştir. Henüz güçlü bir toplumsal yapının olmayışı, kentlerin her açıdan güçlü olması, dışarıdaki yaşamın hala kabilesel olması bireylerin güvenlik ihtiyaçlarını her daim güçlü kılmıştır. Ancak bu durum aynı zamanda kentlerin içinde var olan eşitsizlikleri kabul ederek, bireysellikten yoksun bir yaşamı da kabul etme anlamına gelmektedir. Çünkü birey kendini ait hissedebilmek için yasalara, kurallara adan ve kentin varlığı için var olur.

2.3 TANRISAL İRADE KARŞISINDA BİREY

Orta Çağ zaman dilimi Roma İmparatorluğu'nun yıkılışından Rönesans'a kadar olan süreci kapsar. Bu sürecin en büyük aktörleri ise şüphesiz feodaller ve kilisedir. Bitmek bilmeyen barbar topluluklarının saldırıları, Haçlı seferleri, kilisenin düşünsel hayatın her anında bulunma gayreti, kendi topraklarından sürülen insanların feodallere emeklerini satmaları sonucu köleleşmeleri, dönemin insanlarını her açıdan sarmalayan olgulardır.

Helenistik döneminin sonundan itibaren Yunan kent devletleri gücünü yitirmeye başladı. Ardından Roma'nın kurulmasıyla merkeze bağlanan kentler eski işlevlerini uygulayamaz oldu. Merkezin güçlenmesi ilk zamanlar Hristiyanlığın güçlenmesini ve yayılması önünde engel teşkil etti. Çünkü Romalılar pagan tanrılarına inanıyordu. 4. yüzyılda I. Theodosius ile Hristiyanlık resmi din olarak kimlik kazandı. Kilise o dönemde örgütlenme yetkisine sahip değildi. Ancak 5.yüzyılın başında ikiye

ayrılan Roma'nın Batı tarafının çökmesi sonucu merkezi yapının da ortadan kalkması, Kilisenin önünü açtı. İktidar ile ilişkisi kendi lehinde ilerleyen Kilise hayatın her alanında söz sahibi olmaya başladı. Sokaklarda önceden aşk ve kahramanlık hikayeleri anlatan ozanların yanında şimdi Tanrı buyruklarını ve azizlerin mucizelerini anlatan vaizler yer almıştı. Yoksulluğun ve ölümün anındalığı altında ezilmiş insanlar arasında kurtuluşu vaat eden dini söylemler hızlıca karşılık buluyordu.

Antik Yunan toplumları için her şeyden önce kan bağı gelmekteydi. Ne inancın içeriği ne de bulunduğunuz toprak kan bağı kadar önemli değildi. Ancak Hristiyanlık ile bireyler arasındaki kan bağının önemi nispeten azaldı. Çünkü artık bağın olabilmesi için kandan ziyade inancın uyuşması gerekiyordu. Hristiyan olmak tüm değerlerin üstüne çıkıyordu. Bireyler arası değerlerin bu yönde değişmesinin katkısı daha önce birbirine düşman olan toplulukların Hristiyanlık ile uzlaşma içerisine girmeleri kolaylaşmış ya da ilerdeki dini anlaşmazlıklarla yeni düşmanlıklar içine girmeye başlayacaklardı.

Orta Çağ düşünsel hayatında uzunca bir dönem hakim olan Augustinus'un *Yeryüzü Devleti Gökyüzü Devleti* ayrımıyla Kilise, Hristiyanlık düşüncesini şekillendirdi. Hristiyan olmayanlar tanrının yeryüzündeki devletinde barınamayacakları gibi gökyüzündeki devletinde de yer sahibi olamayacaklardı. Böylelikle aynı dine mensup olmayanlarla, dışarıda kalanlarla savaşmak meşrulaşmış oluyordu. Zorlamalarla, dışlamalarla ve savaşlarla din değiştirmenin yaygın olduğu bir dönemdi.

Bir diğer değişim ise devlet anlayışında gerçekleşiyordu. İyi devlete ulaşmanın amaç olduğu Antik Yunan ve Roma dünyasından, devletin Hristiyanlık doğrultusunda araçsallaştığı bir döneme geçilmiştir. Kente ya da devlete sadık olmaktan ziyade öncelikli koşul Tanrıya sadık olmaktan geçiyordu. Tanrının iktidarı gerçek iktidardır. Yönetim biçimi bu düşünceye uygun olması gerektiği gibi bireylerin de bu yönde tanrısal iktidara boyun eğmesi gerekmektedir. İlk Hristiyanlar bu düşünceden uzak bir

davranış sergilemeler de ilk yüzyılın ortalarında Aziz Paulus insanların iktidara katılmasını ve boyun eğmesini öğütlemiştir. İktidarın meşrulaştırılmasını, itaati en etkin biçimde kentte örgütlenen ruhban sınıfları gerçekleştirmiştir. Sadece Tanrı'ya değil aynı zamanda krallara da itaati sağlamışlardır. Tanrıya itaatin ilk adımı ise Kilise'nin mutlak otoritesine itaatten geçmektedir.

6.yüzyıl da son tek tanrılı din olan İslamiyet'in ortaya çıkışı ve yayılmasıyla Müslüman topraklar daha birlik içerisindeydi. Hristiyanlığın dağılmış merkezlessiz topraklarda varlık göstermesi İslamiyet'e göre daha handikaplıydı. Ticaret yollarını onlara göre daha etkin kullanan Müslümanlar özellikle Abbasiler döneminde Mısır, Yunan ve Hint uygarlıklarına ait yapıtları çevirmeleriyle etkili bir düşünsel hayat içerisine girdiler. Bu çeviri hareketi oldukça önemlidir. Batı'nın Antik Yunanı tanınması bu eserlerin çevrilmesi ve yorumlanmasıyla mümkün olacaktır. Endülü's Emevileri, özellikle İbn Rüşd bu konuda Batı üzerinde etkili olmuştur.

Orta Çağın bu siyasi ve toplumsal yapısı içerisinde toprak sahipleri ve etrafı surlarla çevrilmiş arazileri büyük önem taşımaktaydı. Kentler parçalara ayrılmış, işlevsizleşmiş, kapalı bir yapıya bürünmüşlerdir. Eşitsizliklerin kalıcılaştırmış ve Antik Yunan'dan gelen zorunlu halin devamlılığı bu yolla devam ettirilmişdir.

2.3.1 Zorunlu Halin Devamı: Kölelikten Serfliğe Geçiş

Kilise hayatın her alanında söz sahibiyken diğer başat aktör ise feodallerdi. Roma'nın çöküşü sosyo ekonomik ve siyasi durumda büyük bir boşluk yarattı. Merkezi çöken bir siyasi sistemin ardından yerel yönetimler önem kazandı. Krallıklar, prenslikler, kale, şato etrafında geniş ekim topraklarıyla örgütlenen soylu aileler ve vassallar. Germen topluluklarının sürekli saldırılarıyla ana ticaret yolları kullanılamaz

hale gelmişti. Kentlerdeki nüfus azalmış ve Roma döneminde topraklarından edinmişlerdi. Birçok aile buraları terk etmek zorunda kalmıştı. Önceleri merkezi orduya bağlı kentleri koruyan birlikler mevcuttu. Ancak sürekli olan saldırılara da bağlı olarak Roma'nın çökmesi orduyu dağıtmıştı. Bu durum karşısında büyük aileler harekete geçti ve kendilerine ait birlikleri oluşturdular. Saldırlardan kaçan insanlar ise korunaklı yerlere sahip bu ailelere sığındılar. Bu şekilde örgütlenmeye başlayan kentler, var olan siyasal özerk kentin de sonunu getirmiştir. Kent meclisleri varlığını yitirdi ve kentin kaderi başta piskoposa daha sonra feodalin eline kaldı. Kimi zaman zorla ele geçirilen topraklar (hem kilise hem de feodal tarafından) kimi zaman da gönüllük altında alınıyordu. Önceden köle statüsünde olmayan aileler güvenlik tehdidi ve ticaret yapamamalarından dolayı serflik statüsüne geçmek zorunda kaldılar.

İlk Çağ'ın belirgin kölelik kurumu Orta Çağ ile varlığını devam ettirse de yanılısalı bir şekilde gerçekleşmiştir. Şöyle ki; Kilise Hristiyanlığı seçen kölelerin efendileri tarafından özgürlüğünün önünü açılmasını istiyordu. Uygulamada birçok efendi kölesini azad ediyordu. Çünkü kendisine güvenlik ve ekonomik anlamda bağlanmış bu bireyler köleyken gerçekleştirdikleri pratikleri azad edildikten sonra da devam ettirmek zorundaydı. Bu durum günümüz insanında da var olan yanılısalı bir özgürlükten başka bir şey değildi. Özgür olmayan bu kesim için kökü Latince olan servi, tekil hali servus kelimesi kullanıldı. Kelime Fransızca içerisinde daha sonra serf'e dönüştü. İnsanlar bir senyöre hizmet etmeyi kölelik olarak görmüyorlardı. Kendilerini özgür olarak hissediyorlardı. Nitekim hemen hemen herkesin bir senyörünün olması onları düşüncelerinde kuşkusuz haklı hissettiriyordu. Durumun en umutsuz kanıtı serfin çocuğunun da mevcut şartları kabul etmek zorunda olduğu bir işleyişin içine doğması. Diğer bir kanıt ise hukuksal anlamda insan olarak sayılan, eşya statüsündeki insanların, kölelerin hala var olması, bu aradaki pozisyona sahip serfleri özgür hissettiriyordu. Serf olma durumu bazı durumlar da direk kralın otoritesiyle de sağlanıyordu. Örneğin Frank

kralları, fermanlarında her özgür erkeğin kendisine bir efendi seçmesini zorunlu kılıyordu.²⁰

Bireyin diğer bireye her alanda bağlı olduğu bu dönemin ilişkileri oldukça karmaşıktır. Serflerle birlikte feodal beyine, senyöre, hizmet eden diğer bir grup vassallardı. Vassallar çoğunlukla senyörün şatosunda yaşarlardı. Hizmetleri karşılığında işletmesi için senyör tarafından serf ve toprak veriliyordu. Senyör buradan payını alırken aynı zamanda toprağın işletilmesini de garanti altına alıyordu. Çünkü vassalın geçimi direk olarak bu topraklara bağlıydı. Öte yandan senyör ise piskoposa ve krala bağlıydı. Taç giyme törenleri, aforozdan kaçma bu bağlılığın belirtileriydi. Her ne kadar kendi içinde bir sisteme sahip olsa da bu iki otoriteyle geçinmek zorundaydı. İktidar alanın da yüzyıllarca çekişmelerine rağmen Papalık da krallıklar üzerinde etki sahibiydi. Tüm bu itaat ilişkisinin en üstünde ise Tanrı'nın iradesi yer almaktaydı.

Günlük ilişkiler, ticaret, toplumsal hiyerarşinin tek bir amacı vardı o da ölümden sonraki hayata hazırlanmak, Tanrı'ya yaraşır bir kul olmak. Statü çeşitliliğin bu boyutlarda olması, her statüyü kendi içinde eşit kılmıyordu. Bireyin servetinin büyüklüğü, sahip olduğu asker sayısı, ayrıca teçhizat bakımından durumu o bireyi aynı statüdeki diğer bireylerden hukuksal ve toplumsal anlamda daha özgür yapıp, hiyerarşi piramidinin üst basamaklarına çıkarıyordu. Tam tersi durumda daha az servete sahip bir senyörün lordun özgürlüğü daha sınırlı boyuttaydı. Bu zorunluluk ve bağımlılık ilişkileri bireyin hareket alanını ve bireyselliğini doğrudan etkiliyordu. Din tarafından şekillenen sosyal yaşam her an Tanrı'nın iradesini bireyin üzerinde hakim kılıyordu.

Birbirine hiyerarşik bağlarla bağlanmış bu örgütlenme biçimi ticari ilişkiler bakımından tüm imkanlardan yoksunlardı. Marc Bloch'a göre hizmet almak isteyen ister

²⁰ Ye. Agibalova ve G. Donskoy, **Orta Çağ Tarihi**, Çağdaş Sümer (çev.), 2.Basım, İstanbul: Yordam Kitap, 2017, s.23

bir şövalye ister bir kral olsun çoğu zaman para ile ödeme yapamamaktaydı.²¹ Ödeme sistemi ise çoğunlukla hizmetini alacakları bireyi besleyip giydirip *provende*'i (yiyecek stoku) sağlayacaklardı, ya da hizmete göre toprak vereceklerdi. Toprağı alan birey işletmeyi ya doğrudan kendisi yapacaktı ya da hali hazırda üretilenlerden pay alacaktı. Bu senyörlerin elini zora sokan bir durumdu. Aynı şekilde serfler dışında kalan köylüler ise çoğu durumda emeklerini satmak zorunda kalıyorlardı. Mallarını pazarlar da kent sakinlerine satan köylüler bazı yükümlü oldukları ödemelerinin gelirini bu şekilde kazanıyorlardı. Ancak öte yandan kentin dışında korumasız olan köylüler güvenlik için emeklerini satmak zorunda kalıyorlardı. Emek karşısında güvenlik alsalar da yaşam koşulları açısından serflerden daha kötü durumda olabiliyorlardı.

Serf senyörün toplam ürününden ihtiyacını her zaman karşılarken, köylüler ise kendi ürettikleriyle geçinmek zorundaydı. Çoğu zaman parasal ya da madeni karşılığı olmayan bu üretim işleyişinde hasat hemen tüketilmek zorundaydı. Aksi halde hem emek hem de sermaye boşa gidiyordu. Mübadele edilmesi ise bir yere kadar sağlanıyordu. Çünkü satıcılar istenilen düzeyde alıcı bulamıyordu. Bir zamanlar kapı kapı dolaşan pazarlamacılar gibi tüccarlar da gezerek satış yapmak zorundaydı. Sadece tüccarlar değil lordlar ve baronlar da ulaşımın sıkıntılı olduğu bu çağda topraklarını gezerek sadece denetim değil aynı zamanda ürünün tüketimini gerçekleştiriyorlardı. Ürünün taşınması ise ekstra maliyet ve işçi gerektireceğinden genellikle soylular ürüne gidiyorlardı.

11. yüzyıldan itibaren toplumsal yaşamın içinde tüccarlar ön plana çıkmaya başlıyorlardı. Ticaret yollarının işler hale gelmesi, savaşlardan azalan nüfusun tekrar artması, tüccarların canlanan ekonomi içerisinde daha aktif role bürüyordu. Böylelikle insan toplulukları birbirine daha çok yaklaşıyordu. Kentte statüleri önceden çok kayda değer olmayan tüccarlar ekonomide paranın varlığını hissettirmesiyle kentte söz sahibi olmaya başladılar. Bu Avrupa feodalitesini bir değişim sürecinin içerisine soktu. Hukuk

²¹ Marc Bloch ,**Feodal Toplum**, Mehmet Ali Kılıçbay (çev.), 1.Basım, Ankara: Savaş Yayınları, 1983, s.94

sistemi eski ekonomik şartlara göre düzenlendiğinden bu tüccarlar sınıfı için bu kabul edilmez hal alıyordu. 14. yüzyılda feodalitenin işlemez hale gelmesi, kentlerde ticaretin gelişmesi birkaç yüzyıl sonra yükselişe geçecek burjuvazinin ve kapitalizmin habercisiydi.

Birey böylesine ekonomik, inanç ve toplumsal bağlara dolanmışken bireysel eylemlerde bulunabilmesi neredeyse imkansızdı. Orta Çağ'ın insanı bireyselliğini gerçekleştirebilmek için ölümden sonraki yaşamı beklemek zorundaydı. Felsefeyle ilgilenmek, din ile uyuşmayan akıl yürütme, bireyin kendi tikel iradesinden bahsetmesi kilise tarafından kesinlikle yasaklanmıştı. Paris piskoposu Stephen Tempier'in 1277 yılındaki getirdiği 219 yasak bunun örneğidir. Nitekim Orta Çağ'ın düşünsel hayatı da kilisenin ve din etrafında kitleleşmiş toplulukların gölgesinde var olabilmiştir. Kilisenin öğretilerinin temele oturduğu düşünsel hayat kimi zaman bu öğretilerin halk tarafından benimsenmesi kimi zaman ise dini bir açıklama içerisinde gerçekleşmiştir. Bu durum aynı zamanda bireyin ontolojik tanımlamasını da din eksenli bir anlayışa kaydırmıştır.

2.3.2 Tümmeller Tartışması İlk Günah ve Birey

İlkçağ düşünce hayatında birey olabilmenin yolu akıl ve iradenin yasalar ve devlet içerisinde doğru kullanımında gerçekleşmekte iken bu düşünce Orta Çağ'da akıl ve iradenin Tanrı'ya karşıt olduğu düşüncesine bıraktı. Akıl ve özgür irade bu çağın havasında tehlikeli kavramlardı. Dini kavramsal yapıyla şekillenen ahlak, erdem ve irade; akıllı ve bireyi dinin emirlerine tutsak hale getirmiş, dogmalar içine hapsetmiştir. Ancak akıl, mantıksal yürütme tamamen kullanım dışı olmamakla birlikte hem İslam felsefesinde hem de Hristiyanlıkta, vahiyi, imanı Tanrısal iradeyi anlamlandırmada araç olarak kullanılmıştır.

Dogmanın, yasakların varlığı, aklın kusurlu akıl yürütmesine yol açmıştır. Çünkü çevresi bu şekilde belirlenmiş bir akıl yürütme, etkinliğin doğasına terstir. Orta Çağ düşünürlerinin hepsi de Hristiyanlık sınırları içerisinde bir felsefe üretebilmişlerdir. Ancak çağın sonlarına doğru daha uzlaşmacı düşünceler ortaya çıkmıştır. Patristik felsefe olarak adlandırılan ilk dönemde Agustinus'un düşünceleri etkili olmuştur. Bu dönemin düşünce yapısında Platon'un düalistik birey anlayışı ve düalistik evren anlayışı, dinin söylemleriyle birleştirilmeye çalışılmıştır. Platon'un ideası; ruha ve onun ölümsüzlüğüne dönüşürken, ulaşılması oldukça zor olan özün bilgisi, Tanrısal aleme denk düşmektedir. Her ne kadar Antik Çağın kavramlarıyla açıklanma yoluna başvurulsa da bu düşüncenin ayrıldığı noktalar da vardır. Orta Çağ'ın akıl üzerinde hakimiyeti yukarıda betimlenen ekonomik, siyasal ve toplumsal şartların durumun kalıcılığına ve kurumsallaşmasının biricik nedenleridir.

Tek tanrılı inanışlarda ilk yaratılan insanlar Adem ve Havva'nın cennette Tanrı tarafından yemeleri yasaklanan elmayı yemeleri, onların cennetten kovulmalarına yol açmıştır. İlk günah olarak aktarılan bu günah insanın, Tanrı'nın iradesini kendi aklıyla yok saydığı şeklinde yorumlanmıştır. Teolojik yorumlamalarda akıl, dinin tam karşısına yerleştirilmiş, akıl ve mantık ile açıklanan her şey dine karşı olarak kabul edilmiştir. Böylelikle birey özgürlüğünü kaybederek, tanrısal iradeye boyun eğmek zorunda kalmıştır. İnanışta ağırlıklı olarak; Yahudilik ve Hristiyanlıkta olan insanın günahkar doğması, bu özgürlük kaybıyla ilişkilidir. İlk günah sadece Adem ve Havva'yı cezalandırmakla kalmadı. Onların soyunu da insanlığı da cezalandırdı. Kurtuluş ise Tanrı'nın buyruklarını yerine getirmekten geçer. İnsanın kendi akli ve gayreti bu kurtuluş için yeterli değildir. Çünkü zaten aklını kullanması onu bu duruma sokmuştur. Özgürlüğüne tekrar kavuşması için ilk günahdan önceki gibi sadece Tanrı buyruklarına boyun eğmesiyle gerçekleşecektir. İnsanın tekrardan Tanrı'nın kabulünü alabilmesi ise aklın, bireyselliğin kökten reddi ile mümkün olacaktır.

Augustinus'un felsefesi de bu düşünce etrafında şekillenmiştir. Ona göre insanın kibri yaratıcısıyla arasını açmıştır. Tikel olarak öz'e kavuşulacağına inanmaz. Bireyin iradesine hakim olamayan yapısı buna imkan tanımadığı gibi eylem sergileme özgürlüğü de ilk günah ile kaybedilmiştir. Buradan çıkışı ise bir aydınlanma ile gerçekleşeceğini ileri sürer. Platonik mağara metaforunu andıran bu aydınlanma modelinde filozof kralın yerini Tanrı almıştır. Nesnelerin dünyasında onların özünü anlamak için insan aklı yetersiz kalacaktır. Dolayısıyla bunu gerçekleştirmek, aydınlanma yolunu gösteren Tanrı'yı takip etmeyi gerektirmektedir. Aklı, din yolunda araçsallandıran Augustinus, özgür iradenin olması gerektiğini savunmuş ancak özgür iradeyi de dinle temellendirmiştir. Onun için akıl sadece din için kullanıldığında bir anlam ifade etmektedir. Ayrıca Orta Çağ'ın kurumsallaşmış hiyerarşik yapısı ve öncüsü Platon'dan aldığı varlıkların yetilerine göre derecelendirmesi, yerini Augustinus'da Tanrı'nın insanları hiyerarşik şekilde var ettiği inancına bırakır. Augustinus felsefesi Orta Çağ'ı birebir yansıttığı gibi bireyi özünden ayırarak çıkamayacağı bir kafese atar. Onun düşüncesi dini referanslarla dolu, reel yaşamın meşrulaştırılmış ve dinin emrine sunulmasından ibarettir. Bu düşünce anlayışının Kilise'nin otoritesini sağlamlaştırma da etkisi yadsınamamaktadır. Nitekim Kilise'nin sosyal yaşamı kontrol etmedeki gücünün azalması ile Augustinus'un düşüncesinin terk edilmesi aynı zaman aralığında bulunmaktadır.

İslam dünyasından yapılan Antik Yunan çevirileri, özellikle İbn Rüşd'ün Aristoteles yorumları ve kendi Aristocu yaklaşımları Aristoteles'in Orta Çağ'da tanınmasına aracı olur. Var olan teolojik bilginin dünyayı anlamlandırmada yetersiz kalacağı şüphesizdir. Üniversitelerin kurulması ve felsefeye olan merakın artması mevcut teoloji altyapısını sarsmaya başladı. Aquinaslı Thomas böyle bir ortam içerisinde felsefesini Aristoteles ve İbn Rüşd üzerinden şekillendirdi. Onun düşüncesi Skolastik düşüncenin altın çağı dönemin en etkilisiydi. Nitekim dönüşen yapı içerisinde kilise Augustinus'un düşüncelerini terk edip Thomas'ın felsefesini kilisenin resmi görüşü yapacaktı.

Aquinaslı Thomas Hristiyan dünya bakış açısını ve dini motifleri, İncil'i Aristo'nun felsefesinin etkisiyle açıklamaya çalıştı. Augustinus'dan ilk günaha getirdiği yorum itibarıyla ayrılır. İnsanın sosyal, siyasal bir varlık olduğunu Aristo'dan esinle, o da düşüncesinin merkezine insanı yerleştirmiştir. Ona göre günahattan önce de gerçeğe ulaşma ve erdemli olmak için insanlar aklını kullanmıştır. Vahiyi açıklamada ve tanrısal hakikatleri anlamlandırmada ve kanıtlamada akılsal yürütmelere başvurmuştur. Thomas'a göre Aristoteles de hakikati aramada bu yolu izlemiştir. Ancak vahiy bilgisinden yoksun olduğu için hakikate ulaşamamıştır. İyi olmak, erdemli olmanın bireyi mutlu kılmayacağını ileri sürmektedir. Bu erdemler ancak Tanrı'ya ulaşmada amaç olabilirler. Tanrı'ya ulaşmada yalnızca dini referansları değil aynı zamanda krala da büyük pay biçer. Nitekim kral insanlara Tanrısal yolu gösterecek birey olup, rehberlik edendir. Onun için de krallığı en iyi papazlar yapabilir. Kral-papa düşüncesini ileri sürer. Çünkü ilahi hakikate erişmiş olanlar ancak diğer insanlara bu yolu gösterebilir. Toplumsal hiyerarşi düşüncesi itibarıyla Augustinus'dan ayrılmamaktadır. İnsanlar ancak hiyerarşik kurumlar sayesinde ihtiyaçlarını giderebildiği için düzeni olumlar. Dönemin hegemonik baskısı ve ilişkilerine tanrısal irade açısından akıl ile karşı çıksa da toplumsal eşitsizliklere bu yönden bir girişimi olmamıştır. Ayrıca her ne kadar Aristo felsefesi üzerinden dini açıklamaları anlamlandırma çabası içerisine girse de asıl amaç aklın varlığı aracılığıyla bireylerin Hristiyanlık düşüncesinden ayrılmamaları üzerinedir.

Dönemin en büyük tartışmalarından biri ise kralların dünyevi kanunları ile Tanrının emirleri olan Kilise'nin kuralları arasında bireyin ne yapacağı sorusuydu. Birçok kral kendi kurallarını dikte ettirse de Kilise buna şiddetle karşı çıkıyordu. Arada kalmış birey yaşadığı nesnel dünyayı mı yoksa sonsuz dünyayı mı düşüneceğini bilemez haldeydi. Aquinaslı Thomas bu durumda Tanrı emirlerini buyuran krallar ve papazların dinlenmesi gerektiğini ileri sürmüştür. Tanrının amaç olduğu onun felsefesi içerisinde bu oldukça doğaldır. Şüphesiz yasaların Tanrı ile çatışması demek, amaçlanan Tanrı yolunda yasayı amaca dönüştürür, bireyleri dinsizliğe sürüklerdi. Bu yüzden kralların verdiği emirlerde ya da çıkardıkları yasalarda birinci ölçüt dine uygunluğu olmalıydı.

Augustinus ve Thomas'ın ilk günah düşüncelerinin arkasında Kilise'nin bireyselliği reddeden düşüncesi, tümeller tartışması yatmaktadır. Tümel; idealara verilen genel adlardır. Porphyrios *Isagoge* adlı eserinde tümellerin nesnel varlığını sorgulamıştır. Tartışma çerçevesinde üç farklı yorum getirilmiştir. Platonik düşünce çevresinde gelişen ilk yorum gerçek olanın tümeller olduğunu ileri sürmüşlerdir. Kendilerine has bir nesnelliği olduğunu savunmuşlardır. Bu tümel anlayışında tümel nesnelliğin üzerinde ondan üstte bir yerde durur. Augustinus'un birey Tanrı ilişkisi bu noktada durur. Bu anlayış çerçevesinde tümel olarak insan Adem ile aynı olandır. Adem'in işlediği ilk günah dolayısıyla ondan sonra yaşayacak bireyleri de kapsamak zorundadır. Bireyler birbirinden farklı ve ayrıymış gibi gözükse de insan sözcüğüyle işlevsel ve biçimsel birlik kazanırlar. Böylelikle aynı ad altında birleşirler. Bu birleşim tek bir ideaya yönelir, insan ideasına, tümeline. Herhangi bir bireyin kaderine karşı gelmesi, Tanrı buyruklarını reddetmesi sadece kendisini değil, tüm diğer insanları da bağlar. Bu düşünce kalıbını ileri sürerek, Kilise, inanç için yaptığı birçok şeyi meşru kılmıştır.

İkinci yorum ise; tümellerin varlığını kabul eden ancak bunların nesnelerin üstünde ya da dışında değil içinde olduğunu ileri süren Aristocu olandır. İlk yoruma göre daha orta bir yol seçse de bu yorum bireyin tikelliğinin önündeki engeli, tümeli kabul ederek kaldıramamıştır. İlk yorumun düalist yaklaşımını, monist bir şekilde yorumlamaktan öteye geçememiştir.

Roscelinus ve Ockhamlı William'ın öncülüğünü yaptığı üçüncü yorum ise tümelleri reddeder ve onların sadece isimlerden ibaret olduğunu savunmaktadırlar. Roscelinus'un düşüncesi kilisenin en güçlü olduğu 12. yüzyıla denk gelmektedir. Ona göre ilk günah diye bir şey yoktur. Bu sadece bir isimden ibarettir. Gerçekliğe denk gelen bireysel günahdır. Tanrı düşüncesi de kutsal üçlemenin tek olmasından ibaret değil, ayrı ayrı üç şeyden (Baba, Oğul ve Kutsal Ruh) meydana geldiğini ileri

sürmüştür. Roscelinus bu düşüncesi Kilise tarafından yasaklanmış ve kendisi de baskı sonucu sözlerini geri almıştır. Çünkü bu düşünce bireysel günah kavramını ileri sürdüğü gibi düşünme serbestliğini de beraberinde getiriyordu. Adem'in günahından yalnızca Adem sorumluydu. Orta Çağ'da yaşayan herhangi bir birey Adem'in günahından sorumlu tutulamazdı. Bu önerme akli iradenin de destekçisi, tanrısal iradenin de kilise öğretisi karşısında reddiyesidir. Ondan iki yüzyıl sonra Ockhamlı William toplumsal dönüşümün sağladığı ortamdan da faydalanarak tümellerin değil tikellerin var olduğunu belirtmiştir. Orta Çağ realizminin temelinde bulunan söz konusu metafiziksel ve epistemolojik kabulleri reddetmesinden, felsefeyle teolojiyi birbirlerinden mutlak olarak bağımsız olmaları gereken iki ayrı alan ortaya koymasından, bireysel şeylerin ve tikel olayların doğrudan deneyimden meydana geldiğini savunan radikal bir ampirizm temeline düşünce yapısını oturtmuştur.²² Bireyin, kilisenin rasyonalizasyonundan kurtulması ancak deney ve gözlem ile elde edilecek tikelin bilgisiyle olacaktı. Orta Çağ'ın ekonomik ve toplumsal dönüşümünde ortaya çıkan bu düşünce tarzı önce Rönesans daha sonra da Aydınlanma'nın hazırlayıcılarından olacaktır.

2.3.3 Ara Dönem: Rönesans ve Reform

İtalya'da Rönesans Kültürü kitabında Jacob Burckhard Yunanlıların, barbarların üstünde yükseldiği zamanı ve Arapların, Asyalı milletler üzerinde yükseldiği zamanı birbirine benzetir. İki toplumun da birey bilincine eriştiğini ve kendilerini diğer ırkların üstünde görmesiyle yükseldiğini iddia eder. Şimdi bu durumun İtalyan kent devletlerinde Rönesans ile tekrar ortaya çıktığını ileri sürmektedir. Rönesans, 15. ve 16. Yüz yıl aralığında, sanatta, edebiyatta, şiirde, kentsel ve siyasal yaşamda değişimin kaynağında iki odak bulunmaktadır. Birincisi; birey ile Tanrı'nın arasındaki ilişkideki değişiklikler ve bunların sosyal yaşama yansımaları, ikinci olarak ise; kentlerde burjuvazinin güçlenmeye başlamasının getirdiği ekonomik değişimler ve toplumsal sınıflardaki değişimler.

²² Ahmet Cevizci, *Orta Çağ Felsefesi Tarihi*, 2.Basım, Bursa: Asa Kitabevi, 2001 s.314

İlk olarak günlük yaşamda Tanrısal rasyonalitenin altında ezilmiş birey, ampirik yorumlama yetisine geçiş aşamasındaydı. Birey için bu süreç oldukça sancılı, bir o kadar da kapsayıcı olmadan gelişti. Yanılgının aksine bu süreçte insanlar dini terk edip dinsizliğe yönelmedi. Teolojik olarak inancı yorumlaması değişti. Ancak yeni durum göz önüne alındığında dogmaları sorgusuz kabul etmek, kilisenin rasyonalite edilmiş hayat görüşünü benimsemek, şüphesiz birey olarak doğayı, inancı ve kendi varlığını deneyimlemek ve gözlemlemekten daha basitti. Bireyin ontolojik açıdan kendini tanımaması durumu zorlaştırıyordu. İnsanların birçoğu mitlere ve dinin tanımlamalarına ihtiyaç duyuyordu. İnsanların büyük çoğunluğu bağımsız olma, akılcı, nesnel olma olgunluğuna henüz erişememişlerdi.²³ Dönem itibariyle bireyin dünya görüşündeki değişim, değişen iktidar odakları ve sınıfların şekillenmesi açısından bu dönem modern bireye ve aydınlanmaya giden yolda bir ara, geçiş dönemidir.

Tanrı ile birey arasındaki ilişkinin bu yönde değişmesi devletler ile Tanrı'nın da ilişkisini değiştirmişti. Yönetenlerin Tanrı adına yönetme fikri de yavaş yavaş değişiyordu. Dante Aleghieri ve Padova'lı Marsilius'un Orta Çağın sonlarındaki düşünceleri bu geçişe örnektir. Dante Papa'ya karşı Kutsal Roma İmparatoru'nu savunma niteliğinde olan *Monarşi Üzerine*'yi yazar. Tanrısal iradenin yönetimdeki varlığını reddetmese de kilisenin buradaki varlığını reddeder. Marsilius ise devletin kaynağına Tanrısal irade yerine insan aklına dayalı yasaları yerleştirir.

15. yüzyılın sonları 16. yüzyılın başlarında Niccolo Machiavelli'nin düşünceleri Tanrısal iradeyi kesinkes yönetimden uzaklaştırıyordu. Politik alanı olgu olarak ele alarak, metafizik değerlerden arındırırken; din ve ahlak anlayışını siyasetten çıkartarak, onu bir neden sonuç içerisinde ele almıştır. Onun bu düşüncesi Modern dönem devlet anlayışına kurumsal açıdan olmasa da olgusal olarak etkilemiştir.

²³ Erich Fromm, *Özgürlükten Kaçış*, Şemsa Yeğin (çev.), 4.Basım İstanbul: Payel Yayınları, 2011 s.18

Düşüncesinin merkezine insan doğasını yerleştirir. İnsan doğası gereği sürekli isteklerini gerçekleştirebilmeyi düşler, bunun için de yapamayacağı yoktur. Bu düşüncesi ile insanın doğası gereği iyi olamayacağını ileri sürer. Yöneticilere öğütler niteliği taşıyan kitabı *Hükümdar* 'da²⁴ Machiavelli, prensin her zaman iyi davranması onu her zaman iyi sonuçlara götürmeyeceğinden, bazen toplumun aksine kötü davranması gerekebileceğine de vurgu yapar. Burada önemli olan amaçtır, iktidar düşüncesi de buraya dayanır. Önceki düşünürlere göre siyasal bakışı idealistten ziyade realisttir. Hedeflere ulaşmada insanın yetki alanını genişleten bir düşüncedir. Burjuvazinin kazanç düşüncesini, ileriki dönemdeki bireylerin dünyayı ele alış tarzlarındaki bireyciliğin, ilk dile getirilişlerindendir.

Öte yandan her ulus kendi kültürel kimliklerini kurmaya yönelmişti. Milletler artık kendi dillerini kurup kilisenin dili olan Latinceyi günlük hayattan çıkarıyordu. Örneğin Reform süresince Martin Luther, Almanca İncil çevirisi yapmıştı. Ulusların kendilerine ait kimlikleri inşa etmesi, monarkların güçlenmesini kolaylaştırmış, din etrafında toplanan insanlar Antik Yunan'da olduğu gibi vatanseverlik ve devlet idealleri etrafında toplanmaya başlamıştır. Bununla birlikte milletler ana dillerinde kitaplar yazmaya, sanat eserleri üretmeye başlamışlardır. Bir ara, geçiş dönemi, olması nedeniyle de üretilen içerikler de ya da ulus kimliğinde dini motifler sıkça görülmektedir. İmparatorlukların çok kültürlü yapıları da günümüzde var olan ulus devlet anlayışını engellemekte, tek kültürlü yapıların kurulmasını geciktirmekteydi.

İkincil olarak 12. yüzyıldan beri başlayan toplumsal dönüşüm; tüccar sınıfın edindiği hukuksal, ekonomik kazanımlar siyasal alanda da etkisini hissettirmeye başlamıştır. Kentler anlamını kaybetse de bu dönemle birlikte para ekonomisinin merkezi olmaya tekrardan başlamışlardı. Bu dönemde özellikle Alman ve İtalyan kentleri oldukça zenginlerdi. Ticaret ile elde ettikleri kazanımları her alanda yatırıma dönüştüren burjuvazi sınıfı, kentlerde oligarşik bir örgütlenmeye gidiyorlardı. Feodaller,

²⁴ Niccolo Machiavelli, *Hükümdar*, Necdet Adabağ (çev.), 8.Basım, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2017

yükselişe geçmiş burjuvaziye, hegemonik güçlerini teslim ediyordu. Ulaşımındaki gelişmelerle uzun mesafeli ticaret canlanıyor, Osmanlı'nın uzun süredir elinde tuttuğu ticaret yollarına erişemeyen Avrupalı tüccarlar, şimdi yeni yollar ile sermaye birikimini hızlandırıyorlardı. Burjuvazi, sermaye açısından büyüdükçe bu kentlerdeki loncaların zayıflamasına yol açıyor ve üretim araçları burjuvazinin elinde toplanıyordu. Kentlerde ekonomi canlanırken diğer yandan 16. yüzyılda kapitalist işçi işveren eşitsizliğinin temelleri atılıyordu. Öte yandan bireyin feodallere bağlı olduğu zorunluluk hali de ortadan kalkıyordu. Elde edilen haklarla serfler kendilerine ait mülk edinmeye başlamışlardı. Ancak ileride endüstrinin ortaya çıkması ile toprakları işlevsiz hale gelecek, ticari değerini yitirecekti. Nitekim ekonomi değeri üst seviyelerde olan toprak artık değerini piyasadaki yeni ürünlere bırakıyordu. Kentlerde güçlenmeye başlayan burjuvazi sınıfı ise Reform ve Rönesans hareketlerinin en büyük destekçisi haline geliyordu. Bu iki hareketin de istediği özgürlük alanı burjuvazi için de ticari serbestlik anlamına gelmekteydi. Siyasal ve toplumsal dönüşümlerle sınıfsal yapılarını daha da sağlama alıyorlardı.

Reform süreciyle, ortaya yeni bir dünyasallığın ağır bastığı bir dini inancı benimseyen, birey çıkmaktadır. Reform hareketinin öncülerinden Almanya'da Wittenberg Üniversitesi'nde profesör olan Martin Luther de Machiavelli gibi insan doğasının kötü olduğuna dikkat çeker. Bundan dolayı insan aklının hiçbir zaman tam anlamıyla Tanrıyı kavrayamayacağını belirtir. Buraya kadar Thomas'çı düşünceyle uyuşan Luther'in ayrıldığı noktalar kilisenin yetkisi noktasındaydı. *Doksan Beş Tez* eserinde beşinci tez; Papa ya şahsen ya da Kilise Kanunu'nun otoritesiyle verdiği cezaların dışındakileri bağışlayamaz ya da bunları bağışlamak istemezdir.²⁵ Kilisenin Tanrısal rollünü reddeder ve Kilise'nin elinde bulundurduğu topraklara da karşı çıkar. Ayrıca kutsal kitabın da bireysel olarak yorumlanabileceğine, başka bir okuma, özellikle Papa'nın, zorunlu olarak başka birininkinden üstün değildir. Luther'in bu düşünceleri dünyevi iktidara daha fazla yakın olmasına rağmen, bu konuya mesafeli yaklaşmıştır.

²⁵ Martin Luther, **Doksan Beş Tez**, Cengiz Çevik (çev.), 1. Basım, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2018

Öncelikle Reform hareketini başlatan Martin Luther olarak bilinse de Luther'in savunduğu reform düşüncesi gelişen ekonomik ve siyasal şartlar açısından karşılık bulacak bir düşünce değildi. Tefecilere, para ekonomisine ve Yahudilere olan karşıtlığı ile Luther, Katolik Kilise'siyle aynı düşünceleri paylaşıyordu. Yükselen burjuvaziye ve kapitalizmin ruhuna ise Calvinist reformcular seslenecektir. Calvinist reformculuğun çalışmayı ve bireysel başarıyı kutsallaştırarak yüceltmesi kapitalizmin gelişmesi için uygun zemini hazırlamıştır.²⁶ Prüten ahlak yapısı içerisinde ödül ve cezaya bu dünya içerisinde ulaşılacağını ve Tanrı'ya yakışır şekilde çalışma, calvinizmin temel dayanaklarıdır. Diğer yandan Jean Calvin insan doğası ve kilise hakkındaki düşünceleriyle Luther ile benzerlik taşımaktadır. Orta Çağ düşüncesinde amaç olarak konumlandırılan Tanrı, Prüten ahlak anlayışıyla, dünyevi hedeflere ulaşmada bir araç konumuna indirgenmiştir. Prüten ahlakçılar her ne kadar Tanrıya dünyevi hedefleri gerçekleştirilerek de ulaşılacağını ileri sürseler de bu, dönüşen toplumsal yapı içinde tanrısal iradeyi ve iradenin söylemlerini, hedeflere ulaşmada araç olmaktan öteye taşıyamayacaktır.

Kilise'nin otoritesinin bu yönde sarsılması ve ayrışması zaten çeşitli farklı düşüncedeki tarikatlar tarafından sürekli gerçekleştiriliyordu. Dinin bu yolla dünyevileşmesi, bireyin içinde bulunduğu ontolojik problemleri derinleştirmiştir. Mekansal açıdan kısıtlı, yaşamın vebayla çevrelendiği hayat geride kalmıştı. Bilimsel alanda da birçok kazanım, bireyin algıladığı dünyayı temelinden yıkıyordu. 15. yüzyılın sonlarında Nicolaus Copernicus, bilinen evren anlayışını değiştirdi. Copernicus'tan önceki düşüncede Dünya sabit, çevresinde konumlanmış gezegenler, yıldızlar ve Güneş devinim halindeydi. Ayrıca merkez olarak yeryüzü kabul edilmiştir. Aristoteles'e dayanan bu evren modelinde Ay büyük bir öneme sahiptir. Çünkü Ay, ona göre evreni ikiye bölmekte ve bunlara Ay üstü ve Ay altı evren olarak adlandırmaktadır. Model aynı zamanda iki farklı evrene işaret etmektedir. Düalisttir. Şüphesiz bu düşünceyle etkileşimli olarak insanı doğanın merkezine yerleştiren düşünce vardı ya da düşüncenin

²⁶ Ağaoğlu, s. 317

temeli direkt bu evren anlayışıydı. Ayrıca evreni bu şekilde görme, nesnelere yüklenen düalist yaklaşımı beslemektedir. Fakat Copernicus'un ileri sürdüğü evren modelinde Dünya hareketsiz değildi. Hem kendi ekseninde hem de Güneş'in çevresinde dönüyordu ve monoist özellikteydi. Tek bir alem vardı. Evren anlayışındaki bu düşünsel yenilik modern bireyin tikel varlığının da habercisiydi.

Pusulânın gelişimi ile gelen Yeni Dünya'nın keşfi, uzak noktalara yolculuklar, yeni hayatların varlığı, günlük yaşama giren daha önce tadılmamış yiyecekler ve daha nice değişiklik, hayatı somut yönden etkilemişti. İnsanı ilgilendiren ontolojik ve bilimsel tartışmalar üniversitelerde, kentlerde yapılırken; bu tarz somut gelişmeler köylülerin anlamlandıracağı tarzda gelişmelerdi. Çünkü yüzlerce yıl kilise, onlara dünyanın sadece bildikleri kadar olduğunu söylemektedir ve bu düşünce değişime açık değildi. Ancak Yeni Dünya'nın keşfi bunun tam aksini söylüyordu. Bunlar sıradan insanın da düşünsel hayatını etkileyecek gelişmelerdi.

Kilise rasyonalitesinden ve gerçekliğinden sanat da sıyrılmıştı. Sanatçılar Antik Yunan sanatını mimaride, resimde şiirde öncül kabul edip, bireysel realizme dayanan eserler ortaya koymaya başlamışlardı. Yetişen sanatçı tipi Orta Çağ sanatkarı gibi eserini ortak bir anıta mal etmiyor, eserini çoğunlukla imzalıyor ve ona her bakımdan kendi damgasını vurmaya çalışıyordu.²⁷ Orta Çağ tablolarında doğa ikonalarında olduğu gibi hiçliğe gömülür veya yaldızlı bir fon halini alır ya da üzerinde gerçekten anlamlı olan tek şeyin, yani insanın kendi dramını yaşadığı ama kendi başına anlamsız bir dekor gibi geride dururdu.²⁸ Bu dönemde eserlerin konusu da artık ikonik çalışmalardan ziyade bireyin kendisi olmuştu. İnsan, resimde dekordan ziyade, portre çalışmalarıyla sanatın konusu haline gelmiştir. Bu dönemde ayrıca basım tekniklerinin gelişmesiyle kentlerdeki edebiyat hareketliği de en üst seviyelere çıkmıştır.

²⁷ Halil İnancık, **Rönesans Avrupası**, 4.Basım, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2013,s.76

²⁸ Tulin Bumin, **Tartışılan Modernlik: Descartes ve Spinoza**, 4.Basım, Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık, 2010 s. 10

Düşünce hayatı da siyasal, ekonomik, sanatsal ve kültürel dönüşüme öncülük ediyordu. Skolastik düşünce Orta Çağın sonlarında çözülmeye başlamıştı. Bununla birlikte felsefe alanı artık düşüncesini teolojik temellendirmeden ziyade, epistemolojik bir temellendirme ile kurmaya başlamıştır. Düalistik anlayışın terk edildiği, doğrunun, nesnenin tek niteliği düşüncesi yaygın olarak kabul görmeye başlamıştı. Böylelikle inancın verdiği bilgi ile ampirik bilgi birbirinden kesin olarak ayrılmıştı. Felsefenin teolojik hegemonyadan sıyrılması ile birey tekrar ön plana çıkmıştır. İnsana dair olan her şey tekrardan sorgulanmaya başlanmıştır.

Bu dönemde bilimsel bilginin değerinin artması dönem içerisinde gerçekleşen matematik ve astronominin gerek sanatta gerekse üniversitelerde üzerine düşünülmesi felsefenin de alanını etkilemiştir. Ancak genel karşılaştırma alanı yine teoloji olmuştur. Francis Bacon bu yönde bireyin teolojik bilgi ile ampirik bilgi arasında kalmasını "zihin putları" ile açıklar. Aristoteles'in aksine tümevarım ile herkeste olduğu gibi bilimle uğraşan zihinlerde de yaşamsal etkiler sonucu bu önyargıların, putların oluştuğunu belirtir. Bacon'a göre geçerli bir ampirik gözlem için önce bu putlardan kurtulmak gerektiğini belirtir. Yukarıda belirtildiği gibi travmatik Orta Çağ'dan Rönesans'a, ondan Yeni Çağ'a, geçişte birçok bireyin algıladığı dünya, kökten değişmiş ya da değişiyordu. Bireyin zihnindeki halihazırda yerleşik durumda bulunan düşünce kalıpları ise dönüşüm içindeki dünyayı, Bacon'un öne sürdüğü gibi tanımlamada hataya düşürüyordu. Ancak Bacon'un kaygısı halk nezdinde değil bilimle uğraşacak bireylere yöneliktir. Doğaya hakim olmanın amaç olduğu Bacon'da, Orta Çağ'ın doğayı yok sayıcı tutumu terk edilmiş, bilginin gücün kaynağı olduğu saptanmıştır. Ancak Bacon için doğaya hakim olmanın yolu ona boyun eğmekten, onu tanımaktan geçer. İnsanlığın bunun sayesinde doğa yasalarını uygarlık çıkarları için kullanabileceğini ileri sürmüştür. Tümevarımla ulaşılabilecek bilgiye ona göre şu ana kadar rastlantılar sonucunda ulaşılmıştır. Teknik ve yöntemlerle düzenli bilgiye ulaşılabileceğini önererek bilimin kurumsallaşmasında rol oynamıştır. Bacon ayrıca bu dönemde dört tür yanılsama olduğunu saptamıştır. Bu yanılsama türlerini zihnin önüne set çeken putlarla açıklamıştır. Kabile putları, mağara

putları, çarşı - pazar putları ve tiyatro putları olarak; düşünmeyi sekteye uğratan dört tür put olduğunu ileri sürmüştür. Bacon'un bu tespitine göre kabile putları; insan soyuna, ırkına dayanmakta tüm önyargıların ortak noktasının insan doğasında olduğuna karşılık gelmektedir. Mağara putları, bireyin tikel olarak yanılsamasına karşılık gelirken, çarşı – pazar putları, bireyler arası ilişkilerdeki anlaşmazlıklardan ortaya çıkmıştır. Son olarak tiyatro putlarını ise Bacon, yanlış felsefi akıl yürütmeler sonucunda kabul gören düşünceleri açıklamada kullanmıştır. Bacon'un ileri sürdüğü bu tezler bireyin sadece ampirik gözlem ile çevresini tanımlamasını ve önceden bildiği her şeyi sorgulamasını istemektedir. Aydınlanmanın ve modern düşüncenin ve bilimin ortaya çıkmasında bu düşünceleri etkili olmuştur.

2.3.4 Modern Bireye Doğru

Orta Çağ'dan beri gelen düşüncede bireyin doğayı tanımlayış şekli, onun dini görüşü ile doğrudan ilişkiliydi. Orta Çağ teolojik dünya görüşünün yıkılışı ve Rönesans ile bilimsel eylemin, düşüncenin yükselişi 17.yüzyıl dünyasının mekanik olarak ele alınmasında etkili olmuştur. 17. yüzyılın yaygın düşüncesinde doğa bir makine işleyişi içinde ele alınır. Bilim ise doğayı kullanma ve yeni makineler üretmek için işleyen disiplinlere ayrılır. Şimdi mühendis-bilim adamı, doğanın mekanizmasını bilerek ve ona benzer yeni makineler üreterek kendisi de bir mühendis gibi doğayı yaratmış olan yaratıcının izinden gittiğini düşünmektedir.²⁹ Orta Çağ'da arka plana atılan doğa, modernleşmeye giden süreçle birlikte insanın nesnesi durumuna gelmektedir.

Tanrı'nın, doğayı insanların kullanması için yarattığı düşüncesi ortak kabuldür. Doğa öznenin dışında bir nesne olarak konumlandırıldığından öznenin, onun dışında varlık olması, ona indirgenemeyişine neden olmaktadır. Bu düşüncenin arkasında birey doğanın bir parçası değil, onun dışında bir konuma sahiptir. Rene Descartes'in

²⁹ Bumin, s.24

düşüncesi de bu yönde gelişmektedir. Doğanın bireye yabancı olması, Descartes'e göre doğanın hakimi olmanın sonucudur. Sümer Gılgamış Destan'ında Enkidu'nun yaşadığı da tam olarak budur. Sadece şehirli olması onu doğaya uzaklaştırmaz, ayrıca her şehirli gibi doğa yaşamının üzerinde kendini konumlandırması, varlığını onun dışında tanımlaması da onu doğaya yabancı kılar. O yüzden Enkidu ormana döndüğünde artık doğa onunla konuşmaz. Destanda kadın doğadan kopma imgesi olarak verilmiştir. Enkidu'nun kadın ile birlikte olmasıyla doğa artık ona yüz çevirir. *Bu zevku sefa haftasından sonra/ hayvanların yanında aldığı soluğunu/ fakat aceleyle kaçıştı dostları*³⁰ Enkidu'nun birlikte olduğu tapınak rahibesi ise ona verdiği cevapla, 17. yüzyıl tipik insanın içinde olduğu düşünce durumunu verir; *Şimdi bir tanrı gibisin ihtiyacın yok artık o aptal hayvanlara*³¹ Enkidu'yu bu üstünlüğe kavuşturan araç Descartes düşüncesinde karşımıza makine olarak çıkmaktadır.

Descartes'de, birey düşünen varlıktır (cogito). Tanrıyı, düşüncesi içerisinde metafizik konumda bırakırken, cogito; Descartes metafiziğinin ilk ilkesidir. Tanrı'nın varlık ispatını bu şekilde gerçekleştirir. Aristoteles'in *İlk Neden*'i, hareket etmeyen hareket ettirici, metafizik varlık tümünden bir gelim iken, Descartes'in cogito'su metafiziğin ilk ilkesi olarak kabul görür. Birçok tartışmaya rağmen bu metafizik varsayımdaki varılan nokta Hristiyanlığın Tanrısı'dır. Descartes'in *Metod Üzerine Konuşmasının* ilk bölümünde "kendi varlığında veya dünyanın büyük kitabında bulunabilecek olanın dışında herhangi bir bilgiyi araştıramayacağını" ilân etmesiyle daha bir açıklık kazanır.³²

Descartes, Tanrı düşüncesine doğuştan ideler adını verdi. Ona göre tanrının varlığına ve ona ulaşmada izlenecek yol deneyle değil ancak insan bilinciyle olabilecektir. Tanrı sonsuz töz iken, ruh sonlu tözdür. Düşünmek özü, ruhun tözünü, yer kaplamak ise maddenin tözünün özünü var eder. Maddesel töz, mekanik olarak fizik

³⁰ Danny P.Jackson, **Gılgamış Destanı**, Ahmet Antmen (çev.), 5. Basım, Ankara: Arkadaş Yayınevi, 2016, s.9

³¹ Jackson s.9

³² Etienne Gilson, **Tanrı ve Felsefe**, Mehmet S. Aydın, 2.Basım, İstanbul: Birleşik Yayıncılık, 1999, s.71

yasalarınca var olur. Maddesel olanın genişliği uzunluğu ve geometrik uzamı vardır. İnsan ise maddesel varlığı ile hayvanlar kadar var olurken düşünme özünü harekete geçirerek o mekaniklikten sıyrılır ve cogito olur. Descartes'in insan bilincine yüklediği bu anlamla bireysel olarak insanın çevresini tanımlayacağını saptar. Tanrı ispatı yapsa da metafiziğinin temel öznesi insandır. Tanrı, amaç değil, bilgiseldir. Onun için felsefe yapmanın amacı insandır. Tanrı dünyayı yaratırken insanlara mekanik yasalara göre hareket ve enerji yüklemiştir. Tüm sorumluluğu da insanlara bırakmıştır.

Birey, Orta Çağ'ın ardından Rönesans ile her alanda bir geçiş yaşamıştır. 17.yüzyıl ile Tanrısal iradede tamamiyle ayrılmış, kendi kaderini ellerine almıştır. Toplumsal, ekonomik ve siyasal dönüşümlerle birlikte değişen dünyada bu öznenin yeniden tanımlanması, bireyin bilgide ve yaşamda yegane kaynak olması tanrısal iradede, bireysel iradeye geçişi sağlamıştır. Gelişmelerle Aydınlanmanın düşünsel temeli atılmış, modern bireyin ortaya çıkışını hazırlamıştır. Sosyal alanda burjuvazinin yükselişi, ekonomiyi şekillendirmesi de modern bireyin karakteristik yapısını etkileyecektir, yeni erdemler ve hedefler ortaya çıkaracaktır.

2.4 AYDINLANMANIN ENDÜSTRİYEL BİREYİ

2.4.1 Aydınlanma Kavramı ve Birey

Aydınlanma kavramı, bireyin ontolojik tanımlanma serüveninde modern bireyin ortaya çıktığı, aklın; bireysel ve toplumsal hayatı kavramada geleneklerden, önyargılardan, batıl inançlardan, törelerden, söylenceden ve dogmalardan kurtulduğu, tüm bireyler için evrensel aklın geçerli olduğu düşüncelerine denk gelmektedir. İnsanı kendisinin tek efendisi konumuna getirerek, her türlü korkularından sıyrılacağı anlamını taşımaktadır. Aydınlanmanın kökleri Rönesans'a dayandırılrsa da öncesine belki de Orta

Çağ'da Aristoteles'in düşünce hayatında etkisinin hissedilmeye başlandığı ana kadar götürülebilmektedir. Bu dönemde artık bilgi edinimi açısından bireyin kaynağı artık Tanrı ya da dinler değildir. Bu ilk kırılma Descartes ve Bacon ile birlikte yaşanmıştı. Bilginin kaynağı bireyin bizzat kendisidir.

Mantıksal tutarlılık ve akıl yürütme sonucunda; nesneler, metafiziğe yeltenmeden açıklanmaya başlamıştır. Ancak bu daha önceden belirttiğimiz gibi sınırlı çevrelerde kalmıştı, birey yaşanan değişimi ya hiç duymuyordu ya da mevcut dogmalarıyla yorumlama yönüne gidiyordu. Descartes'de de var olan aklın evrenselliği ancak şimdi anlam kazanmaya başlayacaktı ve toplumlar aklın kullanımını daha da kavrayacaktır. Arka planında Aydınlanma düşüncesinin bulunduğu devrimler ile birlikte halk, doğrudan bu düşüncenin önce öznesi, daha sonradan nesnesi haline gelecektir. Fransa, İngiltere ve Almanya Aydınlanmaları kendi içlerinde değişkenlere sahip olsalar da bu dönemde ideal toplum yaratımı bir aydınlanma ile gerçekleşeceği düşüncesi hakimdir. Aydınlanma, Rönesans'ın estetik birey anlayışını siyasallaştırıyordu.

Birey yine bu dönemde aklın gücünün de farkına varıyordu. Akıl artık, mutlak bilginin doğuştan var olduğu bir alan değil gerçeğe ulaştıracak bir güçtür. Bilgi geçmişten beri kümülatif olarak aktarılıyordu ancak kaynağı anlamada sorunlar vardı. 18. yüzyılda ise bilimin etkinliği ile bu kaynağın direk insanın kendisi olduğu farkına varıldı. Bireyler ve akıl tarafından dünyanın değiştirilebileceği kabulü bir dünya görüşü olarak, kültürel davranış kodu olarak yaygınlık kazanmaktaydı.³³

Gerek doğa üzerinde gerekse de toplumsal alanda genel yasalara, yargılara ulaşma amacı vardı. Çerçeveleri bu nesnel yasalarla çevrilecek yaşamda bu yolla mutluluğa ulaşılabilecektir. Tek rehber ise tüm otorite ve hegemonik söylemden

³³ Ahmet Çiğdem, *Akıl ve Toplumun Özgürleşimi Jorgen Habermas Üzerine Bir Çalışma* 1.Basım, İstanbul: İletişim Yayınları, 2008, s.22

arındırılmış akıldır. Akıl ile birey içinde yaşadığı topluma her anlamda rasyonel eleştiri yöneltebilir, tarih boyunca yaşadığı sorunlardan bu şekilde kurtulabilirdi. Aydınlanma, temelde bu düşünceleriyle bir kurtuluş ve mükemmele ulaşma projesi sunuyordu. Şu ana kadar aklını çeşitli nedenlerle kullanamamış birey, aklını keşfetmesi ve yaşamın yasalarını bulmasıyla aydınlanmayı yaşayacaktır. Aydınlanma; aşağıda da inceleneceği üzere, süreç aynı zamanda burjuvazinin hegemonyasını kurmasındaki düşüncelerle de uyuşmaktaydı. Önce İngiltere'de gerçekleştirilen Endüstriyel Devrim sonrasında Fransa'daki İhtilal Aydınlanma'nın başlangıcını ve doruğunu ifade etmektedir. Bu iki büyük devrim aynı zamanda Aydınlanma düşüncesini de bozguna uğratmıştır.

Immanuel Kant *Aydınlanma Nedir?* adlı yazısında aydınlanmayı, insanın kendi suçu ile düşmüş olduğu ergin olmama durumundan kurtulmak olarak ifade etmektedir. Kant'a göre bireylerin ergin olmama durumunda bulunmalarının nedeni ise akıllarını başkalarının kılavuzluğunda kullanmalarından geçmektedir. Ona göre 18. yüzyıla gelene kadarki sürecin içinde ergin olma durumuna erişmiş sadece birkaç birey vardır. Bunlar kendi aklını her türlü tahakküm dışında kullanan bireylerdir. Bu bireyler dışında kalanlar ise korkaklıkla ve tembellikle hiçbir zaman akıllarını kullanamamışlardır. Birey olmayı beceremeyen bu insanların bunu gerçekleştirmelerine de kurallar yasalar ve dogmalarla izin verilmemiştir. Kant'a göre ergin olmama durumu rahat edinilen bir alandır. Bundandır ki birey tüm hayatı boyunca ergin olmadan yaşamayı kendi rızası ile yapar. Çünkü bu rahatlığı sağlayan ve aklın kullanımını bireyler için yapan kurumlar, iradeler vardır:

"Benim yerime düşünen bir kitabım, vicdanımın yerini tutan bir din adamım, perhizim ile ilgilenerek sağlığım için karar veren bir doktorum oldu mu, zahmete katlanmama hiç gerek kalmaz artık".³⁴

³⁴ Immanuel Kant, **Seçilmiş Yazılar** Nejat Bozkurt (çev.), İstanbul: Remzi Kitabevi, 1984

Bu süreç en başından itibaren doğal bir duruma ve peşi sıra gelen alışkanlığa dönüşmüştür. Alışkanlığın devamını sağlayan ise kurumların bizzat kendisi ve bu kurumlara Kant'ın deyişiyle, seve seve boyun eğen bireylerin bizzat kendisidir.

Kant, yazısında kurumların içerisinde çalışan bireylerin akıl kullanımı açısından özgür olduklarını, ancak getirilen sınırlandırmalarla bunun düşünmemeye ve akli kullanmamaya karşılık geldiğini aktarır. Aynı şekilde yurttaşlara yönelik de tutum aynıdır. Verginin ödenmesi, devlet hizmetlerinin yerine getirilmesi, dine iman edilmesi gibi sorgulanmaz gerçeklerin varlığı özgürlüğün sınırlandırılmasına yol açar ve akıl yürütmeyi bulandırır. Bu noktada Kant özgürlüğün sınırlanışı ile aklın kullanımı arasındaki ilişkiyi, aydınlanmanın aslında kurumlara ve toplumsal yaşama karşıt olmadığını tartışır. Vergi ödemek yurttaşlarca zorunludur der, ancak yine yurttaşların bunu kamu karşısında vergilerin işlevini ve uygunsuzluğunu açıkça tartışabilmelidir. Kant için akıl yürütmeye etkin olan bir şeyin zorunlu olmasından ziyade o zorunluluk halinin tartışmaya açılıp sorgulanmasından ve her haliyle ele alınmasından geçmektedir. Ancak bu şekilde rasyonel sonuçlara ulaşılabilir. Kant yazısının son kısımda ise şu soruyu sorar: “Şimdi acaba aydınlanmış bir çağda mı yaşıyoruz?” Aydınlanan bir çağda değil o çağda giden bir dönemden geçiyoruz diye sorusunu cevaplandırmaktadır.

Aydınlanma Çağ'ında, Platon ve Aristoteles'den beri gelen, maddeye egemen olan metafizik erklerin üzerine gidildi. Aydınlanma düşüncesinin arkasında, bireyin maddeye hakimiyeti hiçbir metafizik güç olmadan, yanılsamasız hükmetmesi yatmaktadır. Bunun için akıl ve kolektif bir örgütlenme yapısı ile amaca yönelik olarak olguya ulaşma becerisi, ayrıca sisteme sahip olmayı yeterli görmektedir. Aklın kuralları, kavramların hiyerarşiye göre yapılandırılmasına yönelik talimatlardır.³⁵ Adorno'ya göre bu sistematik bilgi, rasyonellik Leibniz, Kant ve Descartes'da parçaların bir ilke doğrultusunda gerçekleştiği bağlantılardır. Üst türlere çıkarken ya da alt türlere inerken de bu sistem dahilinde gerçekleşir. Bu yolla ise sistem ve doğanın uyumu sağlanmalıdır.

³⁵ Adorno ve Horkheimer, s.115

Elde edilen olgular, sistem sayesinde ise olgular da sistemi onaylamalıdır. Ama olgular praksiye aittir ve her yerde bireysel öznelerin toplumsal bir nesne olarak doğayla temaslarını imler.³⁶ Sistem olguları kontrol edebilen bireysel bir akıllı koşullar. Doğaya egemen olan bu bireysel akılın özü, sistemin ilkeleriyle özdeşleşir. Sistemin korunması bireyselliğin korunmasına denk düşer. İnsanın ergin olmama durumu kendi varlığını korumada yetersiz kalması anlamına gelir. Sırasıyla köle sahibi, özgür girişimci ve yönetici olarak burjuva Aydınlanmanın mantıksal öznesidir.³⁷

Kant için aydınlanmanın başarılı olabilmesinin önünde her türlü tahakkümden yoksun akıl kullanımı yatmaktadır. Bunun toplumsal olarak başarılabacağı gibi tikel olarak bireye de görevler düşmektedir. Birey cesaretle kendi hakkında ontolojik tartışma yapmalıdır, ancak bu şekilde sorgulayarak bir şeyleri sorun ederek düşünsel köprüleri kendi yaşamı içerisinde kurabilir. Akıl bu yönde öne çıkarılması ve tikele bu kadar önem atfedilmesi bireyselliğin de savunusuna denk düşüyordu. Şüphesiz bireyin bu yönde kendi gücünü kavraması her alanda özel teşebbüslerini de arttıracak, yaşamın da tek efendisi olacaktı.

2.4.2 Endüstri Devrimi, Kapitalizm ve Bireyin Dönüşümü

Aydınlanma Çağı kronolojik tarih gösteriminde genellikle İngiliz Muhteşem Devrim'i ile başlatılır. 1688 yılında gerçekleşen bu devrimin, öncelikle arka planında burjuvazinin güç elde edimi olurken, diğer yandan ise İngiliz parlamentosunun, ekonomik kurumlar üzerinde erk sahibi oluşu vardı.

³⁶ Adorno ve Horkheimer, s.117

³⁷ Adorno ve Horkheimer, s.117

17.yüzyılın başlarında, İngiltere'de feodalite gibi kapalı bir ekonomik sistem bulunmamaktadır. Ancak merkezi otorite tarafından birçok kısıtlama mevcuttur. Ekonomi, aristokrasiye bağlı tekellerin egemenliği altındaydı. Devlet ise hazinenin durumuna bağlı olarak, keyfi vergiler ekleyebiliyordu. Öte yandan bireysel mülkiyet edinimi de imkansızdı. Parlamenter devrime giden, bu yolun başında İngiltere tahtında bulunan II.James'in, XIV.Louis'nin Fransa da kurduğu mutlakiyete dayalı bir monarşi hayali vardı. Bunun için de parlamento üzerinde güç sahibi olmak istiyordu. Diğer yandan II.James'in henüz veliahtken Katoliklik mezhebini seçmesi, soylu Protestanları kızdırmıştı. Nitekim James'in hükmetme anlayışının temelleri de burada yatmaktaydı. Kendisinin, Tanrı tarafından halka hizmet için seçildiğini savunuyordu. Ancak İngiliz aristokrasisi ve burjuvazisi bu yönde bir girişimi onaylayamazdı. Onlar parlamentoda bütçe görüşmelerinde; yetkinin mecliste kalmasını, bankalar ve sermayenin serbestliğini savunan liberal düşünceler içindeydiler. Sonuç olarak, II.James'i tahtan uzaklaştırdılar ve yerine damadı III.William'ı getirdiler. Protestanlık mezhebine mensup William ise burjuvanın ilk devriminin önünü açtı:fikir mülkiyeti hakları garanti altına alındı,ticaretin önündeki birçok kısıtlama kaldırıldı,özel teşebbüsü arttıracak birçok teşvik verildi, vergilendirme sistemi daha adil bir yapıya kavuşturuldu. Monarşi özelliği göstermeye meyleden yönetim anlayışı ise üst sınıfların birliğinde çoğulcu bir görünüm kazandı. Meclisten 1689 tarihinde geçen "Haklar Yasası" ile monarşi yönetimi heveslilerinin de önüne geçildi. Yasa sadece monarşiyi sonlandırmakla kalmıyor aynı zamanda bireylere devlet karşısında temel hak ve özgürlükler de sağlıyordu. İngiltere'de gerçekleşen bu dönemdeki birçok düşünce temelleri, doğrudan Fransa'ya oradan da tüm Avrupa'ya yayılacaktı.

İngiliz ve İskoç aydınlanması düşünürleri; siyasal, ekonomik ve toplumsal dönüşümler ile karşılıklı etkileşimler içerisindeydiler. John Locke, III. William ile William, Hollanda tahtında otururken tanışmışlardı. William'ın, İngiltere tahtına geçmesi ve ardından Devrim'in gerçekleşmesi, Locke'un da düşüncelerinin siyasal çerçevesini oluşturmuştu. Locke, insan zihni ve anlama yetisinin içeriğine yönelik epistemolojik çalışmalar yapmıştır. Locke'un düşüncesinin temelinde bireyin verili

bilgilerle var olamayacağı, bunların ancak dışsal yöntemlerle elde edileceği fikri hakimdir. Newton'un, doğa üzerinde bilimsel olgulara erişmesi, tüm aydınlanma düşünürlerini etkilediği gibi Locke'u da etkilemişti.

Newton doğa yasalarının herhangi bir metafizik güce ihtiyaç duymadan mekanik bir sistem olarak çalıştığını kanıtlarla gözler önüne sermiştir. Doğanın salt maddelerden ibaret olduğunu ve matematiksel değerlere karşılık geldiğini, hiçbir metafizik unsura bağlı kalmadan, doğa yasalarıyla açıklamıştı. Locke ise bireyi, dışsal duyumlara ve deneyimlere bırakarak bunu yapmaktadır. Descartes'in ötesine geçerek doğuştan gelen fikirler doktrinin bütün şekillerini reddetti.³⁸ Daha çok Bacon'a yakın bir çizgiyi takip etmektedir. Geleneksel yargıları bir süreliğine kenara koymayı ve bunları yeniden değerlendirmek gerektiğini ileri sürmektedir. Bu esasında dünyayı anlamlandırma sürecimizde şu ana kadar hakim olmayan duyuların belli araçlar (gelenekler, eğitimler) dışında tekrar kullanımına denk gelir. Charles Taylor'a göre³⁹ Locke'un bu düşüncesinin Descartes'in düşüncesinin bir tekrardır. Ancak ona göre Locke'un ondan ayrıldığı önemli nokta duyu tecrübesini bağımsızlaştırma derecesidir. Bağımsızlaşma zihnin nesnelleştirme sürecidir. Düşüncenin temelinde mekanist söylem yatmaktadır. John Locke *İnsanın Anlama Yetisi Üzerine Bir Deneme'nin* giriş bölümünde şöyle der:

Tıpkı göz gibi, anlama yetisi de görme ve algılamamızı sağlarken kendisinin ayırdın da değildir; onu kendi dışına çıkarıp kendi nesnesi haline getirmekse yoğun bir uğraş ve ustalık gerektirir. Ancak, bu sırada yolumuza ne tür güçlükler çıkarsa çıksın ve kendimizi bizden gizleyen ne olursa olsun şundan eminim ki, zihinlerimize salabileceğimiz her ışık, anlama yetilerimizle ulaşabileceğimiz her bilgi diğer nesnelerin araştırılmasında çok haz

³⁸ Charles Taylor, **Benliğin Kaynakları Modern Kimliğin İnşası**, Selma Aygöl Bas ve Bilal Bas (çev.), 1.Basım, İstanbul: Küre Yayınları, 2012, s.253

³⁹ Taylor, s.245

verici olmanın yanında düşüncelerimizi yönlendirmede de büyük yarar sağlayacaktır.⁴⁰

Nesnelere ulaşmak, salt bilgi ediniminden ve insan merakının hazzının tatmininden ziyade metaya dönüştürme ve her şeyi ve herkesi Locke'un dediği gibi "kendi dışına çıkarıp" nesnesi haline getirmiştir. Nitekim bireyi doğasından veya toplumundan ayırmak, nesne gibi değerlendirmeye, olgularla bezemeye başladığımız anda çok rahat ticaretin de metası olabilmektedir.

Desteklenen ticaret, kar anlayışına dönük yatırımlarla büyümeye başladı. Bu tarz büyüme nitekim aydınlanmanın ilerleme anlayışıyla da muazzam bir uyum içindeydi. Kümülatif bilginin mevcut varlığı, üzerine koyarak devam etmeyi öğütler. Araçların gelişmesi ise doğadan daha fazla bilgi edinmek ve doğrudan zenginliklere giden yoldu. Her ilerlemenin, insanlığı daha iyiye götüreceği fikri, aydınlanmanın temel düşüncelerindendi. Aklın alanı genişlerken yeni olgulara ulaşmak da daha kolaylaşmaktadır. Bu ilerisi için ütopya denilecek kadar doyuma ulaşmış devlet- toplum-birey ilişkilerine kadar varıyordu. Bu belli bir sınıfa yönelik değil tüm insanlara yönelik bir projeydi. Aydınlanma düşüncesi içerisinde bilgi mutlaktır, bu yönden bir otoritesi bulunurken diğer yandan her türlü tahakkümü bitirmeye yönelik bir kurtuluş reçetesi sunuyordu. Öte yandan makinenin teknolojik gelişimi, egemenin erk alanının genişlemesine dönüşen, bütün olarak insanları ilerlemenin dayanılmaz erkine hapseden bir mekanizmaya dönüştürüyordu. Aklın ve bilginin işlevsel bu yanı endüstriyel süreç ve burjuvazinin egemenliğiyle beraber işliyordu. Bu yandan Endüstri Devrimi'nin öncesi ve sonrası Aydınlanma düşüncesi ile bağdaşık bir birey ortaya çıkarmıştır.

Özel grupların iktisadi aygıt üzerindeki egemenliklerinin insanları böldüğü iktisadi sistemin gelişmesiyle, aklın özdeş kabul ettiği öz-varlığı koruma, yani

⁴⁰ John Locke, *İnsanın Anlama Yetisi Üzerine Bir Deneme*, Meral Delikara Topçu (çev.), 2.Basım, Ankara: Öteki Yayınevi, 2000 s.31

burjuva bireyinin somutlaşmış dürtüsü, öz yıkımdan ayırt edilemeyen yıkıcı bir doğa tahakkümü olarak belirdi. Öz-varlığı koruma ve öz yıkım bulanıklaşıp birbirine karıştı. Saf akıl, akıl dışılığa, hatasız ve içeriksiz bir usule dönüştü.⁴¹

Ticaretin önünden kalkan engeller, ulaşım yollarına da yaramıştı. Birçok yere demir yolu ulaşımı sağlanmaya başlanmıştı. Malların bir yerden diğer yere gönderimini rahatlattığı gibi diğer yandan sermaye akışını da öncesine göre daha akışkan bir hale getiriyordu. Demir yolları ile bağlanan köyler hızla kentleşmeye, köy kimliğini koruyan yerler ise boşalmaya, kentlere göçlere başlamıştı. Gerçekleşen gelişimlerin ardında ise teknolojik gelişmeler yatıyordu. Buharla çalışan makinelerin icadı piyasada büyük fırsatlar yaratıyordu. Ayrıca örneğin James Watt'ın buhar makinesini geliştirmesi, piyasalardan önce, fikir mülkiyeti kapsamında Watt'a kazanç sağlıyordu. Özel teşebbüs fikirlerin anında kar sağlaması dönem için yeni bir durumdu. Bilimle uğraşan diğer insanlara da bu tarz başarı öyküleri motivasyon sağlıyordu. Bireysel girişimler her alanda fırsat görülerek artmaya başlıyordu. Aklın özerk oluşu fikri, her alanda bireysel yeteneklere ve girişimlere fırsatlar sağlıyordu. Goldmann'ın belirttiği gibi, “bireyin bilgi ve toplum için bir başlangıç noktası olarak değerlendirilişi” açıkça “pazar” ve “mübadele”yi yaratan şartlara gönderme yapmaktadır.⁴²

Burjuvazi sermayeyi işleyecek bir pazar oluşturmakla kalmayıp, doğayı bireyleri ve toplumu bu pazarın sermayesi konumuna getiriyordu. Pazarın işleyişi, özerk bireyleri şart koşturmaktadır. İngiliz Muhteşem Devrimde (The Glorious Revolution) burjuvazinin çoğulcu bir sistem ve piyasanın önünü açan girişimlerinin altında bu örtük neden yatmaktadır. Yasalar ile sağlanan kolaylıklar burjuvazinin önünü açmış, dizginleri boşalmışçasına, toplumsal hayatı kontrol altına almaya başlamıştı. Toplumsal hayatta bireyin yaşam amacı içsel ve dışsal olarak doğaya egemen olma hali olarak koşullandı. En nihayetinde öz-varlığı koruma otomatikleştirildi; üretimi yönlendirenler olarak miraslarını talep edenler ve o mirastan yoksun kalanlardan korkanlar aklı

⁴¹ Adorno ve Horkheimer, s.126

⁴² Çiğdem, s.25

devreden çıkardı.⁴³ Birey sadece bir diğerrinin üzerine basarak çıkmayı, her ne olursa olsun kazanmayı, aksiyonist bir yaklaşımı benimseyerek aklın ticarileşmesine, karşı koyamadı.

Pazarın genişlemesi, metanın dolaşımının hızlanması, endüstri sermayesinin dolaşımını da hızlandırdı. Bununla endüstride karlılık artmış, ucuz krediler ve düşük faizler sermayenin kendini yeniden üretimini de hızlandırmıştır. Teknolojinin gelişimi ile her alana makinelerin girmeye başlaması modern bireyin "ideal" benliğini ortaya çıkarıyordu. Her an yeni beceriler kazanmaya yönelik, mevcut bilgisinin değişimini sağlayabilecek birey. Makinenin gerisine düşmemesi için, bireyin buna ayak uydurması zorunluydu. Ayak uyduramayanların yerini ise yeni bir birey doldurabilirdi. Adorno'nun da belirttiği gibi bu sistemde herkes bir diğerrinin yerini alabilecek birer yedektir. Bireyin var oluşu ise ancak diğerrinin yerini alabilmesiyle gerçek olur, insan ise endüstrinin devamlılığını sağlayan salt hiçlik, bir türden öte bir şey olamaz. Diğer yandan ise kentlerin mimari yapıları da yeni duruma ayak uydurmaya çalışıyordu. Bunların en başında Haussmann'ın Paris'i gelmektedir. Orta sınıf ve alt sınıfların dışlandığı ışıltılı kent merkezi, kafeler, alışveriş alanlarıyla da kentler koca bir tüketim ağına dönüşüyordu. Yalnızca bireyler değil kentler de endüstrinin salt nesnesi konumuna geliyordu.

19. yüzyıl bu gelişmelerle başlamıştı. Her alanda değişimler insanların takip edebilme yetisinin ötesindeydi. İnsanlık tarihinin araçsal ve çevresel değişiminin hızlı sürecine girmişti, birey ise umutlarıyla bu değişim içinde sürükleniyordu. Kent merkezlerindeki üretim şeklinin değişimi, kentin değişimini de beraberinde getirmiştir. Kentlerde ilk kez yaya kaldırımları, vitrinler, havagazı ile çalışan sokak lambaları, büyük mağazalar, cafe'ler omnibüsler; kent yaşamına geçen kitlelerin kent ile iletişimini kuran fizyolojiler, mimaride çimento ve demirin, müzikte mekanik kayıt ve yeniden

⁴³ Adorno ve Horkheimer, s.54

üretim olanaklarının yarattığı makineler kentleri donatıyordu.⁴⁴ Kent olgu olarak ilk kez endüstrideki atılımlar ile ortaya çıkıyordu. Kentlere köylerden göçün artması kentlerin nüfus sorununu dolaylı olarak da barınma ihtiyacı sorunu oluştuyordu. Çalışmaya gelen bireyler kentlerin dışında işçi mahalleleri oluşturmaya başladılar. Fabrikaların etrafında oluşan bu mahaller, eski kent sakinlerini de yerlerinden etmeye başlamıştı. Önceden tek bir evi bir aileye kiraya veren ev sahipleri, şimdi bazen bir odaya iki küçük aileyi sıkıştırıyordu. Daha çok gelir üreten sahipleri, bazen buraları küçük dükkanlara çeviriyordu. Bu şekilde düzensiz yaşam başta sağlık olmak üzere beslenme giyinme gibi sorunları da beraberinde getiriyordu. 1902 yılında Jack London, Londra'daki gözlemlerini Uçurum İnsanları adlı kitabında şöyle anlatmaktadır:

(...) Bir pazar yerindeki ihtiyar kadınlar, erkekler çamura atılmış çöplerin içinde bozuk patates, fasulye, sebze arıyordu; çocuklarsa çürük bir meyve yığınının etrafına sinekler gibi toplanmışlar, kollarını omuzlarına kadar kokuşmuş sıvıların içine sokuyorlar, henüz tamamen bozulmamış parçaları alarak oracıkta mideye indiriyorlardı. (...) Yol boyunca tek bir at arabasına rastlamadım; bindiğim araba bundan daha güzel başka bir dünyadan bir görüntü gibiydi; yanımızda ve ardımızda çocuklar koşuyordu. Baktığım her yerde tuğladan duvarlar, çamurlu kaldırımlar, çığlık çığlığa sokaklar görüyordum; hayatımda ilk kez kalabalık korkusu çöktü içime. Deniz korkusuna benziyordu; bu sefil insan yığını ve üst üste sokaklar, çevremde çırpınan ve kabarıp üstüme boşanacak gibi görünen geniş, kötü kokulu bir deniz gibiydi.⁴⁵

Orta Çağ kentlerinde sosyal hareketliliğe neredeyse hiç rastlanmıyordu. Statülerin hemen hepsi doğuştan elde edilen statülerdi. Öte yandan kentlerde eğitim ise belli sınıfın kontrolü altındaydı. Serf çocukları gelecek tarım işçisi olduğu için eğitim genellikle alanda zirai ağırlıklıydı. Endüstri kentlerinde ise bu durum daha kapsayıcı şekilde işlemeye başlamıştı. Nitekim eğitilmiş işçiler diğerlerine oranla daha fazla maaş ve daha üst yerlerde statüler elde edebiliyorlardı. Ayrıca belli bir eğitim seviyesi artık

⁴⁴ Ünsal Oskay, **Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri Kuramsal Bir Yaklaşım XIX Yüzyıldan Günümüze Kuramsal Bir Yaklaşım**, 2.Basım, İstanbul: İnkılap Kitabevi, 2017s.32

⁴⁵ Jack London, **Uçurum İnsanları**, Yiğit Yavuz (çev.), 1.Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, 2014, s.11-12

gelişen teknoloji tarafından da zorunlu kılınıyordu. Ancak eğitime her alandan herkesin eşit şekilde ulaşması çok mümkün olmamaktaydı.

Toplumsal dönüşüm gerçekleştirirken kapitalizmin buhranlar atlatsa da kendine çıkış yolu bulma becerisi onu her daim erk sahibi kılmıştır. Bireysellik ve toplumsallık kapitalizmde iç içe geçmiş iki kavramdır. İkisi de geçmiş anlamlarını kaybedip, salt meta seviyesinde indirgenmişlerdir. Kapitalizm bir yandan belli topluluklarda insanları o topluluk bağlarından kopartarak özgürleştirir diğer yandan ise bu bireyleri birbirlerine bağımlı duruma sokarak toplumsallık kimliği kazandırır. Ancak ortaya çıkan şey ne bireyselliktir ne de toplumsallıktır. İkisi de sadece üretim için meta olarak vardır.

1860'lardan başlayıp 1970'lere kadar uzanan yüz yılı aşkın bir zaman içinde; şirketler, işletmenin uzun ömürlülüğünü sağlama bağlayıp, çalışan sayısını artırarak, istikrar sanatını öğrendiler.⁴⁶ Max Weber'in Alman bürokrasindeki askeri yapılanma tespitlerinin benzerleri kapitalizm içerisinde de hakim kılınıyordu. Kapitalizmin bu ilk zamanlarında zaman ve üretimin çokluğu büyük önem arz ediyordu. Ancak bu işçinin emeğinin sömürülmesinin ciddi seviyelere çıkardığı gibi birçok işçi de açlık ve sefalet içerisinde hayatlarını kaybediyordu. Frederick Winslow Taylor'un üretimdeki verimliliği artırmaya yönelik geliştirdiği belirsizliği yok eden bilimsel yöntemi, modern bireyin oluşumundaki en büyük etkenlerden biri olmuştur. Taylor'a göre, üretimde ve iş ortamında 'insan elemanı' geleneklere ve alışkanlıklara göre hareket etme eğilimiyle çeşitlilik ve muğlaklık kaynağı olarak verimlilik düşürücü bir girdiydi. Bu nedenle 'insan elemanı' yapacağı muhtemel hatalar, yorum yapma eğilimi ile sanayi üretiminde verimsizlik anlamına gelmekteydi.⁴⁷ Taylor'un insanı insan yapan tüm özelliklerin

⁴⁶ Richard Sennett, **Yeni Kapitalizmin Kültürü**, Aylin Onocak (çev.), 4. Basım, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2017, s.22.

⁴⁷ Stephen P. Rice **Minding the Machine: Languages of Class in Early Industrial America**, California University Press: 2004 s.153'den aktaran Nilüfer Talu, **Modernlik Söylemi: Endişeli Bakışlarda Modern Birey**, DOI: 10.4305/METU.JFA.2010.2, http://jfa.arch.metu.edu.tr/archive/0258-5316/2010/cilt27/sayi_2/141-171.pdf (19 Mart 2019), s.141 - 171.

fabrika dışında bir alanda bırakıp işçilerin içeride sadece işçi olarak var olmalarını istiyordu. Bu istek, işçilerin fabrikadaki makinelerin dışlileri kadar işe yarar ve sessiz olmalarını öğütüyordu.

Üretim hareketliliğinin uzun süreli devam ettirilebilir olmasının yolu, verimliliğin, emekten ayrı olmasından geçmektedir. Sistem bunun çözümünü ise iş bölümü ve uzmanlaşmada bulmuştur. Bireye bağlı olan iş böylelikle bir tanıma ve gerekliliğe, yeteneklere bağlı olmaya başlar. Klasik iktisadın kurucusu kabul edilen Adam Smith Endüstri Devrim'iyle ticarete makinenin esas güç olmamasından önce Orta Çağ üretim araçlarından yola çıkarak ile şekillendirdiği *Ulusların Zenginliği* kitabında önemli bir noktaya değinmişti; iş bölümüne. İş bölümü sayesinde Smith'e göre pazarın genişlemesiyle iş bölümünün her iş koluna uygulanması sayesinde emeğin üretici gücü artacaktır. Richard Sennett'e göre⁴⁸ ise ortaya çıkan bu durum zanaatçılık idealini ortadan kaldırmaktadır. Bir zanaatçı ürettiği ürünün her aşamasında emek sahibi iken, iş bölümünün uygulandığı bir ürün üzerinde birden fazla işçinin emeği vardır. İnsanlar emek sürecinde bir başına, emir komuta zincirinin yukarısıyla ve aşağısıyla fazla bir etkileşimi yok; bir Tai ayakkabı dikişçisiyle Milanolu bir moda düşününü arasında sosyal ilişkiye benzer hiçbir şey yok; Soros'un ifadesiyle, ilişki kurmuyor, iş(lem) yapıyorlardır.⁴⁹ Böylelikle işçiye iş bölümü içerisinde küçük bir rol verilerek bir makine gibi sürekli olarak onu tekrarlaması istenir. Bu verimliliği arttıracak gibi ürünlerde bir standardı da sağlayacaktır. Bir zanaatçının ürettiği ürün, bu şekilde işleyen bir fabrika ile de baş edemeyecek duruma gelecek ve iflas edecektir.

Baskıcı hale gelmiş düzeni alttan alta yıkmaya çalışan Aydınlanma, başat üretim tarzının hizmetine bir kere koşulduktan sonra kendini fesheder.⁵⁰ Aydınlanma bu şekilde burjuvazinin elinde araçsal bir konuma geçmekte, ilerlemenin yerini bilgisellik ya da hayatın anlamlılığı değil, gelişkin teknolojinin karlılığı almaktadır. Kapitalizm,

⁴⁸ Sennett, s. 11.

⁴⁹ Sennett, s. 45

⁵⁰ Adorno ve Horkheimer s.130

bireyin doğasına yüklenen anlamı, sadece işlevine dönük biçimde kullanmaktadır. Birey, eğer yeterince çabalarsa diğer rakiplerini geçerse, bir gün istediği zenginliğe ulaşabilir. Burjuvanın endüstriyel bireyinde emek ve benlik birbiriyle ilişkilendirilmiştir. Bu benlik ile birlikte birey daha çok çalışma gücünü ve daha çok sermaye edinme gücünü elde ettiği yanılışıyla birleştirilir. Kariyer ve işçinin verimliliği iç içe geçer ve verimli olmak işçinin tek amacına dönüşür. Bu durum ise sermaye sahibine istediği matematiksel değerleri verir ve işçiler birbiriyle sonu gelmez şekilde yarışırken önde olanı kariyer basamağı ile ödüllendirir. Nitelik, nicelik ve maliyet için farklı bireylerin üretken faaliyetleri olabildiğince aynılaştırılmış, her bir işçi diğerinin yerine getirilebilir kılınmış ve verimlilikleri karşılaştırılabilir hale gelmiştir. İşçi olarak birey ise bu noktadan sonra vazgeçilmez olduğunun bilincine vardılır. Bu yolla haklarını araması ya da iş hakkında bir fikir beyan etmesi zorlaştırılır.

Kariyer imgesi böylelikle her bireyde belirse de bu gittikçe silikleşen bir yapıya bürünür. Kendine yüklediği anlamın karşılığını kendi hayat başarısında bulamayan birey kendini büyük kalabalıklarda yalnız hissetmeye başlar, ontolojik bir sorgulama dahi yapmaktan uzak birey, kültür endüstrisi ile sarhoş bir şekilde hayatını sürdürür. Problemin en büyüğü; herkesin isterse, çalışırsa her şey olabileceği fikridir. Seçeneklerin çokluğu, varılamayan yer tüm suçu bireyin omuzlarına yükler. Aydınlanmanın özü seçenektir ve bu seçeneğin kaçınılmazlığı egemenliğiyle aynıdır.⁵¹

Antik Çağ'da ve Orta Çağ'da kölelerin efendi olma seçeneği yoktu, tek yol köle olmaktan geçiyordu ve bu köle topluluklarına kabul ettirilmişti. Köle modern insana göre toplumsal, bireysel yaşamdan daha fazla soyutlanmıştı ama en azından bu toplumsal ve bireysel yaşamın farkındaydı. Tocqueville, yeni toplumsal düzende siyasal iktidarın "tahrip etmediğini, fakat yaşamayı sınırladığını; zulmetmediğini, fakat ulusu ürkek ve çalışkan hayvanlardan ibaret bir sürü haline getirinceye kadar tazyik ettiğini,

⁵¹ Adorno ve Horkheimer, s.54

gevşettiğini, tükettiğini budalalaştırdığını" tüm bunların "herkesin zannettiğinden daha kolay bir şekilde, özgürlüğün dış şekilleri bir araya getirilerek yapılabildiğini" ileri sürmüştür.⁵² 1831 - 1871 döneminde, Devrimi izleyen yıllarda yalnızca siyasal mücadele alanında yaşanan yanılsama (ilüzyon), artık basını, ile mimarisi ile, tefrika kültürü, vb., ile tüm toplumsal yaşama yaygınlaştırılarak kalıcılaştırmaya başlar.⁵³

2.4.3 Eşitlik Kardeşlik Özgürlük Söylemi ve Birey

Eşitlik, kardeşlik ve özgürlük kavramları Fransız Devrimi'ni gerçekleştirenlerin temel dayanaklarından. Aydınlanma'nın başlangıcı 1688 Devrimi, doruk noktası ise Fransız Devrimi olarak kabul edilir. İki devrim farklı yapı taşlarına sahip olsa dahi temelde bireyselliği ön planda tutan söylemlerle benzerlik taşımaktadır. 1688 Devrimi ekonomik temelli özel teşebbüsü ön planda tutarken, 1789 Devrimi temel hak ve özgürlüklere vurgu yapan bir devrimdir. Ancak Fransız Devrim'inin de arka planında burjuvanın artık mevcut işleyiş içerisine sığmaması da yatmaktadır. Nitekim İngiltere'de Magna Carta'dan beri sınırlandırılmış kral olsa da Fransa'da mutlakiyet rejimi vardı.

16. yüzyıldan itibaren merkezin güçlenmesi, feodalitenin hali hazırda çözülmüş olması, Fransa'da güçlü monarkları ortaya çıkardı. Kralın, fermanlarla ve bakanlara verdiği emirle, yönettiği Fransa'da güçlenen burjuva mecliste her ne kadar çoğunluğa sahip olsa da tam anlamıyla istediği kazanımları (İngiltere'de kazanılan haklar gibi) elde edemiyordu. Gücünün kaynağını teokratik nedenlere dayandıran monarklar halk üzerindeki gücünü etkin kılabilmek için ruhban sınıflarına ve aristokratlarla anlaşma içerisindeydi. Bu iki sınıfa verilen birtakım haklar ve ayrıcalıklara karşılık onlar da kralın otoritesini sağlamlaştırıyorlardı. XVI. Louis döneminde başlayan siyasal ve

⁵² Oskay, s. 45

⁵³ Oskay, s.87

ekonomik çözümler ile birlikte halkta da hoşnutsuzluklar artmaya başlamıştı. Savaşlardan dolayı Fransa, ağır borç yüküne girmiş, tüm makamlara ise aristokratlar atanmıştı. Örneğin orduda subay olmak isteyen birinin soylu bir aileyle akraba olma şartı bulunmaktaydı. Mutlak itaate bağlı, erklerin ise tek elde toplandığı bu düzen için Fransız düşünürler de insanın doğasına özgün haklar ve özgürlükler kısıtlanmakla kalmayıp yeni bir kölelik durumunun ortaya çıktığı düşüncesindeydi.

Aydınlanmanın başından itibaren Montesquie, Voltaire, Denis Diderot ve Jean-Jacques Rousseau, gibi Fransız düşünürler halkı aydınlanma içerisinde etkin hale getirmeye çalışmışlardır. Hala Orta Çağ bilgi seviyesi ve ontolojik tanımlama üzerinden anlamlandırma içinde olan halkı, aklın kullanımı ile aydınlanmaya yöneltmişlerdir. Belirtmekte fayda var; sayılan isimler aydınlanmanın temel düşünceleri dışında siyasal alanda farklı düşüncelere sahiplerdi. Montesquie İngiliz usulü anayasal monarşiyi savunurken, Rousseau cumhuriyet yönetimini, Voltaire ise monarşi yanlısıydı. Voltaire'in düşüncesindeki monarşi aydın sınıfı tarafından idare edilen ve halkın sezgilerini sezecek yöneticilerin varlığına dayanmaktadır. Voltaire'nin düşüncesindeki yapı bir siyasal sistem yaratmaktan ziyade Aydınlanma'yı gerçekleştirmek üzere üretilmiş bir düşünceydi.

Kendisi de bir aristokrat olan Montesquie ise bu sınıfın kazanımlarını mutlak monarşiyeye karşı korumada güçler ayrılığına vurgu yapmaktadır. Aristokrasi'yi ise halk ile monark arasındaki dengeleyici unsur olarak görmektedir. Özgürlüğün garantisini ise yine yasama yürütme ve yargı erklerinin ayrılmasında olduğunu düşünmektedir. Bu erklerin birbirilerini deneti sayesinde ülke tam anlamıyla bir monark despotizmine maruz kalmayacaktı. Ona göre özgürlük, monarşide bazen demokratik bir yönetimden daha ileri bir durumda gözükebilmektedir. Burada temel husus erklerin ayrılığından ve birbirleri ile uyumundan geçmektedir. Öyle ki bu düşünce 1789 Fransız Yurttaş ve İnsan Hakları Bildirisi'nde de kendine yer bulup burjuvazi tarafından benimsenecektir.

Aydınlanma'nın içerisinde, aydınlanma eleştirisi yapan tek düşünür Rousseau'dur. Aydınlanma'nın akla yüklediği kutsallığa ve ilerlemeci ahlak anlayışına karşı çıkmış, aklın sınırları olduğunu belirtmiş ve akıl yürütmenin karşısına duyguları, içgüdüleri ve yürekten kopup gelen "vicdanın sesi" olarak belirttiği erdemi koymuştu.⁵⁴ Montesquie'nin savunduğu erkler ayrılığı düşüncesine o da katılmıştır. Ancak Rousseau mevcut sistemin kökten değişmesi gerektiğini ileri sürmüştür. Ona göre toplumları zenginler kendi çıkarları etrafında yasalar, güvenlik gibi kavramlarla yoksul insanları kandırarak meşru olmayan bir sözleşmeyle devleti kurarlar. Eşitsizlik bu yolla kurumsallaşır ve üst sınıfın devamlılığı sağlamaktadır. Başta ekonomik olarak başlayan bu eşitsizlik siyasal alanda güç kazanarak daha da derinleşmektedir. Rousseau'ya bu durum, insanların iktidar sahipleri karşısında köle durumuna düşmelerine ve daha da kötüsü bunu benimsediklerini savunmaktadır. Yönetme ve bazı sözde zorunluluk halleriyle, güvenlik gibi, zenginler yoksulları kandırarak bu sözleşmeye ikna eder. Rousseau ise toplumun her kesimin ortak düşünceleri ile ortaya konacak bir toplum sözleşmesinin eşitlik ve özgürlük noktasında ise ancak bu şekilde amaca ulaşılacağını belirtir. İnsanların doğal güçlerle sahip oldukları bu istekler insanların özgürlüklerini elde edebilmek için başkaldıracaklarını aktarır. Sözleşmede bireylerin zarar görmemesi gözetilerek, her birey diğer bireye özgürlük ve eşitliği bakımından toplumsal yapı oluşabilsin diye bağlanır. Birey kendi hakları ile topluma bağlar. Bunu diğer bireyler de gerçekleştirdiğinde sonuçta hiçbir birey öteki bireye bağlanmamış olur. Temelde her bağ birbirine eşit olduğu için yabancılaşma ve eşitsizliğin de önüne geçilir. Ortaya çıkan yapı, kendine özgü bir yaşamı, bir ortak benliği ve iradesi olan cumhuriyet ya da siyasal beden olarak adlandırılan kamusal bireydir.⁵⁵ Ancak diğer dönemlerdeki düşünceler içerisinde karşılaşılan durum Rousseau'da da ortaya çıkar; Rousseau tarafından belirtilen bu sözleşmede sadece erkekler kamusal birey ve yurttaştır, eşitsizliğinin kaynağını ise cinsiyet farkı ile doğa tasviri aracılığıyla meşrulaştırır.

Halk, burjuva ağırlıklı meclis ve kral, çevresindeki ruhbanlar ve aristokratlar arasındaki gerilim gittikçe tırmandı. Emmanuel Sieyes'in Ocak 1789'da yayınladığı

⁵⁴ Ağaoğulları, s.572

⁵⁵ Ağaoğulları, s.581

Üçüncü Tabaka Nedir? kitabı büyük etki yaratmış ve onu meclise Paris temsilcisi olarak Tiers Etat grubuna sokmuştu. Bu grup ağırlıklı olarak 578 üyesi ile burjuvalardan oluşmaktaydı. Sieyes'in kitabında bahsettiği ulusal irade, aklın ilerlemeciliği ve halkın çoğunluk yönetimi fikirleri bu grup tarafından benimsenmektedir. 5 Mayıs 1789'da toplanan meclisin her isteğini reddeden krala karşılık meclis de aynı yıl 17 Haziran'da Sieyes'in önerisiyle kendilerini Ulusal Meclis ilan etti. Daha sonra kralın karşı saldırısından şüphelenen Paris halkı Bastille Hapishanesi'ni ele geçirip yıktı, ardından ise devrim önce Paris'te gerçekleşti ve aynı yıl sonuna doğru köylere yayılarak devrim ve söylemi tüm Fransa'ya yayıldı.

Devrimin gerçekleşmesi ile feodal düzene ve mutlakiyete dayalı Ancien Regime düzeni, son bulmuştur. Bireyin hayatın hiçbir noktasında hak tanımayan bu düzenin yerine eşitlik ve özgürlüğe dayalı her bireyi kapsayan yeni bir dönem başlamıştır. Fransız aydınlanmacı düşünürlerin etkisinde kalarak devrimi gerçekleştirenler 26 Ağustos 1789'da İnsan ve Yurttaş Hakları Bildirisi'ni ilan ettiler. Bildiri, Aydınlanma düşüncesinin somutlaşmış halidir ve dilinin evrensel olmasına özen gösterilmiştir. Bildiri bireyin özerkliğini kazanımı anlamına gelmektedir. Devrim, bireylerin eşitliğini ve özgürlüğünü ön planda tutmasına rağmen, Rousseau'nun düşüncelerinden etkiyle, bireyci yaklaşımlarının yanında siyasal bütünlüğü de yeni oluşumun temeline oturtmaktadır. Bir yanda bireysel, özel çıkarların peşinde olarak birey, diğer yanda ise bu istekleri ile siyasal birliğin ve pozitif hukukun gerçekleşmesindeki engel olarak birey. Bu karşıt durumun çözümünü ise devrimci grup kavramların soyutlanması ile bulmuştur. Birey, yasalar ve egemenlik kavramları birbirlerinde özdeşleşince, birey, devlet ile bağlaşıklık olmaktadır.

Bildirinin ilk dört maddesi bireyin haklarını mutlak tutan bir yapı içerisindedir. Doğası gereği olarak bütün insanların eşit ve özgür olması düşüncesi ilk kez kesin dille ifade ediliyordu. Şu ana kadarki düşüncede insanın doğasına yüklenen anlamlar olumsuzlama üzerine iken, bildirideki düşünce insana daha çok güvenen

olumlu bakış açısıyla bakan bir düşünce içerisinde. Ancak diğer maddeler ise bireyin bu haklarının koruyucusu olarak devleti tayin eder ve onu, üst bir konuma yerleştirir. Bireyin, tikeli böylelikle toplumsal yaşam içerisine yerleştirilir ve onu bağlayan bir yapıya büründürülür.

Bildirinin ilk maddesi *İnsanlar, haklar yönünden özgür ve eşit doğarlar ve yaşarlar* şeklindedir. Bu madde doğrudan bireyin özüne yöneliktir. Özgürlük insanların kendisinde var olan, kazanılmaya sonradan gerek duyulmayacak bir kavramdır. Aynı zamanda kavram bir başka birey ya da grup tarafından sonradan bulunup kendi içlerinde paylaşacakları bir şey de değildir. Madde iki ise; siyasal toplumun amacının bu hakları korumak olduğu yönündedir. Bildirinin başlığında da görülecek üzere insan ve yurttaş kavramları birlikte kullanılmıştır. Devrimi gerçekleştirenlerin düşüncesinde bildiri gereğince verilen haklara uyan insanların yurttaş olabilecekleri yönündedir. Yurttaş olan, önce insandır, yurttaş olunca ise insan için var olan konumuna sahip olur. Özetle, yurttaşlık, insan tarafından var olan, yine insan için olandır. Yurttaş olanın amacı ise insanın haklarını korumaktır. Bu haklar, ancak hukukun öznesi konumunda bulunan, yurttaş statüsü kazanmış insanın, haklarıdır. Bildiride özgürlüğün tanımı sınırsız ve sonsuzmuş gibi tutulsa da bireyin hukukun öznesi konumunda yasaların boyunduruğuna girmesi ile gerçek özgürlüğe ulaşılacağı varsayılır. Gerçek özgürlüğe ulaşan birey ise artık sanıldığı gibi sınırsız birey değildir. Özel alanında dahi kamusal çıkarların nesnesi konumuna geçiş yapmış bireydir. Birey yurttaş olmanın zorunlu koşulu olarak karşımıza çıkar. Hukukun konusu halini alan bireyin haklarının garantisi yasalar var olmaksızın olgusal olarak bu yasaların varlığına ulaşamaz. Yurttaş olmak ise hakların ve özgürlüğün siyasal toplum içinde var olabileceğidir. İnsanın bireysel haklar ve özgürlüklerle doğması onun için yeterli değil, hakların işleyebilmesi bir egemenin yurttaş olması haliyle zorunludur. Haklar metin üzerinde soyut insana dönük bireysel haklar gibi dursa da hakların kullanımı ve çerçevesi toplumsaldır, devletin varlığını korumaya yöneliktir.

Bildirinin VI. maddesiyle ile bireysel haklar daha da muğlaklaşır. *Yasa, genel iradenin ifadesidir*. Bildiriyi hazırlayanların Rousseau'nun genel istenç kavramından etkilendikleri çok açıktır. Rousseau'nun genel istencinde tikel istencin genel istence uyumlu olması beklenir. En genel istenç konumunda ise onun için devlet bulunur. Tikel istencin erdemliliği ise genel istence uyumlu olmasından geçer. Özel çıkar gruplarının önüne geçilmesi için temellendirilen bu kavram karşılığında bireyin öznenliğini genel istence kurban eder. Kendilerine bir bütün gözüyle baktıkları sürece, yalnız bir tek istemleri vardır.⁵⁶ Bireyin istenci, henüz oluşmadan genel istencin varlığı bu öznenliğini yok eder, yok etmelidir. Doğal hakların korumacısı genel irade aynı zamanda onun sınırlarını da çizer konumunda bulunur. Bireysel haklardan, soyutlanan genel irade kendini korumak için gerektiğinde bu hakları da askıya alıp sınırlayacaktır. Yurttaşlıkla sağlanan hakların özgürlüklerin kullanımı genel iradeye uyum ile olacaktır. Bireyin kendi özgürlüğünün genel istence bağımlılık olarak algılayıp bundan rahatsızlık duymamasında etkili olan en önemli neden, siyasal toplumun halk ulus egemenliğiyle bezenmiş olmasıdır.⁵⁷

Toplumsal birliğin, ulus olabilmenin yolu ise her türlü bireysellikten arınarak ortak kamusal çıkarları kollamaktır, zaten yurttaş olabilmek de bundan geçmektedir. Devleti elinde bulunduran burjuva kendi söylemlerini genel irade olarak aktararak yurttaşların bu irade dışına çıkmamasını ister. Egemenin yurttaşı özgür bireyle özdeş konumda bulunmaz. Tam anlamıyla bireysel aklını kullanan birey, genel iradeye her zaman uymayacağı gibi, çoğunlukla da eleştirmeden mesafeli yaklaşımdan bu iradenin kararını kabul etmez. Yurttaş ise, günlük yaşamda bu şekilde hareket eden bireyin, karşısında konumlandırılır ve iradenin tahakkümünü her an bireye uygulamaya çalışmaktadır. İktidar veya genel istenç bunu; ulusal çıkar, ulusal motifler, semboller aracılığıyla gerçekleştirir.

⁵⁶ Jean Jacques Rousseau, **Toplum Sözleşmesi**, Vedat Günyol (çev.), 15.Basım, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2016, s.99

⁵⁷ Mehmet Ali Ağaoğulları, **Fransız Devriminde Birey Devlet ilişkisi (1789-1794)**, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, (Elektronik Versiyon), 1989, S. 3,C. 44, s.195 - 228
http://www.politics.ankara.edu.tr/dergi/pdf/44/3/12_mehmet_ali_agaogullari.pdf

Burjuva, istediği ideal bireye böylelikle ulaşır, düşünsel ve kamusal alanda sınırlandırılmış, kendi geleceğini tayin eden birey. Aldığı her kararın arkasında yalnız kendinin olacağını bilen ve önünde fırsatların çokluğunu bilen birey. Dolayısıyla elde ettiği her sonuçta yalnız ona ait olur. Genelde bir ulusun türdeş bireyi olan bu birey, her alanda kendini tikel olarak konumlandırmaktan da bu şekilde geri kalmaz. Nitekim 1791 Anayasası ise *laissez faire, laissez passer* (bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler) söylemi temelinde inşa edilir. Mülkiyet ve ticaret hakları garanti altına alınan bireyler, feodalitenin kapalı sınırlı ekonomik baskısından sıyrılır. Foucault'a göre bu yeni iktidar biçiminin özgürlüğe ihtiyacı bulunmaktadır. Bu iktidar biçiminin özgürlüğü tüketerek var olacağını ileri sürmektedir. Dolayısıyla yeni yönetim türü özgürlüğün idaresi olarak tezahür ediyor; "bu idare doğrudan bir çelişkiye yol açan "özgür ol" emrini vermekten ibaret değil elbette... (o)n sekizinci yüzyılda biçimlenmiş yönetim türü olarak tanımlayabileceğimiz liberalizmin esasında özgürlükle üretken/tahrip edici bir ilişki gerektirmektedir.⁵⁸ Ona göre bu yönetim şekli özgürlüğü üretmek ve tükettirmek zorundadır. Liberalizmin özgürlüğü üretmesi gerekir ama tam da bu üretme eylemidir tehditlere dayandırılan sınırlamaların, denetimlerin, baskı biçimlerinin ve mecburiyetlerin tesisini zorunlu kılar.⁵⁹

Devrim'in ardından, devrimin düşünceleri Avrupa'ya yayılmak istenmektedir. Fransa'daki durumdan çok da farklı konumda olmayan diğer Avrupa köylüleri, işçileri ve kentli okumuş sınıfları, kendi toplumları çerçevesinde devrimin bildiride bahsettiği düşünceleri benimserler. Benzer hareketler kral ve meclis, halk ve ayrıcalıklı sınıf arasında gerçekleşen çatışmalar, diğer ülkelerde de gerçekleşti. 19. yüzyıl bu hareketlere sahne olurken 20. yüzyılın başında gerçekleşen I. Dünya savaşı ile modern dünya toplumsal, siyasal yapısı yeniden şekillenmiştir. Fransız Devrim'inin ulus yurttaş ve birey anlayışı, kıta Avrupa'sında ve birçok diğer ülkede karşılık bulmuş, uluslarını bu yönde inşa etmişlerdir.

⁵⁸ Cogito, **Michel Foucault**, içerisinde Homo Economicus'un Bir Soy Kütüğü: Neoliberalizm ve Öznelğin Üretimi, Jason Read, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, Sayı:70-71, 2012, s. 86

⁵⁹ Read, s.86

2.4.4 Modernite ve Buharlaşan Birey

Aydınlanma düşüncesinin tasavvur ettiği, bireyin hayatına getireceği epistemolojik, ontolojik ve sosyolojik dönüşümler, burjuvanın gerçekleştirdiği siyasal ve ekonomik hakların etkisiyle sunuldu. İlerleme ve gelişim iç içe geçerek hızlı dönüşümler her alanda gerçekleşmeye başladı. Feodal toplumlarda değişim hızı oldukça yavaş ve içine kapanıktı, mekanın genişliği henüz modern çağda olduğu gibi de değildi. Buharlı makineler ile aylar, yıllar süren yolculuklar haber aktarımları, artık haftalara, günlere düşmüştü. Sermayenin geniş alanlara yayılma imkanı, pazarın genişlemesi, üretim hızını artırması, ücretli emeğin tam anlamıyla metalaştırılması gibi bazı modern toplumsal biçimler, önceki tarihsel dönemlerde hiç görülmemektedir.⁶⁰ Burjuvanın ticaretteki etkinliğinin artması, insanların bu süreç içerisine gönüllü, çoğu zamanda mecburi olarak katılması erken modernitenin de başlangıcı kabul edilmektedir.

Nesnelerin kısa sürelerde ürün haline gelmesi, ürünün, tüketilmeden tekrar üretilerek, yığınlara dönüşmesi metalaşmayı görünür kılmıştır. Birey ise nesnenin dönüşüm sürecinde bir araç olmaktan öteye geçememektir. Marx 1844 *El Yazmaları*'nda bireyin kendi etkinliği, ürünü, diğer insanlar, cansız dünya ve diğer türler arasındaki bağlara yabancılaşma adını verir ve dört tür yabancılaşmadan bahseder: insanın üretici etkinliğiyle ilişkisinden doğan yabancılaşma, insanın ürettiği ürünleriyle, insanın diğer insanlarla ilişkisi ve son olarak insanın kendi türüyle olan yabancılaşması.

Marx'ın sınıf analizi içerisinde yabancılaşma da aynı ve eşit düzeyde seyretmez. Yabancılaşmadan kusur olarak bahseden Marx için en çok sıkıntıyı da üretici sınıf, proletarya çeker. Kuramın merkezine de bu sınıfı yerleştirir. Doğa ile insanın içsel ilişkisinde Marx'a göre, insanın doğa üzerindeki etkinliğini azaltan her durum onu doğadan ayırır. İnsan ve dış dünya arasındaki ilişkiler, insanın üzerinde

⁶⁰ Anthony Giddens, **Modernliğin Sonuçları**, Ersin Kuşdil (çev.), 6. Basım, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2014, s. 14

denetimini yitirdiği çok sayıda unsurun arkasına gizleyecek birer araç haline gelmiştir.⁶¹ Marx yabancılaşmayı aynı zamanda bir kopuş olarak aktarır. İnsanın ürün üzerindeki denetimini kökten yok eden, her şeyin direktifler halinde verildiği, insanın üretim üzerinde hiçbir söz hakkının olmaması, rekabet ve elde etme yarışında bireyin diğer bireylerden kopartılması, ayrıca ürünü ortaya koyan proletaryanın üründen koparılması süreci, yabancılaşmayla iç içedir. Tüm kopuş süreçlerinde bireye ait olan, insanın ayırt edici özellikleri, yok edilmiş bu ilişkinin kurucu unsurları farklı şeylermiş gibi görünecek şekilde yeniden bir araya getirilmiştir.⁶² Kopuş, toplumsal yaşamdan soyutlanmış, tikel anlamlılığı olmayan bireyi ortaya çıkarır.

Yabancılaşmanın ilk şekli bireyin üretici etkinliği ile ilişkisinde etkinliğe yabancılaşmasıdır. Marx, burada çalışmanın şekli itibariyle işçi için dışsal olduğunu ileri sürer. Özsel olarak birey, böyle bir çalışma şeklini benimsemediği için, *çalışmıyorken evindedir, evindeyken çalışmıyordur*. Gönüllü olmayan bu çalışma şekli zorunlu bir çalışmadır ve işçi çalışmayı içselleştiremez. Aynı zamanda burada emeğin de içsel değil, ürünlerdeki değer üretiminde bireye değil başkasına ait olduğunu ileri sürer. Kapitalistin zorlaması olmadan ise hiç kimsenin çalışmayacağından şüphe duymaz. Ona göre insan hiçbir etkinliğinde değil de; sadece hayvansal işlevlerinde özgürce etkin olabildiğini hisseder; yemede, içmede, üremede ya da en fazla evinde ve kılık kıyafetinde (...)⁶³

İşçinin iş yapma etkinliğini içselleştirememesi, ürünü ile olan ilişkisinde açığa çıkar. Bireyin ürettiği ile yabancılaşmasında tek neden olarak çalışma etkinliğinin insana yabancı olmasından kaynaklandığını belirtir. Bireyin ürettiği ürün üzerindeki olanaksız durumu emeği nesnenin içinde maddeleştirir ve bireyin emeğini ürettiği üründen dışsallaştırır. Bireyin ürettiği ürün arasındaki olanaksız ilişki oluşur. Emeğin

⁶¹ Bertell Ollman, **Yabancılaşma Marx'ın Kapitalist Toplumdaki İnsan Anlayışı**, Ayşegül Kars (çev.), 2.Basım, İstanbul: Yordam Kitap, 2015 s.217

⁶² Ollman, s. 217

⁶³ Ollman, s. 226

gerçekleşmesi ile gerçeklik arasında bağ kuran Marx, bireyin kendi emeğinden soyutlandığı derecede gerçekle bağının da o kadar zayıfladığını ileri sürer. Ancak ölme noktasına gelene kadar. İnsan ürettiklerine ulaşmada yine kendi emeğini kullanır ancak bu yetersiz kalır. Ancak para biriktirmesi ile bu ürünü elde edebilir. Diğer yandan emeğinin doğal sonucu ortaya çıkan ürünlerin ise kendisine ait olduğunu kabul etmez. Ne emeği üzerinde ne de nesne üzerinde bir hakimiyeti söz konusu değildir. Çalışma etkinliği de bu sebeplere bağlı olarak bireyin dışında gerçekleşmektedir.

İşçi kendisini ne kadar harcadıysa, kendi karşısında yarattığı yabancı nesnel dünya da o kadar güçlü olur, kendisi, -iç dünyası- yoksullaştıkça, o kadar az kendisine ait olur... İşçi yaşamını nesnesine aktarır; ama şimdi yaşamı kendisine değil, nesneye aittir. Böylece, bu etkinlik ne kadar büyükse, işçinin nesnelerden yoksunluğu da o kadar büyük olur. Emeğinin ürünü her ne olursa olsun, ona ait değildir. Bu nedenle ürün ne kadar büyükse kendisi o kadar küçüktür.⁶⁴

Birey ürettiklerinin dışında var olarak ve ürettikleri arasında, iki farklı dünyada yaşamaya başlar: emeği ile ürettikleri, ürettiklerini elde edebilmek için emeği. Bireyin ürettiği onun dışındaki hali, böylelikle güç kazanır ve bireyi ürünün eklentisi durumuna getirmektedir. Nesnelerin dünyasının anlam ve önem kazanması, bireyin doğal toplumsal yaşamını önemsiz kılmaya başlamaktadır. Birey diğer insanları da kendi gibi tasavvur eder, nesnelerin eklentisi olarak, toplumsal yaşam ise aynı ölçütte, bu yönde şekillenmektedir. Birey, kendini bir toplum içinde yaşıyor gibi hissetmez, kitleler içinde sürüklenir. İşçinin emeği sadece ürünü meydana getirmekle yetinmez, aynı zamanda işçinin kendi emeği işçiyi meta olarak var eder. İnsanın ürettikleri, örtük olarak insanı da şekillendirdiği için insan tüketimine yöneldiği nesnenin, üretiminde de söz sahibi olmadığından, tüm bu süreç soyutlanıp ürettiklerinin ve sermayenin kontrolüne kalmıştır.

⁶⁴ Ollman, s.232

Toplumsal yabancılaşma ise insanların diğer insanlar ile ilişkisinden ortaya çıkan, Marx'ın belirttiği iki aşamanın sonucudur. Kısaca anlatmak gerekirse, bunlardan birincisi; emeğin ürünü işçinin dışında bir güç olarak belirdiğinde, bireyin, özüne ve doğaya yabancı oluşudur. İkincisi ise kendisine yabancı gelmeye başlayan, insanlar karşısında ve doğa içine kendini konumlandığı şeklinde çevresini tanımlamaya başlamasıdır. Yabancılaşmanın son aşaması ise diğer üç aşamayla birlikte çıkan psikolojik yanı daha ağır basan insanın türüyle olan yabancılaşmasıdır. Marx'ın söylediği gibi eğer "çalışmanın nesnesi (...) insanın türsel yaşamının nesneleşmesi" ise bu nesnelerin işçinin kontrolünden çıkmasıyla türsel insan, türsel gerçekliğinden, kendisini türsel insan olarak göstermesi için gerekli olan nesnelerden yoksun kalmış olur.⁶⁵ Ollman'a göre, Marx'ın insan türünü kendini gerçekleştirmesindeki düşüncesinde, bireyin doğa üzerinde tahakküm kurma becerisi ile tahakküm kurması birbirini dışlar. Marx'ın insan doğa anlayışında, doğa üzerinde tahakküm kurulması bir nesneden ziyade insana içkin olarak incelenmektedir. Bireylerin doğa üzerindeki güçlerinin artmasının sonucu olarak; bu gücü uyguladıkları nesnelere yabancılaşmalarının nedeni olarak görmektedir.

Bireyin, ürettiğinden soyutlanması feodal toplum ve köle toplumlarında karşılaşılmaz. Köle, serf efendisine yetecek ve satacak kadar üretimde bulunur. Aynı şekilde arta kalandan kendi ihtiyacını da pay olarak alır. Bireyin, endüstrinin atılımları ile üretimden, emeğinden soyutlanması onu endüstrideki meta ile aynı seviyeye indirgemiş, aydınlanmanın vaatleri karşısında endüstriyel bireye dönüşmüştür. Bireylerin, yerlerinden edilip feodal bağlarının koparılması ile metropollerde özgür işçilere dönüşmüşlerdir. Toplumsal yaşamın, bireyi sarmalamaya başladığı ve modernitenin bireyin gözetlenmesi ile iç içe geçmesi, Oskay'ın da dediği gibi flaneur'ün kaçış için çekileceği bir uzlet de kalmamıştır, kaçış ise genellikle gelişen kültür endüstrisine doğru oluyordu. Bireyler ise Marx'ın deyimiyle; "katı olanın buharlaşmasıyla" ortaya çıkmış boşluğu kültür endüstrisiyle dolduruyordu. Modernitenin ve tüketimin ağırlıklı olduğu bu yeni toplum işleyişinde ise kendine has

⁶⁵ Ollman, s. 243

popüler kültürünü oluşturunuyordu. Birey, kendi üretimini tüketmek için fabrikalarda gece gündüz çalışırken, arda kalan serbest zamanı ise kültür eğlencesinin manipölasyonu ile geçmektedir.

Ulusların bağımsızlıklarını kazanması, bireyin özgürlüğünü kazanması, birbirini takip eden on yıllar içerisinde gerçekleşmiştir. Ortaya çıkan sonuç ise hem ulusların hem de bireylerin buna hazırlıksız yakalandığını göstermiştir. Modern Çağ Rönesans ile kendini belli ettiyse de sonuçları birey için yıkıcı olmaya devam etmektedir. Uluslar, savaşların sonucunda açıklar ve kötü ekonomilerle uğraşırken kendilerinden daha büyük ekonomilerin de etki alanlarına girmeye başlamışlardı. Erken modernite burjuvanın kazanımlarını pekiştirmişti. Bu süreçte tüm uluslar hızlı bir modernleşme içerisine girmiştir. Bir makine edasıyla oluşturulan yapı, toplumdan ziyade siteme sahip bir sosyalmış gibi gözükten bir yapıydı. Bu ölkelerde toplumsal değerklerin parçalanması insanları bir arada tutan sosyal bağın gevşemesi ve sapmaların artması sonucunda kontrolsüz bir anomi belirmiştir.⁶⁶ Birbiriyle sosyal bağları oldukça zayıf olan üretici ve tüketici sınıfı özellikleri erken modernitenin karakteristik yapısıydı.

Üretim şekillerindeki değışim; modernlik, aydınlanma ve ilerleme düşüncesinin örtük nedenidir. Modernite kavramı yukarıda anlatılan süreçlerin zorunlu sonucudur. Modernlik geçmiş ile bağları kopartırken, bireylere mükemmel geleceğı vaat etmektedir. Hayatın her alanı maddi şekilden yeniden var etme iddiası taşımaktadır. Tikel insan ilkesel olarak genel insana indirgenir; genel insan tek tek herkeste onun özü olarak, tıpkı maddenin her parçasının, düzlenişı ne denli kendine özgü olursa olsun, esasen genel maddenin her şeye şamil yasalarını sergilemesi gibi.⁶⁷ Simmel'in genel insanı türsel olarak sadece insandır. Bireyselliğın olmadığı farklılığı bulunmayan, özdeş temel öze sahip olan insandır, genel insan. Bu genel insanın ortaya çıkmasındaki en büyük etkenlerden biri de yukarıda bahsedilen Taylor'cu anlayıştan kaynaklanmaktadır.

⁶⁶ Nuri Bilgin, **Kimlik İnşası**, 3. Basım İzmir: İzmir Büyük Şehir Belediyesi Kitaplığı, 2016 s.24

⁶⁷ Simmel, 213

İşçinin verimli olabilmesi için sosyalliğinden ve bireyselliğinden vazgeçerek sadece bir makine gibi çalışması fikri.

Birey, ne kadar salt bir meta noktasına kadar nesneleşme sürecine tabi tutulsa da kapitalizmin, yaşadığı buhranlar sonucunda sadece bireyi üretmeye yönlendirmek, üretimi, verimli kılmaya yetmemiştir. Yeni kapitalizm sürecinde üretenden ziyade birey tüketen olarak konumlandırılır. Tüketim karşımıza sadece bireylerin ürün satın almasından ziyade ürünün bireyle özdeşliği şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Sermaye tarafından bireyin kimlik oluşturma serüveni de tam bu noktada birbiriyle ilişkilendirilir. Birey artık toplumun üyesi bir yurttaştan ziyade kendisidir. Kültür endüstrisi içerisinde kendine seçtiği kimliklere erişmeye çalışan, farklılaştıkça daha benzeşen bireylere dönüşümü de yine bu sürecin örtük nedeni olarak işler. Adorno ve Horkheimer bunun aydınlanma düşüncesinin bir planı olduğunu ileri sürmektedir. Bauman ise bireyin bu yeni modern olma halini şu şekilde açıklamaktadır;

Modern olmak "demek, modernize etmek demektir. - takıntılı, saplantılı bir şekilde modernize etmek; kimlik bütünlüğünü korumak bir yana, sadece olmak (to be) değil, tamam olmaktan kaçarak, hep tanımsız kalarak, sonsuza dek oluş (becoming) içinde bulunmak.⁶⁸

Kimlik kavramının, modernite düşüncesi içerisinde ortaya çıktığı birçok düşünür tarafından ileri sürülmektedir. Kimlik, modern dönem ile topluluğun, cemaat bağlarından kopup ‘‘bireyci’’leşen insanların kendilerini tanıma serüveni olarak başlamıştır. Kimlik devrimi, hayatın anlamını bireysel olarak inşa etme sürecinde öznelliğin ön plana geçmesiyle nitelenen bir yeni oluşum olarak tanımlanmaktadır.⁶⁹ Öncelikle inşa edilen bir şey, bir yere varması gereken ayrıca ilerlemesi gereken bir olguya işaret etmektedir. Bireyler bunu kendi öznel kodlarıyla işlerken, kimlikleri ile

⁶⁸ Zygmunt Bauman, **Akışkan Modernite**, Sinan Okan Çavuş (çev.), 2.Basım, İstanbul: CanYayınları, 2017, s.12

⁶⁹ Bilgin, s. 62

katıldıkları her alan kimliğin şeklini dışlar ya da içselleştirir. İnşa, hiçbir şekilde sonuca ulaşmaz. Bauman'ın da dediği gibi hep bir oluş halinde kalır, sürekli bir devinime muhtaç hale gelir. Her dışlama ile gelen, bir içselleşmeye ulaşma isteğinden dolayı kimlik dalgalanarak varacağı yeri arar durur. Öte yandan kimlikler, endüstri tarafından istendiği gibi kodlanmaya da açıktır. Örneğin modernite öncesi toplumlarda güzellik algısı gelenekler töreler etrafınca ve topluluk normlarıyla sabitti. Ancak modernite ile birlikte kimlik dış görünüşle özdeşleşmiş ve endüstriyel bir hale gelmiştir. Öte yandan tüm bu süreç benliği kimlikle eşleştirmiş ve bireyin ana unsuru haline gelmiştir. Böylelikle “özgün kimlik” oluşturma söylemi bir süre sonra kimliğin şekillendirilmesinde ve tutarlı olmasında sürekli bir tüketimi mecburi kılmaktadır. Alınan, giyilen, takılan, izlenen her şey kimliğin bir parçası haline gelirken, birey, bireysellikten o kadar uzaklaşır.

Tüketimin ön planda olduğu, yeni ekonomik düzende de kimlikler ve tüketim iç içe geçmiştir. Aynı zamanda tarihsel süreç içerisinde derinleşerek gelen toplumsal eşitsizlikler, bu süreç içerisinde daha da derinleşir. Örneğin kadınları ev hanımı ya da anne olarak cinsiyetçi kodlarla saran bu süreçte kadının tüketiceği ürünleri de bu şekilde sıralar ve sunar. Reklamlar, filmler, hikayeler ve radyo yayınları bu tüketim olgusu üzerinden sürekli bireye tekrarlanarak aktarılmaktadır. Her tekrarlama ise eşitsizliklerin derinleşmesine yol açar. Bu aynı zamanda tüketicilerin de üretimi anlamına gelmektedir. Bazen toplumsal roller veya cinsiyet rolleri üzerinden, tüketici üretilirken bazen de bu düşüncelerin tam tersinde fikirler, tüketimin nesnesi haline getirilerek yine bir tüketici üretimi sağlanır. Ancak eşitsizliklerin derinleşmesi noktasında belli bir gruba sürekli olarak sunulan ve kimliğin tamamlayıcı öznesi olarak sunulan ürünler ile yüzyıllardır aktarılan eşitsizliği meşru kılan düşünceler aktarılmaktadır.

Modernizm düşüncesinin arka planında olduğu gibi aklın evrenselliği, sermayenin ve toplumun da evrenselliğinde açığa çıkmaktadır. Şirketler yereldeki ağını

genişleterek küresele ulaşmaya çalışmaktadır. Yeni dünya hızla küreselleşmeye giderken mevcut kurumları, sürekli olarak düzenler, değişme uğratıp, yerine yenisi getirmektedir. Modernite, tasarladığı mükemmel katılığa ulaşmak için her şeyi ortadan kaldırmaktadır. Katıların ortadan kaldırılmasının nedeni ise onların işlevsizleşmesinden dolayı değil aksine hiçbir zaman tam anlamıyla işe yaramamış olmalarındandır. Modern birey başta kendi kimliğine ve sonra her şeye savaş açmış bir eylem planı sergilemektedir. Bauman'ın *akışkan modernite* kavramı ise tam olarak bu sürecin karşılığıdır. Modernitenin akışkan hali, günümüze özgü bir durumdur. Erken modernite diyebileceğimiz dönemde üretim araçları fabrikaya ve doğrudan işçinin emeğine bağlıydı. Sermayenin dolaşımı her ne kadar artmış olsa da yine de mekana bağlıydı. 20. ve 21. yüzyıldaki teknolojik gelişmelerle ise sermaye artık doğrudan mekana ve emeğe bağlı olmaktan kurtulmuştur. Dünya savaşlarının ardından, aydınlanmanın totaliter rejimleri yıkıma uğramıştı. Siyasi durum yerelden küresele doğru seyretmeye ve devletler üstü kurumlar oluşturulmaya başlanmıştır. Bu noktada Bauman'a göre modernite ilk çıkışı ile aynı özellikleri sürdürse de iki şey değişmiştir: İlki mükemmel gelecek tasavvuru yerini beklenmedik, belirsiz ve anlaşılamayana bırakmıştır. İkinci olarak ise önceden beri var olan kolektif hareket etme yerini bireyselliğe bırakmıştır. Bireysel tercih özgürlükleri ülkesinde bireyselleşmeden uzak kalma ve bireyselleşme oyununa katılmama seçeneği diye bir şey yoktur.⁷⁰ Bauman'ın burada bahsettiği bireysellik kapitalist bireyci anlayıştır. Başarısızlığın sorumluluğu daha önceden de bireyin omuzlarındaydı ancak artık işe giremeyen bir bireyin "yeterince abalamadığı" ya da "iş görüşme tekniklerine" hakim olmadığı varsayılmaktadır, Bauman'a göre işin kötüsü bireyin de artık bunu kabul etmesidir. Bireyselleşme "insanın kimliğini doğuştan sahip olunan bir şeyden bir göreve dönüştürme sürecidir ve bu görevi yerine getirme ve sonuçlarıyla başa çıkma sorumluluğu aktörlerin omzuna yükler.⁷¹ Birey kendi hayatının tüm koşullarını belirleyen ve bunu yönlendiren olarak konumlandırılmıştır. Bu süreç ise bireyi içinden çıkamayacağı sorunlar yumağına sokar. Her şeyin ona bağlı olduğu, her şeyi yapabileceği düşüncesi sürekli olarak empoze edilmektedir. Ancak bireyin gerçekleştirdiği ya da gerçekleştirmeye çalıştığı bireysellik, bireysellik yanılsamasından başka bir şey değildir.

⁷⁰ Bauman, s. 66

⁷¹ Bauman, s. 63

2.5 POSTMODERNİTE VE BİREYSELLİK YANILSAMASI

2.5.1 Modernizmin Eleştirisi ve Postmodern Duruma Geçiş

Bireysellik, çağlar boyu karmaşık ve anlaşılması güç bir kavram olmuştur. Bireyselliğin özü; bireyin kendi bilincini hiçbir "etki altında" kalmadan, kendini tanımasından ve durumun farkında olmasından geçmektedir. Çağlar boyu toplumlar, cemaatler içinde bunu gerçekleştirmenin çabasında ve yöntemini, koşullarını arayan insanlar, artık günümüzde bunu gerçekleştirmiş olmanın yanılsamasının içerisinde. Yanılsamayı yaşayanlar, Platon'un mağarasında oturanlarla aynı özellikte değildir. Mağarada oturanlar, gölgeleri tek gerçek kabul edip ideaların bilgisinden yoksunlarken; yanılsama içerisindekiler ayakları yere zincirlenmiş duvara bakmalarına rağmen, mağaradan dışarı çıkıp ideaları anlayan birey ile aynı olduğu düşünenlerdir. Bundan dolayıdır ki çağımızın insanı bir sessizlik içerisinde, olup bitenle ilgilenmemekte, ilgisini anlık olarak yöneltse de yanılsamanın içerisine çekmekte, olanları örtbas etmektedir.

Bireysellik; kendini sürekli yenileyen, yenilerken de öz varlığını başat faktörlere göre şekillendiren bir yapıya bürünmüştür. Yapının bireyi bu şekilde bütünleştirmesindeki etkenler çeşitlidir. Bireyin tüm pratikleri aynı temeller üzerinde koşullanmıştır: yaptığı her şey anında olacak, mutlak başarıya götürecektir. Aksi durumda ise zaman kaybetmeden değişerek, kendini yeniden deneme zorunda hissedecektir. Bireyin, sistemi zarara uğratmayacak yönde omzuna yüklenen riskler ve sorumluluklar, onun özgür olduğu yanılgısına yol açmaktadır. Her şeyin kendi kontrolü ve becerisi dahilinde olup ya da olmayacağını varsayar. Bireyin bilgi durumunu kalıcı olmayacak şekilde zihninde tuttuğu gibi, onu sürekli denemeye götüren temel dürtüleri bilmesi yeterlidir. Sürekli yinleme, yanılsamanın dağılmasına izin vermediği gibi, düzensizlik

ise düzen gibi algılanarak bireyi bu durumun içinde tutmaktadır. İnsan, bu döngünün doğa kanunu olarak somutlaştırılmasıyla kendisini özgür özne olarak güvende sanır.⁷²

Bireyin her ulaştığı doyum diğer doyumun açlığıken, yanılısamalı bir doyum olduğunu, her doyumdan sonra farkına varmaktadır. Ancak diğer doyumun başarı ya da başarısızlığıyla "özgürlük" içinde gelecek hedefe yönelir. Bireysel olmanın içeriği ve tanımı değişime uğratılmış ve bu haliyle bireye kabul ettirilmiştir. Birey olmak aydınlanmanın endüstriye araçsallaşmasından sonraki halini almıştır.

Düşünme kendisini doğadan uzaklaştırıp somutlaştırırken bir ayırma işlevini yerine getirdiğini yadsımaya devam ettiği sürece bir yanılısama olmaktan kurtulamaz. Böylece kapatılması egemenlik tarafından engellenen, özne ile nesne arasındaki kırılma kendi hakikatten yoksunluğu kadar hakikatin de işareti olur.⁷³

Adorno ve Horkheimer, Aydınlanma'nın Diyalektiğinde bireyin her ne kadar tarih öncesi düşüncelere saplanıp kalsalar da ancak buna rağmen bireyin doğa ile yabancılaşmış olduğunun farkına varacak yetkinlikte olduğunu ileri sürerler. Ancak artık bireyin doğa ile olan ilişkisinin teknolojinin ve bireyin değişen yaşam koşulları ile bir bağı kalmamıştır. Nitekim ortada yabancılaşacağı ya da farkında olacağı bir doğa yoktur. Yabancılaşacak bir birey de yoktur. Yanılısama içerisindeki birey, her şeyi yaptığına ve ulaştığına inanan, bir ontolojik düşünüş ile hareket etmektedir. Üretim ve tüketim faaliyetlerindeki değişimler bu durumun sebeplerinden biridir. Önceden fabrikalarda ham malzemelerinin işlenmesi ve şekillenmesine dayanan üretim gittikçe teknolojik aygıtlar üzerinde sayılara, makinelere devredilmiş Horkheimer'in değişimiyle araç sürücüyü üstünden atmıştır.⁷⁴ Birey artık olsa olsa makinelere yabancılaşabilmektedir. Çünkü makinenin işleyiş tarzı ve teknolojinin gelişiminin

⁷² Adorno ve Horkheimer, s. 30

⁷³ Adorno ve Horkheimer, s.63

⁷⁴ Max Horkheimer, **Akıl Tutulması**, Orhan Koçak (çev.), 3. Basım, İstanbul: Metis Yayıncılık, 2018, s.153

bireyin üzerindeki etkileri, bireyin doğasını o yönde değiştirmektedir. Nitekim önceden, insanın doğa yolu ile benzetmelerinin yerini, makineler ile olanlar almış, doğayı anlamlandırma, ona hakim olma, ona hayran olmanın, yerini makine almıştır.

Bireyin teknoloji ile ilişkisine benzer bir noktadan bakan Herbet Marcuse ise *Tek Boyutlu İnsan* kitabında teknik mantığın günlük yaşamın kendisini organize ettiğini ileri sürmektedir. Marcuse'ye göre modern bireyin teknolojik rasyonaliteye kapıldığını, bu rasyonalite biçiminin ise bireyi uysallaştırdığını ve daha itaatkar hale getirdiğini söylemektedir.⁷⁵ Teknoloji yeni, daha etkili ve daha hoş toplumsal denetim ve toplumsal kohezyon biçimlerini yaratmaya hizmet eder. Ona göre bunun sonucunda ise totaliter rejimler daha da rahat biçimde kurulur. Nitekim teknolojik rasyonalite tek bir gerçeğe, tek geçerli bilgiye ve oradan da tek boyutlu bir insana yol açmaktadır. Marcuse için bireyin içinde yaşadığı toplumsal yapıdan, kullandığı teknolojik araçlar ve makineler bağımsız değildir. Teknolojik bir evren olarak, ileri işleyim toplumu politik bir evren, belirli bir tarihsel tasarın olgusallaşmasındaki en son evredir—eş deyişle, doğanın salt bir egemenlik gereci olarak deneyimlenmesi, dönüştürülmesi, ve örgütlenmesi olarak açıklamaktadır.⁷⁶ Sigmund Freud da gelişen teknoloji ile bireyin artık “protezli tanrı” haline geldiğini belirtmektedir. Ona göre yardımcı organlarının tümünü kuşandığında hayli muhteşemdir; ama bunlar kendi bedeninin bir parçası değildir, ayrıca zaman zaman başına büyük işler açmaktadır.⁷⁷

İnsanları, doğanın tahakkümünden korumaya yönelik her adımla sistemin insanlar üzerindeki tahakkümünün artmasının anlamsızlığı, akıllı toplumun aklının ne kadar eskimiş olduğunu açığa vurur.⁷⁸ İnsanların doğayı değerlendirme tarzlarının sonucunda Horkheimer'a göre insanların zihnindeki insan imgesine de yansır ve onu

⁷⁵ Herbert Marcuse, *Tek Boyutlu İnsan: İleri İşleyim Toplununun İdeolojisi Üzerine İncelemeler*, Aziz Yardımlı (çev.), İstanbul: İdea Yayınları, 2. Basım 1990.

⁷⁶ Marcuse, s.40-50

⁷⁷ Freud, s.50

⁷⁸ Adorno ve Horkheimer, s.62

belirler.⁷⁹ Doğa'nın ortadan kalktığı durumda türsel olarak insan da ortadan kalkar ve sadece öznelci / bireyci anlayıştaki tek tek öznelere ortaya çıkar. Birey artık kendi dışında gördüğü her şeyi kurbanı ya da aracı olarak görür. Bireyin kendi içinde kurduğu totaliterlik, egosu ve koşullarla da desteklenir. Bireyin iç yapısındaki totaliter yapı sadece dışsal doğanın ele geçirilmesinden değil kendi içsel doğasını da tahakküm altına almaktan kaynaklanır. Güç sahibi olmak için güç, içselleştirilir. İnsanlar doğa güçleri üzerindeki hakimiyetlerini o denli artırmış durumdadır ki, bunların yardımıyla birbirlerini son insana varana dek ortadan kaldırmaları işten değildir⁸⁰.

Bütünüyle aydınlanmış ve kendinin farkında olduğunu varsayan bireyin yanılsamalı hali, bu durumdan, benimsediği yeni erdemleriyle çıkması başka bir yanılsamanın kaynağından başka bir şey olmayacaktır. Çoğunluk bu yanılsamanın farkında olmadan çarkları devam ettirmekte, farkında olan azınlık ise yanılsamaya atlamanın yollarını aramaktadır. Zira yanılsamanın dışında kalmak, birey için var olmamakla neredeyse eşit koşulmuştur. Aksi bir yol da bireyle yanılsama tarafından dışlanmaktadır. Bireyler öz varlıklarını korumanın yolunun pratik değerlerden geçtiğini bilir. Kendi çıkarlarını savunmak salt pragmatist mutluluk peşinde olmak bireyin yeni erdemlerindendir. Kim daha fazla başarılı olursa saygınlığı da diğerlerinin gözünde daha iyi bir noktaya yükselir. Bireyler ne kadar birbirlerinden ayrılırsa ayrılırlar ve tikel özne görünümü verseler de sahip oldukları benzer erdemler onların birbirine daha çok benzemesine neden olmaktadır. Bunun sonucunda ise ortaya şu çıkar; herkes kendi çıkarlarının içinde yaşayınca bireysellik de sekteye uğrar, insanın siyasal ve toplumsal olma özellikleri ortadan kalkar ve sadece egemeninin koşullarında var olabilir. Egemenin gözünde ise bu bireyler sadece istatistiki verilerden, rakamlardan başka bir şey değildir. Kolaylıkla vazgeçilebilecek, yerine yenisini koyabileceği salt rakamsal değerler halini almaktadır.

⁷⁹ Horkheimer, s.138

⁸⁰ Freud, s.101

Bireylerin yaşadığı yanılsama sadece bireysellik değil toplumsaldır da. Zihinlerindeki ve geçmişteki toplum imgelerinin toplamından içinde bulundukları durumdan kurtuluşu sürekli toplumdan bekler ya da suçu ona atmaktadır. Kendi içinde bulunduğu yanılsamadan, aklındaki bireysellik imgesinden kurtulamadığı ve çözüm üretemediği için hayali bir toplumdan çözüm beklemektedir. Bireysellik olmadan bir toplumun olmasından da söz edemeyiz. Çünkü özgür olmak, adaletle inanmak ve eşitsizliklerin üstesinden gelmek, toplum olarak başarılacağı gibi aynı zamanda bireysel yetilerdir. Bu anlamda bunların üstesinden gelmek toplumdan atomlaşarak, bireyci referanslarla hareket etmek değil, bireysellik içerisinde toplum ile birlikte kolektif biçimde hareket etmekten geçmektedir. Ancak modern toplum, adına ‘‘toplum’’ denen karşılıklı ilişkiler ağını her gün kurup yeniden biçimlendiren bireylerin faaliyetleri sayesinde olduğu kadar, aralıksız bir şekilde üyelerini ‘‘bireyselleştirerek’’ de var olmaktadır.⁸¹

Nesneler üzerinde kurulan hakimiyet, iktidarı ele geçirmenin ve elde tutmanın temel dayanağıdır. Günümüzde bu durum geçmiş zamanlara oranlara en saldırgan dönemini yaşamaktadır. Bireyin nesne üzerindeki hakimiyet isteği ne kadar şiddetli olursa, nesnenin de birey üzerindeki hakimiyeti o kadar şiddetli olmaktadır. Birey bu şekliyle tamamen bireysellik göstermekten uzaklaşmaktadır. Nesne için var olan, onun memnuniyeti için çaba sarf eden, bireyler ortaya çıkmaktadır. Her nesneye bir gösteri aracı olarak yaklaşmak da yeni medya çağıının ayrıca özelliklerindendir. Bu nesneler tek bir amaç için var olurlar, bireyin diğer bireyler ile olan etkileşimlerinde birer araç haline alırlar. Nesnenin meta değeri ise etkileşim değeri ile ölçülmekte, etkileşim değeri kaybolan nesne de birey için anlamsızlaşmaktadır. Özellikle yeni medya teknolojileri ile ortaya çıkan sosyal medya platformlarının varlığı bireyin her şey ile olan etkileşimini artırmıştır. Bu imkanlar ile birey artık kendi özünü etkileşim ölçütlerine indirgemıştır. Bu ölçütler kimi zaman bireyin çevresi tarafından kimi zaman birey tarafından, kimi zamanda bizzat sosyal medya mecrası tarafından konulmakta; etkileşimin yetersizliği ise bireyin kendisini ve yaptıklarını sorgulamaya kadar götürmektedir. Bireyin varacağı

⁸¹ Bauman, s.60- 61

sonuç ise etkileşimi arttırmaya yönelik olacağı için bu içinde bulunduğu yanılsama duvarını da daha sağlamlaştıracaktır.

Bireyin biçimselliğe dönüşmesinde, nicel etkileşime teslim olmasının nedenlerinden biri de artık anlamdan vazgeçmesi ve ona hiç yönelmemesinden kaynaklanmaktadır. Artık anlamdan ziyade gösteri bireyin birinci önceliğidir. Gösteri olmayan bir anlam ise bireyler tarafından görülmemektedir. Jean Baudrillard, *Sessiz Yığınların Gölgesinde Toplumsalın Sonu* kitabında şu soruyu sorar: "Nasıl olur da gösteri yapan yüz insana karşılık tam yirmi milyon insan edilgen kalır?"⁸² İnsanlar artık çevresinin gözleminden ya da akıl yürütmesine başvurmadan sonuçlara ulaşabilmektedir. Doğa üzerindeki hakimiyetinin sonucunda bireyden geriye sadece imgelem kalması ve düşüncenin matematiksel bir aygıta indirgenmesi⁸³ sonucunda da geriye biçimsellik içinde yanılsayan birey kalmıştır. Gözlemden ve akıl yürütme süzgeçlerinden geçirilmeden sahip olunan düşünceler, kurallar birey tarafından modavari bir üslupla hemen kabul edilmektedir. Bireyler gerçekliğin içeriğiyle ve anlamıyla çatışmak yerine kabule ve ona uyum sağlamaya yönelmektedir. Düşünme mantıktan yoksun bırakılarak, olgusallaşma içinde bireye sunulanı kabul etmesi sağlanmıştır. Ne eğitim de ne de siyasette ezberin ötesine geçmek imkansızlaşmakta, "ezer bozan" olarak çıkanın ise modernliğin hızı içinde çok geçmeden ezbere döndüğü ve biçimselleştiği anlaşılmaktadır. Süreç giderek bütün rasyonel kavramlara yayılmış, sonunda hiçbir gerçeklik kendi başına akla uygun olarak görülemez olmuştur; içerikleri boşalan bütün temel kavramlar biçimsel kabuklara dönüşmüştür.⁸⁴

Bireyin bilincinden feragat edip katıldığı olgusallık, tüm mantıki akıl yürütmelerden ve anlamdan eksiktir. Çünkü akıl, üretim faaliyetlerine hapsedilmiş, bilimsellik içerisinde aklın sert kurallarıyla sadece araç üretmeye uygun bir hale

⁸² Jean Baudrillard, *Sessiz Yığınların Gölgesinde Toplumsalın Sonu*, Oğuz Adanır (çev.), 8.Basım, Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2019, s. 20

⁸³ Adorno ve Horkheimer, s.47

⁸⁴ Horkheimer, s. 62

getirilmiştir. Bireyin doğayı ve hayvanları ele alış tarzı ile bilimin, insanları ele alış tarzı aynıdır. Sürecin sonunda akıl araca dönüşür. Kendine has bir özerkliği yoktur artık.

Düşünceler otomatikleştiği ve araçsallaştığı ölçüde, kendi başlarına anlamlı olarak görülmeleri de güçleşir. Eşya olarak, makine olarak görülürler. Dil, çağdaş toplumun dev üretim aygıtındaki gereçlerden biri, herhangi biridir artık. Bu aygıt içindeki bir işleme denk düşmeyen her cümleyi anlamsız bulan sıradan insan gibi, çağdaş semantikçi de saf simgesel ve işlemsel cümlelerin, yani saf anlamsız cümlelerin bir anlamı olabileceğini düşünmektedir. Anlamın yerini, eşyanın ve olayların dünyasındaki işlev ya da etki almıştır. Sözcükler açıkça teknik olarak geçerli olasılıkların hesaplanması ya da başka pratik amaçlar için (bu pratik amaçlar içinde dinlenme bile olabilir) kullanılmadığında herhangi bir gizli satış amaçları olduğu düşünülmektedir, çünkü doğruluk kendi başına bir amaç sayılmamaktadır.⁸⁵

Anlamın iktisadi aygıtlara kurban edilmesi, kitle iletişim araçları ve sanatsal üretimde de anlamın kaybolmasına yol açmıştır. Her şey meta olacak şekilde üretilmekte ve kitleye sunulmaktadır. Örneğin biçimi ve akışı önceden kestirilebilen ve sertifikalı kurslarda alınan yazarlık eğitimleri ile yazar olan birey, yazacağı kitabı ilerde film olacak şekilde tasarlamaktadır. Çünkü yapılan sinema filmlerinin birçoğu uyarlama olduğu gibi bir yazar için de kitap dışında iyi bir kazanç kapısı oluşturmaktadır. Anlam, biçim için terk edilir. Sinema dili ile romanın dili iç içe geçer, ikisi de özgün bir dil olmaktan uzaklaşır. Bireyler ise biçimi tekrar eden sanat eserlerine ya da biçimi yıkmakla övünen avangart eserlerin nasıl biçime dönüştüğünü sürekli izler durur. Nesnenin nesnelleşmesi, anlamın, nesnelliğini engellemektedir. Böyle bir biçimsellik ve mekaniklik endüstri için gereklidir. Ancak bireylerin zihni bu şekilde işlemeye başladığında "aklın kendisi de araçsallaşır." Düşünsel varlığın yerini kabulcü ve tekrarcı olan almaktadır. Diğer yandan birey bu sanat ürünlerini ya da edebi ürünleri büyük bir zevkle tüketmektedir. Tüketir çünkü anlamdan yoksun bu eserler, gösterileri için hala bir anlam taşımaktadır.

⁸⁵ Horkheimer, s. 73

Moderniteye yöneltlen eleştirilerden bir diğeri de bireylerin, kendi iradelerini totaliter rejimlere kurban etmesidir. Frankfurt Okulu, Hitler faşizmini derinden hissettikleri için en sert modernite ve rasyonel akıl eleştirisini de onlar yöneltmişlerdir. Marcuse bu konuda temel dayanağı olarak Freud'un *Uygarlığın Hoşnutsuzluğu* 'nda ileri sürdüğü gibi özdeşleştirmede bulmuştur. Ona göre; bu tür gereksinimler ne denli bireyin varoluş koşulları tarafından yeniden-üretilen ve sağlamlaştırılan kendi gereksinimleri olabilseler de, birey kendini ne denli onlarla özdeşleştirse ve kendini onların doyurulmasında bulsa da, başlangıçta oldukları gibi kalmayı sürdürürler—başat çıkartı baskı gerektiren bir toplumun ürünleri olarak.⁸⁶ Modernizm eleştirisinde Freud ise *sefaletimizin büyük bir bölümünden kültür / uygarlık dediğimiz şey sorumludur; uygarlıktan vazgeçip ilkel koşullara geri dönersek çok daha mutlu oluruz* demektedir.⁸⁷

Yanılsamanın kaynağına baktığımız zaman tümleşik bir yapıyla karşı karşıyayızdır. Ekonomik faaliyetlerden, siyasal faaliyetlere, sanatsal üretimden, iletişimin yeni yapısına varana kadar hepsi muazzam bir ahenkle bir araya gelmişlerdir. Üretim araçları, sermayenin akışı, tek başına şu an kazanmış olduğu akışkanlığı kazanamazdı. Payın büyüğü teknolojik gelişmelerindir. Anındalık ise yeni dönemin sloganı olmuştur. Herkes sabırsız ve sonucun ne olduğuna bakılmaksızın sonuca gitmek ve tekrar denemek peşindedir. Etkileşimin anındalığı ve sonucun anındalığı, sürecin yinelenmesi bireyin, yeni erdem anlayışının da örgütleniş biçiminde rol oynayan başat faktörlerdendir. Bireylerin araçlarla ve işleyiş ile içselleşmesinin sonucunda bütün etkinlikler tek bir kütle halinde hareket edebilmektedir. Zira eylem olmadan önce, birey zaten ne olacağını bilir ve kabullenmiş durumdadır. Bauman, *Akışkan Modernite* isimli kitabının "Kurtuluş" bölümünde postmoderniteye geçişi şu şekilde açıklamaktadır:

Akışkan modernitenin dünyasına adım atmak üzere olanlar, geçmiş olduğu kadar gelecek bütünlük ümitlerinizi kapıda bırakın. Alain Touraine'in de yaptığı gibi, "insanı sosyal bir varlık olarak tanımlayan, davranışlarının ve eylemlerinin toplumdaki yerine göre belirlendiği söyleyen dönemin sonunu" ilan etmenin zamanı geldi. Dönem, "toplumsal

⁸⁶ Marcuse, s. 50 -65

⁸⁷ Freud, s.46

normlar tarafından yönlendirilmeyen sosyal eylem” ile “tüm toplumsal aktörlerin kendi kültürel ve psikolojik özgünlüklerini savunmaları” karışımından oluşan ilkenin toplumsal kurumlarda veya evrensel ilkelerde değil, bireylerin kendi içlerinde bulunabileceği bir dönem artık.⁸⁸

2.5.2 Postmodernite İçerisinde Birey

Postmodernite kavramı toplum bilimlerinin gündemine gelmeden önce mimari özelinde kullanılan bir kavramdı. 1977 senesinde Arnold J. Tonybee’nin “Postmodern Çağ” adını duyurmasıyla sosyal disiplinlerin de kavramsal hafızasına girmiştir. Ancak ilk ciddi tartışma Lyotard’ın *La Condition Postmodern* isimli çalışmasıyla gerçekleşmiştir. Sözcük anlamı “tam şimdiden sonra gelen” “Postmodernlik hakikat, akıl, kimlik ve nesnellikten; evrensel ilerleme ya da kurtuluş düşüncesinden, bilimsel açıklamanın meşruiyet kaynağı olan büyük anlatılardan ve temel gerçeklikten kuşku duyan bir düşünce tarzıdır”⁸⁹ Lyotard ayrıca postmoderniteyi bir dönem olarak değil bir ‘postmodern durum’ olarak ele almıştır. Modernizmde “akılcılık” insanlığı değişmez ve evrensel gerçeğe götürebilecek en belirgin özellik iken, postmodernizm mutlak gerçeklik kavramını reddederek bunların yerine “gerçekliği kendi bütünlüğü ve özerkliği içinde anlamaya çalışan” kavramsal tartışmayı ortaya koymaktadır.⁹⁰

Postmodernizm aynı zamanda, teknolojide büyük atılımların olduğu ve üretimin sınırsız hale geldiği ve kol gücü yerine beyin gücünün, bilgisayar teknolojisinin ve baskın piyasa kurallarının mutlak hâkimiyetinin olduğu bir dönemi ifade etmektedir. Bu dönemde özellikle dijitalleşmenin günlük yaşama dahil olması, modernizmin makineleşmesini, durağan durumdan daha aktif bir konuma getirmiştir.

Moderniteden postmoderniteye geçişte üretim ve emek modellerinde de önemli değişiklikler yaşanmıştır. Günümüz söylemleri ve "esnek kapitalizm" ile bireye

⁸⁸ Bauman, s.49 - 50

⁸⁹ Terry Eagleton, **Postmodernizmin Yanılsamaları**, Mehmet Küçük (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları 2015, s.370.

⁹⁰ Nedret Çağlar, **Postmodern Anlayışta Siyaset ve Kimlik**, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2008, s.369-386.

bireysellik alanı açılmış gibidir.⁹¹ Bu yeni bireysellik sistemi içselleştirmiş ve yeni teknolojilere özgü bir bireyselliktir. Bireyin emeğinin yabancılaşmasının önüne geçip mutsuzluğunu ve sendikalaşmasını önlemek, ayrıca verimin azalmamasını sağlamak için iş alanında bireyselliğin gösterimi için alan açmaktadır. Yaşanan grevler, ekonomik bunalımlar ve en önemlisi yeni teknolojilerin iş hayatına girmesi aslında bu bireysellik alanını zorunlu kıldı. İşçilerden seri hareket etmeleri, her an değişime hazır olmaları, sürekli olarak risk almaları, düzenlemelere ve formel prosedürlere giderek daha az bağlı kalmaları isteniyor.⁹² Yeni üretim biçimleri kararların hızlı alınmasını dolayısıyla Weber'in bahsettiği bürokratik demir kafesin de yıkımına yol açmaktadır. Sennett'e göre birey demir kafesten kurtulmuş olsa da yukarıdan aşağıya yeni bir denetime ve gözetime tabidir. Dışarıya dönük yeni şirketleşme modellerinde temel esas kurum içi yapının sürekli değişim halinde olmasıdır. Bireye açılan alan da göstermelik ve sınırlandırılmış bir yaratıcılıkla çizgileri nettir. Verimlilik hala birinci koşuldur. Taylorcu anlayış kendini gizlemişse de halan aktif bir şekilde gözü işçilerin üzerindedir.

Sennett'e göre bu durum, ilerlemeci kariyer anlayışını da yıkıma uğratmakta ve bireylerin sürekli iş değiştirmesini farklı alanlara yönelmesini mecbur kılmaktadır. Bu durum her ne kadar çalışma boyunca bireylere özgürlük alanları yaratsa da eski kontrol ve kural mekanizmalarının yerine yenilerini getirmektedir. Mutlak bir yaratıcılık ve özgürlük olmayacağı gibi birey bu sınırlar içerisinde anlatının gidişatı ile eylemlerde bulunur.⁹³ Örneğin bu sınırlara şirketlerin sahip olduğu kimlikleri örnek gösterebiliriz. Kurumların kimliği ve bireyin kimliği birbirini sürekli olarak desteklemek zorundadır. Toplumsal cinsiyet ve kadın haklarına destek veren bir şirket (stratejik açıdan da kullanan) bunun aksi yönünde hareket eden ya da sosyal medya hesaplarından paylaşım yapan en alt kademede çalışan işçisi ile yollarını ayırmak zorundadır. Endüstrinin ilk zamanlarında patron, işçinin gündelik hayattaki düşünceleri ile ilgilenmezdi, üretimdeki verimlilik esas hassasiyetiydi. Yukarıda bahsedilen tümleşik yapı bu noktada etkindir. Bir papazın işi yalnızca kilise de papaz olmak değildir. Hayatının her alanında kilisenin

⁹¹ Richard Sennett, **Karakter Aşınması Yeni Kapitalizmde İşin Kişilik Üzerindeki Etkileri**, Barış Yıldırım (çev.), 12. Basım, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2017, s. 9

⁹² Sennett, s. 9

⁹³ Zygmunt Bauman, **Bireyselleşmiş Toplum**, Yavuz Alogan (çev.), 4. Basım, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2018, s. 17

öğretilerini yaşar gözükmek zorundadır, günümüzün işçilerini de buna benzetebiliriz. Şirketin varsa siyasal duruşu, bu işçinin de siyasal duruşu olmak zorunda, kurumsal kimlik adı altında kendini sunmak, yenilemek mecburiyetindedir. Bu noktadan baktığımızda bireyin düşünceleri ne kadar yaşantısına ve bizim değerlerimize uymasa, çağ dışı da olsa, o birey mecburi kabulle karşı karşıyadır, anlamaktan ve sorgulamaktan yoksun bir kabul ediş. Hayatın her alanında birey etkileşim, anıdalık ve sonuç alma üçgenine sıkışmıştır. Sonucun durumuna bakılmaksızın sürekli tekrarlanan bir yapı içerisinde birey, birey olduğunun yanılgısı içinde yanılsamaya hapsolmuştur.

Şirketlerin kurumsal yapılarının içinde yetki dağıtmaları ise bireye ekonomik alandaki bireysellik gösteriminin başka bir yanılsamasıdır. Neredeyse her bireye bir unvan düşecek şekilde yeni yapılandırmanın temel özelliği herkesin birbirinden sorumlu olmasıdır. "Başkasının yaptığı bir hatayı bul ve iş iştenden geçmeden bunu ona söyle"⁹⁴ Böylelikle hem iş denetimi üst seviyeye çıkarılır hem de kimse gerçekten birey olduğunu hissedip sistemin dışında teorik işlere kalkışmaz, gözetim sağlanmış olur. Yetki dağılımı ve takım çalışması sayesinde de yönetici iktidar alanının kullanımı ve onu ayakta tutma zahmetinden kendini kurtarır. Öte yandan şirketler arası rekabettin de katkısıyla birey, ekonomik varlığını yitirir. Kurumun başarısı, bireyin de başarısına bağlanmıştır. Çünkü yüksek gelire sahip bir kurumda çalışmak, birey için hayatın her alanında bir sunuş, gösteri ve avantaj olarak gözükmektedir. Kaçınılmaz bir yazgı olarak bireysellik ile insanın kendini gerçekçi ve pratik bir şekilde var etme kapasitesi olarak bireysellik arasındaki fark gittikçe açılmaktadır.⁹⁵

Postmodernite üzerine düşüncelerde Nietzsche'nin düşünce yapısı yadsınmamaktadır. Nietzsche, felsefesinde metafizik unsurların sonunu ortaya koyarken, insan kavramının da sonunun geldiğini açıklamaktadır. Kant'ın ortaya koyduğu aydınlanma projesi, aklın ve bilimin teoride mutlak konuma getirilmesi,

⁹⁴ Sennett, s. 129

⁹⁵ Bauman, s. 67

metafizik insan kavramının (ideal birey) da geride bırakılması gerektiğini ileri sürmektedir.⁹⁶ Postmodern felsefenin bireye yönelik ileri sürdüğü bu savını, kısaca şu şekilde özetleyebiliriz:

Özgünlük yoktur, kopyaya kaynaklık eden de kopyadır ve asıl'a ulaşmak söz konusu olamaz. Saf gerçeklik ya da olgular yoktur, bakışın bütün olanaklarına yorum'un izleri sinmiştir ve bundan kaçılmaz, ayrıca bütün yorumlar önceki ya da başka bir yorumun yorumlanmasıdır. Hakikat yoktur, öyküleme ve yansılamanın ötesinde tek ve mutlak olarak geçerliliği temellendirilebilecek bir hakikat olamaz. Metnin dışı yoktur, her tür bilgi, ontolojik ya da epistemolojik varsayımları içeren her tür bilgi, metinsel bir okumadır sonuçta, dışsal gönderimleri sürekli metnin içine düşer. Dilimizin sınırları dünyamızın sınırlarıdır, Wittgenstein'in söylemiş olduğu gibi, çünkü, dil'in sınırlarının ötesi bilgiye kapalıdır. Ve son olarak, ben başkası'dır, ben her zaman zaten başkalarının yaratımı olduğu için.⁹⁷

Bireysel varoluş, kendini bilinçli bir şekilde var etmeye çalışırken içinde bulunduğu koşullar belirleyici rol oynamaktadır. Bireyi bireyci/öznelci kendi çıkarı peşinde koşan ayırık özne olarak konumlandırmak istemektedir. Birey biçimleri ne olursa olsun "koşullar"ın etkisinden kaçamaz; onlar, davetsiz misafirlerdir ve birey onların ortadan kalkmasını istese de kalkmazlar.⁹⁸ Hayatın arka planında koşullar akarken, bireye sınırlarını ve şeklini çizdiği bireyselliği oynanması istenmektedir. Bu sınırlar ise birey tarafından bilinmemekle birlikte, belli evrensel değerler, tümleşik değerler içinde gerçekleştiriliyor gibi yapılmaktadır. Erich Fromm'un unutulmaz sözleriyle, "birey kendi yoluna gidip şansını denemek zorunda kaldığında, "ya batarım ya çıkarım" dediğinde -yani "kesinlik peşinde saplantılı bir yolculuğa" çıkıldığında,

⁹⁶ Yener Orkunoğlu **Nietzsche ve Postmodernizmin Gerçek Yüzü**, Ceylan Yayınları 1.Baskı, 2007

⁹⁷ **Postmodern Felsefe**, Erişim Tarihi: 24.06.2020 https://tr.wikipedia.org/wiki/Postmodern_felsefe

⁹⁸ Bauman, s. 16

“şüpheyi ve şüphenin farkında oluşu” ortadan kaldıracak çözüm” arayışı başladığında –“kesinlik” vaat eden, ya da kesin gibi görünen her şey sorgusuz benimsenir.⁹⁹

Bauman’a göre birinci moderniteye ait yanılsama bu yeni dönem ile son bulmuştur. Birinci modernite dönemindeki yanılsamayı, ilerlemekte olduğumuz yolun bir sonu, tarihsel değişim sürecinin ulaşılabilir bir telos’u olduğu; yarın, bir sonraki yıl veya gelecek bin yılda ulaşılacak bir bütünlük/mükemmellik haline, öngörölmüş bütün veya kısmi özellikleriyle -yani arz ve talep arasında sabit bir dengenin tutturulduğu ve bütün ihtiyaçların giderildiği – iyi, adil ve çatışmadan arınmış bir toplumu ulaşabileceği; her şeyin yerli yerinde olduğu, hiçbir şeyin yersiz ve hiçbir noktanın belirsiz olmadığı mükemmel bir düzen kurulabileceği; insan ilişkilerinin, bilinmesi gereken her şey bilineceği için tamamen şeffaflaşacağı; doğaya tamamen hükmedilebileceği – öyle ki insanın giriştiği her işte bütün beklenmedik durumların, anlaşmazlıkların ve öngörölmeyen sonuçların ortadan kaldırılabilceği- inancıydı.¹⁰⁰ Bu durumun artık gerçekleşmeyeceği ve gerçekleşceği yanılsamasının ise bütünüyle ortadan kalktığını ileri sürmektedir. Ona göre artık bu yeni dönemle birlikte kolektif olarak yerilen getirilmesi düşünölmüş işler, daha da parçalarına ayrılarak bireyselleştirilmiştir. Bu önemli değişim kendini, etik/politik söylemin “adil toplum” bağlamından alınıp “insan hakları” bağlamına konulmasında, yani bu söylemin, bireyin diğerlerinden farklı yaşama ve mutlu olacakları, kendilerine uygun hayat tarzını istedikleri gibi seçme hakkı üzerinde yoğunlaşmasında göstermiştir¹⁰¹ Bu hususta bireyselliğin, bireyci anlayışla ön planda tutulduğu ancak eski çağların toplum ile yaşamak zorunda olduğu düşüncesi sekteye uğramıştır. Jung’un da belirttiği gibi günümüz bilgi toplumunda bilinçlenen insanın toplumsal yaşantıdan uzaklaşma konusundaki korkularından sıyrıldığını belirtmektedir.¹⁰² Bauman’ın da belirttiği gibi bireysel sıkıntıların, ortak çıkarlar etrafında bir araya gelip yoğunlaşarak ortak bir eyleme dönüşmesi pek öyle kolay gerçekleşecek gibi değildir zira zoraki bireylerin bugünkü ortak dertlerinin çoğu, bir araya geldiğinde anlamlı bir bütün oluşturacak gibi değildir. “Ortak bir dava” etrafında “toplanmaya” uygun değildir.¹⁰³ Bireyler bu

⁹⁹ Bauman, s.48

¹⁰⁰ Bauman, s.60

¹⁰¹ Bauman, s. 60

¹⁰² Veynel Kurt, **Endüstriyel ve Post-Endüstriyel Dönüşüm**, 2. Baskı, Ekin Basım Yayın Dağıtım, 2012. s.85-86

¹⁰³ Bauman, s.. 68 - 69

dönemde hiç olmadığı kadar birbirinden uzaklaşmış, kendi yaşamları içerisine gömülmüştür. Ona göre bu durum ise bireylerin hep kendinin önünde olma, sürekli bir ‘kendini aşma’ halidir.¹⁰⁴ Bireysel öz-yeterlilik, yani bireyin başkalarının yardımına veya varlığına gerek duymaksızın kendini var edebilmesi, bir başka yanılsama olabilir.¹⁰⁵

1960’lardan itibaren radikal kimlik eleştirisi, öncelikli olarak bilgilerin çözümleri biçimini alan bir iktidar çözümlemesine yönlendirir; ama bu çözümlemenin ayrılmaz karşı tarafı olan, iktidarın nesnel çerçevesinden kaçma ve kimliğe dair olmayan (non identitaire) öznelliklerin belirmesine izin verme girişiminde bulunabilecek bir özneleştirme sorgulaması da söz konusudur.¹⁰⁶ Foucault’ya göre bu özneleştirme sorunu, iktidar biçiminin bireyi kategorize etmesinden kaynaklanmaktadır. Bireyselliği belirleyerek, kimliğine bağlayarak, ona hem kendisinin hem de başkalarının onda tanımak zorunda olduğu bir hakikat yarası dayatarak doğrudan gündelik yaşama müdahale etmektedir. Özneleştirme bundan böyle üç tuzaktan kaçmalıdır: kimikleştirme tuzağı, bireyleştirme tuzağı ve doğallaştırma tuzağı.¹⁰⁷ Burada vurgulanması gereken esas nokta, birisi özneleştirmenin farklılıklar temelinde bir müşterekliğin yeniden inşası- dolayısıyla kimliklerimizin nesneleştirilmesine, hiyerarşileştirilmesine veya denetlenmesine karşı koyuşun merkezi- olan ‘yaşam tarzları’ etiğinden veya siyasetinden bahsettiğinde, indirgenemez, nitelikli, konumlanmış ve belirlenmiş teklikler olarak birey kavramını işaret ettiği.¹⁰⁸ Foucault yine aynı zamanda bireyi neoliberalizm içerisinde değerlendirir. Ona göre neoliberalizm sadece devletleri ve piyasayı kontrol etme biçimi olarak değil aynı zamanda bireyin yönetilmesi ve yaşam şekliyle de doğrudan ilişkilidir. Foucault neoliberal ideali daha ziyade yeni bir hakikat rejimi ve insanların özneye dönüştürülmesinin yeni bir yolu olarak görür: Homo economicus özünde farklı bir öznedir, devletin hukuki öznesi olan homo juridicus’tan farklı motivasyonlarla

¹⁰⁴ Bauman, s.59

¹⁰⁵ Bauman, s.66

¹⁰⁶ Cogito, **Michel Foucault**, içerisinde Kimlik, Doğa, Yaşam: Biyopolitika Yapıbozumu, Judith Revel İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, sayı 70-71, 2012, s.10-11

¹⁰⁷ Revel, s. 11

¹⁰⁸ Revel, s. 13

biçimlenen ve farklı ilkelerle yönetilen bir öznedir.¹⁰⁹ Neoliberalizm düşünme biçimlerine öyle bir nüfuz etmiştir ki, birçoğumuzun dünyayı yorumlarken, onun üzerinde yaşarken ve onu anlamlandırırken başvurduğu ortak akıl yollarına dahil olmuş durumdadır.¹¹⁰ Foucault'a göre modernizmin ve geçmiş dönemlerin disiplinci iktidarı, modernizmle birlikte değişmeye başlamıştır. Bu yeni yapı içerisinde birey çok daha özgür gibi gözükmesine rağmen iktidar denetim sürecinin sadece işleyişini değiştirmiştir. Yönetimselliğin bir kipi olan neoliberalizm, haklar ve görevler temelinde değil çıkarlar, arzular ve özlemler temelinde işler, egemen iktidar gibi doğrudan bedeni belirlemez ya da disiplinci iktidar gibi eylemleri kısıtlamaz, daha çok, eylemlerin koşullarına etki eder.¹¹¹ Yine ona göre bu dönemde artık eski dönemlerin kolektif hareketlerinin gerçekleşemeyeceği, bireylerin olabildiğince neoliberal düzenle özneleştirilip, bireyci hale geldiklerini belirtmektedir. Neoliberal örnek vatandaş çeşitli toplumsal, siyasi ve ekonomik seçenekler karşısında kendi yararına strateji oluşturan vatandaştır, diğerleriyle birlikte bu seçenekleri değiştirme ya da örgütlenme çabasına giren vatandaş değil.¹¹² Bauman da toplumun içine düştüğü durumda Foucault ile aynı düşünce içerisinde. Ona göre, toplum, artık kendinden başka bir seçenek olduğunu kabul etmeyen ve bu nedenle, ister açık açık ister üstü örtük bir şekilde dile getirsin, kendine ait gördüklerinin neden öyle olmaları gerektiğini araştırma, ortaya koyma ve gerekçelendirme işinden kendini muaf gören bir toplumdur.¹¹³

Postmodern süreç ile birlikte kimlik kavramı, modernizmin sunmuş olduğu “kendini bilen ve her şeye hakim evrensel değerlerden sıyrılarak, çoklu bir kimliğe, çeşitliliğe ve evrensel özne anlayışının yerine tercih edilen tikellikler üzerinden inşa edilmektedir”.¹¹⁴ Kellner, her şeyin aşırı fenomenler haline geldiği postmodern evreye kendisini kaptıran bireyin kimliğinin parçalandığını ve bağlantısızlaştığını belirtmekte, artık herhangi bir merkeze sahip olmayan benliğin, derinliğini tözselliğini ve

¹⁰⁹ Read, s.86

¹¹⁰ Read, s.82

¹¹¹ Read s. 87

¹¹² Michel Foucault, **The History of Sexuality: Volume 1**, s.101 ‘den aktaran Read, s.93

¹¹³ Bauman, s. 51

¹¹⁴ Senem Sönmez Selçuk, **Postmodern Dönemde Farklılığın Kutsanması ve Toplumun Parçacıllaştırılması: “Öteki” ve “Ötekileştirme”**. Sosyoloji Araştırmaları Dergisi, 15(2):2012 s. 78-79

tutarlılığını yitirdiğini belirtmektedir.¹¹⁵ David Harvey'in ileri sürdüğü gibi postmodernite bir yandan farklı sesler çıkartan bireylerin otantik yanını, marjinalliği bünyesinde bulundururken diğer yandan bu farklılıkları tahakküm altına alıp, evrensel temsile erişmelerini engellemeye çalışmaktadır.¹¹⁶ Postmodern birey temelde farklılaşma esaslarına alsa da Harvey'in belirttiği gibi evrensel temsillerde, yerelde parçalı olarak kalmaya devam etmektedirler. Bauman ise Postmodern kimlik ve Modern insanın kimliği arasında fark olmadığını, ikisinin de tamamlanmamış bir proje olarak tamamlanabilen bir kimliğe sahip olmak anlamına geldiğini ve ikisi arasında fark olmadığını ileri sürmektedir.¹¹⁷

Baudrillard için ise postmodern birey ve kimlik, tamamen yanılsamadan ibarettir. Bunun nedenini ise bu dönemin tüketim kültürü ile örtük olarak birlikte ilerlemesidir. Ona göre tüketim kodlamaları ve kültür oluşumu sabit bir kimliği istememektedir. Bunun için de Baudrillard'a göre birey her an kimliğini, bireyselliğini yıkmakta ve yeniden inşa etmektedir. Bu bağlamda da olası bir kimlik oluşumu sadece yanılsamadan ibarettir.¹¹⁸ Sennet de Baudrillard'ı desteklercesine şu soruyu sorar: *kısa epizotlardan ve fragmanlardan oluşan bir toplumda, birey nasıl bir kimlik anlatısı ve yaşam öyküsü geliştirebilir?*¹¹⁹

Modern kitle kültürüyse, bayatlamış kültürel değerlerden beslenmesine karşın, var olan dünyaya övgüler düzmektedir.¹²⁰ Romanlar, radyo, televizyon bütün medya araçları aynı şeyi bireye tekrarlatır durur, gerçeklik budur. Yanılsamanın gerçek olarak algılanmasıyla, birey, yanılsamanın içinde düşünce ve davranışları kitle kültürü tarafından tekrarlanarak hayatına devam etmektedir. Durum, kitle kültürünü güçlendirdiği gibi bireyin kendisi de sürecin hem öznesi hem de nesnesi konumunda olduğu için bireysellikten ve toplumsallıktan uzak, yanılsama içerisindedir.

¹¹⁵ Douglas Kellner, **Popüler Kültür ve Postmodern Kimliklerin İnşası**, Gülcan Seçkin (çev), Doğu Batı Düşüncesi Dergisi, 4(15): 2001) s. 187-219.

¹¹⁶ David Harvey, **Postmodernliğin Durumu**, Sungur Savran (çev), İstanbul: Metis Yayınları, 2003.

¹¹⁷ Bauman, s.59

¹¹⁸ Jean Baudrillard, **Tüketim Toplumu**, Hazal Deliceçaylı, Ferda Keskin (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1998.

¹¹⁹ Sennett, s.25

¹²⁰ Horkheimer, s. 163

3. KİTLE İLEŞİM ARAÇLARINDA BİREYSELLİK YANILSAMASI VE ETKİLEŞİM İLİŞKİSİ

Birinci bölümde; bireyin kavramsal, ontolojik siyasal, ekonomik ve sosyolojik dönüşümleri içerisinde günümüzde nasıl yanılısamaya dönüştüğü, bireyin ortaya çıkışından, günümüze kadar olan süreçte incelenmiştir. İkinci bölümde ise iletişim araçlarını yine tarihsel süreç içerisinde ele alınacak olup; süreç içerisinde etkileşim olanaklarının değişimi, iletişimin endüstriyel boyutu, birey ve toplum üzerindeki tahakkümü detaylı olarak incelenecektir. Bu yolla ortaya konmak istenen kitle iletişim araçlarının günümüz yeni medya teknolojilerine kadar olan sürecinde bireyin kitle içindeki bireyci tutumunun ortaya çıkışı ve bireysellik yanılısaması tartışılacak olup; iletişim araçlarında üretilen içeriğin etkileşim dahilinde bireysellik yanılısaması ile ilişkisi açıklanacaktır.

3.1 MEDYANIN TARİHSEL GELİŞİMİ İÇERİSİNDE BİREY

3.1.1 Sözden Yazıya Geçiş ve Birey

Önce gırtlaktan gelen sesler, sonra o seslerin birbiriyle birleşmesiyle ortaya çıkan heceler, sonrasında belli bir olayı anlatmada ya da nesneyi tanımlamada kullanılan kelimeler, en son aşamada ise kelimelerin, anlatı çerçevesinde bir araya gelmesi, bilinen sözlü iletişimi ortaya çıkarmıştır. Sözlü iletişim sistemi yerel ve etnolojik bir yapı içerisinde gelişmiş ve bağlı olduğu kültürlerle yön bulmuş, bilgi aktarımını bu şekilde gerçekleştirmiştir. Yazıdan önceki dönemde, insanlar, genellikle bilgi aktarımını mitlerle bezenmiş şairler aracılığıyla, şiirler ve anlatılar üzerinden

yapmaktaydılar. Şair anlatısını sadece bir bireye, gruba ya da sınıfa değil bulunduğu topluluğun hepsine aktarırdı. Ortak değerlerin, mitlerin bu şekilde aktarımı o toplulukları da bir arada tutmuş ve bağ oluşturmalarında son derece önemli bir yere sahiptir. Bu anlatıları, şiirleri dinlemek başlı başına bir sosyalleşme aracıydı. Bireyler bu şekilde birbirleriyle ve anlatılarla etkileşime girmekte, sosyal yaşamlarını anlamlandırmaktaydılar.

Sözlü kültürde denetimin ve kontrolün sağlanacağı bir somut yapı olmadığı için aktarımın mitleşmesi, öyküleşmesi, akılda kalıcılığı bağlamında gerçekleştirilmiştir. Anlatıları ezberleyenler, yenilikler katıp, halka anlatanlar bu yönde önemli bir role sahiptiler. Düşüncenin kalıcılığı için, belleğe faydalı olan kalıplar, hazır düşünce sözleri kullanılmaktadır. Düşüncenin ritmik, dengeli tekrarları ya da antitezleriyle, kelimelerdeki ünsüz ve ünlü seslerin uyumuyla, sıfatlar ve başka kalıpsal ifadelerle akması, herkesin sık duyup kolaylıkla hatırladığı, kolay hatırlanacak şekilde biçimlenmiş atasözlerinden oluşması ve belli izleklere yerleştirilmesi gerekmektedir.¹²¹ Topluluk içinde yaşanacak herhangi bir sorunda daha önceden benzeri yaşanmış bir olay karşısında varılan sonucun tek bir cümle kalıbı ile ifadesi, tekrarlanan benzer sorun karşısında, kalıp cümleler topluluğu çözüme ulaştıracaktır. Daha önceden sonucu gözlemlenmiş ve defalarca deneyimleme sürecinde ortaya çıkan bu kalıp sözler bir yandan tutuculuğu da getirmekte, diğer yandan sosyal yaşama da bir yön vermektedir. Günümüzde de kırsal kesimde yazı kültüründen bağımsız yaşayan birçok topluluk yeni değişler ve atasözleri üreterek yaşadıkları olayları, tecrübelerini ve bilgilerini diğer kuşaklara aktarmaktadırlar. Böylelikle toplumsal ve kültürel belleği canlı tutabilmektedirler. Aynı şekilde öyküler ve şiirler de bu amaca hizmet etmektedirler. Kalıp cümleler her ne kadar değişime uğramasa da öykü, şiir ve destanlarda şairlerin anlatımına müdahale imkanı bulunan dinleyicilerin de çoğu zaman katkıları oluyordu. Şiir yapısal ve anlatısal olarak çok fazla değişime uğramasa da anlatıcı anlatırken gelen müdahalelerle içerikte etkileşime göre birtakım yenilikler olabiliyordu.

¹²¹ Walter J. Ong, **Sözlü ve Yazılı Kültür Sözlü Teknolojileşmesi**, Sema Postacıoğlu Banon (çev.), 6. Basım, İstanbul: Metis Yayınları, 2018, s. 49,50

Walter Ong, *Sözlü Kültür ve Yazılı Kültür* adlı yapıtında, anlatım ve düşünme biçimlerinin sözlü kültürlerde ortak özellikler taşıdığını ileri sürer: *yancümle yerine ekleme (ve ekiyle bağlama), çözümleme yerine kümeleme, bol tekrarlı ya da "bereketli", tutucu ya da gelenekçi, insan yaşamına yakın, mücadelecî eda, mesafeli olmak yerine duygudaş ve katılımcı, değişmeyen ortam dengesi, soyut değil, duruma bağlı olarak gelişen* sözlü kültürlerin genel karakteristik özellikleri olarak belirtir. Ong kitabında, sözlü kültürlerdeki ortak özellikleri yazı ile karşılaştırma yaparak sıralar. Yazının bulunmasının hemen ardından, gündelik yaşamda dönüşüm bir anda olmayacak ve matbaanın, endüstriyel üretimine kadar sözlü kültür varlığını silikleşerek sürdürecektir. Neil Postman'ın da belirttiği gibi söz, asli ve vazgeçilmez olan araçtır (medium).¹²² Sözlü kültür de gelişen bu pratikler ise kitle iletişim araçlarını biçimsel ve anlatsal olarak etkilemiştir.

Sözün hakimiyeti, bireyci yaşamdan ziyade, kolektiviteyi, toplumsallığı ön planda tutmaktadır. Ancak kalıp cümlelerin varlığı, tutucu ve gelenekçi yapıyı ayakta tutmada baskıcı ve kontrolcü bir toplumsal yapının devamını mümkün kılmaktadır. Medya aracı olarak dil, mekan ve zaman kontrolü açısından kendinden sonraki medya araçlarına oranla daha az tahakküm olanağına sahip olsa da küçük toplumların içerisinde, teknoloji ile etkileşim olanağı genişlemiş iletişim araçlarına oranla, oldukça etkili bir yapıya sahiptir. Hayatta kalmanın, kolektif iş birliği ve topluluk yaşamından geçtiğini bilen insanlar; dil aracını da şiirler, büyüler, söylenceler ve dini ritüellerle en üst seviyede işlevsel olarak kullanmışlardır. Bu noktada bu tarz topluluklara liderlik edecek bireylerde aranan ilk özelliklerden biri, retorik sanatına olan hakimiyetidir.

Sözlü kültür pragmatist bir yapıya sahiptir. Ong'un yukarıda bahsedilen kitabında ve McLuhan'ın da *Gutenberg Galaksisi* kitabında belirttiği gibi sözlü kültürün

¹²² Neil Postman, *Televizyon: Öldüren Eğlence Gösteri Çağında Kamusal Söylem*, Osman Akinhay (çev.), 5.Basım, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2014, s.18

hakimiyetindeki bireyler, dar alanda keşif ihtiyacı hissetmeden, evrenin merkezinde yaşadığına inanan, sadece işlevsel olarak kullanabilecekleri araçları kültürlerine ekleyen yararçı bir yapıya sahiptirler. Malinowski'nin de örneklendirdiği gibi; 'İlkel' (sözlü kültüre bağımlı) insanlar, kendi yaşamları için gerekli olan her çiçeğe, ağaca ayrı ayrı isim verir, ancak işlerine yaramayan orman ürünlerini önemsemeyip "bu çalı", "bu uçan" bir hayvan deyip geçerler.¹²³ Akılda tutacakları kelimeleri ve nesneleri yarar bakımından sınırlandırmak onlar için oldukça önemlidir. Bir nesnenin yararlılığına kesin kanaat getirildikten sonra isim verilerek yaşamın bir parçası haline getirilir. İsim alma yararlılığına sahip nesneler ile gerçek etkileşim de o anda kurulmaya başlanmakta; isim verilerek sosyal yaşamın bir parçası haline almaktadırlar.

Sözlü kültürün ardından, gelişen araçla şekillenen kültürlerde, insanların bireyci yaşam alanına çekilmeleri mümkün kılınmıştır. Sözlü iletişimde boş zamanını sohbetlerle, öykü dinlemeleriyle ya da var olan bir sorunun çözümü için toplanan bireyler, birbirleriyle daha yakın ilişkiler içerisine girmektedirler. Okuma yazma oranının sadece devlet yöneticileri ve alt kademeleriyle sınırlı olan Osmanlı toplumu, matbaayı kullanmayı diğer Avrupa devletlerine göre daha geç kullanmaya başlamıştır. (Kullanmaya başladıktan sonra da niteliksel ve niceliksel açıdan Avrupa'nın oldukça gerisindeydi.) Ancak sözlü kültürün hakim olduğu toplumda örneğin İstanbul'da 600'e yakın kahvehane bulunmaktaydı. Bu sayı, yazılı kültüre geçmiş birçok Avrupa metropollerinin kat ve kat üstündeydi. Bu durum yazılı kültüre geçişi geciktirdiği gibi sözlü kültüründe kalıcılığını sağlamlaştırarak sentez bir yapıyı da ortaya çıkarmıştır. Örneğin, Türk kültüründe, yazı ile başvurulması gereken devlet işlerinde, sözün hakimiyeti kendini hala göstermekte, verilen söz büyük bir önem taşımaktadır. Sözün değeriyle de ilgili birçok deyim ve atasözü hala aktif olarak kullanılmakta, sosyal yaşamı yönlendirebilmektedir.

¹²³ Bronislaw Malinowski, *The Problem of Meaning in Primitive Languages*, 1923, s.502'den aktaran Ong, s. 69

Yazı teknolojisi aniden ortaya çıkan bir buluş değildir. Sözlü kültürün tek hakim olduğu dönemde de törenlerde, ritüellerde ve gündelik yaşamda heykeller, putlar, resimler, duvarlara ve ağaçlara kazınan semboller, iletişim aracı işlevi görmekteydi. Ancak bu sistematik ve belli bir düzen dahilinde olmadığı için bu mistik araçlar üzerinde de sözün hakimiyeti vardı. Mısır ve Hitit medeniyetlerinin kullandığı hiyeroglif ise yüzlerce sembole dayanmaktaydı ve sınırlı alanlarda kullanılan bir iletişim aracıydı. Günlük yaşamda kullanılması, yazım araçları (taş ve kil tabletler) açısından da zor ve meşakkatliydi. Yazının ilk formları resimle ile birlikte var olan sembollere dayanmaktadır. Tekrar eden resimler sadece bir nesneyi değil aynı zamanda bir düşünceyi de aktarmaktadır.

Fenikelilerin daha sonradan tümü sessiz harflerden oluşan (16 harf) bir alfabe kullanması, yazıyı, daha akıcı ve sese dayalı forma oturtmuştur. Mısır medeniyeti de bu alfabenin neredeyse birebir benzerini kullanmıştır. Daha sonra aynı alfabe, Herodot'a göre Kadmus tarafından Yunan medeniyetine kazandırılmıştır. Fenike yazısını hece yazısı olarak nitelendiren I. J. Gelb'in yazı teorisine göre; Yunan alfabesi sesleri bir işaretler sistemi olarak ortaya koyan ilk alfabadir.¹²⁴ Erik Havelock'a göre ise bu durum Yunanlılara diğer medeniyetlerde olmayan- onları üstün bir medeniyet yapan - bir imkanın kapısını aralamıştır; soyutlama üzerine kurulu fonetik yapı sayesinde mantıklı düşünebilme yeteneği, felsefe yapabilme yetisi. Marshall McLuhan da fonetik alfabenin gücünden bahsederken; "resimsel, ideogramik ya da hiyeroglifik hiçbir yazı tarzı, fonetik alfabenin insanı kabile insanı olmaktan çıkarma gücüne sahip değildir"¹²⁵ demektedir. Jan Assmann ise Havelock'un ve McLuhan'ın savlarını oryantalist bularak reddeder. Mısır ve Sami alfabelerindeki ünsüz harfe dayalı yazımı da yüksek bir soyutlama işareti sistemine dayalı olduğunu ileri sürer. Öte yandan Yunan alfabesinin diğer alfabelere göre daha kolay öğrenilebilme imkanı Yunan toplumuna yazıya geçişte daha demokratik bir ortam sunuyordu.

¹²⁴ Jan Assmann, **Kültürel Bellek Eski Kültürlerde Yazı, Hatırlama Ve Politik Kimlik**, Ayşe Tekin (çev.), 3.Basım, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2018, s. 268

¹²⁵ Marshall McLuhan **Gutenberg Galaksisi Tipografik İnsanın Oluşumu**, Gül Çağalı Güven (çev.), 4.Basım, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2017, s. 34

Havelock, McLuhan ve Harold Innis'in, alfabenin felsefe ve medeniyet kurucu teknolojik determinist görüşlerinin aksine, Sokrates ve öğrencisi Platon, alfabe ve yazıyı gerçeğin önüne geçtiği için sert bir dille eleştirmişlerdir. Platon'un *Phaidros* diyalogunda Sokrates alfabe ve yazı hakkındaki düşüncelerini yanında bulunan Phaidros'a şu öyküyle aktarır:

Theuth şöyle dedi: "Ey İmparator! Bu Mısırlılar'ı daha bilge yaptığı gibi onların hafızalarını da güçlendirecektir. Bu, bilgeliğin ve hafızanın ilacıdır, ben onu buldum." İmparatorun yanıtı şöyle oldu: "Ey büyük usta Theuth! Bazıları sanatları bulma yeteneğine sahiptir, bazıları ise onların yararlı mı yoksa zararlı mı olduğuna karar verme yeteneğine sahiptir. Sen harflerin mucidi olarak iyi niyetli bir şekilde harflerin yapabileceği şeylerin tam tersinden söz ediyorsun. Çünkü harfleri kullanan bireyin ruhu tembelleşir, bundan böyle kendilerine ait olmayan harflere güvenirlir ve kendilerine ait olan hafızayı unuturlar. Bundan dolayı bulduğun şey hafızanın değil hatırlatmanın ilacıdır. Gerçek bilgeliği değil öğrencilerine onun görüntüsünü veriyorsun. Senin sayende herhangi bir öğretmenleri olmadan çok şey öğrendikleri zaman kendilerini bilge zannedecekler, oysaki bilge olmadan bilge zannettikleri için çoğu konuda cahil ve huysuz insanlara dönüşecekler."¹²⁶

Diyaloğun devamında Sokrates yazının resme benzediğini, resmin ise gerçek olmayı gerçekmiş gibi gösterme özelliğinden dolayı yazıyı da ona benzeterek son derece tehlikeli bulur. Platon ise yedinci mektubunda "hiçbir zeki adam kendi felsefi görüşlerini dille, özellikle değişmez nitelikli dille ifade etme riskine girmez; buna yazılı harflere dökülenler de dahildir"¹²⁷ diye yazarak yazıya karşı oluşunu belirtir. Platon, yazı için öğrencilerinin pasif metinlere bağlı kalmasıyla, hafızalarını daralttığı, düşünceden yoksun hale getirdiği inancını taşıdığı için yazının karşısında duruyordu. Aquino'lu Tommaso ise hem Sokrates'in hem de İsa'nın, öğretilerinin içerdiği türden

¹²⁶ Platon, **Phaidros**, Furkan Alderin (çev.), 1. Basım, İstanbul: Say Yayınları, 2017, s. 95

¹²⁷ Postman, s.21

zihinler arası etkileşimin yazıda ortadan kalkacak olması yüzünden öğretilerini yazdırmadığı fikrindeydi.¹²⁸ Tomasso'ya göre hem İsa'nın inananlarına hem de Sokrates'in öğrencilerine anlattıklarını yazılı şekilde aktarması, öğrenciler tarafından bunların daha güç anlaşılacağı ve bu öğretileri içselleştiremeyecekleri korkusundan dolayı, ikisi de öğretilerini yazı aracılığı ile aktarmayı tercih etmemiştir. Platon'un, diyaloglarla eserlerini yazıya alması, sözün gücünün eksilmemesi için kullanılan araçtı. Aristoteles ise Platon'un bu yazış şeklini daha çok şiire benzeterek düzyazı biçiminde, yazıya hakim bir üslupla yaklaştı ve eserlerini yazdı. Aristoteles, diyalog şeklinde yazımı terk ederek düz yazı şeklinde sadece kendisiyle konuşur gibi yazmaya başladı. O yazı ile ilgili bir düşünce ileri sürmese de Platon da yedinci mektubunda her ne kadar yazı hakkındaki endişelerini dile getirirse de felsefesini yazı üzerine kurdu.

Sözlü iletişimden, yazıya dayalı iletişime geçmek; kitle iletişimini gelişkin, üretken ve kalıcı temellere oturtmuştur. Ancak öte yandan sözlü kültürün geliştirdiği biçimler ve kalıplar, yalnızca yazıya geçişin ilk dönemlerinde değil günümüze varana dek uzun bir süre zarfını etkisi altına almıştır. Kültür, söz ile başlasa da resim, hiyeroglif, alfabeden ve medyaya kadar her yeni teknoloji tarafından yeniden şekillenmiştir, bireyin "ben" anlayışı da tüm bu etkenlere bağlı olarak değişmiştir. Yazılı ürünlerin oluşmasıyla birlikte bireylerin üretilenle olan etkileşim olanağı da artmıştır. Örneğin önceden bir şiir duymak için ozanın köylerine gelmesini bekleyen bireyler, artık şiirleri kendileri de istedikleri anda okuyabilme olanağına kavuşmuşlardır. Bu aynı zamanda okuma yazma bilme, okuduklarını kullanabilme gibi diğer alanlar da bireyler arasındaki ayrımı derinleştirmiştir. Diğer yandan yazı, anlatıcıyı ortadan kaldırarak sözlü kültürde, anlatı esnasında olan içeriğin değişimini de etkileşime kapatmaktadır. Sözlü kültürde bilgi, daha kolektif bir yapı çizerken yazı ile birlikte daha bireyci ve tekelci olmuştur. Okuma bilmek, farklı bir etkileşim ortamı oluştururken, sözlü kültürün etkileşim ortamına da yabancılaşmayı beraberinde getirmektedir.

¹²⁸ McLuhan, s. 36

Yazının icadı ile kolektif toplumun çöküşü başlamış, bireycilik içinde var olabilmeyen fikri temelleri atılmıştır. Günümüze kadar varan bu süreç, aşamalı olarak insanın doğadan ve benliğinden kopuşunun, ötekileşmesinin başlangıcı olmuştur. Yazı ile ortak kültürel bellek yerini yıllıklara, kayıtlara, mesajlara bıraktı ve dışsal bir yapıya büründü. Kùltürlerin, sadece kendi mitlerinden değil, yazıya geçirilmiş diğer kùltürlerin mitlerinden de etkilenmesi olanaklı hale geldi. Nesne için olan düşünce, nesneden bağımsız var olan nesne düşüncesine dönüştü. Ağaç nesne olarak, bireyin en yakınındaki duyularıyla algıladığı bir ağaç olmaktan çıkıp, imge boyutunda ideal olan ağaçla yer değiştirdi. Ya da okuduğu ve zihninde canlanan ağaca. Bu soyut köklü dönüşüm uzun yıllar sonra matbaa ile daha sağlam esaslara oturacaktı. Bireyin ve iktidarların, yazılı hale getirdiği her şey üzerlerinde tahakküm kurabilecekleri düşüncesini veren yanılısamalı bir yapının temellerini attı.

Bilgi artık belleği güçlendiren sözlü kalıp depolarından çıkıp yazılı metinlerde korunduğu için zihne çok daha özgün ve soyut düşünme yolları açılmıştı.¹²⁹ Ong her ne kadar sözlü kùltürü tutucu ve gelenekçi bağlamda değerlendirse de yazı, sözlü kùltüre göre daha fazla gerçeği perdeleyici özelliğe sahiptir. Yazıya geçirilen bilgi kendini nesnel görünüme sokar ve kendini tek gerçeklik olarak sunmaktadır. Yazı değişime kapalı, kendine ait dünyası olan pasif bir yapıya sahiptir. Yapaylığın gerçeklikle özdeşmesi sonucunda yazılı olan her şeyin gerçekle bağdaşması da kaçınılmaz olmaktadır. Ong'un ileri sürdüğü yazının insan bilincini en çok değiştiren buluş olması fikri, yazının içselleştirilmesinden sonra daha da geçerli bir hal almıştır.

Sözlü kùltürün hakimiyetinde yaşayan bireylerin, içinde bulundukları toplum geçerli ve tek dünyadır. O toplumun içerisindeki gerçeklik ise tek gerçekleri olduğu gibi, bunun diğer toplumlarda da böyle olduğunu düşünerek yaşarlar. Yazının kendi gerçekliğinin varlığı hissedildikten sonra ise bu durum tam tersine işlemektedir. Okuma ve yazma, sözlü kùltür insanının aklının ucundan geçemeyecek derecede insan ruhunu

¹²⁹ Ong, s. 37, 8

zorlayıcı, içselleşmiş bireyselleşmiş bir düşünceye sevk eder.¹³⁰ Kontrolcü, gerçekçi, deneyimleri ve düşünceleriyle hareket eden bireyler yazıya geçirilmişin esiri olmaya başlar ve daha geniş perspektiften dünyaya bakar. Bu durum kendi içinde tutarlı ve yararlı gerçekliklerini dağıtırken diğer yandan tanıştıkları yeni gerçekliklere verdikleri tepkilere göre yeni bir süreci yaşamaktadırlar. Innis ve Assman'ın, Yunan ve Mısır medeniyetleri üzerinde yaptıkları incelemeler bu sürece örnek gösterilebilir. Mısır medeniyeti daha tekelci bir yapı için yazıyı kullanırken, Yunan medeniyetinin demokratik ortamında yazı sadece bir araç olarak kalmıştır. Ancak iki medeniyette de yazı ile soylar, sınıflar ve dolaylı olarak eşitsizlikler kesin hükümlere bağlanmış, kayıt altına alınmıştır.

Yazılı sözü benimsemek, önemli ölçüde sınıflandırma, sonuç çıkarma ve akıl yürütme yetisini gerektiren bir düşünce çizgisi takip etmek demektir.¹³¹ Bilgiyi analitik olarak sınıflandırma yetisi, genelleme hastalığından kurtulmak ve akılcı mantık yürütmelere başvurmak, aynı konudaki farklı düşünceleri birbiriyle çarpıştırmak, yazı ile mümkün hale gelmiştir. Ancak bu durum iktidarlar tarafından üzerinde hegemonya kurulamayacak bireyleri de işaretlediği gibi yazının toplumsal denetim ve tahakküm yönünü bireyler üzerinde daha etkili olmasına neden olmuştur. Yazının herkes tarafından öğrenilemeyeceği belli sınıflara has bir ayrıcalık olarak kalması, yazılı olana tam itaatin olduğu bir yapıyı ortaya çıkarmıştır. Daha önceden putlarda, heykellerde olan bireyler üstündeki mitolojik dini üstünlük, şimdi din kitapları ve benzeri içeriklerle yazılı olana geçmiştir. Şu an hala günümüzde birçok kültürde kutsal kitabı öpmek ya da onun üzerine elini koyarak söz verme yaygın olarak sürdürülmektedir. Öte yandan Papa I. Gregorius (M.S. 540-604), yazının okuyabilenler üzerinde yaptığı etkiyi, imgelerin okuması olmayan büyük çoğunluk üzerinde yaptığını söylemiştir.¹³² Başka bir perspektiften bu noktaya değinecek olursak insan hayatını daha adaletli, düzeni sağlayan ve iyileştirmesi için var olan kutsal kitaplar kendilerinden önceki putların insan hayatı üzerindeki çaresizliğini paylaşmak üzere nesnelere dönüştüler ve salt belge

¹³⁰ Ong, s. 180

¹³¹ Postman, s. 64

¹³² Asa Briggs ve Peter Burke, **Medyanın Toplumsal Tarihi Gutenberg'den İnternete**, Ümit Hüsrev Yolsal ve Erkan Uzun (çev.), 1. Basım, İstanbul: Kırmızı Yayınları, 2011, s.16

olmaktan öteye geçemeyecek şekle büründüler. Bir put ile yazılı değişime kapalı kutsal sözler, arasında hiçbir fark yoktur.

Antik dönemde yazının, rahipler ve yöneticiler sınıfı üzerindeki hakim yapısı Orta Çağ Avrupa'sında, tam da yeni yükselen burjuvaziyle sekteye uğramış ve daha çok açık sorgulanır hale gelmiştir. Kurulan yeni üniversiteler, yönetim biçimindeki değişiklik taleplerinin yanı sıra yazının varlığı kimliklerle, vergi sistemleri ve özel mülkiyet belgeleri ile daha bireyci bir alanın inşası için kullanılmaya başlanmıştır. Avrupa ülkelerinde monarşilerin ortaya çıkması ve bu monarşilerin aristokrasinin, kendi verimsiz dünyasına oranla, tüccar sınıfının daha verimli, daha çok vergi hasılatı sağlayabilecek gibi görünen yeni dünyası ile ittifaka girmesi sonucu, okuryazar olabilme halka açılmaya başlamıştır.¹³³ Yazıya dayalı belgeler hayatın her alanında geçerli konuma yükseldiğinde, bireyin de yapabileceği tek şey olarak bir yazılı belge edinerek hayattaki yerini sağlama almak olmuştur. Nitekim vatandaş olma, suçlu olmama, mülk sahibi olma ya da borçlu olmamak yazıya dayalı belgeyle kanıtlanmasını gerektiren zorunlu alanlar olarak ortaya çıkmıştır. Örneğin önceden bir kölenin azadında, sahibinin sözlü olarak azad etmesi yeterli iken artık, bunu iki tarafın da bir sözleşme ile yazıya alması, kölenin özgürlüğünün kalıcılığı için zorunlu hale gelmiştir. Çünkü köle dışsal görünüşü ile her zaman bir köle gibi giyinip içecektir. Ancak özgürlüğünün tek kaynağı olan o kağıdı sürekli yanında taşıması, özgürlüğünün tek geçerliliğidir. Diğer yandan bu süreçlerin takibi ve devamlılığı için memurlar sınıfı doğmuştur. Gelirleri, kiralari ve köylülerden alınan vergileri toplama ve yönetim işini yüklenen yazıcılar ve memurlar, örgütlü bir kamu hizmetinin üyeleri haline geldiler; hesapları meslektaşlarının ve dünyevi tanrının, yani yüce efendilerinin anlayabilecekleri biçimde hazırladılar.¹³⁴

¹³³ Ünsal Oskay, **Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım**, 2. Basım, İstanbul: İnkılap Kitabevi, 2016, s.201

¹³⁴ Harold Innis, **İmparatorluk ve İletişim Araçları**, Nurcan Törenli (çev.), 1. Basım, Ankara: Ütopya Yayınevi, 2006, s.43

Yazılı kültür üzerine araştırma yapan çoğu bilim insanına da göre 12. ve 13. yüzyılla birlikte yazılı kültürden söz etmek mümkün olmuştur. Şüphesiz yukarıda saydığımız yeniliklerin bireyin hayatına girmesi ile bu mümkün olmuştur. Tüm bu süreç işlerken yazının bağımlı olduğu araçlardaki gelişim de bu sürecin hızlanmasını kolaylaştırmıştır. Nitekim antik medeniyetlerde de olan vergi kurumu her ne kadar yazılı kayıt altına alınsa da yazı araçlarının teknolojik gelişimi, yüzyıllar sonra daha fazla katkı sağlamıştır. Taştan, papirüs teknolojisine geçmek gibi.

İlk yazıcıların makine yapımı pürüzsüz kağıtları ve dayanıklı tükenmez kalemli yoktu; onlarınki "zor" gereçlerdi. Yazı yazılan yüzeyler ıslak topraktan tuğlalar; yağ ve kıldan arındırılmış, ponza taşıyla düzleştirilip tebeşirle aklanmış hayvan derisiydi (parşömen, tirşe); bazen de hayvan derisini ikinci bir kez kullanmak için bir önceki metin kazınıyordu (palimpsest). Bu gereçler de yoksa, ağaç kabuğu, (ileri teknolojiye göre kaba sayılacak ama pek çok yüzeyden daha düzgün olan) papirüs, kurutulmuş yaprak ya da bitkiler, bele bağlanan balmumuyla kaplı, menteşeli defterimsi tahta tabletler (bu tabletler not almak için kullanılıyor, yeniden kullanmak için balmumu yüzey kazınıyordu), tahta çomaklar ve başka çeşit tahta veya taş yüzeyler kullanılıyordu.¹³⁵

Geniş alanların kontrolünde oldukça zor olan bu teknolojik altyapı, bir kültürün belleğini de tutmada son derece başarısızdır. Öyle ki el yazmaları ile sağlanan kayıtçılıkta da çoğaltma ve yayma konularında zorluk çekilmiştir. Ayrıca papirüslerin, el yazmalarının bulunduğu kütüphanelerde çıkan yangınlar büyük bir belleğin silinmesine neden olmuştur. Halkın kitaplara eşit derecede ulaşamayıp, önemli atıf edilen kitapların ise belli çevreler tarafından çoğaltmasının yapılması yazılı kültürün bireyi ve toplumu sarmalamasını matbaanın yaygınlaşmasına ertelemiştir. Örneğin Orta Çağ'da birçok yazılı sınavın varlığı olmakla birlikte sözlü aktarım ve sözlü anlatım son derece önemliydi. Yazılan kitaplarda da noktalama işaretleri göz için değil kulak içindi. Orta Çağ üniversite tez tartışmaları, edebi veya başka tür metinlerin gruplara yüksek

¹³⁵ Ong, s. 115,116

sesle okunması veya okurun kendi kendine kitabı yüksek sesle okuması örneklerinde görüldüğü gibi, yazı, büyük ölçüde, bilginin elden geçirilip yeniden sözlü ortama devredilmesine yarıyordu.¹³⁶ Yazının içselleştirilmesi, bireycilik yolundaki etkinlik yapısı ve bireyler arasındaki etkileşiminin artması matbaanın yaygın kullanılmasıyla gerçekleşecektir.

3.1.2 Matbaa: Bireyin Tipografik Dönüşümü

Yazının, çoğaltılması ve dağıtılması Gutenberg Matbaası'nın kullanımından önce de insanların uğraş alanıydı. Elle çoğaltma ya da Çin'in kullandığı oyma ağaç kalıbı ile çoğaltma, yazının geniş alanlara yayılması için kullanılan tekniklerden sadece biriydi. Özellikle Çin ve Japonya'da M.S 6. yüzyılda kullanılan oyma ağaç kalıbı ile çoğaltma matbaanın ilk haliydi. Ancak bu ilkel matbaa biçimi tek sayfa çoğaltımında hızlı iken, örneğin bir kitabın ikinci bir nüshasında oldukça yavaştı. Ayrıca ideogram (yazı-kavram) kullanan Çin ve onun gibi medeniyetler için uygun bir baskı türüydü. Alfabe kullanan medeniyetler de ise çok işlevi olan bir teknik değildi. Bundan dolayı bu tip baskı yönteminin kullanımı küresel ölçekte yaygınlaşamamıştır. Daha sonradan tek tek harfler dahilinde, porselen kalıplarla, Çinli Pi Sheng, baskı tekniğini geliştirdi. Çelik plakaların üzerine porselen kapların yapışmasıyla gerçekleşen kopyalama yöntemi, ağaç kalıp yöntemine oranla daha işlevseldi.

1450 yılına gelindiğinde ise, Mainzlı Johannes Gutenberg, hareketli metal harflere dayalı; dayanaklı, uzun ömürlü ve verimli tipo baskıyı geliştirmiştir. Tipo baskı biçimi diğer adıyla yüksek baskı tek tek sayfa oluşturmak için metal harflerin sayfa düzeni içerisinde, puntosu, sayfa aralığı, uzunluğu ayarlanarak; kalıp ve baskı silindirleri yardımıyla gerçekleştirilmektedir. İşleyiş şekliyle patates baskıyı andırır; silindir yüksek yerleri mürekkebi alıp, metal harflere bastırarak sayfaya geçirirken,

¹³⁶ Ong, s. 142

alçak yerleri mürekkebi almaz. 1904 yılında, Ira W. Rubel Offset baskıyı geliştirilene kadar, tipo baskı önemli bir yer tutmuştur. Dönemin Reform ve Rönesans düşüncelerine de uygun olarak uygun bir fiyata, tipo baskıda ilk olarak İncil basımı yapılmış ve kısa sürede satılmıştır. Kısa sürede bu yeni teknoloji, Avrupa'ya yayıldığı gibi yeni tipo baskı biçimine şiddetle karşı çıkanlar da bulunmaktaydı. Matbaa karşıtlarının temel argümanı; din inanç eksenindeydi. Ancak gerek sosyal gerek siyasal alanda yaşanan dönüşümler karşısında, bu argümanlar çok fazla dayanamadı. 1500 yılına kadar Avrupa'da 250'den fazla yerde baskı makinesi kurulmuştu; 80'i İtalya'da, 52'si Almanya'da ve 43'ü Fransa'da. 1500 yılına kadar 27.000 baskı yaptılar.¹³⁷

Matbaaların bu denli hızlı ve yüksek sayılarda açılmasının nedeni; Orta Çağ'ın son döneminde gelişen ekonomik hareketlenme ve Endüstri devrimi öncesi burjuvazinin elde ettiği kazanımlardır. Nitekim matbaa kurmak için belli girişimcilik risklerini göze almak, ayrıca da bu riskleri göze alabilecek sermaye birikimine ihtiyaç duyuluyordu. Matbaaların başarıları ya da devamlılığını sağlamasında genellikle semboller, kültürleri metalaştırma yeteneklerine bağlıydı. Kitapların genelde alıcıları din görevlileri, üniversite eğitimi görenler ve burjuvazi üyelerinden oluşmaktaydı. Kentleşme arttıktan sonra kentlere yerleşenler ve buradaki zanaatkarlar küçük çaplı işletme sahipleri de kitap okuyucuları arasına girmişlerdir.

Tipografi kavramı; biçime uygun yazmak, punto, satır, boşluklar, başlıkları görsel uyum içerisinde düzenlemektir. Biçimi uyum içerisinde gerçekleştirmek anlamı, imgeyi standart, mekanik bir yapıya büründürmüştür. Yazının da her ne kadar belli formları ve görsel düzenleniş biçimleri olsa da matbaa ile bu daha ileri seviyelere taşınmıştır. Matbaada gerçekleştirilen görsel tasarımlar, anında algılanma amacıyla üretilmiş, yazıyı bir mekan içerisine hapsedmiştir. Bu noktada alfabetik sıralamalar, dizinler, konu akışları yazıyı söyleminden ayırıp tipografik mekanda konumlandırır. Baskı, yazının söze yapamadığını yapar ve onu mekan sınırlarına hapseder. Yazı,

¹³⁷ Briggs ve Burke, s. 26

sözcükleri sözden görsel mekana taşır, matbaa ise sözsel yazının, buradan çıkışını engeller ve sözcükleri her daim denetleyerek mekandaki yerlerini sağlamlaştırır. Söz, bağlamı dışında yazı içerisinde var olur, anlamın varlığı biçime mahkum olur. Anlamsal değişim etkisini kaybettiğe; görsel, biçimsel etki değerini daha fazla arttırmakta ve son noktada anlam, içi boşaltılmış biçime dönüşmektedir. Biçim, anlamı teslim alır. Anlam biçime uymak mecburiyetine girerek, üretilen anlam da biçimsel kalıplar dahilinde olur.

Yazının, ilk zamanlarına değindiğimizde vurguladığımız yazılı kültürün henüz oluşmadığı, düşüncesi, matbaayla artık ortaya çıkmaktadır. Kültür ise matbaanın getirdiği yeni kazanımlar, sermaye tarafından kullanımı ile endüstriyel bir yapıya geçmektedir. Yazı üzerinden hayatın her alanını doldurmaya, denetlemeye ve tahakküm altına almaya başlar. Matbaanın ilk kullanım yıllarında basılan içerikler dini nitelikler taşısa da bu zamanla yerini, gücün kiliseden burjuvaziye geçişiyle de bağlantılı olarak din dışı alanlara bırakmıştır. Böylelikle gücün yönüne göre kamusal alan da matbaa ile kontrol altına alınabilmektedir. Basılan kitaplar doğrultusunda tartışmaları bu yöne kaydırmak ve yazılı olan ile ilişkilendirme kamusal alanda eylemi de sınırlandırmıştır. Yüz yüze etkileşim bu yolla büyük sekteye uğrar ve bireyler arası etkileşimde okumanın payı giderek artar. John B. Thompson'ın da *Medya ve Modernleşme* kitabında ileri sürdüğü gibi olaylar artık okuma ile öğrenilebilirdi. Bireylerin gerçekleşen olaylarla ne bir etkileşimi ne de eyleme geçmesi mümkün görünmemektedir.

Matbaanın bulunması ve yaygınlaşması bir çok sonucu beraberinde getirmiştir:

a) kapitalizmin ilk evresini oluşturması; kitapların tüketime yönelik çoğaltılması, düzenlenmesi, ikonların, öykülerin, resimlerin, değer taşıyan her şeyin çoğaltılması ve meta haline getirmesiyle yeniden üretimi b) bireyin zihinsel ve toplumsal yaşamına etkisi; toplumsal alanda yaşanan hali hazırdaki dönüşümlere ek olarak, matbaanın getirdiği toplumsal endüstri yapısı, bireyci okuma ve bilgi edinmenin kolektif düzeni sarsması, anlam ve imgelemin mekanik boyutta bireyi terk etmesi c) bilgi, anlam ve hakikat üzerindeki düşüncelerin değişmesi; hakikatin yazı içerisinde hapsolması ve

yazılı olanın hakikatin yerini alması, yazının tahakküm gücünü arttırması d) reel yaşamın kabulünün mümkün kılınması; romanlar, öyküler, gazeteler ile toplumun iktidar kaynağı tarafından yönlendirilmesi, kontrol altına alınması ve denetlenmesi e) bireyler arası etkileşimin artması; üretilen, dağıtılan ve tüketilenle etkileşim dahilinde eleştirel bakıştan uzaktan bireyin etkileşimi ile yanılsamanın artması matbaanın kısa ve uzun süreli etkileri arasında yer almaktadır.

Matbaanın, birey üzerindeki etkilerini, yanılsamanın varlığının bir önceki yazıya geçiş dönemine oranla daha da arttığını saptayabilmek için, basılan yazının özellikleri, bireyin okuma biçimleri, yazının içeriği ve tüketimine ayrıca yazının sahiplik yapısına bakmakta yarar gözükmektedir. Matbaanın bulunmasının ardından bu yeni teknoloji, girişimciler tarafından oldukça ilgiyle karşılandı. Innis'e göre de bu aynı zamanda kilisenin sahip olduğu bilgi tekelinin el değiştirmesi, burjuva sınıfıyla birlikte imparatorluklar ve uluslara giden yolun da açılması anlamına gelmektedir. Matbaanın da önemli yer tuttuğu tüketim toplumunun doğuşuna, baskı ile üretilen, dağıtılan ve tüketilene baktığımızda Innis'in teknolojinin tekel oluşturmaya düşüncesini kökten ret etmemiz mümkün değildir. Nitekim güçlenmeye başlayan burjuva sınıfı kazanç sağlayacağı her alanı ele geçirmeye yönelik hareket ediyordu. Matbaanın, daha çok bu kesimin elinde olması, ileride yaşanacak tek sesliliğin ve kültür endüstrisinin de içinden çıkmayı zorlaştıracaktır. Orta Çağ'ın Tanrısal iradesinden, Reform ve Rönesans ile sıyrılmaya başlayan insanlığın, bu devrimci fikirleri benimsemesinde matbaanın çok önemli bir yeri vardır. Luther'in ve Calvin'in yazılarının çoğaltılması, (kilise karşıtı burjuvazi finansmanı ve üretim araçları desteğiyle) düşüncelerinin geniş kitlelerce benimsenmesinin önünü açmıştır. Özellikle Endüstri Devrimi sonrasında, kağıt üretimindeki makineleşme ve fabrikalarda işlenmesinin sonucunda, baskı daha da hızlanmıştır. Süreçle doğru orantılı olarak da sahiplik yapısı da güçlü sınıfsal tekелci bir yapıya dönüşmüştür.

Matbaa ile birlikte erken dönem kapitalist özellikler taşıyan tüketim, kendini kitaplarda göstermeye başlamıştır. Kitaplarda biçimsel ve içeriksel değişimler yaşanıyordu. Günümüzde de ilk olarak bakılan kitap kapağı, bu dönemde ortaya çıkıyordu. Aynı zamanda etiket görevi de gören kapak sayfasının tasarımı, tüketime ve haza yönelik tasarlanıyordu. Orta Çağ el yazmalarında, kitaplarda kapak resmi bulunmamakla, daha sade ya da kitap türüne göre işlemeli sade kapaklar tercih ediliyordu. Genellikle kitap kenarları bir süsleme ile hareketlendiriliyor ve girişte muhakkak okuyucuya yönelik bir hitap ile başlıyordu. El yazması yazıcıya/üreticiye yöneliktir: çünkü bir yapıtın teker teker kopyasını çıkartmak, yazıcının çok zamanını almaktadır. Orta Çağ'dan kalma el yazmaları, yazıcının işini kolaylaştıran ama okuru yoran kısaltmalarla doludur.¹³⁸ Ong'a göre ise matbaa daha tüketiciye hitap eden bir yapıya sahiptir. Okuyucuyu yormayan, takibi basit ve anlaşılırdır. Eserin çoğaltılması daha az bir zamanda gerçekleştirilir ve fiziksel olarak da daha rahat okunmak için tasarlanmaktadır (ağırlık, boy, esneklik ve taşınabilirlik). 15.yüzyıl kitapları, çoğunlukla okunmak için ya sehpa ya da rahle gerektiren, en büyük boy kitaplardı. 16. ve 17. yüzyıllarda, bir forması en fazla 12 ya da 16 sayfa olan, yani bir tabaka kağıt katlanarak elde edilen 16 sayfalık formaldan oluşan küçük kitaplar yaygınlaştı.¹³⁹ Venedikli matbaacıların en ünlülerinden Aldo Manuzio ününü -ve büyük olasılıkla servetini- Yunan ve Latin klasiklerini düşünürlerin ve öğrencilerin yanlarında rahatlıkla taşıyabilmelerine olanak sağlayan, küçük bir formatta basarak yapmıştı.¹⁴⁰ Kitabın fiziksel dönüşümü yazıyı ve aktardığı anlamı, aynı zamanda nesneye dönüştürmektedir. Sözlü kültür, kelimelerin nesne şeklinde değerlendirilmesine imkan sunmuyordu. Sözlü kültürde üretimin şair tarafından yapılması beklenen bir şeydi. Kalıpları, şiirleri şairler kendileri yaratıyordu. Yazının bulunmasında bu durum çok değişmese de matbaanın kullanımıyla birlikte başvurulacak kitapların artması, şairlerin üretimini de değiştirmiş; özgünlükten uzak, endüstriyel üretimin özellikleri içerisine çekmiştir:

¹³⁸ Ong, s. 146

¹³⁹ Briggs ve Burke, s. 72

¹⁴⁰ Briggs ve Burke, s. 64

Klasik Çağ sonrası Latince şiir yazmak için kullanılan standart deyiş kitapçıkları, matbaanın icadıyla üremiş ve Gradus ad Parnassum'un erkek okullarında çok sık kullandığı 19. yüzyılın sonlarına dek yaygınlığını korumuştur. Bu kitapta klasik Latin şairlerinin yapıtlarından derlenen sıfatlar ve cümlecikler dize ölçüsüne uygun uzun ve kısa heceleriyle bir bir belirtilmiştir; çocukların Lego, Yap-Boz oyunları gibi, şair olma heveslilerine hazır şiir malzemesi sunulmuştur.¹⁴¹

Kitaplarda yaşanan biçimsel değişimler, aynı oranda kitap konularında da gerçekleşmekteydi. Jeremiah Dittmar'ın *The Welfare Impact of a New Good: The Printed Book (2012)* adlı makalesinde aktardığı gibi 14. Yüzyılda kitap içerikleri daha çok dini yönde olmasına rağmen bu 15.yüzyılla birlikte bu ani bir değişime uğramıştır. 1400 ile 1700 arasındaki İngiltere kitap piyasasını inceleyen Dittmar'ın elde ettiği sonuçlara göre kurmaca tarzın ve çeşitliliğin yükselmesi ile dini içerik hakimiyeti sona ermiştir. Özellikle 1700'li yılların sonlarından itibaren derlemeler, şiirler, romanlar ve bilimsel kitapların üretimi ve tüketimi hızla yükselişe geçmiştir.

Kendileri, dünyada ilk tek biçimli, yinelenebilir ve kitlesel olarak üretilmiş mallar olan basılı kitaplar, on altıncı ve sonraki yüzyıllar için tek biçimli meta kültürünün sonsuz paradigmasını sağladı.¹⁴² Kitapların bu üretiliş biçimi daha sonra gelişen teknolojilere de ilham vermekle kalmamış, radyoda okunan, televizyonda dizileştirilen, bir döngüyle sürekli yeniden üretime tabii tutulmuştur. Tipografik biçimsel değişim, diğer yandan anlamsal yozlaşmayı da beraberinde getirmektedir. Oskay'ın değindiği gibi endüstriyel üretim içinde üretilip aynı anda yüz binlerce insanın önünde konulduğu düşünülecek olursa, fiziksel olarak milyonlarca ayrı dünyalarda kendi başlarına düşler kurmasını bile önleyen bu romanların anlattıkları öyküler dünyamızda değil de uzaydaki galaksilerde geçse bile, yarışmacılığı, kazanımcılığı, eşitsizliği, kıyıcılığı insana doğal gösteren felsefeleriyle reel dünyamızı olumladıkları

¹⁴¹ Ong, s. 35

¹⁴² McLuhan, s. 230

anlaşılabacaktır.¹⁴³ Ürün, üretilenden ziyade üreticinin düşüncesi, başat anlayışın ürünü, olmaktan öte geçememektedir. Bireylerin örnek aldıkları, imrendikleri, kahraman olarak benimsedikleri öykü, masal ve roman kahramanları; bireyin yaşadığı dünyayı eleştirmekten, yorumlamaktan ya da onu dönüştürmek için çaba sarf etmek bir yana bireyin sadece reel yaşamında yaşadığı bunalımdan uzaklaşmış gibi göstererek, daha çok bunalım içerisinde tutmak üzere vardılar.

Metalaşan insan ilişkileri, 1830'lardan itibaren sanat ürünlerinin üretiminde, yeniden üretiminde ve tüketiminde de sanat çalışmalarının bireysel bir yaratı eylemi olma özelliğini gölgelemeye; sanat çalışmalarını meta kültürünün bir özel alanına ait ve toplumsal üretim süreci içinde gerçekleştirilebilen bir etkinlik biçimine dönüştürülmeye başlamıştır.¹⁴⁴ Sanatçının, yazarın kullandığı araçlar artık yerini gelişen teknolojiye bırakmakta, araç, iletiyi ele geçirmekte ve anlamın içini boşaltmaktadır. Öte yandan bir önemli soru da insanların neden bu ürünlere yöneldiğidir. Berelson'ın "Kim hangi kitapları niçin okuyor?" başlıklı klasikleşmiş makalesinden beri biliyoruz ki, çok okuması şansı bulabilen kitaplar, insanların "etrafındaki insanlar okuduğu için okuduğu" kitaplar olmaktadır.¹⁴⁵ Berelson'a göre insanların bu kitaplara yönelmesindeki temel güdü yalnız kalmamak, kendini korumak ve topluma ayak uydurma istençlerinin bir sonucudur. Berelson'un ifade ettiği bu durum bireyin benzeşmesi sonucu, kolektif özelliğini yitirip, kitle içerisinde kalmasına denk gelmekte, popüler olanı takip etmesine çıkmaktadır. Nitekim kitle içerisindeki birey Berelson'un yukarıda saydığı nedenleri bu ürünleri tüketse dahi hisseder, çünkü etki süreleri kısadır. Bundaki en büyük etken ise endüstrinin soluksuz üretimidir. Bireyin, günceli yakalama sonucunda kitle içerisinde sıkışması ve benzeşmesi, sürüden ayrı kalmama güdüsüyle, iç içe geçmiştir.

Matbaanın getirdikleri ile birlikte okuma Orta Çağ'ın aksine daha bireyci bir aktiviteye bürünmüş, okunan ise bireyleri kitle formuna sokup, tek parça gibi hareket

¹⁴³ Ünsal Oskay, **Roman ve Etik**, 1. Basım, İstanbul: İnkılap Kitabevi, 2014 s.45

¹⁴⁴ Oskay, **Roman ve Etik**, s. 82

¹⁴⁵ Ünsal Oskay, **Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım**, s. 135

ettirme üzerine kurgulanmıştır. Eğitimdeki eşitsizlik, fabrikadaki çalışma şartları bireyleri görsele dayalı gazetelere, cinayet haberlerine, burjuvanın aşk romanlarına yöneltmiştir. Gazetelerden tekrarlanan manipüle haberler, romanların ideal hayatları sunmaları, bireyleri okuduklarıyla ve yaşadıklarıyla yabancılaştırmıştır.

Orta Çağ'da en büyük sorunlardan biri kitapların yetersiz olması ve ulaşılmasının oldukça güç ve pahalı olmasından kaynaklanıyordu. 15. yüzyılın sonlarından başlayıp, 16. yüzyıla birlikte artan, basım yerlerinin de artmasıyla kitap sayısındaki artış muazzam sayılara ulaştı. 15.yüzyılda Avrupa'da en çok kitap Venedik'te basıldı (yaklaşık 2 milyon kopyaya ya da Avrupa pazarının yüzde 20'sine karşılık gelen yaklaşık 4.500 baskı).¹⁴⁶ Günümüzün enformasyon fazlalığının bir benzerini insanlar 16.yüzyıldan itibaren yaşamaya başladılar. Kitapların artışı kütüphanelerin büyümesine, katalogların oluşturulmasına, kitapların türlerine göre ayrılmasına kadar düzenlemelere gidildi. Amaç insanların bu kitap bolluğunun içerisinde kaybolmamasıydı. Kitap üretimi öylesine artmıştı ki -Walter Benjamin'in yazılarında aktardığı- Alexander Dumas evinin alt katında paraya muhtaç yazarlar tutup,yazı isteklerine yetişebilmek için onlara yazı yazdırmak zorunda kalıyordu. Diğer yandan kitaplardaki niceliksel artış, niteliksel yoksunluğu beraberinde getirdi. İnsanların örneğin korku türünde ya da polisiye türde okuduğu romanların kullandığı kurgulardan kahraman özelliklerine kadar benzer motiflerle oluşturulmakta, türler kendi biçimlerini yaratmaktaydı. Bu bir yandan herkesin yazabileceği fikrini doğururken diğer yandan intihale dayalı eserlerin yer tutmasına da neden oluyordu. Biçimsel olarak aynılık her edebi alanda bir standartlaşmayı da beraberinde getirdi. Ayrıca yazılan her roman ya da çıkan günlük gazetelerde kullanılan bilimsel kesinlik dili, bireyi okuduğu her şeyi kabul eden bir döngüye soktu. Üretimin bu boyutlara ulaşması bilginin çokluğunu ve kirliliğini de beraberinde getirdi. İnsanların birbiriyle etkileşimi ve yazılı olandan etkisi öyle artmıştı ki Peter Burke ve Asa Briggs'in *Medyanın Toplumsal Tarihi* kitabında aktardıkları gibi gazetelerde yayımlanan olayın failin gözünden görülmesini sağlayan intihar notlarının biçimsel ve anlatısal özellikleri daha sonraki intihar notlarının da tarzını etkiliyordu. Biçimin, içeriği ele geçirmesi, kitlenin ve iletişimin sınırlarını kalın çizgilerle belirliyordu.

¹⁴⁶ Briggs ve Burke, s. 64

Kitle iletişiminin tarihi, matbaa ile başlamaktadır. Matbaa ile içsel bir teknoloji haline gelen yazı, geniş kitleler üzerinde etki gücüne sahip olup, bireyleri toplumsal düzen içerisinde bireysellikten uzak bireyci yaşam tarzına, cemaatlerden ise kitlelere dönüştürmüştür. Benzeşen, özdeşen bireylerin okudukları, giydikleri, içtikleri basılanlar ile yönlendirilmeye, özendirilmeye başlanmış, gelişen endüstri çarkları içerisinde de kazançlı bir noktada kitaplar, gazeteler, dergiler günlük yaşamın bir parçası olmuştur.

Yukarıda kitapların, gazetelerin biçimsel, anlatsal, niceliksel ve niteliksel değerlerini ele almıştık. Bir diğer önemli gelişme ise iletilerin alıcıya ulaştırılması konusunda yaşanmaktadır. Gönderici ve alıcının arasındaki mesafeye göre iletinin ulaşması, etkisi ve geri dönüşü de anlamın etki gücünü belirlemektedir. Matbaada basılan ürünler, bireysel mektuplar ya da kartpostallar genellikle deniz ve kara yollarında çalışan tüccarlara verilerek alıcısına gönderiliyordu. Bu doğrultuda kara ve deniz yollarının ticaret odaklı gelişmesi, enformasyonun öneminin artmasıyla, ileti taşımacılığı konusunda da gelişme göstermiştir.

Yollara yönelik bu ilginin bir nedeni Avrupa devletlerinin daha merkezi bir hale getirdikleri bir çağda emirleri başkentten bölgelere hızla ulaştırmaya artan ihtiyaçtı.¹⁴⁷ Öte yandan bireylerin iletişime gösterdikleri ilgi de sürecin hızlanmasını sağlamıştır. Şehir içi ileti aktarımı posta teşkilatlanmalarıyla Avrupa'da ve Amerika'da oldukça hızlıydı. Öyle ki günümüzde de izleyici / dinleyici / okuyucunun isteklerine yönelik içerik oluşturma durumu, 18. yüzyıl dergilerinin de sık sık başvurduğu bir yöntemdi. Okuyuculardan istenilen değerlendirme istek mektuplarını editörler tarafından okunarak değerlendirilir ve bir sonraki sayı için başvuru kaynağı olurdu. Kitle iletişimin ilk aşamaları teknolojik yetersizlik de olsa bulunan bu çözümlerle, kitlenin tüketimi, bireyin boş zamanın metalaşması, hem de "halk bunu istiyor"

¹⁴⁷ Briggs ve Burke, s. 33

düşüncesinin temelleri atılmaktaydı. Telgrafın bulunmasıyla ancak kitle ve birey arasındaki süreç bu zamandan başlayarak hızla kavuşacaktı. Bir diğer yandan gelişen posta teşkilatlanmalarıyla iletileri göndermek öncekine göre daha hızlı bir yapıya kavuşmuştu. Çoğu zaman iletilerin yollarda kaybolması ya da özel mesajların gizliliğinin ihlali uzak yerlere ileti gönderimini riskli kılıyordu. Ancak rekabet ortamı ve birçok kral fermanlarıyla da kontrol altına alınan posta teşkilatlanması hızlı bir gelişim gösteriyordu.

Günümüzde tartışılan iletişim araçlarındaki mahremiyet olgusu ilk olarak kartpostallarla gündeme geliyordu. Özel günlerde, gezilerden yollanan mesajlar zarfsız olarak postaya veriliyor ve alıcısına gönderiliyordu. Mesajın herkes tarafından görünürlüğü gönderici tarafından en son düşünülen şeydi. Günümüzde yaşanan birçok tartışmaya da ışık tutması açısından Burke ve Briggs'in G.R Sims'den aktardıkları oldukça ilginçtir: "Zirveye vardığında, herkes otele koşturdu ve posta kartları için çekişmeye başladı. Beş dakika sonra herkes can havliyle yazıyordu. Zirveye çıkanların deneyim ya da manzara için değil, posta kartları yazmak ve bunları zirvede yazmak için geldiklerine inanıyorum".¹⁴⁸ Bu durum yukarıda anlatılanların doğal bir sonucudur. Sadece mahremiyetin ifşası değil aynı zamanda bireyler arası etkileşimin de kültür endüstrisiyle sarmalanıp, her şeyi gösteriye dönüştürmelerinin ilk fırsatıdır.

Tüm bu gelişmeler ışığında bireyin durumunu ele aldığımızda, matbaanın ortaya çıkıp yaygınlaşmaya başladığı süre zarfındaki toplumsal gelişmeler modern bireyin ortaya çıkışına denk gelmektedir. Çift yönlü olarak matbaa ve toplumsal düzendeki dönüşümler birbirlerini etkilemiştir. Öte yandan Avrupa'da yükselen özel mülkiyet düşüncesi, fikirsiz mülkiyete de yansımıştır. Yazılan kitaplarda, şiirlerde bireysel çıkarlar ön planda tutularak hareket edilmeye başlanmıştır. Söz herkese ait kalıplar ve tanımlamalar üretirken, matbaa ise özel mülkiyet alanına dönük üretimlerde

¹⁴⁸ Briggs ve Burke s. 161

bulundu. Bireyciliğin yükselişinde matbaa önemli bir yer tuttu ve bireyin modernite içerisinde dönüşümüne katkı sunmuştur.

Yazının, bireyin dünyasında gerçekleştirdiği algı dönüşümünü matbaa ileri seviyelere taşımıştır. Tipografinin icadı, bir örnek yinelenabilir nitelikteki ilk meta, ilk üretim bandını ve ilk kitlesel üretimi yaratarak, uygulamalı bilginin yeni görsel vurgusunu pekiştirdi ve genişletti.¹⁴⁹ Günümüzde en üst seviyede etkinliğe ulaşmış görsele dayalı iletişimsel algıyı başlatmıştır. Matbaa, zamanla düşünme ve anlatım biçimine hükmetmekten bir türlü vazgeçmeyen işitsel üstünlüğün yerine, yazının başlattığı ama tek başına yeterince destekleyemediği görsel üstünlüğü geçirmiştir.¹⁵⁰ Sayfanın düzenlenişi, yazının sayfa üzerindeki görünümü el yazmalarında da dikkate değer olsa da matbaa ile daha sistematik bir yapı kazanmıştır. Görsel yüzey anlamı yüklendiği ve matbaa, sadece bir metnin oluşturulması için hangi kelimelerin kullanıldığını değil, bu kelimelerin sayfa yüzeyindeki tam yerini ve birbirleriyle ilişkisini de denetlediği için kapalılık duygusu aktarır.¹⁵¹ Her düzenlenen yazı bir tamamlanmışlık algısı doğurur. Ong'a göre bu kapanıklık duygusu bireyde olgu temelli düşünmeyi doğurmuş, sadece olgular üzerinden ezberlenen ders kitaplarından eğitime geçilmiştir. McLuhan'a göre ise sözlü kültürün söz-kulak algılaması, yazılı kültürde göz-beyin algılamasına geçişi doğurmuş, bu durum ise tipografik baskının bulunmasını ve geçişini sağlamıştır.

Bireyin dünyayı algılamada dönüşümünün bu dönemde yaşandığını varsayarsak, doğayı ve toplumu ampirik gözlemlemeye de matbaa katkı sunmuştur. Bireyin metin üzerinden takip ettiği ve sorgulamayı metin üzerinden yaptığı bu dönemde bireyin ampirik sorgulaması da metin dahilinde olmuştur. Düşünceyi yazılı bir yüzeyde yalıtarak, konuşmacıdan kopartarak ve sözceyi ve düşünceyi her şeyden

¹⁴⁹ McLuhan, s. 177

¹⁵⁰ Ong, s. 144

¹⁵¹ Ong, s. 152

bağımsız, kendi kendine yeter ve tamamlanmış olarak göstermiştir.¹⁵² Bireyin yapacağı tahlillerde ise metnin var olan tahakkümü onu yanılgılara düşürmüştür. Metnin tamamlanmışlık hissi, düşüncenin de tamamlanmışlık hissine yol açmaktadır. Bu durum yalnızca bireyin zihinsel ve toplumsal yaşamını değil aynı zamanda birçok edebiyat, bilim ve felsefe çalışmalarını etkilemektedir. Freud'a göre ise "modern derinlik psikolojisinin gelişmesi, trajedi ve romanlarda karakterin gelişmesi gibidir; her iki akımın kaynağı da ruhun yazıyla başlayıp matbaayla yoğunlaşan içe dönüşüdür".¹⁵³

Okuma eyleminin kendisi, bireyciliği teşvik etmektir. Bilginin güç elde etme konumuna yükseldiği toplumsal dönüşüm sürecinde, okuma da tekil tarafından yerine getirilen bir eyleme dönüşmüştür. Daha önceden, okuma eylemi okuma bilen bir bireyin, diğerlerine yüksek sesle okuma yaptığı kolektif bir eylemken, matbaanın yaygınlaşmasının getirisi ile, küçük taşınabilir de olan bu kitaplar, içinden okunabilmeyi ve tartışmadan uzak bireyci kapanık okumayı yaygınlaştırmıştır. McLuhan'a göre matbaayla birlikte, göz hızlandı ve ses alçaldı. Okumanın bireyci ortama çekilmesi sonucunda, okunan üzerine tartışma, okunanı duyma sona erdi. Yerini okunanın zaten bilindiği, mantıklı gelmesi gibi hislere bıraktı.

Matbaanın yarattığı etkiler, bireyin içsel ve dışsal dünyasını kökten değiştirmiştir. Oluşan tüketim kapasitesi, endüstriyel üretim pratikleri, kitle toplumunu doğurmuştur. 20. yüzyılla hayatlara girecek olan televizyon ve öncesindeki radyo teknolojileri bu pratiklerle etkileşim dahilinde içeriklerini var etmişlerdir. Bu nedenle matbaanın sunduğu olanaklar karşısında, bireyin değişen algılama düzeyi karşısında, bireyselliğini de sorgulamak durumundayız. Anlamsal ve biçimsel olarak dönüşen gerçeklik, bireyin tek gerçekliği noktasına gelmiş, bireyin tek kaynağı olmuştur. Bu noktada toplumsal anlamda kitleye dönüşen ve sınırlı aktifliğe sahip bireyin var olan

¹⁵² Ong, s. 156, 157

¹⁵³ Ong, s. 181

hayat koşulları tüketime sunulanlar ile meşrulaştırılmış; yanılısamanın kalıcılığına ve derinleşmesine katkı sunmuştur.

3.1.3 İlk Sinyaller: Telgraf ve Radyo

19. yüzyılla birlikte bireyin günlük yaşamına birçok yeni teknolojik araç giriyordu. Bu araçların en başında şüphesiz telgraf geliyordu. Mevcut iletişim sistemini kökten değiştiren bu alet, ardından gelecek yeniliklerin de habercisiydi. Claude Chappe tarafından icat edilen araç, daha sonralarda geliştirilerek de ilk kez elektriğin kullanıldığı iletişim aracı olmuştur. Bu yönüyle de ayrıca bir öneme sahiptir. Kabaca bir anlatımla telgrafın işleyişi; belirlenmiş iki merkez arasına çekilen kablolarla iletilen elektriğin telgraf üzerinden yollanan mesajı kağıda işlemesiyle gönderi ve alımı gerçekleştirmektedir. İletişim alanında elektriğe bağlı ilk büyük buluş olan telgrafı, 1889 yılında Britanya Başbakanı Salisbury Markisi tarafından 'ahlaki ve düşünsel doğa ve insanoğlunun eylemi' üzerinde doğrudan etkisi olan 'garip ve büyüleyici bir buluş' diye betimlenmiştir. Bu aynı zamanda teknolojik araç karşısında bireyin teslimiyeti olmasa da aralıksız devam edecek sarhoşluğun ilk adımıydı.

İletişimin aracısız sadece söze dayandığı dönem "birincil sözlü kültür" olarak adlandırılmaktadır. Telgraf, telefon, radyo ve televizyon araçlarının bulunduğu dönem ise "ikincil sözlü kültür" olarak belirtilmektedir. Bu düşüncenin haklı olan yanları bulunmakla birlikte tam anlamıyla sözlü kültürün zamansal ve uzamsal boyutlarını karşılamamaktadır. Nitekim artık bir aracından söz etmekteyiz.

Mesafeler azaltan telgraf ile birlikte, bireyin, toplumsal ve bireysel yaşamının dışından enformasyon kütlesi denizaşırı topraklardan gelerek günlük yaşamın bir parçası oldu. Telgraf, o zamana kadar geçerli olan enformasyon tanımına son vermiş ve

bunun sonucunda kamusal söyleme yeni bir anlam kazandırmıştı.¹⁵⁴ Matbaanın yerleştirdiği kültür ile eşgüdümlü çalışan telgraf, iletişimde beklenen hızı sağlasa da gönderilen enformasyona karşı ilgisizliği, çelişikliği de kalıcı hale getirdi. Telgraf, enformasyonu bir meta; yararı ya da anlamına bakılmaksızın alınıp satılabilecek bir “şey” haline getirmekteydi.¹⁵⁵ Matbaa ile bir bir açılmaya başlayan ve içerik açısından kısa süre içinde, kamusal yarardan, eğlence ve karlılık için meta anlayışına geçen gazeteler de telgrafın, günlük yaşama dahil olmasıyla mekan sorununu aşmışlardı.

Telgraf; kitapların, gazetelerin bireylerin üzerindeki metalaştırma etkisini elinde bulundurduğu hız faktörüyle bir adım öteye taşımıştır. Bireye anlam açısından cılız ve eyleme dönük hiçbir şey vaat etmeyen enformasyon sadece hızı ve çokluğu ile bireyleri içerisine çekiyor, etkileşimi artırıyor. Diğer yandan ise her şeyin haber olarak aktarılması, önceden bireyi ilgilendirmeyen detayların artık birey için bir anlam ifade eder gibi sunulması, enformasyon artışını tetiklemiştir. Enformasyonun bu denli niteliksiz bir biçimde günlük hale gelmesi, enformasyonu etki açısından zayıflatmaktadır. Enformasyonun bir ihtiyaç gibi sunulması, ancak sunulanın sosyal yaşama etki gücü düşük olan magazinsel yanı ağır olan enformasyon olması, enformasyonu elde etmedeki hızın anlamını kaybetmesine yol açmaktadır. Böylelikle enformasyonu salt tüketim nesnesi konumuna indirmekte, üretilen enformasyon da buna yönelik sunulmaktadır.

Birey, bir yandan her şeye ilgi duymaya başlamış, diğer yandan ise bu aşırı durum, onu günlük yaşamında daha önce hiç üzerine düşünmediği gereksiz bir enformasyon akışı içine sokmuştur. Neil Postman'ın da belirttiği gibi enformasyonun çokluğu, ilgisiz enformasyonu yaratmış ve “enformasyon-eylem oranı diye adlandırılabilir tabloyu baştan aşağı değiştirmiştir.”¹⁵⁶ Telgraftan sonra gelecek olan yeni teknolojiler ise enformasyon-eylem ilişkisini daha etkisi düşük bir seviyeye

¹⁵⁴ Postman, s. 78

¹⁵⁵ Postman, s. 79

¹⁵⁶ Postman, s. 81

taşımıştır. Birey ise bilgi edinmekten ziyade sadece onları sürekli duyan, okuyan ve izleyen bir süreci kabullenmiş, eylemden ziyade sessizliği tercih etmiştir. Bu süreçte birey telgrafı, günümüzdeki kadar hızlı ve çok yoğun bir enformasyon havuzuna ulaşamasa da bir arama motoru gibi kullanmaya da başlamıştır.

Bireyin enformasyon karşısındaki konumu aynı zamanda yanılsama karşısındaki durumuna da karşılık gelmektedir. Matbaa ile başlayan kültür endüstrisinin birey üzerindeki etkisi telgraf ile bir adım daha öteye taşınmıştır. İletinin hızı, sürekliliği ve çokluğu iletiyi anlamdan ayırmaktadır. İletinin hızlı ve sürekli olması tek amaç noktasına geldiğinde metalaştırmada gerçekleştirmeye ve hız kazanmaya başlamaktadır. Meta değeri olmayan anlam ise süreçten çekilmiş ve bireyin onu araması için bireyin inisiyatifine bırakılmıştır. İletinin çokluğu, niceliksel olarak bireye aktarılışı artsa da göndericinin tek olması ya da biçimsel olarak iletiyi aynı şekilde sunması; bireyi, kitle içerisinde birbirine benzeşen bireylerle yanılsamalı bir hale getirmiştir. Telgraf bireyin yanılsama içerisindeki konumunu kalıcı hale getirmesi açısından kendinden sonra gelecek telefon, telsiz, gramofon, sinema ve televizyon teknolojilerinin de kullanacağı zemini hazırlamıştır. Matbaa ile başlayan içerikte gösteri, eğlence ve tüketim telgrafta da devam etmiştir. İnsanlar ara merkezler aracılığıyla hiç görmedikleri yerleri sordurmuş ya da çıktığı gezilerden arkada bıraktıklarına gözlemlerini telgraf yoluyla aktarmıştır.

20. yüzyılda birey günümüzde de etkinliği süren ve gündelik yaşamının bir parçası haline gelmiş iletişim araçları ile tanışmıştır. Yüzyılın ilk on yılında sinema gündelik yaşamın parçası olmuş ve halk arasında popülerleşmiştir. İkinci on yılında ise radyo yayınlarının artmasıyla birlikte radyo hayatın her alanında bulunmaya başlamıştır. İlk radyo yayınları kamusal yarar amacı güden, eğlendirici olma özelliğinden uzak yayınlar olarak sunuldu. Bununla birlikte yayınların popülerleşmesi, rekabeti beraberinde getirdi ve radyo yayıncılığını hızla tekelleştirmeye, devlet kontrolüne sokmaya başladı. Dönemin akademik iletişim çalışmaları ise genellikle radyonun

kamusal alan gücü, enformasyonu dönüştürme potansiyeli ve daha önemlisi propaganda aracı olması üzerineydi. Devlet radyoları tarafından kontrol edilen haberler, mevcut iktidarın ideolojik aygıtı haline geliyordu. Adorno ve Horkheimer'ın sık sık vurguladığı Nazi Almanyası'ndaki radyo kullanımı buna bir örnektir. Sadece Almanya'da değil birçok ülkede de savaş zamanları ve sonrasında ulusu bir arada tutmak için radyo güçlü bir silah olarak kullanılmıştır.

Radyonun kitleleştirici gücü sadece iktidarın ideolojisini sağlamlaştırmada değil aynı zamanda tüketim toplumunun da güçlenmesine katkıda bulunmuştur. Günlük yaşamın stresinden ve kaostan kaçan bireyler, soluğu evlerinde bir odalarına kurdukları ya da yanında taşıdıkları radyolarının başında alıyorlardı. Matbaaya değindiğimiz bölümde aktardığımız romanların ve gazetelerin biçimsel, anlamsal aktarım özellikleri radyo yayınlarının da iskeletini oluşturuyordu. Roman ya da gazete için okuma bilmek gerekirken, radyo da ise sadece araca sahip olmak yetmektedir. Dallas Smythe'e göre medyada yer alan bilginin, eğlencenin ve eğitim malzemesinin asıl amacı izleyicinin dikkatini reklamı yapılan ürünlere ve hizmetlere çekmektir.¹⁵⁷ Bu noktada Smythe'e göre radyo yayınlarının ücretsiz, gazetelerin ise neredeyse maliyeti fiyatına olmasının altında dinleyici/okuyucu bireyin reklamlara ulaşımını kolaylaştırmak ve ürünlerin satışını sağlamak içindir. Radyo ile sesin, sinema ile de görüntünün sunumunun, önünün açılması şüphesiz en çok reklam verenlere yaramıştır. Reklamlar böylelikle daha etkileyici biçimlerde sunulabilmiştir. Reklam bir noktadan sonra yayın sermayesinin devamlılığının ana kaynağı haline gelmiştir. Bu da Smythe'ın dikkatini çektiği içeriğin ücretsiz olarak sunulmasını ancak karşılığında bireylerin tüketicinin cazibesine çekilmesini kolaylaştırmıştır.

Yazı ile başlayan gerçekliğin araca teslim olması, matbaa ile güçlenmiş sinema ve radyo teknolojileri ile daha ileri noktaya taşınmıştır. Radyo'dan aldıkları Marshalların istilasını haberleri ile New York'ta sokaklara dökülenler ya da izlediği filmde trenin

¹⁵⁷ Levent Yaylagül, **Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar**, 7. Basım, Ankara: Dipnot Yayınları, 2016, s.169

üzerine geldiğine inanan bireyler, bu teknolojiler karşısında masum tepkilerini veriyorlardı. Henüz araçla yeni tanışan insanlar için gerçekliğin aktarıcısı sandıkları bu araçların, içselleştirilmesiyle birlikte gerçeklik de muğlaklaşmaya başlamaktadır. Hem her duydukları doğru olabilir hem de yanlış olabilir. Bir bilginin doğruluğunu teyit etmek ise sınırlı eğitilmiş kesim tarafından gerçekleştirilebilmektedir. Radyo sinyallerinin ulaştığı her yerde bireyler birbirine daha fazla yaklaşmış, etkileşim artmıştır. Matbaa ile telgrafta sınırlı düzeydeki kitleleştirici güç, radyo ile daha etkileyici konuma gelmiştir.

Telgrafın arttığı etkileşim olanağını, sinema ve radyo gerek ulus içinde gerekse uluslararası yayıncılıkla bir kademe daha öteye taşımıştır. Radyonun ve medyanın; bilginin kaynağı haline gelmesi, bireylerin toplumsal ekonomik yaşamda yaşadıkları eşitsizliklerin meşrulaştırması, yayıncılık gücünün kapitalist toplumlar da olması ve bu toplumların işleyiş biçimlerinin üçüncü dünya ülkelerine pazarlanması, serbest zamanın doldurulmasında iletişim araçlarının aktif konuma yükselmesi, içeriğin ve biçimin siyasal ve ekonomik iktidarlar kontrolünde olması, birinci bölümde altını çizdiğimiz bireyin yaşadığı yanılsamayı derinleştirmiştir. Birey reel yaşamdan kaçışında soluğu aldığı iletişim araçları, reel yaşamın meşrulaştırıcısı konumunda yanılsamayı derinleştirmiştir.

3.1.4 Televizyon: İzleyici Olarak Birey

1936 yılında sürekli televizyon yayınlarının başlamasıyla sinema ve radyo kullanımı derinden sarsılmıştır. Televizyon teknolojisi kendisinden önce gelen matbaa, telgraf ve radyonun anlatımsal özelliklerini güçlendirerek ve değiştirerek devam ettirmiştir. Televizyon, görüntü ile çılgınlığın etkileşimini mükemmel ve tehlikeli bir kusursuzluk katına çıkararak, telgraf ile fotoğrafın epistemolojik yönelimlerini en güçlü

biçimde dışa vurmayı sağlamıştır.¹⁵⁸ Ancak basılı ve sözlü yayınlara esas darbeyi televizyonun 1960'larda yaygınlaşması vurmuştur. İlginin daha çok televizyona kaymasıyla birlikte bu medya ortamlarının sunduğu haber verme, dini ve eğitim yayınları, kamusal aktiviteler, eğlendirici içerikler televizyon dünyasına uygun hale getirilmeye başlanmıştır.

Televizyonun, bireyin gündelik yaşamına dahil olmasıyla birlikte medya, sosyoloji ve psikoloji alanlarında akademik çalışmaların konusu haline gelmiştir. Bireyin televizyon iletilerine karşı pasif mi yoksa aktif bir konumda mı bulunduğu, televizyonun gerçekliği direk yansıttığını yoksa onu şekillendirdiğini ya da televizyonun bir eğlence aracı mı yoksa kamusal bir araç olduğu sorunları, ilk dönem araştırmalarının ana konularıydı. Ancak televizyonun bireyin bir uzantısı ve toplumun kültürünün parçası olduktan sonra tüm bu sorular anlamını yitirmektedir. Çünkü televizyon bireyin günlük yaşamının içsel bir konumuna yükseldikten sonra etkileşimin ne yöne olduğunu saptamak da zorlaşmıştır.

Televizyon üretimi 1947 ile 1952 yılları arasında büyük bir patlama yaşamıştır. Yüz binlerle ifade edilen televizyon kullanıcı sayısı bu beş yıl aralığında muazzam bir artış göstermiştir. Önce on beş milyona daha sonrada yirmi milyon televizyon sayısına, ondan da birkaç kat fazla kullanıcı sayısına ulaşılmıştır. Amerika Birleşik Devletleri'nin başını çektiği televizyon izleyici sayısı, 70'lerin ortasından itibaren tüm dünyada hızlı bir artış gösterdi. Radyo yayını yapan birçok devlet kurumu da televizyon lisansları almaya ve stüdyolarını kurmaya başladı. Nitekim televizyona kayan ilgi, iktidarlara da toplumsal kontrol için de muazzam bir alan açıyordu. Birçok devlet televizyonu da ilk stüdyolarını kurarak ileride büyüyecek sektöre öncelik ediyordu.

¹⁵⁸ Postman, s. 91

Evlerde oturma alanlarını bile düzenleme gücüne sahip olan televizyon, her ailenin etrafında toplandığı bir araca dönüşmüştür. Televizyon, oturma odalarımızın düzenine, sohbet konularına, zevk anlayışlarına, beklentilerimize, eğlence anlayışımıza, yani hayatı algılayışımıza hakim olmakta ve yön vermektedir.¹⁵⁹ Gunther Anders'in terimleri ile, TV, "negatif bir orta masası" olmakta evin içinde aile üyelerini bir araya toplayan bir merkez oluşturmak şöyle dursun, bir "kaçış caddesi (avenue of escape)" olmaktadır.¹⁶⁰ Aile bireylerinin izleyicilik aktivitesi, tartışmacı izlemekten ziyade, bireyci izlemeye yönelik gelişmiştir. Evin en küçüğünden en yaşlısına kadar hiçbir birey televizyon izlemekten alıkonamazdı. Postman'ın belirttiği gibi televizyon en yoksulluk durumunda bile izlemeyi vazgeçmeyi gerektirmez o hayatın, yeni epistemolojinin kumanda merkezidir.¹⁶¹ Eğitimden spora, dinden siyasete hayatın her alanıyla ilgili mutlak sözü ve belirleyiciliği olan bir araç konumuna yükselmiştir. Bireyin matbaadan itibaren tanıştığı enformasyon çokluğu televizyonla aktarılan enformasyonu niceliksel olarak aktarmasa da geçerlilik bakımından ilk sıraya yükseltmiştir.

Teknolojik aygıtlar, içinde bulunduğu toplumsal koşullara göre şekillenirken aynı zamanda gelişmekte olan koşulların olgunlaşmasına da katkıda bulunur. Televizyonun yaygın kullanımından önce, telgraf sonrasında radyo ve sinema ile bireyler zaman ve uzamın kısaldığını deneyimledi. Ancak televizyonun, bu iki aracın sentezi olarak ortaya çıkması, anlam ve gerçeği algılamada görselliği ön plana çıkardı. Bu bireyin görsel kültüre geçişinin de en sağlam adımıydı. Matbaa ile başlayan görsel düzenleme ve sunumun önemi televizyon ile en üst seviyeye çıkmıştır. Bu bağlamda gerçekliğin algılanmasında hem görmeyi hem duymayı aynı anda gerçekleştiren televizyon, gerçekliğin kaynağının tek konumuna da yükselmiştir.

¹⁵⁹ Ozan Otan, **Televizyonda Gerçeklik Algısı**, 1. Basım, İstanbul: Agora Kitaplığı, 2014, s. 104

¹⁶⁰ Ünsal Oskay, **Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri Kuramsal Bir Yaklaşım**, s. 12

¹⁶¹ Postman, s. 91

İzleyicinin/dinleyicinin/okuyucunun yıllar içerisinde aracın gerçeği yansıttığı fikri televizyon ile daha da güçlenmiştir. Televizyonlarda gerçekliğin en çok ön plana çıkarıldığı program türü, haber bültenleridir. Televizyonda izlediği haberin gerçeği yansıttığını, kameranın gerçekliğin yansıtıcı olarak kabul eden izleyici, gerçekliğin bu şekliyle yanılısamayı da kabul etmektedir. Birey gerçekliğe sahip olmanın ve olacağının yanılısamasını yaşamaktadır. Televizyonda ileti oluşturulurken birçok süzgeçten geçerek biçimlenmektedir. İleti doğrudan alıcıya/izleyiciye ulaşmaz. Her televizyon kanalı aynı zamanda kar amacı güden, reklam alıp veren şirkettir. O yüzden hepsinin iddiası her zaman kendilerinin izlenmesinin izleyiciye bir şeyler katacağı yönündedir. Örneğin, haber veren kanalların hepsi gerçeği aktaranların kendileri olduklarını iddia ederler. Ancak her kanal bağlı olduğu gelenek, ideoloji ve görüşün dışında hareket edemediği gibi haber sunum anında da sunucu tarafından izleyiciyi ikna etmek için haber yeniden üretilmektedir. Bu noktada haberler izleyiciye sunulurken televizyonun tüm teknolojik imkanlarından yararlanılmaktadır. Haberlerin içerisinde etkileyici görseller, sesler ve hatta dikkat çekici müzikler kullanılmaktadır. Postman'a göre ise haber bültenlerinin içerisinde müzik kullanılmasının sebebini sinema filmlerinde ve tiyatro oyunlarındakiyle benzer bulur: şaşırtıcı ve eğlendirme duygusunun televizyonda her daim canlı tutulması. Ama programın çerçevesi müzikle çizildiği sürece, izleyici ciddi biçimde dehşete düşülecek bir şey olmadığını, aslında aktarılan haberlerin gerçeklikle ilgisinin bir oyundaki sahnelerden farksız olduğuna inanma konusunda gönlü rahat olur.¹⁶² Gerçeği verdiğini iddia eden her haber bülteni, bireyin dünyasında yanılısama üzerine inşa edilmiş gerçekleri kabul ettirmeye çalışmaktadır. Birey, televizyonda izlediğinin bir sinema filmi gibi ya da izlediği bir oyun gibi perde de ya da sahnede kalacağını varsayar. Çünkü haberin sansasyonel aktarım dili ve kurgulanıyor olması, bireyde aynı algıyı canlanmaktadır. Enformasyon-eylem oranı ise zayıflar, çünkü hiç kimse sinemada izlediği bir şeyi gerçek olarak alıp eyleme geçmez. Nitekim televizyonda kendinden önceki araçların endüstriyel üretim modellerini benimseyip ileriye taşıyarak; gerçeğin bükülmesine, enformasyonun etkisizleşmesine katkıda bulunmuştur.

¹⁶² Postman, s. 117

Televizyon, gerçeğin sunumunu gerçekleştirirken, her zaman reel yaşamdan aldığını dönüştürmez. Bazen direk yaşamın içinden olmayan durumları gerçek olarak sunmaktadır. Kamera, mikrofon, ışık, kısacası televizyon stüdyosundaki her araç ortak yanılmanın aksine gerçekliği aktarmaz, onu kodlayarak aktarmaktadır. Kodlama esnasında ise gerçekliği tekrardan inşa edip kabul ettirebilmek için araçlarıyla her yola başvurur. Bundan dolayı sunulan iletiler bir yeniden gösterim olarak; el değerek ideolojik bir gerçeklik olarak kodlanmaktadır. Ortaya atılan gerçeklik iddiasının, ideolojik yanının gözükmemesi için nesnellik perdesiyle gizlenmektedir. Nesnel gerçeklik ve televizyonun ürettiği iletiler arasındaki ilişki bir yanıla teknik üretim biçimleriyle ilişkili iken diğer yanıla egemen ideoloji ve onun işleyiş dinamikleriyle ilintilidir.¹⁶³ Televizyon da kendinden önceki kitle iletişim araçları gibi kapitalist sistemin toplumsal ve ekonomik alanda yaptığını ekranda gerçekleştirir. Bu bağlamda televizyonun, tam da neoliberal kapitalist dalgayla her yere sirayet ettiğini vurgulamakta fayda bulunmaktadır. Yukarıda anlatıldığı gibi bu süreçte haber başlığı altında gerçeğin metalaşması da sistemin doğası gereği ortaya çıkmıştır.

Televizyonun günlük yaşamın başvuru kaynağı haline gelmesinden sonra birey çevresinde ve içinde yaşadığı toplumda neler olduğunu buradan öğrenmektedir. Toplumsal bir düşünümSELLİK olarak karşımıza çıkan haber, temsiller yoluyla, toplumsal dediğimiz özneye, kendi bilincini kuracak yapılanmış bilgiyi sunmaktadır.¹⁶⁴ Yapılandırılmış bilgi ise toplumsal ekonomik iktidarın kontrolündedir. Televizyon ve reel dünya arasındaki bağlantıyı kuramamak, televizyonun sadece bir yansıtıcı olduğu fikrini savunmaya itebilir. Ancak televizyonu salt bir yansıtıcı olarak kabul etsek bile toplumsal yaşamdaki eşitsizlikleri, yine meşrulaştırıcı ve normalleştiricisi olarak kabul etmemiz gerekmektedir. Her gün her an evlerinde ulaşabilecekleri ve günün çoğunluğunda açık kalan aygıt toplumsal eşitsizlikleri her gün tekrar ederek onların derinleşmesine katkıda bulunacaktır. Örneğin cinsiyet eşitsizliği konusunda televizyonlarda her gün her an mevcut durumu meşrulaştırıcı söylemler, bazen

¹⁶³ Otan, s. 45

¹⁶⁴ Otan, s. 31

istenmeden de olsa tekrarlanmaktadır. Televizyonda, izleyiciye görünür olanların, aldığı eğitim, hayat görüşü, inanç ve değerleri de onlarla birlikte görünür olmaktadır.

Bireye sunulan yapılandırılmış bilgiler oldukça çeşitlidir. Birey her televizyonun karşısına geçişinde neredeyse dakika başına yeni bir bilgi ile karşılaşmaktadır. Televizyonun, izleyicisine verdiği bilgiler, dezenformasyonun enformasyon olarak aktarılmasından başka bir değildir. İlgi alanına yönelik izlediği programlar, bireyin, yüzeysel bilgisini arttırdığı gibi bireyde konuya hakim duygusu uyandırmaktadır. Çünkü televizyon anlatısı her zaman basit anlaşılır, uygulama ve pratikten uzak olarak aktarılır. Birey izlediği, duyduğu her konu hakkında fikir sahibi olduğunu zanneder, reel yaşamında da bunlardan faydalanmaktadır. Çoğunlukla bir sorunla karşılaşmaması da onun bu yanılgısını güçlendirir. Bireyin bu durumunu Alain Badiou'nun televizyon-filozof kavramıyla tanımlayabiliriz.

Tüm bu gerçeklik tartışmalarının üzerine Fransız düşünür Jean Baudrillard ise simülasyon kuramını ileri sürmektedir. Baudrillard "gerçeklikten yoksun gerçeğin modeller aracılığıyla türetilmesini hipergerçek yani simülasyon"¹⁶⁵ olarak tanımlamaktadır. Ona göre gerçeklik çoktan ortadan kalkmış, var olan gerçeklik algılaması ise bir yeniden üretim sürecine giren nesneden başka bir şey değildir. Gerçeklik artık işlemsel bir görünüme sahip olduğu için medya ortamlarında (bellekler, ekranlar, matris) yeniden üretimi kolaylıkla sağlanabilmektedir. Üretilen gerçeklik sentetik, hipergerçekliktir.¹⁶⁶

Televizyonun, medyanın gerçek olmayan bir şeyi gerçekmiş gibi sunmasını, bireyler, tarafından ise bu gerçekliğin kabul edilerek uygulamaya konmasını Baudrillard simüle etmek kavramıyla açıklamaktadır. Bu noktada ise simüle edilen şeyin durumun

¹⁶⁵ Jean Baudrillard, **Simülakrlar ve Simülasyon**, Oğuz Adanır (çev.), 11. Basım, Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2017 s. 13, 14

¹⁶⁶ Baudrillard, s. 15

aksinin kanıtlanmasının mümkün olmadığını, çünkü benimsenen gerçekliğin bilinçaltına yerleşerek semptomlar gösterdiğini ileri sürmektedir. Hastalık üzerinden örneklendiren Baudrillard'a göre; hastalığı simüle eden birey hastalığa dair semptomlar gösterdiği için kimse ona hasta değilsin diyemez. Nesnel gerçeğin ortadan kaybolmaya başlamasıyla birlikte bu gerçeklik ilkesi giderek güçten düşerken, bütünsel, sanal bir gerçekliğin giderek güçlendiği görülmektedir."¹⁶⁷ Medyanın tarihsel teknolojik gelişimi sürecinde de tam olarak bu yaşanmıştır. Gerçeklik yavaş yavaş kendini simülasyona bırakırken bireyler de birer yanılsamaya hapsolmuştur. Baudrillard için gerçeklik tümüyle yok olduğu için bir yanılsama, illüzyondan söz etmek de mümkün gözükmemektir. Ancak gerçekliğin yokluğunu dolduranın yanılsama olduğunu rahatlıkla saptayabilmekteyiz. Çünkü günümüz insanı tamamıyla gerçekliğin içinde yaşadığını varsaydığı bir yanılsama içerisinde. Bu bağlamda yanılsamanın varlığı, gerçeklikten tamamen kopmuş, artık ona ihtiyaç duymamaktadır.

Baudrillard'a göre araçlar gerçekliğin bir benzerini üretmek için, simülasyonlar yaratmakta, gerçekliğe saldırmaktadır. Televizyon ise bunun için paha biçilemez bir araçtır. Televizyonda her gün her an gerçekliğin bir benzeri üretilmekte ve izleyiciye sunulmaktadır. Haber bültenleri, gündüz kuşaklarında "kadın programlarında" incelenen aile dramları, reality showlar gibi niceleri gerçek hayattan çekip aldığını iddia ettikleri konularla, gerçeği istedikleri gibi eğip bükebilmektedirler. Televizyon kameranın varlığı ile izleyiciye sunduğu açılarla; gerçek hayatta göremeyeceğiniz kadar aşırı yakın çekimler, göremediğiniz alanlara odaklanarak izleyiciye "röntgenci" hissi yaşatması ve bununla normalde elde edemeyeceği hazzı sağlamasıyla anlam ve gerçeği bükerek iletmektedir. Televizyon programlarına çıkan aileler, gruplar ve bireyler ise Baudrillard'ın benzetmesiyle, Antikçağ kurban törenlerine benzer biçimde ödüllendirilmek ya da öldürülmek üzere seçilmişlerdir. Kabilesele törenler izlenimi veren ancak daha geniş bir kitlenin töreni. Son dönemde bir öğlen kuşağında tüm Türkiye'nin gündemini meşgul eden Palu Ailesi vakası gibi.

¹⁶⁷ Otan, s. 89

Simülasyonun güçlenmesiyle gerçek ile düş arasındaki ayrım ortadan kalkmıştır. Baudrillard'a göre imgenin son aşaması olan gerçeklikle uzaktan yakından ilişkisi olmayan kendi kendini yaratan saf simülark imgeye geçiş gerçekleşmiştir. Böylelikle gerçeklikten bağımsız şekilde yanılsama kendini üretebilir bir yapıya kavuşmuştur. Eğer bir şeyin imgesi o şeyin kendisine yeterince yakınsa, belki de o şeyin kendisini ihmal edebilir.¹⁶⁸

Televizyonun sunduğu gerçeklik, artık gerçek olarak ulaşmak istenilenin yerini almaktadır. İmge üretimi, neoliberal dalganın da katkısıyla toplumda medyanın her kanalında yeniden üretilerek tüketim toplumunu canlı tutabilmektedir. Ekonomik, kültürel ve siyasal alanda kendisine karşı olan her şeyi içine çekerek etkisiz hale getirmekte, yeniden üretilip izleyiciye/kitleye sunmaktadır. Her türlü nesnenin tüketim nesnesine dönüşümü, ürünlerin tüketici kitleye tanıtımı televizyon gibi her eve sızan araç sayesinde kolaylaşmıştır.¹⁶⁹ Her yerde sayısız üretilen anlama maruz kalan birey, üretilen imgeler karşısında etkisiz kalmaktadır.

Baudrillard'ın simülasyon evreni ile Adorno'nun kültür endüstrisi kavramı arasında yakın bir bağ vardır. İki kavram dahilinde de toplumsallık günümüz dünyasında zayıflamış, yerini kitleye bırakmıştır. Kitle; anlamsal önem taşımayan, toplumsalın içi boşaltılmış, yönlendirilmeye açık iradesiz bir yapıyı tanımlamaktadır. Aynı şekilde iki kavramın kültüre bakışı da ortaktır. Simülasyon evreninde var olan kültür, kitle kültürüdür; içi boşaltılmıştır. Radyo, televizyon ve sinema gibi medya araçları, kültür tüketimi üzerine kurulu toplumda büyük rol oynamaktadır. Baudrillard'da televizyon simülasyon aracına, Adorno da ise endüstriyel bir araç olarak kabul görmektedir. Kültür endüstrisinde de simülasyon evreninde de gerçek, yaratılan

¹⁶⁸ Robert Kolker, **Film Biçim ve Kültür**, Fırat Ertınaz, Ali Güney, Zeynep Özen, Onur Şakır, Berivan Tokem, Diclek Tunalı, Ertam Yılmaz (çev.), Ankara: De ki Yayınları, 2011'den aktaran Otan, s. 40

¹⁶⁹ Otan, s. 94

yanılsamalarla yer değiştirir. Adorno'ya göre medya araçlarında üretilen filmler, diziler, programlar ve dergiler "kendi içinde ve hep birlikte söz birliği içinde"¹⁷⁰ bir sistem oluştururlar. Birey ise bu iki yapı içerisinde de gittikçe birbirine benzeyen, standartlaşan ve kitleleşerek bireyci hal almaktadır. Toplumsal bireysellikten uzak birey her gün kendisine aktarılan yarışmacı kültürün öğeleri ile rakiplerini yargılamakta onlara benzemekten kendini alıkoyamamaktadır.

Kültür endüstrisinde bir ilerleme olarak ortaya çıkan, sürekli yenilik olarak sunduğu şey, hep aynı olanın kılığının değiştirilmesinden ibarettir; değişikliğin her yerde gizlediği, kültür üzerinde egemen olduğu günden beri değişmeden kalan kar güdüsü gibi, hiç değişmeyen bir iskelettir. 17.yüzyılda popülerleşen romanlar, hızlı sansasyonel haberciliğin telgraf ile ulaştırılması, radyo ve sinemanın, hızla eğlendirme üzerine eğilmesi gibi televizyonda birçok kamusal ve eğitici olabilecek özelliklerine rağmen, kendinden önce gelen medya araçlarında olduğu gibi kitleleştirici, eğlendirici, egemen güç uzantısı, popülist bir araca dönüşmüştür. Televizyon ürününün içeriğinin belirlenmesinde de kendisinden önce gelen yaygın medya araçlarının geliştirdiği formatlar, biçimler, anlatı üslupları belirleyici olmuştur. Örneğin okuyucu/dinleyici/izleyicide merak uyandıran "seri şeklinde parçalı aktarma" ilk önce romanlarda başlayan seri hikayeler ardından gazetelerde haftalık bazen günlük olay anlatımı ya da araştırma dosyaları ile devam etmiştir. Birçok gazeteci ve yazar bu şekilde ün sahibi olmuştur. Anlatıyı parçalara bölerek aktarma tüketicinin sürekli takibini istediği için anlatı etrafında belli bir kitle de yaratmaktadır. Bu aktarma biçimi radyoda "arkası yarın" programlarıyla, sinemada bir karakter için çekilen seri filmlerle sürdürüldü. Televizyon ise bu mirası sürdürerek karakter ve olay örgüsü etrafında her bölüm şekillenen dizi formatını sunmuştur. 1950 sonlarında en popüler on programdan dokuzu dramatik dizi olacak kadar popülerleşen dizi formatı günümüz televizyonlarında da aynı etkiyi sürdürmektedir.¹⁷¹

¹⁷⁰ Theodor W. Adorno, **Kültür Endüstrisi**, Nihat Ülner, Mustafa Tüzel, Elçin Gen (çev.), 10. Basım, İstanbul: İletişim Yayınları, 2016 s. 19

¹⁷¹ Otan, s. 185, 186

Televizyonda sunulan diziler, gerçekliğin yerine geçen yanılsamanın, bükülmüş bir gerçekliği, ayna ile yansıtır gibi izleyiciye sunmaktadır. Son dönem Türk televizyon kanallarında tarih dizilerinin ortaya çıkması, gerçekliğin istenen ideolojik dönüşümler sonrasında izleyiciye sunulması ve karşılık bulması buna bir örnek olarak gösterilebiliriz. Pozitivist tarihin aksine ideolojik göstergelerle, günlük siyaseti takip edecek kadar çarpıtılmış bu diziler, televizyon aracılığıyla bireyin, tarihin belleğini silip, yok etmeye çalışmakta, simülasyonu kurma çabası içerisindedir. Yaratılan gerçeklik, televizyonun efekt imkanlarıyla kostüm, müzik, dönem mimarisi, konuşma üslupları gibi prodüksiyon katkılarıyla tarihin benzerini, yanılsamasını yaratabilmektedir. Ortaya çıkan bu teatral hava televizyonun bir mit üreticisi olduğunun da kanıtıdır. Birçok birey tarafından inanılan bu ‘gerçeklik biçimi’, tarihin olgusal yanını yok etmekte, onun yerini almakta, Baudrillard’ın dediği gibi imge gerçeği ihmal etmektedir.

Televizyonda üretilenler, izleyici için takibi en basite indirgenmiş biçimde tasarlanmıştır. Dizilerin yanı sıra, tartışma programları, spor programları, yemek programları ve dini programlar gibi her program türü belli işaretlere ve anlatım diline sahiptir. İzleyici televizyonunu açtığında gördüğü birkaç sembolle ya da ekranın altında akan yazı rengiyle (örneğin; spor programlarında yeşil, haber tartışma programlarında kırmızı tercih edilmekte) ne izleyeceğini anlar. Bu noktada bu program türlerinin hepsinde kullanılan ve sürekli tekrar edilen (kanal farklı bile olsa temel işaretler hep aynıdır) işaretler ve kalıp anlatım üslupları gerçekliğin, aktarılan mitin ahenginin bozulmaması içindir. Bu şekilde birey içeriği ve biçimi değişmeyen, sadece kanal logolarının değiştiği programları izlemektedir. Televizyon programlarının anlatım biçimleri, bireye yönelmiş olan ifadeleri ve problem çözme tarzları dolayısıyla bireyin toplumsal gerçekliği algılaması bir yanılsamaya dönüştürülmektedir.¹⁷² Televizyonun, yanılsamayı canlı tutabilmesi sürekli bu durumu yinemesinden geçmektedir.

¹⁷² Otan, s. 116

Birey için televizyon çok şey ifade etse de televizyon için birey meta olmaktan öteye geçememektedir. İzleyicinin ekranda gördüğü her şey, bir şey satın almayla ilgilidir. İzledikleriyle birey, ekranda kendini görmekle kalmaz, sınırlarını ve şartlarını da bilir hale getirilmektedir. Böylelikle tüketiceğinin limiti, tüketiceği kategoriler de belirlenmiş olur. İnternet çağından önce reklam, program kuşaklarına göre belirlenmiş olup, (televizyonda bu biçim hala sürdürülmekte) program içeriğine göre reklamlar verilmektedir. Kadınları ev hanımı olarak kodlayan televizyon, öğlen saatleri ve akşam saatlerinden önce genellikle ev işleri ürünleri, bakım malzemeleri ya da annelerin çocuklarına yönelik alacakları ürünlerin reklamlarını sunmaktadır. Ürün üreticisi için ürünü kimin alacağının bir önemi olmasa da toplumsal cinsiyet kalıpları ile kodlanan reklamlar, televizyonun eril bir araç olduğunun göstergesi olduğu gibi eşitsizliklerinde derinleştiricisi olduğunun kanıtıdır. Bu tarz kodlamalar, göstergelerle, herkes sınırını bilmekte, buna uygun davranmakta, tüketiceğini de kendi kategorisine (cinsiyet, yoksulluk, yaş) yönelerek almaktadır. Tüketiciler, araştırma kuruluşları tarafından çizilen ve propaganda amacıyla kullanılanlardan ayırt edilmeyen haritalarda kırmızı, yeşil ve mavi alanlarla değişik gelir gruplarına göre ayrılarak birer istatistik malzemesine dönüşür.¹⁷³ İzleyici alacağı şeyin hem sahibi hem de metası konumuna gelir, televizyon ise bunu sürekli yansıtarak devam ettirir. Öte yandan televizyonun izleyiciye tüketmesi için sunduğu ürünleri; başrol karakterlerle dizilerde kodlayarak, reklamlarda beğenilen sanatçılara ya da gerçekçilik vurgusuyla halktan gözüken insanlarla (bu gösterim biçimi ayrıca sorunludur) göstermesi: izleyicinin olmak istediği birey için gitmesi gereken yolu gösteren işaretlere dönüşür. Tükettiği her ürün bir işaret, her işaret ise başka bir ürünü bireyin önüne serer. Böylelikle arzuladığı bireye dönüşmek isterken, bitmek tükenmek bilmeyen yolda birey, nesneye dönüşür. Arzuladığı noktaya ulaştığını düşünen birey ise doyumsuz bir yanılsamaya kendini teslim etmektedir.

Medyanın tarihsel sürecinde; yazı ile başlayan, matbaayla devam eden, günümüzde yeni medya teknolojileriyle devam eden, süreç birbirinden bağımsız olarak

¹⁷³ Adorno, s. 51

gelişmemiştir. Her yeni araç kendinden sonra gelen aracın içeriğini, anlatısını belirlemiştir. Yeni araç ise içine doğduğu toplumsal yapı içerisinde kendine alanlar açmış, etki gücünü genişletmiştir. Bir önceki aracı deneyimlememiş bir topluluğun diğer araç karşısındaki durumunu kestirmek olanaksızdır. Medya araçları bireyin içsel ve dışsal yaşamında var olan yanılsamaları derinleştirmiş, geliştikçe de yaratıcısı konumuna yükselmiştir. Bundaki en büyük etken ise araçlardaki teknolojik gelişmişlik ile artan etkileşim gücüdür. Televizyon ile bireyin diğer bireylerle araç yoluyla ya da sunulan içeriklerle etkileşimi daha da artmıştır. Televizyon her ne kadar atomlaşmayı, bireyci izlemeyi de beraberinde getirir de; tüketilen içeriklerin aynı olması, bireylerin de benzeşmesini beraberinde getirmiştir.

Medya araçları tarafından sunulan enformasyon, bireyin reel yaşam tecrübelerinden ayrı düşmekte, nesnel bilgilerle sürekli ilişki içinde olan bilgi temelli, araç temelli bir yaşama geçmektedir. Bu yolla bireyin tecrübelerine dayanan yaşam tarzı araç tarafından yönlendirilen bir boyuta geçmektedir. Medyanın bireye sundukları ise seçilerek verilmekte mevcut ideoloji desteklenmekte, ya da yaratmaktadır. Böylelikle ortaya çıkan birey, kitle tarafından kabul görmüş düşüncenin dışına kolay kolay çıkamamakta, bireyselliğini gerçekleştirdiği yanılsamasını yaşamaktadır.

3.2 MEDYA ÇALIŞMALARINDA BİREY VE ETKİLEŞİM

Medya tartışmaları içerisinde bireyin konumu oldukça sorunludur. Pozitif bilimsel düşünüş içerisinde belirlenen ilk iletişim çalışmalarının, dönemin genel düşünsel iklimiyle de ilişkili olarak davranışçı yaklaşım içerisinde gelişen itki-tepki kuramı ekseninde biçimlendiği gözlenmektedir.¹⁷⁴ İlk dönem tartışmalarda birey izleyici olarak pasif bir konuma yerleştirilmiştir. Ancak ikinci dönem medya ve iletişim

¹⁷⁴ Filiz Aydoğan (ed.), **İletişim Çalışmaları**, içerisinde, Pasif İzleyiciden Aktif Üretici İzleyiciye İletişim Bilimlerinin Serüveni Ya Da Yeni Bir Paradigmanın Ayak Sesleri, Nazife Güngör, İstanbul: Derin Yayınları 2015, s.16

çalışmalarında ise birey daha aktif bir konuma yerleştirilmiştir. İlk dönem çalışmaların ana eksenini Frankfurt Okulu'nun çalışmaları belirlemekteydi. 1930'lar Avrupa'sının kitlesel yönlendirmelere dayalı dikta rejimlerinin bu tezin, özellikle de kitle toplumu yaklaşımıyla ilişkili yanı üzerindeki etkisinden söz edilmektedir.¹⁷⁵ Gerek kitle toplumu gerekse uyaran-tepki kuramı etkisinde iletişim alanını yönlendiren kuramlar da kitle iletişim araçlarının izleyici üzerinde sınırsız etkiye sahip olduğu görüşü çevresinde biçimlenmiştir. İkinci dönem çalışmalar da ise Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımı, bireyin pasifliğine itiraz ederek görece, iletişim araçları karşısında daha aktif olduklarını ileri sürmüşlerdir. Bu araştırmalar sonucunda elde edilen bulgular, bireyi toplumun atomize birimi olarak ele alan anlayışın giderek zayıflamasına, yerine insan yanıyla, aklıyla, ruhsal ve duygusal özellikleriyle kendine özgün olan birey olgusunu öne çıkaran anlayışa doğru bir evriliş gözlenmektedir.¹⁷⁶ Medya çalışmalarında bu iki temel yaklaşım; bireyin iletişim araçlarını kullanmasına yönelik sorulan 'birey bu araçları kullanırken pasif midir yoksa aktif midir?

Medya çalışmalarının ilk döneminde bu soruya verilen yanıt; bireyin iletişim araçları karşısında pasif olduğudur. Eleştirel yaklaşım olarak da adlandırılan bu yaklaşım W. Benjamin, T. Adorno ve M. Horkheimer öncülüğünde bir aydınlanma ve modernizm eleştirisi üzerinden kültür endüstrisi kavramsallaştırılmasıyla medyaya da yönelmiştir. Bu yaklaşıma göre; kitle toplumu kavramında da şekillenen bu düşünceye göre; birey egemen düşüncenin etkisindedir. Kitle iletişim araçlarındaki teknolojik gelişmelere bağlı olarak artan etkileşim yanılsamayı derinleştirmiştir. İlişki, doğrudan teknolojinin gelişmesiyle ortaya çıkmadığı gibi, kitle iletişimin en başında; sözlü kültürden, yazılı kültüre geçiş de ortaya çıkan ve yazının iktidar tarafından kodlanarak kullanımı, diğer kitle iletişim araçlarında da artarak sürdürülerek devam etmiştir. Bireyi eleştirelden uzak tutan, eşitsizliklerini tükettiren, birbirine benzeterek endüstriyel hale getiren, reel yaşamın kabulünden öteye geçirmeyen, bu teknolojik dönüşüm süreçlerinde; bireysellik yerini bireyciliğe, toplumsallıktan uzak kitleye dayalı, bir yapı ile yanılsamaya bırakmıştır.

¹⁷⁵ Nazife Güngör, **İletişim Kuramları ve Yaklaşımları**, 4. Basım, Siyasal Kitabevi, Ankara: 2018, s.127

¹⁷⁶ Güngör, s. 127

Yanılsamanın varlığını, kalıcılığını, sağlayan ise etkileşim gücüdür. Yukarıda teknolojik gelişimsel süreçte incelenmiş olan sözlü kültürden, görsel kültür dönemlerine kadar, etkileşimin artması ve çeşitlenmesi bireyler üzerinde, içsel yapılarında değişimler meydana getirmiş, çevrelerini yorumlama biçimleri farklılaşmıştır. Her yenilikçi teknoloji, bir önceki teknolojiden, bireysel ve toplumsal yaşamı etki altında tutacağı özellikleri içine katmış, geline nokta ise bireyin içinden çıkamayacağı endüstriyel yapıya dönüşmüştür. Etkileşimin çok boyutlu hale gelmesi, direkt iktidar odakları tarafından kullanılmayan ama ona hizmet eden bireyler arası gücü ve tahakkümü ortaya çıkarmıştır. Her yeni teknoloji tahakkümden kaçış ve değişimin adresi gibi vaatlerle gelse dahi bunun çok geçmeden böyle olmadığı anlaşılmaktadır. Ekonomik temele bağlı olarak her yeni iletişim teknolojisinin hayatın her alanına sirayet etmesi, bireyler tarafından kullanımının mecburi kılınması bu uzun sürecin şifrelerindendir. Yeni teknolojinin dönem içerisinde başat konuma gelmesi, bireyler tarafından içselleştirilmesi sonucunda kültür de yeni bir aktarıma geçiş yapmaktadır. İletişim araçları zorla, dayatmayla insanlara kullanıdırılmasa da kitlenin etkileyici, baskıcı gücü ve iletişim araçlarının sunduğu yenilikler bu yeni teknolojilerin her alanda başat konuma gelmesini sağlamaktadır.

Her gelen yeni araç, biraz daha günlük yaşamın parçası haline gelmiş, en son televizyonun gün boyu yayınları ve her eve girmesiyle bireyin uzantısı ve kültürünün bizzat kendisi haline almıştır. Aracın bu denli günlük yaşam içerisine girmesiyle beraber, aracın verdiği mesajlar doğrudan reel yaşamın da belirleyicisi olmuştur. Aracın mesajı her an evde tekrarlanarak etkileşimi arttırdığı gibi sosyal yaşam içerisinde birey girdiği ilişkilerde de bu mesajı tekrarlamaktadır. Bu şekilde var olan yanılsama kitle iletişim araçlarıyla bir kez daha üretilir, birey ise oradan alarak sosyal yaşamında yeniden üreten bir yanılsama döngüsüne girmektedir.

Kitle kültüründeki yanılsama, reel toplumun içinde somut olarak yer alan yabancılaşmanın hissedilmesini, bu yabancılaşmanın gözlerden saklanması; insanların somut olarak toplumsal hayatta var olan yabancılaşma olgusunu göremeyecek kadar "eblehleştirilmesini" amaçlar.¹⁷⁷ Kitle toplumunun bireyleri, her biri bir diğerinin aynı, aralarında herhangi bir fark bulunmayan, sıradan, bilinç düzeyi oldukça düşük, kitlesel yapının dışında kaldıklarında kendi başlarına hiçbir değer ifade etmeyen, ancak kitle yapısı içerisinde bir arada anlamlı veya belli ölçüde bir güç alanı oluşturabilecek atomik birimlerdir.¹⁷⁸ Birinci bölümde de üzerinde durulduğu gibi, bireyler, kitle içerisindeki meta durumunda olmalarından habersiz olarak, yanılsamalı bir bireysellik içerisinde sürüklenirler. Bu noktada kitle iletişimin ortaya çıkışında teknolojik gelişmişlik son derece önemlidir. Nitekim teknolojik ilerleme sonucunda; eski yeni araçların birbiriyle etkileşimi, bireylerin yeni araçları kullanmaları, iktidarın araçları kullanımı ve içeriğin düzenlenmesindeki rolü yanılsamanın boyutlarını ortaya çıkarmıştır.

İnsanın birey olma süreci ile kitle içerisinde meta olma süreci, bir süreden sonra iç içe geçtiği için birey olmanın yerini bireyci olmak almış, geriye ise insanlara yanılsamasını bırakarak bireyselliğin ve kolektivitenin üstünü örtmüştür. Kitle toplumu içerisine sıkışmış birey kalabalıkları içindeki yalnızlık rolünü üstlenmiş, bunalımla yaşamayı kabullenmiştir. Nitekim bunalımı aşmanın yolunu onu görmezden gelerek, ondan kaçmakta (daha çok kitle toplumuna doğru) bulmaktadır. Birey bir yandan içinde bulunduğu bu duruma karşı çıkarken, her karşı çıkışında bireyliğini terk edip kendini yine meta olarak bulmaktadır. Adorno'ya göre medyanın ürettiği mesajlar bunun ana kaynağıdır. Ona için, kitle kültürü ürünleri derinlikten yoksun, eğlence için üretilmiş yüzeysel ürünlerdir.¹⁷⁹ Burjuvazinin, birey temelli toplum öngörmesi sonucunda bireyler, yeni dünyanın etik anlayışı içerisinde birbirlerinin rakibi konumuna gelmiş, toplumsallık özelliğini iktidarın yönlendirmesiyle eleştirelilikten, sorgulamadan uzak benzeşen kitleye bırakmıştır. Bu noktada Oskay'ın aktardığı kitle toplumunun özelliklerine bakmakta fayda bulunmaktadır:

¹⁷⁷ Oskay, *Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım*, s. 158

¹⁷⁸ Güngör, *Pasif İzleyiciden Aktif Üretici İzleyiciye İletişim Bilimlerinin Serüveni Ya Da Yeni Bir Paradigmanın Ayak Sesleri*, s.19

¹⁷⁹ Yaylagül, s.103

a) insan ile insan arasındaki ilişkileri meta ile meta arası ilişkiler olarak göstermesi, b) sistemin kendi işleyiş mantığına göre işlemedeki "etkinlik" sorununu, insanın daha özgür yaşama ulaşabilme sorunun üstünde tutması; c) bilgiyi ve teknoloji, bu etkinlik anlayışının sınırlamaları içinde işlevlendirip edilginleştirilmesi, evcilleştirilmesi, hatta yaşama karşıt tutucu bir güç haline dönüştürmesi; d) kitlenin önüne özgürleşme yerine ikame edilmiş sınırsız bir tüketim olanağı çıkarması, insanı insana tükettiren, insanın daha üst değerlere ulaşmasını engelleyip onu çocuklaştıran bir tüketim oluşur, e) sanat ve kültür yaşamında, hayatın gerçekten özgür ve bilinçli özneler olarak yaşanabilme olanağının yitirilmesinden kaynaklanan şiddete, ileri yaş çocuklaşmasına, "Eros" anlamındaki zenginliğini yitirip metalaşmanın "Troya Atı"na dönüşmüş av/avcı ilişkisine indirgenmiş bir cinselliğe, gerçeklikten uzaklaşmaya yarayan bir kaçışa ve "etik"i olumlayan ampirik hikmetlerin durmadan olumlanmasına yönelmiş kitle kültürü eğlencelerine, eğlenimlerine ve bilinçsizleştirmelerine geçilmiş oluşudur¹⁸⁰.

Kitle iletişim araçları, kitle kültürünü yaratarak, iktidar ile insan, birey ve toplum arasındaki mutsuz reel ilişkiyi yanılsamaya dönüştürerek mevcut düzenin kabulünü sağlamaktır. Kitle iletişim araçları ise sadece teknolojik temelde araç olarak; bu dönüşümün mimarı değil, onlardan sadece bir tanesidir. Yanılsamanın araçlarıdır. Kitle iletişim araçları incelemelerinde, kaynak-alıcı / gönderici-izleyici arasındaki ilişkiyi; alıcı açısından iki temel düzeye indirebiliriz. Alıcının mesaj alımında aktif mi yoksa pasif bir rolde mi bulunduğu? Bu noktada kitle doğası gereği yönlendirilen, benzeşen ve mesaj alımında eleştirelden uzak, pasif bir noktada konumlandırılmaktadır. Herbert Marcuse) gibi düşünörlere göre kitle iletişim araçları yoluyla çoğu zaman izleyicide birtakım gereksinimlerin yaratılması, sonra da ona uygun içeriğin üretilip onlara verilmesi de mümkün olabilmektedir¹⁸¹ Bu noktada Marcuse'nin ileri sürdüğü gibi birey yanılsamalı bir aktiflik içerisinde olacaktır. Nitekim bireyin gereksinimi, yine mesajı üreten iktidar tarafından üretilmiştir.

¹⁸⁰ Oskay, *Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım*, s. 35

¹⁸¹ Güngör, s. 22, 23

Bireyin istekleri, hayalleri, sevinçleri, üzüntüleri ve diğer duyguları, kitle içerisinde, iletişim araçlarıyla yönlendirme sonucunda; içsel bir yapıdan ziyade doğal olmayan dışsal bir yapı ile ortaya çıkmaktadır. Birey olma çabası ve gayreti dahilinde medya ile günlük yaşamını anlamlandırmada, birey olduğunu sadece sanmaktadır. Bireye, son derece mantıklı gelen reel yaşam, sürekli ondan şikayet etmesine rağmen, araç tarafından bu durumu kabullenmesi gerektiğini aktaran gündelik yaşamı şekillendirici, sakat bir ampirik anlayışa dönüşmektedir.

Kitle toplumu ve iletişiminin doğuşunda teknolojik imkanın sağladığı altyapı, iktidarın bunu kullanmaktaki başarısı, sermayenin teknolojik kazanımlarla daha çok bu noktaya yönelmesi, ortada tartışılacak bireyin kalmamasına yol açmıştır. Kitle iletişim araçlarındaki gelişmişlik düzeyi, ilerledikçe her yeni teknoloji etkileşim olanağını arttırmıştır. Kaynağın alıcı üzerindeki etkisini daha çok arttırdığı gibi, iletilerin biçimi, hızı ve geri dönüşü de değişime uğramıştır. Her araç işlevsel olarak bireyi sarmalayacak bir özellik sunmuş, bu özellikler ise diğer araçla daha da geliştirilerek bireyin hayatına girmiştir. Toplumsal ve ekonomik gelişmelere de bağlı olarak gelişen iletişim araçlarındaki artan etkileşim bireyin ontolojik sorgulamasını perdelemiş, yanılsama içerisine sokmuştur. İletişim araçlarındaki teknolojik ilerleme bu noktada bireyi yanılsamayla daha çok sarmalayan bir yapıyı meydana getirmiş, kitle kültürünü var etmiştir. Kitle kültürü ise popüler olandan beslenen, bireyin kültür öğelerini içine çekerek meta olarak tekrar bireye sunan bir yapıya sahiptir. Bu yapı içerisinde herhangi bir eyleme yeltenen bireyler ise çok geçmeden yine salt ticari değere indirgenebilmektedir.

Frankfurt Okulu ekseninde gelişen eleştirel yaklaşımlar, Marksist temelli kitle toplumu ve pasif, edilgen birey anlayışının aksine liberal çoğulcu anlayış medya kullanımında bireylerin katılımına önem arz etmektedir. Yeni liberal paradigma içerisinde gelişen ve izleyiciyi merkeze taşıyan bu yaklaşımın ‘‘Kullanımlar ve

doymalar’’ adıyla kuramsallaştırıldığı gözlenmektedir.¹⁸² Buna göre birey, istençli olandır ve toplum içinde etkin rol oynamaktadır.¹⁸³ Güngör’e göre pasif edilgen birey anlayışına yönelik paradigmadan geçişi ilk başlatan araştırmacı 1940 yılında *Halkın Tercihi* araştırmasıyla; toplumdaki insanların birbirlerinden farklı bireysellik özelliklerinin ayırdına varılması bireyi öne çıkarması nedeniyle Lazarsfeld’dir. Katz ve Foulkes (1962) ise yaptıkları araştırmada insanların, medyayı çoğu zaman bilinçli olarak kaçış amacıyla kullandıkları saptamasında bulunurlar. Bu düşünce Frankfurt Okulu’nun düşüncesine karşın bireylerin bu kaçışı bilinçli olarak yaptıklarını savunmaktadır. Klapper (1963) de, 1950’li ve 60’lı yıllarda yapılan çeşitli araştırmalarda elde edilen sonuçlarla medyanın izleyiciyi değil, izleyicinin medyayı kullandığı gerçeğinin ortaya konulduğuna dikkat çekmektedir.¹⁸⁴ Rosengren (1974) de bireylerin içerisinde yaşadıkları toplumsal ortamdaki etkileşimleri ve ilişkileri sürecinde karşılaştıkları birtakım sorunların çözümünü çoğu zaman medya ortamında aradıklarını belirtmektedir.¹⁸⁵ Levent Yaylagül’e göre ise kullanımlar ve doymalar yaklaşımda gerçekleştirilen bu araştırmaların genel amacı medyanın insanlara ne yaptığı sorunu değil, insanların medya ile ne yaptığı sorundur.¹⁸⁶

Kullanımlar ve Doymalar yaklaşımına göre izleyiciler, yayınları çok farklı şekilde yorumlayıp verilmek istenen mesajın dışında kendisine göre sonuçlar çıkarabilmektedir. Bu yaklaşım, daha öznel mantığı ve bireysel ihtiyaçları ön plana çıkarmıştır.¹⁸⁷ Ancak geleneksel medya içerisinde gerçekleşen sınırlı etkileşim, bireylere geniş bir seçenek sunmamaktadır. Bu yaklaşıma en sert gelen eleştirilerden biri de kitle iletişim araçlarından yayılan mesajların, bireyleri nasıl atomize ettiği ve ideolojik işlevinin göz ardı edilişi olmuştur. Yaylagül’e göre bu yaklaşımın kaçırdığı bir diğer nokta ise izleyicinin mesajı yaymada esas güç olmayışıdır.¹⁸⁸ Oysa kullanımlar ve doymalar yaklaşımı bu görüşün tersine izleyicinin medyayla ilişkisinde etkin rol alarak

¹⁸² Blumler ve Katz (ed.) **The Uses Of Mass Communication: Current Perspectives on Gratification Research**, Sage publication, London:1974 ‘den aktaran Güngör s.22

¹⁸³ Güngör, **İletişim Kuramlar Yaklaşımlar**, s.128, 129

¹⁸⁴ Güngör, s. 129

¹⁸⁵ Güngör, s. 130

¹⁸⁶ Yaylagül s.73

¹⁸⁷ Yayla gül, s.75

¹⁸⁸ Yaylagül, 75

medya aracılığıyla aktarılan bilgiyi kendi gereksinimleri doğrultusunda seçerek aldığını ve kullandığını ileri sürmektedir.¹⁸⁹ Güngör'e göre ise bu yaklaşımda bireyin gerçek anlam da aktif olmadığı, çünkü bireyin içerisinde bulunduğu yapılarla varlık göstereceğini ileri sürmektedir. I erisinde yer aldığı yapılarla ancak varlık gösterebilen bu izleyicinin kitle iletişim araçlarıyla etkileşiminde de gerçek anlamda aktif olmadığı, kendisine sunulan içeriği almak veya almamak konusundaki seçiminde ancak aktif davranabildiği, dolayısıyla da sınırlı aktif bir izleyiciden söz edilebileceği söylenebilir.¹⁹⁰ Kitle iletişim araçlarının teknolojik gelişmişliği ile üretilen ürünlerin ve mesajların bireyle ulaşma hızı artsa da bireyin bu mesajların içeriğini belirlemede sınırlı bir etkileşimde bulunduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

3. 3 ETKİLEşİM VE BİREYSELLİK YANILSAMASI İLİşKİSİ

İnsanlığın, şu an itibariyle bilinen en eski yazılı kaynağı olan Gılgamış Destan'ında, Kral Gılgamış  l ms zl k arayışının başarısızlıkla sonuçlanması ardından, Uruk kentine geri döner. Gılgamış'ın ölümsüzlüğü elde edememesi onu derin şekilde yaralasa da çareyi serüvenini yazdırmakta bulur. Her şeyi gören ve bilen anlamına gelen Gılgamış, yarattığı metinle fiziki olarak başaramasa da ölümsüz yaşamı yazı ile elde edeceğinin bilincindeydi. Tarih onu haklı da çıkarmıştır. Nitekim daha sonralardan destan olarak adlandırılacak ilk bireysel deneyim öyküsü böylelikle kendinden sonra gelen dini kitaplarla, destanlarla, etkileşime girerek birçok miti o eserlere aktararak varlığını sürdürmüştür. Ölümsüzlük arayan birçok bireye de öncül olmuştur. Yazdırdığı metni ise yıkılacağını hiç düşünmediği, çok güvendiği kent duvarlarına gizletmiştir.

¹⁸⁹ Güngör, s.130

¹⁹⁰ Güngör, **Pasif İzleyiciden Aktif  retici İzleyiciye İletişim Bilimlerinin Serüveni Ya Da Yeni Bir Paradigmanın Ayak Sesleri** s. 23

Gılgamış'tan bu yana kitle iletişim araçlarının tarihsel süreç içerisindeki teknolojik gelişimi, bireyin diğer bireylerle, bireyin medya araçlarıyla, bireyin kitleyle ve kendisine sunulanlarla olan etkileşimi artmıştır. Artan etkileşim ise bireyin yanılsama içerisindeki yerini sağlamlaştırmış, yanılsamayı içinden çıkılmayacak şekilde inşa etmiştir. Etkileşimin artmasıyla; gerçek bozguna uğramış, mitlerin sunumu değişse de varlığını korumuş, dezenformasyonu arttırmış, bireyi işlevsiz bilgilere boğmuş, toplumda var olan eşitsizlikleri arttırmış, bu yolla reel yaşamın meşrulaştırılması araçlar ile sağlanmıştır. Birey daha fazla bireyci yaşama itilerek toplumsallıktan uzak tutularak, kitleleşmiştir. Araçlar yıllar içerisinde gelişse de gerek sermaye tarafından yönlendirilmesi gerek kitleleşen bireylerin istekleri doğrultusunda, sunulan ürünler eğlence amaçlı bir noktaya kaymıştır. Tüm bunlar ışığında ise reel yaşamın içerisinde var olan yanılsamayı güçlendirerek, bireylerin gerçeğe ulaşımını, eşitsizlikleri aşmasını, uzlaşma ve farklıları anlamasını, toplumsal bir bireysellik yaşamasını engellemiştir. Bu durumu aşmaya çalışan her girişim ise yeni gelen bir araçla bulandırılmış, tatminsiz sonuçlara toplumu razı etmiştir.

Etkileşim olgusu iletişim çalışmalarında üzerine çok fazla odaklanılmamış bir alandır. Bireyin araçla ilişkisindeki konumu (aktif-pasif), aracın sundukları ile ideoloji ilişkisi, aracın tahakkümü, sunulan ürünlerin analizi gibi birçok konu üzerinde birbirini tekrar eden araştırmalar olsa da etkileşim konusu göz ardı edilmiştir. Ancak yukarıda sınırlarını kabaca çizdiğimiz etkileşim tanımının tüm bu alanlardan bağımsız olmadığı oldukça açıktır. George Herbert Mead'ın ve öğrencisi Herbert Blumer'in katkılarıyla sosyoloji alanında ortaya çıkan sosyal psikoloji ağırlıklı bir yaklaşım olan sembolik etkileşimcilik, etkileşim olgusunun araştırılmasına öncülük etmiştir. Günlük yaşamda bireye odaklanan bu yaklaşımda bireyin nesnelere, eylemlere yüklediği anlamların, semboller kullanımı, gösterimi ile toplumu oluşturduğunu ve şekillendirdiğini vurgulamaktadır.

Etkileşimci yaklaşımın, iletişim alanına uyarlanmasıyla geliştirilen tezlere göre kitle iletişim araçları ile izleyici arasındaki etki karşılıklıdır, yani etkileşimsel bir ilişkisi söz konusudur.¹⁹¹ Buna göre aracın sunduğu ürünlerin üretimi sırasında izleyici/dinleyici/okuyucu olarak birey etki etmekte, ortaya çıkan ürün sonucunda ise birey etkilenmektedir. Daha önceki bölümlerde örneklendirdiğimiz gibi, iletişim araçlarının etkileşiminin sınırlı olduğu zamanlarda dahi, üretici kısım, her zaman tüketicisinin fikrini merak etmiş ve ona başvurmuştur. Burada şu soru karşımıza çıkmaktadır: Bireyin iletişim aracına etki gücü, üretilenin içeriğini hangi yönde belirlemektedir?

Etkileşimci yaklaşıma göre iletişim sürecinin her aşaması birbiriyle etkileşim içerisindedir. Güngör'e göre "bu birleştirici yönüyle etkileşimcilik iletişim alanında o zamana dek kabul gören diğer yaklaşımlardan farklı bir sorgulama ve çözümleme kulvarı da açmış olur."¹⁹² İletişim araçlarındaki tek yönlü araştırmaların yanında bu yaklaşım önemlidir. Ancak yine de bu yaklaşımda çoğunlukla mikro seviyelerde çözümler yaparken makro seviyede başat faktörleri göz ardı etmiştir. Etkileşimci yaklaşımda akademik katkı sağlayanların çoğunluğu; kitle iletişim araçlarını, bireyin hayatına ideolojik etki açısından etkisiz kabul etmektedir. Güngör'e göre hatta birçok etkileşim kuramcısı daha da ileri giderek medyayı, toplumu bir arada tutan panik ortamını engelleyen güç olarak tanımlamaktadır. Bu yaklaşım medyanın ideolojik boyutunu görmezden gelir, bireyler arası etkileşim sağlayan bir araç olarak değerlendirir.

Etkileşimci yaklaşımın en çok ses getiren araştırmacısı, şüphesiz *Günlük Yaşamda Belleğin Sunumu (1956)* çalışmasıyla, Erving Goffman'dır. Goffman kitabında araç ve birey arasındaki etkileşim üzerinde durmaz, günlük yaşamda bireyin kendini topluma ve diğer bireylere sunuşu üzerine, yüz yüze iletişime yoğunlaşmıştır.

¹⁹¹ Nazife Güngör, *İletişim Kuramları ve Yaklaşımları*, 4. Basım, Ankara: Siyasal Kitabevi, 2018, s. 345

¹⁹² Güngör, s. 348, 349

Goffman'ın kitabının ana düşüncesinde; her insanın kendini topluma bir sunuş biçimi, ve sunum biçimini desteklerken kullandığı jestler, mimikler, giyim ve daha nice semboller bulunmaktadır. Burada kendini topluma sunan birey elde etmek istediği algıya yönelik bir sunum gerçekleştirir. Goffman'a göre birey (kendini sunan, performansçı olarak aktarır), izleyicisiyle etkileşim seviyesini artırmak için rolünü en yüksek seviyede oynamak zorundadır. Bir kimse performansı sırasında ideal standartlara uygun bir ifade ortaya koymak istiyorsa bu standartlarla uyuşmayan eylemlerden vazgeçmek veya onları gizlemek zorunda kalacaktır.¹⁹³ Örneğin bir doktorun kendine has ve üslubunu, verdiği güveni, nesnelliği, bizimle olan mesafesini başka doktorlardan da bekleriz. Ancak diğer doktorlardan ideal sunum gelmediği takdirde etkileşim de istenilen seviyede olmaz. Burada ele alınan etkileşim, rolün karşısında izleyici konumunda bulunan bireyin, sunucuyu o rolde kabullenmesinden geçmektedir. Aksi durumda aktarılan hiçbir sembol, tutum ve tavır izleyiciye geçmez, karşılık bulmaz. Etkileşimin birey için yolunda gitmesi için performansın sunulduğu toplumun anlayışına ve beklentilerine uyması için "toplumsallaştırılması", kalıba sokulması ve uyarlanması¹⁹⁴ gerekmektedir.

Goffman, "rol yapma bilgimizden daha iyi rol yaparız" derken, bireyin rollerini içselleştirmesini ve aynı zamanda kendini gerçek olmayana inandırıp, performansını bu yönde sergilediği rolleri, vurgulamaktadır. Ona göre, böyle durumlarda birey, hem oyuncu hem de izleyici olarak konumlanmaktadır. Seyirci olarak performans hakkında öğrenmek zorunda kaldığı tatsız gerçekleri performansçı olarak gizleme ihtiyacı duyabilir; günlük yaşamda, geçmişte veya halen bildiği ama kendisine anlatamayacağı şeyler olacaktır.¹⁹⁵ Goffman bu süreci kendinden uzaklaşma, bireyin kendine yabancılaşmasının kaynağı olarak görmektedir. Goffman'ın performans, vitrin, seyirci kavramları yüz yüze iletişimden internet ile birlikte sanal ortama kaymıştır. Bu yüzden

¹⁹³ Erving Goffman, **Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu**, Barış Cezar (çev.), 2. Basım, İstanbul: Metis Yayınları, 2018 s. 50

¹⁹⁴ Goffman, s. 44

¹⁹⁵ Goffman, s. 85, 86

kavramları etkileşim, yanılsama ekseninde diğer bölümde yeni medya üzerindeki karşılaşmalar ekseninde incelemek daha faydalı olacaktır.

Goffman, bu görüşlerini medya araçları üzerine uyarlamış, hiperritüelleşme kavramını ileri sürmüştür. Medyanın yaptığı şey, toplumdaki ritüelleri, alışıldık, bildik abartarak, standardize ederek yeniden kurmak ve izleyiciye sunmaktır.¹⁹⁶ İzleyiciler ise medyada gördüklerini yeniden deneyimleyerek reel yaşamlarında daha güçlü şekilde devam ettirirler. Medyayı araç olarak konumlandıran Goffman için yüz yüze gerçekleştirdiğimiz, toplumsallaşmış tutum ve tavırları, yapay olarak tekrardan üreterek, deneyimleriz. Bu var olan ritüelleri, davranışları, düşünceleri kökleştirecektir. Reklamları ele alan Goffman reklamları gerçeğin bozumu olarak değil, ritüellerin yansıması olarak kabul etmektedir. Reklamları ritüel olanın, daha da ritüelleşmesi olarak tanımlamaktadır. Gerçek hayatta var olan durumun bir benzeri yaratılarak var olan sahnelenir, pekiştirilir. Bu yolla onun için izleyicinin ekranda gördüklerinin onun hayatı üzerinde bir etkisi olmaz, çünkü onu yaratan bizzat izleyicinin kendisidir. Goffman bu düşüncesiyle Güngör'e de göre ideolojik, etki-tepki kuramlarındaki medyanın gücünü görmezden gelerek, üretici izleyici müşterek bir anlam yaratımını savunur. Goffman, hiperritüelleşmenin internet ile daha da yükselişe geçtiğini vurgulasa da sanal ortamın yaygın kullanımı ile yüz yüze iletişim sekteye uğramış, sanal bir yapı kazanmıştır.

Bir başka etkileşimci kurama katkı sunan araştırmacı ise Joshua Meyrowitz'dir. Meyrowitz ise bireyin kitle iletişim araçlarıyla nerede, kimlerle ve nasıl koşullar altında etkileşime girdiğinin etkileşimin seyrini oluşturduğunu savunmaktadır. Kamusal alana izlenen bir televizyon yayını ile evde tek başına izlenen yayın arasındaki sosyal etkileşim farkını vurgulamaktadır. Kitleyle ya da tek başına izlenen yayından alınan mesajlar farklılık gösterse dahi birey kitle içerisinde düşüncesini kolaylıkla feda

¹⁹⁶ Güngör, s. 352

edebilmektedir. Ona göre radyo, televizyon ve telefon gibi iletişim araçlarından sonra etkileşim yüz yüze olmaktan çıktı ve daha geçişken bir hal aldı.

Donald Horton ve Richard Wohl tarafından kavramsallaştırılan parasosyal etkileşim tanımında diğer etkileşimci görüşlere karşın, bireyi pasif olarak konumlandırmaktadırlar. İzleyici çoğu zaman kendisini televizyondaki dizi filmlerde ya da reality showlarda izlediği karakterlerle özdeşleştirir, kendisini onların yerine koyar, onları kendi ailesinin bireylerinden biri olarak görür.¹⁹⁷ Horton ve Wohl bu etkileşim sürecini parasosyal etkileşim olarak tanımlamaktadır. Buna göre birey kitle iletişim araçlarının kurmaca ürünleri ile gerçek yaşamı birbirinden ayıramamaya başlamaktadır. İzleyicinin içeriği etkileyemediği, etkileşimin tek taraflı olduğu bu yaklaşıma göre bireyin karakterle özdeşleşmesi sonucunda bir ticari alanda yaratılmakta ve o karakterin dizide kullandığı ürünler gerçek yaşamlarında kullanmaları için bireye sunulmaktadır.

John B. Thompson diğer etkileşimci kuramcılardan farklı olarak medyanın iktidarın ideolojisini bireylere aktardığını kabul etmekte, önem atfetmektedir. Bireyi pasif ya da parasosyal konumlandırmaktan ziyade medyanın avantajlar ve dezavantajlar sunduğunu ileri sürmektedir. Ona göre yüz yüze iletişimin yanı sıra, artık bireyler günlük yaşamında medya araçlarıyla da etkileşime girmektedir. Kimi zaman ise bireyler, iki etkileşimi aynı anda gerçekleştirebilmektedir. Medyanın bireyin içinde bulunduğu toplumdaki var olan gelenekleri, ritüelleri kimlikleri bireye tekrar sunduğunu ve bireye bunları aşıladığının altını çizmektedir.

Etkileşim, etimolojisi itibarıyla karşılıklı etkiyi esas alan bir sözcüktür. Etkileşimci yaklaşıma katkı sunan araştırmacılar, birey-toplum-medya etkileşiminde aracı göz ardı eden, aracı ön plana çıkartırken de reel yaşamı, kültürü göz ardı eden düşünceleriyle bütünsel bir yaklaşım sunamamışlardır. Etkileşim çok boyutlu bir

¹⁹⁷ Güngör, s. 354

yapıya bürünmüştür. Teknolojinin gelişmesiyle aracın diğer araçlarla da etkileşimi önemlidir. Nitekim eski olarak değerlendirilen araç tam anlamıyla günlük yaşamdan çekilmediği gibi kitleleştirici, standartlaştırıcı tüm özelliklerini yeni gelen araca aktarmaktadır.

Birey, her daim ürünün yaratılmasında söz sahibi olmuş, her ürün tüketiminde de ondan etkilenmiştir. Dönemin yapısı, olayları, kitlenin istekleri doğrultusunda ortaya çıkan ürünü tüketen birey, kendilerinden birer parça taşıdığı için o ürüne yönelmektedir. Matbaadan itibaren gazetelerin dergilerin okuyucularına daha sonra televizyonun izleyicilerine ne izlemek ya da okumak istediklerini sorması bununla ilgilidir. Çoğunluk olan kitledir. O yüzden hiçbir medya şirketi ya da iktidar, kitleden kendi otoritelerini sarsacak bir talebin gelmeyeceğini bilir. Yazıdan itibaren toplumda var olan yanılsamalar iletişim araçları ile kökleşmiştir. Dolayısıyla matbaadan sonra gelen, telgrafın ürünün de matbaa ürünlerinden farklılık teknolojik temelli olsa da içerik yönünden olmamıştır. Süreç içerisinde birey bu ürünlerle daha fazla etkileşime girerek, sunulanın bağımlısı konumuna gelmiştir. Bunlara ek olarak bireyin üretilen üründe söz sahibi olması, kitleleşmiş yanılsama içerisindeki konumu nedeniyle çok önemli gözükmemektedir. Zira tüm medya şirketlerinde oluşturulan departmanlar da içerik yaratıcıları tam olarak bu işi yapmakta, kitleye istediğini sunmaktadır. Burada ayrıca oldukça tartışılan bir soru karşımıza çıkmaktadır: Medya tarafından sunulanı kitle mi istemektedir yoksa medyanın bir dayatması mı söz konusudur? Soruya verilecek cevap oldukça basittir, ikisi de! Medya şirketleri ticari kaygı güttüğü için "risk" atfettikleri yayınları, yayımları yapamazlar. O yüzden her daim kitlenin beklentisini, etkileşimini canlı tutmak zorundadırlar. Adorno'nun belirttiği gibi "Kültür endüstrisinin bireyselliği bu kadar başarılı biçimde istediği gibi kullanılabilmesinin başlıca nedeni, toplumun bu kırılğan doğasının öteden beri onun içinde yeniden üretiliyor olmasıdır."¹⁹⁸ Karşılıklı etkileşimleri dahilinde iki taraf da birbirinden memnun şekilde ilişkilerine devam etmektedir.

¹⁹⁸ Adorno, s. 93

Medya araçları, bireyin sosyalleşmesinde rol oynarken, aynı zamanda bireyin toplumsal rol ve aidiyetlerini, kitlenin idealize edilmiş düşüncesine göre şekillendirmektedir. Etkileşimci kuramcıların belirttiği gibi rolün toplumsallaşmasında ve içselleştirilmesine büyük katkı sağlamaktadır. İdealize edilmiş roller, medya araçları ile sürekli olarak yeniden üretilmektedir. Her ürün daha çok bireyci rekabetçi yaşamı göz önünde tutmakta, kendini bireysellik olarak sunmaktadır. Sözde bireysellik, sözde eylemlilik havası yaratılsa da aynı zamanda bireyin acizliğine de işaret edilir ve bu acizlik, talihin beklenmedik bir biçimde dönmesi, beklenmedik bir yardım vs. gibi imalarla hayali olarak telafi edilir.¹⁹⁹ Bireyselliğin, yanılsamaya dönüşmesi, bireyin idealize edilmiş belli standartlara göre üretilen ürünlerle etkileşimi, bunun reel yaşama yansımaları ve reel yaşamdaki eşitsizliklerin de idealize edilmesinden kaynaklanmaktadır. Benlik, kimlik kitle tarafından tek elci biçimde üretilerek bireye sunulur, tüm bu süreci ise bireyin toplumsallaşması olarak doğal biçimde sunmaktadır.

İletişim araçları geliştikçe söyleminin güçlenmesinin -ki bunda bireyle olan etkileşiminin artması da yatmakta- yanında gündelik yaşamın da bir parçası haline gelmiştir. Özellikle internet teknolojisiyle artacak olan "araca başvurma", aracın bireyle etkileşiminde aracı üstün konuma getirmiştir. Gerçeğin medya araçlarındaki yorumunun bireyin tek kaynağı haline gelmesi, kültürün şekillendirildiği gibi kültürü de bu yorumun metası haline getirerek yanılsama yaratmaktadır. Özellikle radyo ile başlayan televizyon ile güçlenen araca başvurma, bireylerin değişen kavram dünyalarını anlamlandırmada, medya mesajları öncelikli konuma yükselmiştir. Medyanın bireye sunduğu bilgi, anlamlar ise genellikle günü kurtarmaya yönelik, işlevi anlık, kalıcılığı azdır. Bireyin o an sahip olması gerekeni sunar, sürekli değişimi yaşayan modern toplumlar ise sürekli olarak araçtan değişimi yakalamaya çalışır. Bu kısır döngü bireyin gerçeklere ulaşmasını, esas sorunlara, eşitsizliklere eğilmesini engelleyerek yanılsamayı

¹⁹⁹ Adorno, s. 25, 26

yeniden üretir. Adorno'nun net bir şekilde ortaya koyduğu gibi "düşman, çoktan yenilgiye uğratılmış olan düşünen öznedir."²⁰⁰

Medyanın tarihsel süreci içerisinde etkileşim, giderek kuvvetlenmiş, günümüz yeni medya teknolojileriyle de daha üst seviyelere ulaşmıştır. Üretilen ürünler, mesafe tanımaksızın her yerden bireyi sarmalamaktadır. Hızlı ve mesafesiz dolaşımın içerisinde bireyler, kitleler, farklı kutuplar sürekli birbirleriyle etkileşim halindedir. Etkileşimin tarih içinde artan hızı gerçekliğin bozumunu arttırdığı gibi, sunulana inanmayı da arttırmıştır. Bireyler toplumsal yapının tahakkümünden kaçmak için sığındıkları eğlendirmeye dayalı iletişim araçlarında, yapı tarafından tekrardan üretilenleri tüketmektedirler. Medyanın tarihsel seyrinde her araç ayrıca özgürlükçü, daha demokratik katılımcı özelliklere sahip olarak karşılanmış, sonuçta ise yanılsamaya katkı yapar pozisyona konuşlanmıştır. Yeni medya teknolojileri de günümüzde bu şekilde değerlendirilmekte olup, bireyin yaşadığı yanılsama göz ardı edilmektedir. Bir sonraki bölümde bu konu tartışılacaktır.

²⁰⁰ Adorno, s. 84

4. YENİ MEDYADA ETKİLEŞİM VE BİREYSELLİK YANILSAMASI

İkinci kısımda üzerinde durulan, kitle iletişim araçlarının tarihsel sürecinde; yazının bulunmasıyla başlayan ve telgraf, radyo, televizyon ile devam eden süreçte; anlamsal dönüşüm, biçimsel aynılığın her yeni teknoloji ile yeni bir seviyeye çıkması, bireyin ürün ve diğer bireylerle olan etkileşimini arttırmış, toplumsal alanda var olan yanilsama ise bu süreçte derinleşerek günümüze gelmiştir. Her yeni teknolojinin bu yanilsamayı son bulduracak, ütopya toplumu hayata geçirecek söylemi, yeni medya teknolojileriyle akademinin ve günlük yaşamın da gündemine gelmiştir. Bu bağlamda bu bölümde yeni medyanın aynılıkları ve farklılıkları ortaya konulacak olup; bireye sağladığı sosyalleşme ve etkileşim olanakları üzerinden bireysellik yanilsaması kavramı tartışılacaktır.

4.1 YENİ MEDYANIN KARAKTERİSTİĞİ

Günümüzde insan yaşamının her alanına sızan internet ve bilişim teknolojilerinin toplumsal uzantısı olan "yeni medya araçları" geleneksel medyanın sağladığı tek taraflı iletişim modelinin yerine, kullanıcıya kendisini ifade etme imkânı veren bir ortam sunmaktadır.²⁰¹ Yeni Medya; gelişen ağ yapısı, mobil teknolojinin ve bilgisayar temelli teknolojilerin bu ortamlarla bütünleşmiş hali olarak, kullanıcıları zaman ve mekandan ayırarak interaktif şekilde etkileşimlerine olanak sağlayan sanal medya biçimidir. Yeni medyanın hızı ve kapsama olanakları geleneksel medyanın önüne geçmiş, bilgiye erişimin ve bilginin paylaşımının depolanmasının ve geri dönüşümlerinin anında yapılabildiği anıdalık temeline dayalı etkileşim ile yeni bir iletişim ortamı ortaya çıkarmıştır. Bu yeni iletişim biçimi kendinden önceki iletişim

²⁰¹ Ümit Hüseyin Girgin, *Gelenekten Postmoderne Kimlik İnşa Süreci ve Yeni Medya: Facebook Örneği*. Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 3(5): 2 2018: 202-230.

araçlarını geleneksel olarak sınıflandırarak kendini onlardan ayırmaktadır. Yeni medyanın "yeni" olarak adlandırılmasını sağlayan etkileşimlilik (interactivity), çoklu ortam (multimedia), asenkron olabilme, sanallık (virtuality) ve kitlesizleştirme özelliklerini bünyesinde bulundurmasından kaynaklanmaktadır. Yeni medya, geleneksel medyadan farklı olarak, alıcı ile verici arasındaki iletişim kanalında etkileşime doğrudan olanak veren bir kanal ayırmaktadır.²⁰² Geleneksel medyada tek taraflı işlemekteyken, yeni medyanın etkileşim boyutuyla alıcı ve kaynak sıklıkla yer değiştirebilmekte, iletiye daha aktif müdahalelerde bulunabilmektedir.

Yeni medyanın yeniliğini sağlayan en büyük etkenlerden biri de teknolojik temelinin net olarak saptanamamasından kaynaklanmaktadır. Örneğin, Mayer'in 1994 yılında yeni medya üzerine yazdığı yazıda bireysel bilgisayarlar, video kaydedicileri, teleteks, faks makineleri, araba telefonları, satalit, video disk, kompakt disk, modemler, elektronik posta, kablo televizyon, interaktif televizyonları yeni medya olarak nitelendirmektedir.²⁰³ Mark Poster'a göre ise yeni medyanın 'yeniliğinin' temel kaynağı tarihsel süreç içerisinde gelen, geçmişin dolayımıyla oluşan ve aynı zamanda geçmişini eski kılmasındandır.²⁰⁴ Silverstone için ise yeni medyanın yeniliği yeni olmaları, en genel anlamıyla yeni şeyler yaratmalarından, kurumları dönüştürmelerinden, özgürleştirmelerinden, tahakküm altına almalarından kaynaklanmaktadır. Poster da Silverstone ile aynı görüşü ileri sürmektedir: tarihsel veya göreceli yapısı anlamında aynı olsa da, özgürleşim ve tahakküm konusunda farklı potansiyeller taşıdığı için eski olandan farklıdır, yenidir.²⁰⁵ Poster, yeni teknolojilerin temelini oluşturduğu, günlük yaşamın her alanına sirayet eden bu durumu İkinci Medya Çağı'ı olarak adlandırmaktadır. İkinci Medya Çağı'nın ise; etkileşimin ön planda olduğu, çoğunluğun çoğunlukla iletişime ve etkileşime geçebildiği, merkezi olmayan,

²⁰²Haluk Geray, **İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim ve Medya Düzeninde Yeni Medya Politikaları**. Ankara: Ütopya Yayınevi, 2003, s.18.

²⁰³W. G. Mayer, **Poll Trends: The Rise of the New Media**, The Public Opinion Quarterly, Oxford University Press Vol. 58, No. 1, s. 124 -126

²⁰⁴ Filiz Aydoğan, **İletişim Çalışmaları**, içerisinde Yeni Medyanın Tahakküm ve Özgürleşim Potansiyeli Bağlamında Hactivizm, Özlem Çetin, s.63

²⁰⁵ Mark Poster, **Underdetermination**, New Media and Society, Sage, Vol. 1, 1999, s. 12-13

çift ve çok yönlü iletişime dayalı, devlet müdahalesinden uzak ve demokratik bir özellik taşıdığını ifade etmektedir.²⁰⁶

Manuel Castells de bu yeni teknolojilerin yeniliğinin kaynağını enformasyonu ön planda tutarak açıklamaktadır. Ağ toplumu adı verdiği bu yeni yapı; insanlar arasında kültür aracılığıyla şekillenen bir etkileşim ortaya koyduğu gibi; üretim, tüketim ve güç ilişkilerini de etkilemektedir.²⁰⁷ Ona göre ağlar toplumlarımızın yeni sosyal morfolojisini oluşturur; ağlar oluşturma mantığının yayılması da üretim, deneyim, iktidar ve kültür süreçlerinde işleyişi, sonuçları ciddi biçimde değiştirmektedir.²⁰⁸ Don Tapscott ise yeni medya teknolojilerinin temelini oluşturduğu ağ temelli toplumun özelliklerini özgürlüğe düşkün, paylaşımı seven, ürünleri kişiselleştiren, her konuda araştırmaya yatkın, markaya önem veren, eğlenceli işleri seven, eğlence ortamlarını seven, değişime çabuk ayak uydurabilen şeklinde sıralamaktadır.²⁰⁹

Geleneksel araçlar olarak matbaa ve televizyon küçük değişimlerle ilk günkü çalışma mantığından çok fazla bir teknolojik dönüşüme uğramasa da yeni medya teknolojileri her an değişim ve gelişim gösterebilmekte, her an kendini yeni olarak sunabilmektedir. Manovich'e yeni medya teknolojilerinde gerçekleşmekte olan teknolojik temel, kavramsal bir yeni medya tanımını ortaya koymayı da zorlaştırmaktadır. Ancak buna karşın Manovich yeni medyayı, sayısal temsil, modülerlik, değişkenlik, otomasyon ve kod çevrimi ışığında tanımlanmıştır.²¹⁰ Martin Lister vd. Manovich'ten farklı olarak, yeni medyanın tanımlayıcı temel karakterlerini sayısal, etkileşimli, hipermetinsel, sanal, ağsal ve simülasyon şeklinde sıralamaktadırlar.²¹¹ Lister ve Dovey yeni medya kavramını daha iyi açıklayabilmek ve

²⁰⁶ Filiz Aydoğan, ve Ayşen Akyüz, "Önsöz", **İkinci Medya Çağında İnternet**. Filiz Aydoğan, Ayşen Akyüz (der.). İstanbul: Alfa Yayınları, 2010: s. 2

²⁰⁷ Manuel Castells, **Enformasyonculuk ve Network Toplumu**, Hacker Etiği: İş Hayatına Yıkıcı Bir Yaklaşım, Pekka Himanen, Şebnem Kaptan, (çev), İstanbul: Ayrıntı Yayınları: 2005, s.127

²⁰⁸ Manuel Castells, **Ağ Toplumunun Yükselişi**. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2013, s.621

²⁰⁹ Don Tapscott, **The Digital Economy: Promise And Peril In The Age Of Networked Intelligence**, New York: 1995

²¹⁰ Lev Manovich, **The Language Of New Media**, Cambridge: The Mit Press. 2001. s. 27-48

²¹¹ Martin Lister, Jon Dovey, Seth Giddings, Iain Grant, Ve Kieran Kelly, **New Media: A Critical Introduction**, New York: Routledge. 2009, s.13

yeni olanın ne olduğunu gösterebilmek için kapsayıcılığı geniş bir tanım geliştirmişlerdir:

Yeni metinsel deneyimler: Bilgisayar oyunları, hipermetinler ve özel sinema efektleri gibi medya tüketimine ilişkin yeni çeşit metinsel formlar. -Dünyayı temsil eden yeni yollar: Yeni medya, üç boyutlu sanal ortamlar ve ekran tabanlı etkileşimli multimedya gibi, yeni temsili olasılıklar ve deneyimler sunmaktadır. -Özneler (Kullanıcı ve Tüketiciler) ve medya teknolojileri arasındaki yeni ilişkiler: Günlük hayatta iletişim medyasını, imajın algısını ve kullanımını değiştirir.

Henry Jenkins ise yeni medya üzerinde oluşturduğu düşüncelerini yakınsama (yöndeşme) kavramı üzerinden açıklamaktadır. Teknolojik, kültürel, sosyal ve ekonomik dönüşümleri de içinde barındıran yakınsama; terimi geleneksel dikey ağ yapılanmasından, farklı servislerin farklı ağlardan sağlandığı (mobil, sabit, CATV, IP) etkileşimli yapılanma ile iletişim hizmetlerine farklı ağlar üzerinden erişimin mümkün kılındığı ve kullanıldığı çoğul platformlara geçişi” temsil etmektedir.²¹² Jenkins, kanalların yayılması, bilgisayar ve iletişimin giderek yaygınlaşan doğası sayesinde, medyanın her yerde olacağı ve birbiriyle ilişkili tüm medyaların kullanılacağı bir döneme girildiğini vurgulamaktadır.²¹³

İlk üretilen bilgisayarlar genellikle matematik ve hesap işlerinde kullanılmaktaydı. Daha sonradan bu makinelere eklenen ek özellikler, farklı deneyimleri yaşatma imkanı sundu. Örneğin sanat alanında, dijital işlerde bilgisayarın kullanılmaya başlanması, etkileşim üzerinden sanat eserlerinin sürekli değişime uğradığı Fluxus akımı gibi akımların ivme kazanması, bilgisayar ve insan etkileşimini de ortaya çıkardı. Bilgisayar üzerinden üretilen bu sanat eserleri, bilgisayarın yeniden

²¹² Sedat Özel, **Yakınsama: Yeni Medyanın İtici Gücü**. Erciyes İletişim Dergisi, 2011: s. 55

²¹³ Henry Jenkins, **Digital Renaissance. Convergence?** I Diverge. Technology Review, 2001, s.93

Üretim gücünü ortaya serdi. Bu yolla birçok bilim insanın üzerinde çalışmaya başladığı bilgisayar teknolojileri sürekli yeni özellikler eklenerek gelişim hızını arttırdı. 1960'lara gelindiğinde ise bilgisayar teknolojilerinde herkese hitap edecek gelişmeler yaşandı. Yazı yazabilme, sesler üzerinde düzenlemeler yapabilme ve çizim yapabilme gibi teknik imkanlar sunuldu. Çoklu imkanlarıyla bilgisayar, kültürel hayatın bir parçası olmaya başladı. Günümüzde dahi her an yeni özellikler eklenmekte ya da bilgisayar programları kendilerini geliştirerek yeni olarak sunabilmektedirler.

Teknolojide sunulan her yeni ürünün ise bir diğeriyle etkileşimi ve entegresinin olması, onu yeni medya kapsamına alınmasına ve bu şekilde sunulmasına, yeni medyanın, yeniliğini sürekli hale getirmektedir. Bireylere sunulan her teknolojik cihaz, bir şekilde dijital sistem üzerinden birbirine entegre edilmektedir. Yeni medyanın temelini ise bilgisayar sistemleriyle başlayan dijital ortamlar oluşursa da internetin bu sistemlerle dahil olması, yeni medya çağının başlangıcını oluşturduğunu ileri sürebiliriz. Aynı zamanda neoliberal politikalar ve kapitalist bireyin tekilci özellikleri yeni medya çağının toplumsal yanını ortaya koymaktadır. İnternetin yeni medya sistemlerine dahil olmasıyla aşağıda açıklanan kitlesizleştirme, eşzamansızlık ve etkileşim gibi özellikleri ön plana çıkmıştır.

İnternetin ilk ortaya çıkışı askeri hedefler dahilinde olmuştur. 1969 yılında bu hedefler için ABD Savunma Bakanlığı ARPANET adında bir paket tasarladı. Daha sonra bu paket genişleyerek niversiteleri de içine aldı. Kullanımı giderek artan sistem askeri gdmden çıktı ve ARPANET'in sivil versiyonu olan NSFNET geliştirildi. Günlük kullanıma sunulan ev tipi bilgisayarlar ve ağ yapısının hızla gelişmesiyle birlikte, internet ve dijital sistemler, yaşamın ayrılmaz bir parçası haline geldi. Ancak daha sonraları neoliberal politikalar ışığında kültürel ve ekonomik küreselleşmenin etkisiyle; internet politikanın güdümünde, sosyal yaşamın içinde tüketim, finans ve reklam sektörlerine hizmet etmeye başlayarak her iletişim aracında olduğu gibi sermaye ilişkilerinin ve eğlence kültürünün güdümüne girmiştir. Bu medya ortamı bir yandan,

yeni medya teknolojileri, üretim ve dağıtım giderlerini azaltmış, kullanılabilir dağıtım kanallarını genişletmiş ve tüketicilerin medya içeriğini arşivlemesini, açmamasını, düzenlemesini ve yeniden dolaşıma sokmasını yeni, güçlü yollarla mümkün kılmıştır; diğer yandan ise, bir elin parmaklarını geçmeyecek sayıda çokuluslu medya şirketinin eğlence endüstrisindeki tüm sektörlerle hükmetmesiyle ortaya çıkan ana akım ticari medya sahipliğinde, korkutucu bir yoğunlaşmaya yol açmıştır.²¹⁴ Yeni medya böylelikle neoliberal politikaların yeniden üretim alanına dönüşmüştür.

Yeni medya çağı, bilgisayar ve internet teknolojilerinden adını alsa da aynı süreç içerisinde gerçekleşen toplumsal, ekonomik ve siyasal hareketlerden bağımsız değil, onların karakterini de kendinde barındıran ve bu olguları da etkileyen çift taraflı bir sürecin adıdır. Bauman'ın modernitenin karakterini belirtmek için kullandığı "akışkan modernite" kavramı yeni medyanın karakteristiğini de ortaya koymaktadır. Yazıların, görüntülerin ve seslerin yeni medyada sayısal kodlanması, internet hızının ve bilgisayar işlem hızının her geçen gün daha da artması bilginin aktarımını, dönüşümünü ve aynı zamanda dezenformasyonu öyle bir seviyeye taşımıştır ki bireyin, toplumun hayatında değişimler kaçınılmaz hale gelmiştir. Modernite içindeki birey gibi medyada, artık sürekli bir oluş halindedir. Baudrillard'a göre ise küreselleşmenin etkisi ve büyük ölçekli uluslararası şirketlerin güç kazanması yeni medya çağının oluşumunu hızlandıran diğer önemli faktörler arasındadır.²¹⁵

Yeni Medya Çağ'ının en önemli gelişmelerinden biri de yukarıda anlatılan bilgisayar ve internet teknolojilerinin bireylerin ceplerine girecek kadar küçük olan mobil teknolojilerdeki gelişmelerdir. Cep telefonları ya da telefonlar artık basit birer iletişim aracı olmaktan çıkmış, medyanın asli unsuruna dönüşmüştür. Çünkü cep telefonlarımızla fotoğraf ve video çekip düzenleyebilir, bir metin yazabilir ya da internete bağlanarak ev tipi bilgisayarınızla yapabileceğiniz her şeyi yapabilirsiniz. Bu

²¹⁴ Henry Jenkins, *Medya Yöndeşmesinin Kültürel Mantığı*, Esra Çizmeci (çev.), Filiz Aydoğan (Ed.), **Yeni Medya Kuramları** içinde (33-45), İstanbul: Der Kitabevi, 2017, s. 33

²¹⁵ Jean Baudrillard, **Tam Ekran**, Bahadır Gülmez (Çev.), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2004, S.19

yönde mobil teknolojinin her an bireyin yanında, elinin altında olması, Yeni Medya Çağı'nın anındalık ve etkileşim gibi karakteristik yanını güçlendirmiştir. Bireyler her an çevrimiçi olarak fikirlerini beyan edebilir ya da yardıma ihtiyaç duyduğu konularda başka insanların yorumlarını okuyabilir, o konuyla alakalı kayıtlı videoları izleyebilmektedirler.

Anında erişim, anında etkileşim bu teknolojileri bireyin bir uzamı haline getirmekte, ayrıca sanal ve gerçek yaşamın iç içe geçip, iki tarafın muğlaklaşmasına yol açmaktadır. Şüphesiz bu durumu ortaya çıkaran bu teknolojik özellikler değil bireyin bu özellikleri kullanım pratikleridir. Yaşamın her anında belirleyici olan, her an el altında hazır bekletilen araçlar ve dijital ortama benliğini aktarma yarışı içindeki bireyler sanal ve sosyal arasındaki ayrımları silikleştirmektedir. Birey sosyali, dijitalin içine hapsedilmektedir.

Toplumsal yaşamdaki birey ile sanal ortamlardaki birey, birbiriyle etkileşim halindedir. Birey iki boyutu da buralardaki etkileşimi sayesinde inşa etmektedir. Bireyin içinde yaşadığı neoliberal modern toplum gerekleri kullandığı iletişim araçlarına da sirayet etmiş, yeni medya teknolojilerinin içeriğini ve anlamını belirlemiş, modern bir kitle toplumunu ortaya çıkarmıştır. Bunda son dönemde gelişen mobil teknolojilerin katkısı da oldukça büyük olmakla birlikte, yeni medyanın karakteristiğini Richard A. Rogers'in çizdiği gibi etkileşim, kitlesizleştirme ve eş zamansızlık üzerinden incelenecektir. Bir önceki bölümde anlatılan iletişim araçlarının bazılarında da olan bu özellikler yeni medya ile daha belirgin hale geldiği için karakteristik özellikleri olarak gösterilmektedir. İletişim çalışmalarında bu üç özelliğe büyük atıflar yapılsa da aşağıda bu özellikler daha eleştirel bir noktadan ele alınacaktır. Yeni medya kitlesizleştirerek, eşzamansız erişim olanağıyla ya da etkileşim çeşitliliği ile hakikat ve anlam için yeni bir yol sunmamakta, onların etrafındaki sisi dağıtmamakta, dönüşümlerini ve yanılısamayı hızlandırmak için yeni araçlar ve farklı yollar sunmaktadır.

4.1.1 Etkileşim

Yeni medya ortamları sonsuz denecek bir etkileşim boyutuna sahiptir. Gerek yeni medya sistemlerinin teknolojik olarak sürekli birbiriyle etkileşimi olsun gerekse de bireylerin karşılıklı ya da içeriklerle etkileşimi olsun bir sürekliliğe sahiptir. Medyanın teknolojik ilerlemesinde; matbaanın radyoyla, telgrafla ya da televizyonla, olan doğrudan ve dolaylı etkileşimi yeni medya teknolojileri de biçimsel, anlamsal ve teknolojik olarak kendinden önceki, iletişim araçlarıyla etkileşim içindeyken aynı zamanda, onların süregelen formlarını da dönüştürmektedir. Manovich'e göre "genel olarak var olan medyayı, etkileşimli olarak, sayısal veriye dönüştürmeye yönlendiren ve bilgisayar aracılığıyla üretim, dağıtım ve paylaşım sağlayan ortamlardır."²¹⁶ En başlıca özelliği ise bu ortamların etkileşim gücüdür.

Tek boyutlu bir iletişim yerine, kaynak ve alıcı gibi, sabit kavramlar da ortadan kalkmıştır. Kaynak aynı zamanda alıcı olarak da konumlanabilmektedir. Lister vd. göre yeni medya ile etkileşimin yükselişinin gerçekleşeceği ve kaynak ile hedef arasındaki çizginin kaybolacağını vurgulamaktadır.²¹⁷ Levy de yeni medyayı kullanan bireylerin sürekli etkileşim ve bitmeyen iletişimleriyle üretilen içerik ve akan gündem üzerinde, bireyin etkisinin belirsizleşeceğini ileri sürmektedir.²¹⁸ Jan Van Dijk de diğer araştırmacılar gibi yeni medyanın interaktif, etkileşimli olma özelliğini ön plana çıkartmaktadır. Ancak Dijk, etkileşimi üç farklı boyutta incelemektedir. Ona göre bunlardan birincisi; düşük etkileşim, ikincisi eşzamanlılık, üçüncüsü ise etkileşim kuran tarafların yoğun karşılıklı iletişiminin olduğu yüksek etkileşim basamağıdır.²¹⁹ Mark Poster'a göre de geleneksel iletişim araçlarının hakim olduğu birinci medya çağında, birey ve kitle pasif bir nitelik taşımaktayken, ikinci medya çağına geçişle, özellikle yeni medya teknolojileriyle artan etkileşim sayesinde bireyler daha aktif bir konuma yükselmiştir. Poster'a göre bunda en büyük pay, yeni teknolojilerin sağlamış olduğu

²¹⁶ Manovich, s.19

²¹⁷ Lister vd, s. 21-25

²¹⁸ Pierre Levy, **Becoming Virtual: Reality and the Digital Age**, New York: Plenum Trade, 1998.

²¹⁹ Jan Van Dijk, **The Network Society**. London: Sage, 2006, s. 10

etkileşim özelliğidir.²²⁰ Bruce A. Williams da yeni medyayı etkileşim kapsamında değerlendiren araştırmacıdır. Williams'a göre yeni medya ile yükselişe geçen etkileşim özelliğinin, bireyler arasındaki sınırları ortadan kaldırdığını, ortak değer yargılarının gelişmeye başladığını ve bunun da yeni teknolojilerin getirdiği çok seslilik ile mümkün olduğunu düşünmektedir.²²¹ McMillian ise etkileşimi üç farklı boyutta incelemektedir: kullanıcı ve sistem etkileşimi, toplumsal etkileşim ve kullanıcının başka kullanıcılar ile girdiği etkileşimler.

Everett M. Rogers da oldukça erken dönem bir çalışmasında iletişim araçlarının etkileşim özelliğine dikkat çekmiştir. Rogers'a göre, medyaların yeni etkileşim yetenekleri geleneksel iletişim sistemlerini dönüştürerek kaynak ve hedefin karşılıklı şekilde içeriği manipüle edebilecek bir iletişim düzeyine ulaşmasını sağlayacaktır. Yeni medya içerisinde birey ya da kurumlar tarafından üretilen içerik, anında değerlendirilmekte ve içerik dönüştürülerek, tekrar geri dönüş sağlanabilmektedir. Geleneksel medyanın tek boyutlu etkileşim akışı yeni medya ile sürekli ve akışkan bir yapıya sahip olmuştur. Diğer yandan etkileşimin bu baş döndürücü hızı bireyleri her an etkileşim dahilinde tutmaya zorlamaktadır. Çünkü etkileşim döngüsünün dışında kalmak iletinin takibini zorlaştıracak gibi diğer iletiler de etkileşimden çıkan bireyle ilgili olmayacaktır. Etkileşimin hızı tarafından birey dışlanacaktır.

Bireylerin etkileşim olanaklarının en yüksek olduğu alanlar; sosyal medya platformlarıdır. Sanal topluluklarında olduğu bu alanlarda, birey, bazen sadece etkileşim alma üzerine içerik üretiminde bulunmaktadır. Aşağıda sosyal medyanın etkileşim boyutu ve birey ile ilişkisi detaylı olarak ele alınacaktır.

²²⁰ Mark Poster, **The Second Media Age**, Canada: Wiley Publications, 1995, s. 4.

²²¹, Bruce A. Williams. **The New Media Environment, Internet Chatrooms, and Public Discourse After 9/11**, London: Sage Publications, .2003, s. 180.

4.1.2 Kitlesizleştirme

Kitlesizleştirme kavramı, yeni medyanın yükselişiyle gündeme gelen bir kavramdır. Kavram genellikle kitle kültürünün düşüşünü, bireylerin daha fazla seçeneğe sahip olmasını vurgulamaktadır. Kavram, tekil üretimi ve tüketimi açıklamada kullanılmaktadır. Basın ve yayıncılığın aksine yeni medya içerisinde gerçekten de birey hem kendisi hem de büyük kuruluşlar tarafından bitmek bilmeyen bir üretkenliğin içerisinde. Kullanıcı olarak birey yeni teknolojiler içerisinde kendi zevk ve beğenilerine denk düşecek ya da politik davranışlarına karşılık gelen içeriği edinebilmekte, kendisi ve beğenilerini, paylaşımlar içinse bu içerikleri bizzat üretebilmektedir. Böylece birey, ortak beğenileri olan bireylerle, aynı içeriğe ulaşsa da onlardan ayrılarak farklı içeriklere de ulaşabilir. Bu ideolojik yayın yapan bir televizyon kanalını izlemekten oldukça farklı bir deneyimdir. Nitekim o yayını izleyen gruplar zaten o yayınların yapılma sebebine dönüşmekte ve gerçeğin askıya alındığı kitleleştirici propagandaya dönüşmektedir. Böylece tüketimin de tikelleştiği iddia edilmektedir.

Yeni medya içerisinde de bireyin konumu bundan çok farklı olmamakla birlikte, farkı; kişiselleştirerek kitleleştirme yolunu seçmiş olmasındandır. Lev Manovich bu durumun köklerini endüstri devrimine kadar götürür ve medyanın işleyişinin endüstriyelleştiğini ileri sürmektedir. Bu noktada yukarıda da belirttiğimiz gibi yeni medya post endüstriyel toplumun karakteriyle bütünleşiktir. Bireyin kendini sürekli yenilemesi ve değiştirmesi gibi yeni medya sistemleri de tam olarak bunu yapar. İki şekilde de karşımıza sınırları çizili işleyişi belli bir standartlaşma çıkar. Bireylerin beğenileri sonucunda elde edilen verilerle, hareket eden şirketler, herkesin niyetini okuyamadığı için genel beğeniler üzerinden, standart bir beğeni yaratarak kişiselleştirme söylemi altında kitleleştirmeyi sürdürür.

Birey için yeni medyanın kişiselleştirilmiş içerik sunması, yeni medyada ve reel hayattaki reklam ve yönlendirmelerle, reel yaşamın kitle kültürü hakimiyetinde olması, bireyi, yine ister istemez benzer içerikleri tüketmeye itmektedir. Bu noktada bireyi pasif bir konumda konumlandırırsak da yeni medya içerisinde oluşan tekellerden birey kaçamamaktadır. Daha önceden belirttiğimiz tüketmenin kimlik ile bağlantısı, sanal kimliklerde daha ileri seviyede kendini göstermektedir. Yeni medya içerisinde sosyal medya platformlarında çok sayılı takipçiye sahip hesaplar tarafından yönlendirilen "fenomen" adı verilen, bazen hayranı olduğu bireyler tarafından yönlendirilen bireyler bu içerikleri bir kez dahi olsa tüketmektedir.

Yeni medya ortamlarında birey için çizilmiş alan, her ne kadar sonsuz gibi gözükse de reel yaşamındaki eğitim, ekonomi ve politik seviyeleri dahilinde birey bu platformları kullanmaktadır. Bu geniş alanda birey gerek üretim odakları tarafından gerekse dahil olduğu gruplar tarafından sürekli sıkıştırılmakta ve kitle özelliği sergilemektedir. Önceki medya ortamlarında olduğu gibi güvendiği hesapları takip eden ya da ideolojisine yönelik davranış sergileyen bireyler bu özellikleriyle hala kitle psikolojisi içerisinde. İçerik her ne kadar kişiselleştirilmiş olarak sunulsa da anlamsal bütünlük içerisinde aynı özellikleri sergilemekte, kurulu düzeni tehdit edecek bir adım atmamaktadır. Eşitsizliklerin günümüzde daha da derinleşmesi, bunun en somut örneğidir.

Yeni medya içerisinde, sosyal platformlarda, bireyler tarafından üretilen içerikler, tamamıyla kitlenin beğenisine ve etkileşimine sunulmaktadır. Birey, tükettiğini göstermek için tüketmekte, ürettiğini de yine göstermek için üretmektedir. Bu noktada bireyin, bireysel tercihleriyle kullandığı bu ortamlar kitlenin ve ideolojilerinin aksi yönünde olmamaktadır. Kişiselleştirme, araçların belli temalarında, kullanılan alanlarda geçerli olsa da yeni medyanın da kitleleştirici, baskın bir söylemi bulunmakta, bireyler yaşadıkları kitle kültürünün dışına kolay kolay çıkamamaktadırlar. Böylelikle yeni medyanın vaat ettiği kitlesizleştirme özelliği, bireyleri birbirinden belli

noktalarda ayırıp, farklılaştığını iddia etse de popüler söylem üzerinden kitleleştirmektedir. Kitleden sıyrıldığını düşünen bireyler ise toplumdan atomlaşmış, ancak bir diğeriyle benzeşen yanılısama içerisindeki bireylerdir.

4.1.3 Eş zamansızlık

Etkileşimsellik özelliğinin iletişim sürecine ilişkin bir diğer dönüştürücü etkisi de, iletişimin zamanında eş zamansız olma derecesine ilişkin yaptığı açılamdır.²²² ”Yeni medya ile birlikte bireyler iletişimde zaman olgusunun dışına da çıkmayı başarabilmiştir. Bireyin istediği anda yolladığı ileti, yine alıcısı tarafından istendiği anda cevaplanabilmektedir. Bu yolla gönderilen ve alınan iletiler gibi yeni medya içeriklerinin de sabit bir zaman dilimi yoktur, birey dilediği anda istediği içeriğe ulaşabilmektedir. Yeni medya bu temel karakteriyle kişiselleştirilmiş içerik özelliğini de desteklemektedir. Birey, böylelikle tekil bir kullanıcı olarak sadece kendine ait zamanlarda yeni medya ortamlarını kullanmaktadır. Doğrudan iletişim ise bu şekilde sekteye uğramakta, keyfilik iletişimin içinde yerini almaktadır. Mesajı istendiği anda gönderebilme özgürlüğü, gönderici için bazen keyfilik ile sonuçlanabilmektedir.

İçeriklerin her ne kadar belli saatleri olmasa, içerik üretildikten sonra her an tüketime hazır olsa da, içerik üreticileri tarafından sürekli bir eşzamanlı hareket beklenmektedir. Öte yandan bireyin reel ve sanal toplumlarındaki yaşamı ise anında tüketme üzerine kurulu bir yaşamdır. Örneğin bir dizi izleme platformuna üye olan birey takip ettiği diziyi, platforma yüklendikten bir ay sonra da izleyebilecektir. Ancak sanal ve reel toplumdaki dizinin süresi ise dizi yüklendikten hemen sonra bitmekte, bu ise bireyi anında tüketmeye itmektir. İletişim açısından eş zamansızlık tanınsa da yeni

²²² Mutlu Binark, (ed.) **Yeni Medya Çalışmaları** içerisinde, Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorular ve Yöntem Sorunu, Mutlu Binark, Ankara: Dipnot Yayınları, 2007: s. 21.

medya içeriği tüketimi açısından birey yaşadığı tüketim toplumunun kısıkacı altında, sınırlı bir eşzamansızlığa sahiptir.

4.2 Yeni Medya Çalışmalarında Birey

Medya çalışmalarında sorulan sorular, günümüzde de güncelliğini koruyarak yeni medyaya yöneltilmektedir. Yeni medyanın teknolojik temeli üzerine olan tartışmaların yanı sıra, doğrudan insanı ilgilendiren, bu ortamların kullanım pratiklerine yönelik verilen cevaplar da oldukça önemlidir. Yeni medya çalışmalarındaki düşünceleri üç ana kol üzerinden inceleyebiliriz. Birinci kol; tekno-iyimserlik diye adlandırılan; yeni medya teknolojilerine büyük güçler atfedenler, ikinci kol; birinci kolun tam tersi olarak tekno-kötümserler olarak gelişen teknolojinin bireyin yaşamında derin yaralar açacağını ileri süren, üçüncü kol ise bu iki kolun aksine yeni medyanın faydaları ve zararlarını aynı anda değerlendirmektedir. Bu çalışmaların bir çoğunda ise odak noktası toplumsal hareketler ve bireylerin bir araya gelişleri bulunmaktadır.

Yeni medya çalışmalarında, yeni medya teknolojilerine belki de en fazla rol biçen, iyimser yaklaşan isim Clay Shirky'dir. Shirky, sosyal medyanın grup oluşturmanın yeni biçimlerini mümkün kılan yeni araçlar olduğunu ileri sürmektedir.²²³ Ona göre bu araçlar hayatımıza getirdiği yeniliklerle, hayatın akışında bireyin işini daha da kolaylaştırmaktadır. Bu yeni teknolojilerle iletişim süreci eskisinden hızlı ve daha da iyi gelmekte; daha fazla sayıda insan basit sosyal medya araçlarını benimsedikçe ve bu araçlar giderek daha hızlı iletişimi sağladıkça grup eylemlerinin hızı da artmaktadır.²²⁴ Shirky'e göre bireyler yeni medya alanlarında yoğunlaştıkça, daha fazla bilgiye

²²³ Paolo Gerbaudo, **Twitter ve Sokaklar**, Osman Akinhay (çev.), İstanbul: Agora Kitaplığı, 1. Basım, 2014: s.11.

²²⁴ Clay Shirky, **Here Comes Everybody: The Power Of Organizing Without Organizations**, New York: Penguin Press, 2008, s.16

ulaşmalarının önü açılmakta, bu yolla kamusal alanda konuşulanlara katılımı artmakta ve kolektif eyleme girme potansiyelleri artmaktadır. Shirky'nin bu iyimserliğinin temelinde yeni medya teknolojileriyle artan etkileşim özelliği yatmaktadır. Shirky'nin bu ileri sürdüklerine verdikleri örnek ise Mısır ve Tunus'ta yaşanan halk ayaklanmalarıdır.

John Naisbitt de Shirky gibi toplumsal örgütlenmenin temeline teknolojik gelişmişliği ve bilgiye ulaşmadaki hızı koymaktadır. Ona göre iletişim teknolojilerinin sağladığı imkanlar ile hiyerarşik yapıların ortadan kalkacağını daha eşitlikçi ve demokratik kurumların oluşacağını söylemektedir.²²⁵ Naisbitt düşüncelerini ise dikey iktidar ve iletişim biçiminin yerini, yatay bir akışın aldığını şebeke modeli adı altına açıklamaktadır. Diğer yandan bu görüşlere ek olarak Micheal Heim de yeni medya ortamlarının bireylere sınırsız bir özgürlük ortamı sunduğunu, bununla birlikte de toplumsal hiyerarşik yapıların son bulacağını iddia etmektedir. Sanal gerçeklik gibi çok yüksek etkileşimli teknolojilerle, insan iletişimindeki zaman, yer ve toplumsal statü sınırlaması ortadan kaybolmaktadır.²²⁶

Shirky'yi tekno-iyimser olarak konumlandırıp, kendini daha orta bir çizgide sunan Paolo Gerbaudo ise Shirky'nin örnek gösterdiği bu halk ayaklanmalarındaki örgütlenme biçimleriyle hemfikir olup, kolektif eylemin gücünü yeni medya teknolojilerinde bulmuştur. Gerbaudo'ya göre de sosyal medya araçlarının Arap Baharı'nda büyük bir etken olduğu, bireylerin bu yolla bir araya geldikleri düşüncesini ileri sürmektedir. Ona göre de bu hareketlerin lidersiz ve tamamen kolektif olmasında yeni teknolojilerin merkezsiz yapılara sahip olmalarından kaynaklanmaktadır. Gerbaudo teknolojinin gelişmişliği ve artan etkileşim konusunda bireyleri daha da bir araya getirip, kolektif eylemlere götüreceği düşüncesinde, Shirky'e oranla daha temkinli

²²⁵ Krishan Kumar, **Sanayi Sonrası Toplumdan Post-Modern Topluma Çağdaş Dünyanın Yeni Kuramları** Ankara: Dost Yayınları, 2010, s.27

²²⁶ Barbaros Bostan ve Özhan Tıngöy, **Future of New Media, Towards The Ultimate Medium: Presence, Immersion and MMORGs**, Bloomington: Communitaion In The Millenium Symposium, 2007 s.236'den aktaran Özlem Çetin, s.67

yaklaşmaktadır. James Slevin de Gerbaudo ve Shirky'e benzer şekilde *The Internet And Society* (2000) adlı kitabında internetin kamusal alan oluşturabilme imkanını, bu yeni teknolojiler ile gerçekleştirebileceğini savunmaktadır.

Yeni medya çalışmalarında bireyin yeni teknolojilerle bir araya gelmesi ve kolektivite oluşturmaya Shirky, Gerbaudo ve Slevin kadar iyimser yaklaşmayanlar da bulunmaktadır. Bunların başında belki de Evgeny Morozov gelmektedir. Morozov, bireylerin yeni medyayı kullanarak, eyleme geçme durumlarını *slacktivism* (miskin-aktivizm) kavramıyla eleştirmektedir. Morozov'a göre, miskinlere uygun aktivizm "sıfır siyasal ya da toplumsal etkiyle iyi aktivizm yapıldığı hissi uyandırmakta", fakat "bir Facebook grubuna katılmaktan başka bir talepte bulunmadan dünyayı anlamlı bir şekilde etkilediği yanılsaması" doğurmaktadır.²²⁷ Morozov *The Net Delusion* (İnternet Aldatmacası, 2001) isimli kitabında, "Teknolojinin, yıllarca otoriter yönetim altında ezilen insanlara, cep telefonu mesajları, Facebook, Twitter ve her yıl ortaya çıkan başka yollarla harekete geçerek, kaçınılmaz olarak isyan etme gücünü sağladığı" görüşünü savunan tekno-iyimser bakışları eleştirmektedir.²²⁸ Morozov'a göre bu tarz sosyal medya platformlarını, bireyler, çoğunlukla eğlence amaçlı kullanmakta; siyasi bir araya gelmelerinden ziyade günlük paylaşımlar yapmaktadırlar. Bunun yanı sıra Morozov, yeni teknolojiler ile gözetimin daha da arttığını ve medya aktivizminin ciddi sorunlarla karşılaşacağını belirtmektedir.²²⁹

Malcolm Gladwell de yeni medya karşı olan, tekno-kötümserlerin başında gelmektedir. Gladwell, sosyal medyanın yeni araçları tarafından vaat edilen dijital demokrasinin sadece yanıltıcı değil, aynı zamanda bir demokrasiye ve bilinçli sosyal eylemde de etkisiz olduğunu iddia etmektedir. Gladwell'e göre, yeni medya aslında önemsiz olmasa da insanlar arasındaki zayıf bağları teşvik ederek, önemli sosyal sorunları büyük ölçüde yok sayıp, sosyal aktivizmi baltalamaktadır. Gladwell'e göre

²²⁷ E. Morozov, *The Brave New World of Slactivism*, Foreign Policy (blog), 19 Mayıs 2009; http://neteffect.foreignpolicy.com/posts/2009/05/19/the_brave_new_world_of_slacktivism 'dan aktaran Gerbaudo

²²⁸ Evgeny Morozov, *The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*, Public Affairs, 2011, s.7

²²⁹ Gerbaudo, s. 13

60'ların siyah toplumsal hareketleriyle günümüzün sosyal medya hareketlerini karşılaştıran Gladwell, günümüzde toplumsal bağların oldukça zayıf olduğunu ileri sürmektedir. Ayrıca ona göre yeni medyanın sağladığı etkileşim ve hız imkanlarının, bireylerin örgütlenmesi için yeterli değildir. Buna dayanak olarak ise 60'lardaki Amerikan Siyah hareketinin yeni medya ve mobil teknolojilerinden yoksun olmalarına rağmen oldukça güçlü bağlarla bir araya gelmelerini dayanak göstermektedir.²³⁰ Günümüz sosyal medya platformlarında bir araya gelen insanları ise zayıf bağlarla bir araya gelmiş, günlük çıkarlar peşinde koşan bireyler olarak tanımlamaktadır.

Paul Virilio' da, Morozov'a benzer bir noktadan yeni medyayı ele almaktadır. Virilio'ya göre bireylerin her an sağlayabildikleri sosyalleşme durumu, ileride toplumsal problemlere neden olacağını ileri sürmektedir. Sorun olarak değerlendirdiği husus ise sanal ortamlarda bireylerin toplumsal ve politik kimlik oluşturamayacağı için bireylerin politik duruşlarının olamayacağıdır.²³¹ Ona göre, bireylerin siyasi ortamlara katılması, bireyler ve siyaset arasındaki bağı güçlendireceği yerine, siyaset ve katılım, bireylerden alınarak teknolojinin ve onu yönlendirenlerin eline geçtiğini iddia etmektedir. Yeni medyanın sağladığı hız ile ilgili de olarak, "hız ve verimlilik gibi özellikler demokrasi ve özgürlükler için değil; savaş, güç ve ekonomi için var edilmiş özellikleri" olduğunu aktarmaktadır.²³² Christian Fuchs da Virilio ile aynı düşünceleri ileri sürüp, yeni medya ortamlarının tamamen ekonomik çıkar temelli olduğunu vurgulamaktadır. Öte yandan Virilio, yeni medyanın bireylere sağladığı etkileşim olanağının, zaman ve mekan boyutunun duvarlarını yıkmasına karşın, etkileşimin belirli ve sınırlı olacağını da ileri sürmektedir. Virilio, düşüncelerinin temelini ise bireylerin içinde bulunduğu tüketim toplumu kültürü, bilginin yeni iletişim teknolojileriyle yaygınlaşması sonucu ortaya çıkan yeni iktidar modelleri, tüm bunlara bağlı olarak da yeni medya ortamlarında denetimin artması olarak sıralanabilmektedir. Ona göre, her yeni teknolojinin hızla benimsenmesi,

²³⁰ Malcolm Gladwell, **Small Change Why The Revolution Will Not Be Tweeted**, The New Yorker, Eylül 2010, Erişim Tarihi: 19.06.2020, <https://www.newyorker.com/magazine/2010/10/04/small-change-malcolm-gladwell>

²³¹ Paul Virilio, **Hız ve Politika**, M. Cansever (çev.), İstanbul: Metis Yayınları, 1998, s. 11 – 17.

²³² Paul Virilio, **Enformasyon Bombası**, Kaya Şahin (çev.), İstanbul, Metis Yayıncılık, 1. Basım, 2003.

sosyal paylaşım ağlarına bireylerin katılımının artmasıyla birlikte; bireyler daha çevrimiçi hale gelirken, benlik algımızın kökten değişeceğini düşünmektedir.²³³

Yeni medyayı eleştirel bir perspektiften ele alan bir diğer isim ise Tarleton Gillespie'dir. Ona göre bu yeni ortamlara "çevrimiçi platformlar" denmesinin nedeni herkesin içine dahil olabileceği demokratik yapının vurgusudur. Ancak Gillespie'ye göre bu oluşturulmak istenen algı tamamıyla yanılsamadan ibarettir. Ortaya konmak istenen kamusal alan vurgusunun arkasında ekonomik temellerin olduğunu ileri sürmektedir.²³⁴ Benzer bakış açısıyla yeni medyayı değerlendiren Chiristian Fuchs da, Gillespie gibi sosyal medya platformlarında bireylerin ekonomik olarak sömürüldüğünü ve karşılığında ellerine hiçbir şey geçmediğini vurgulamaktadırlar. W. McChesney de, yeni medya ortamlarının, bireylere demokratik katılım ortamları sunamayacağı görüşündedir. Ona göre, bu ortamlar küresel ortamlardaki güç sahipleri tarafından desteklendiği için bireylerin katılımının ancak politikasızlaşmakla sonlanacağını ileri sürmektedir. Mcchesney'e göre yeni medya teknolojileri pazarın kontrol ettiği sistemle uyumlu hale gelmiş ve tüketicilerin yaratılmış ihtiyaçlarını gidermek amacıyla şekillenmektedir.²³⁵ Oscar Gandy, internetin yarattığı sonuçların gerçek bir kamusal alan ümidini tehdit eden, yurttaşlar ve tüketiciler arasında bölünmeye yol açan bir araç olduğunu, bunun da "gerçek bir dijital bölünme"ye sebebiyet verdiğini vurgulamaktadır.²³⁶

Teun A. van Dijk, söylem çözümlemesi yapan bir araştırmacı olarak yeni medya üzerine düşünceler ifade etmiştir. Dijk, yeni medya ortamlarında gelişen teknolojinin bireyci yaklaşımı arttığını ileri sürmektedir. Ona göre bu ortamları kullanan bireyler reel yaşamdan koparak daha izole bir yaşama geçiş yapmaktadırlar. Bu geçişle birlikte kendine has bir "mobil kültür" oluştuğunu belirtmektedir. Ancak bahsettiği

²³³ Paul Virilio, **Enformasyon Bombası**, Kaya Şahin (çev.), İstanbul, Metis Yayıncılık, 1. Basım, 2003.

²³⁴ Tarleton Gillespie, **The Politics of Platforms**, New Media and Society, Sage, Vol.12.3, 2010, s. 353

²³⁵ R. W. McChesney, **Küresel İletişimin Ekonomi Politikası**, içerisinde, Kapitalizm ve Enformasyon Çağı: Küresel İletişim Devriminin Politik Ekonomisi R. W. McChesney (der.), Ankara: Epos Yayınları, 2003, s.35

²³⁶ Peter Dahlgren, Tobias Olsson, **From Public Sphere to Civic Culture: Young Citizen's Internet Use**, Palgrave. Richard Butsch (ed.). New York: Media and Public Spheres, 2007, s. 198

hususlarda yeni yaklaşımların olumlu yönlerini de ele alan Dijk, gerçek hayattaki sosyalleşmeden izole hâle gelmenin sosyal anlamda zayıf bireyler yetiştirmek anlamına gelmediğini de vurgulamaktadır.²³⁷ Bireyler bu yolla kendi ortamlarını daha seçici hale getirebilmektedir. Dijk, daha önceleri tüketici konumundaki bireylerin yeni statüsü olarak nitelendirdiği kullanıcı failliğinin eleştirel bir bakışla yeniden değerlendirilmesinin anlamlı bir yaklaşım olacağı görüşünü öne sürmüştür.²³⁸ Son olarak Dijk’a göre medya çalışmalarında, eskiden pasif kullanıcının yerden yere vurulduğu zamanların geride kaldığını, günümüzde ise aktif kullanıcıların yüceltildiği bir duruma geçiş yaptığımızı söylemektedir.

Yeni medya çalışmalarında tekno-iyimserler teknolojiyi yüceltip, bireyin yaşayacağı sorunları atlarken, diğer yandan tekno-kötümserler ise gelişmiş teknolojinin bireyin dünyasını daha da karmaşık hale getirdiğini, teknolojinin bireyi ortadan kaldırdığını düşünmektedirler. İkinci görüş ise yeni teknolojilerin bireyin hayatına sağladığı imkanları atlamaktadır. Bu noktada her iki görüşten de ayrı olarak bir üçüncü görüş bulunmaktadır. Bu üçüncü görüşün içerisinde, Manuel Castells ve Henry Jenkins’i değerlendirilmektedir. Yine yukarıda görüşleri açıklanan Teun A. van Dijk’ı da bu görüşe dahil edebiliriz. Üçüncü görüş, yeni medyaya eleştirel yaklaşırken aynı zamanda sağladığı imkanları ve bireyin hayatına getirdiği yenilikleri, katılımı göz ardı etmemektedir.

Manuel Castells, yeni medya teknolojileri ile ortaya çıkan ağ toplumu olarak nitelendirdiği, günümüz toplumunun siyasi katılımı ve bireyler arası ilişkilerin yatay olarak konumlandığını belirtmektedir. Castells, bilgisayara dayalı enformasyonun yayılmasının ve edinilmesinin kolaylaşmasıyla, medyanın kontrolünün bertaraf edilerek özerk, elektronik bir forumda tartışma ve etkileşim içinde olma imkanının doğduğunu vurgulamaktadır.²³⁹ Castells, toplumsal olayların ortaya çıkışında, bireylerin demokratik

²³⁷ Jan Van Dijk, **Network Society: Social Aspects of New Media**, Londra: Sage, 2006, s. 107.

²³⁸ Jan Van Dijk, **Ağ toplumu**, Özlem Sakin (çev.) 1. Basım İstanbul: Kafka Yayınevi , 2016, s.168

²³⁹ Manuel Castells, **Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür, Kimliğin Gücü**, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2008, s.65 -70

katılımında, yeni medyanın rolünü göz ardı etmezken bu noktada teknolojinin belirleyici unsur olduğunu düşünmemektedir. Fakat Castells, iletişim teknolojilerinin dünyanın sadece bir kısmının sahip olması nedeniyle, yarattığı demokratik platformu Atina Demokrasisine dönüşebileceği konusunda da endişelerini dile getirmektedir.²⁴⁰ Sayısal uçurumun neden olduğu erişimdeki eşitsizlik, enformasyon toplumu olarak tanımlanan toplumlarda; “enformasyon zenginleri ve yoksulları” olarak iki parçalı bir toplum yaratma tehlikesini de beraberinde getirebilmektedir.²⁴¹ Castells, yeni medyanın ekonomik boyutunu diyalektik olarak işaret ettiği internet ortamında, özgürlüğün metalaştırılması ve küresel erişim ağlarının insanları, reklam olarak satması sonuçlarına paralel; insanların siber mekânda şirketlere ya da yönetimlerin iktidarlarına meydan okuma, otoritelerini kırma ve zayıflatma sonuçlarının da bulunduğu dikkat çekmektedir.²⁴²

Manuel Castells, yeni iletişim teknolojilerinin bireysel iletişimi geliştirdiğini, kitleyi heterojenleştirdiğini, geleneksel medya örgütlenmelerinin biçim değiştirdiğini düşünmektedir.²⁴³ Ona göre, yeni medya teknolojilerinin ortaya çıkardığı sanal yapı, mekan ve zaman algısını da değiştirmiştir. Bununla birlikte bir yandan küresel şirketlerin bireylerle çok rahat etkileşime geçmesi, diğer yandan da bireylerin uzaktakilerle etkileşime geçmesinin önü açılmıştır. Castells’e göre bu yeni tarz etkileşim deneyimi, reel deneyimlerin yerini almaktadır. Bireylerin, kimlik oluşturmalarına da değinen Castells, günümüzde kimlik yapılarını oluştururken geçmişle bir bağlantı kurmadığını belirterek güncel kimlik yapılarının insanlar arası etkileşimle ortaya konulduğu üzerinde durmaktadır.²⁴⁴ Ağ toplumlarında bireylerin oluşturduğu kimlikleri Castells üç farklı kavramla belirtir. Ona göre bireyler bu yeni ortamlarda, toplumsal alanda egemen olanların oluşturduğu “meşrulaştırıcı kimlik”, egemene karşı olan bireyler tarafından oluşturulan “direniş kimliği” ve son olarak

²⁴⁰ Castells, s.528

²⁴¹ Geray, s. 135

²⁴² Castells s. 421

²⁴³ Filiz Aydoğan, Ali Murat Kırık **Alternatif Medya Olarak Yeni Medya**, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi S:18, 2012. s.58 - 70

²⁴⁴ Manuel Castells, **Enformasyon Çağı: Ekonomi Toplum ve Kültür İkinci Cilt: Kimliğin Yükselişi**, Ebru Kılıç (çev.) 3. Basım, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2013, s. 14.

toplumsal alandaki yerlerini yeniden kurmak isteyenlerin oluşturduğu ‘‘proje kimlik’’leri kullanmaktadırlar.²⁴⁵

Henry Jenkins, yeni medya teknolojilerinin bireyin yaşamına getirdiği teknolojik, toplumsal ve kültürel dönüşümleri ‘‘yakınsama’’ kavramıyla, açıklamaktadır. Yakınsama’’ terimi geleneksel dikey ağ yapılanmasından, farklı servislerin farklı ağlardan sağlandığı (mobil, sabit, CATV, IP) etkileşimli yapılanma ile iletişim hizmetlerine farklı ağlar üzerinden erişimin mümkün kılındığı ve kullanıldığı çoğul platformlara geçişi’’ temsil etmektedir.²⁴⁶ Jenkins, bu yeni tür yapılanmayla, medyanın her an her yerde olacağını, tüm medyaların da birbiriyle ilişkisinin süreceğini belirtmektedir. Buna ek olarak yakınsama ve katılım kültürüne eleştirel bir bakış açısıyla yaklaşan Jenkins, yakınsamanın ekonomik boyutuna da dikkat çekerek katılımcı konumunda kendini üreten konumunda hisseden bireylerin, sinema, televizyon, kitap, oyun, Web, müzik ve emlak sektörüne ilgi duyan şirketlerce sömürüye uğradığına değinmektedir.²⁴⁷ Jenkins, çevrimiçi ortamlara katılımın adil olmadığını, yeni medyanın sağladığı sınırlı bir erişim olduğunu, ancak bunlara rağmen, eski ve yeni medya arasındaki kesişim noktasında bulunan izleyicilerin, ortaya çıkan yeni kültüre katılma hakkı istediğini vurgulamaktadır.²⁴⁸ Yeni medyanın etkileşim özelliğine de değinen Jenkins, artan teknolojik gelişmişliğin etkileşimi de arttığını, artan etkileşimin ise bireyin yaşamındaki değişiklikleri daha kısa zaman içinde gerçekleştireceğini ileri sürmektedir.

Yeni medyanın bireyin hayatına getirdiği, toplumsal, ekonomik ve kültürel yenilikler artık günümüzün yadsınamaz gerçeklerindendir. Bireylerin bu ortamlarda geleneksel medyadaki pasif konumlandırılmalarının ötesine geçmekte, daha içeriğe ve iletaye karşı daha aktif konumda bulunmaktadır. Yeni medyanın sağladığı imkanlar,

²⁴⁵ Castells,,s. 16.

²⁴⁶ Jenkins, 2011.

²⁴⁷Jenkins, s.93

²⁴⁸ Henry Jenkins, **Convergence Culture Where Old And New Media Collide**. New York: New York University Press, 2006, s. 24

çeşitliliği sağlarken, yukarıda da belirtildiği gibi bireysel kullanımı ön planda tutmaktadır. Bu noktada ise toplumsal alanda var olan eşitsizlikleri ile bu ortamları kullanan bireyler, özgürleşim ve katılım yanılması yaşamaktadırlar. Diğer yandan ise bu ortamları bireysel ve toplumsal çıkarları noktasında kullanan bireyler ise yeni teknolojilerin sağladığı imkanlarla diğer bireylerden ayrılmaktadır. Neil Postman'ın s.belirttiği gibi eskiden olduğu gibi yine kazananlar ve kaybedenler mevcuttur. Ona göre esas düşünülmesi gereken de kaybedenlerin, kazananları alkışlamış ve hala alkışlıyor olmasıdır.²⁴⁹

4.3 SOSYAL MEDYA VE ETKİLEŞİM

Yeni medya teknolojilerinde, bireylerin, en çok etkileşim içerisine girdikleri alan, sosyal medya platformlarıdır. Yeni medya daha çok teknolojik bir altyapıyı ve yukarıda sayılan karakteristik özellikleri ifade ederken, sosyal medya ise bireylerin birbirleriyle karşılaştıkları ve etkileşime girdikleri sanal kimlik ve sanal toplum kavramlarının en çok kapsayan platformlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medya platformları karşılıklı etkileşime imkân tanıdığı yönündeki vurgu, sosyal medya için, kullanıcılarını ağ üzerinden bağlayan, kimi zaman doğrudan kimi zaman ise dolaylı bağlantılar ile karşılıklı etkileşime imkân tanıyan yer olarak tanımlanabilmektedir.²⁵⁰ Ayrıca, elektronik ortam, yüz yüze etkileşim ve aracılı yarı etkileşimin uzamsal özellikleri radikal olsa da, yüz yüze etkileşimin bazı özelliklerinin bu yeni ortamlarda çoğaltılmasını sağlayan sembolik işaretlerin zenginliği ile karakterize edilmektedir.²⁵¹

Günümüzün aracılı ortamı kolektif düzenleme ve kontrol biçimlerinden, sorumluluk ve sosyal iletişim konularında bilinçli seçimler yapabileceği kabul edilen

²⁴⁹ Neil Postman, **Teknopoli**, Mustafa E. Yılmaz, Çev.). İstanbul: Gelenek Yayınları, 2004 s. 19

²⁵⁰ Anthony Giddens, . **Sosyoloji**. İstanbul: Kırmızı Yayınları, 2008, s. 715

²⁵¹ John B. Thompson, **The New Visibility** ,Theory Culture Society, Sage Publications, 2005, s. 37

Erişim Tarihi: 04.06.2020 <http://tcs.sagepub.com/cgi/content/abstract/22/6/31>

bireye karşı önemli bir sorumluluk yüklenmesine işaret etmektedir.²⁵² Karşılaşma anlarında reel yaşam yansıtılırken, dijital alanın kendine has özellikleriyle de bazen reel yaşam değişime uğratılarak yansıtılmaktadır. Makro anlamda; sosyal medyanın sermaye yapısı, platformların biçimsel özellikleri (bireylerin o platformu nasıl kullanacağı yazılım tarafından sınırları çizili olduğu gibi), içerik üretme imkanları, sosyal medyanın kendine has ahlak ve etik kuralları, mikro anlamda ise; bireyin benliğini bu ortamlarda nasıl sunduğu, kimliklerini nasıl oluşturdukları, etkileşim dahilindeki davranışları, bireyin tüm bunlar ışığında geliştirdiği pratikler aşağıda detaylı olarak ortaya konacaktır. Bu bağlamda sosyal medyanın çerçevesi çizilecek olup, etkileşimin bireyle ve bireysellik yanısamaya ilişkisi incelenecektir.

4.3.1 Sosyal Medya Platformları

Web teknolojisi, son yıllardaki teknolojik ve anlamsal gelişimi itibarıyla Web 1.0, Web 2.0 ve Web 3.0 olarak adlandırılmaktadır. Web 1.0, sıklıkla bireyin katılımının daha az olduğu, sınırlı olduğu webi tanımlamak için kullanılırken, Web 2.0 sosyal medyanın da içine dahil olduğu teknolojik altyapıyı ve katılımın yüksekliğini ifade etmektedir. Web 3.0 ise daha çok anlama yönelik kategorileştirmeyi, algoritmaları ve teknolojinin etkileşimini, veri toplamanın gelişimini ifade etmekte, teknolojinin semantiği ile ilgilenmektedir.

Web 2.0 adını Tim O'Reilly'nin "Web 2.0 Nedir?" adlı makalesinden almakta ve Web 1.0'a oranla Web 2.0'in katılımcılığını vurgulamaktadır. Tim O'Reilly "Web 2.0 Nedir" başlıklı makalesinde (2005) interneti bir medyadan çok (web sitelerinin dağınık birer adacığı olduğu) bir platform olarak tanımlanmıştır.²⁵³ Bu platformlarda bireyler

²⁵² Sonia Livingstone, P. Lunt, **Citizens, Consumers And The Citizen Consumer: Articulating The Citizen Interest In Media And Communications Regulation**, Discourse & Communication, 2007, S. 63---89.

²⁵³ Selva Ersöz Karakulakoğlu, "Geleceğin Web Teknolojileri: Web 3.0 ve Etkileşim", Özlem Oğuzhan (Ed.) **İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim** içinde (110 -131) İstanbul: Kalkedon Yayınları, 2015,s. 115

kullanıcı olarak, çevrimiçi mesaj gönderme alma, bireysel sayfalarını oluşturma gibi özelliklerin kullanımı yaygınlaşmıştır. Web 2.0 ile birlikte yaygın kullanımı artan platformlarda bireyler medya içeriklerini sadece tüketen, sınırlı üreten konumundan çıkıp üretken bir noktaya gelmiştir. O'Reilly Web 2.0'ın özelliklerini şu şekilde sıralar: "Radikal merkezsizleşme, radikal güven, yayıncılık yerine katılımcılık, katılımcı olarak kullanıcılar, zengin kullanıcı deneyimi, uzun kuyruk, bir platform olarak web, bireyin kendi verilerini kontrol etmesi, veriyi yeniden karıştırma, kolektif zeka, tutumlar, daha çok kullanıcı ile yazılım, oyun, belirsiz kullanıcı davranışları."²⁵⁴ O'Reilly'nin sunduğu bu geniş çerçeve yeni medya sosyalliğinin ana hatlarıdır.

Web 2.0 kavramı, O'Reilly için ayrıca dotcom balonu ya da krizi olarak adlandırılan, internet şirketlerinin borsada tepe taklak olmasından sonra dijital endüstrinin geri dönüşünü anlatmaktadır. Bireylerin katılımının artması, şirketlerin özellikle sosyal medya platformlarının hızla kullanıcı sayılarının artması ve özellikle bireylerin içerik üreticisi olması dijital endüstrinin de yeniden ve gerçekten doğuşunu sağlamıştır. Christian Fuchs'a göre ise Web 2.0 ve sosyal medya kapitalizmin "kriz anında ticari internet ekonomisi için sermaye birikim modelleri kurulmasına odaklandığı" bir dönemde ortaya çıkmıştır. Kapitalizmin dijital ekonomiyi tekrardan canlandırmak ve sermaye akşını buraya odaklaması için ise web teknolojileri "yeni" olarak sunulmuştur. Bireyin bu platformlara katılımı, diğer kullanıcılarla etkileşimi ve platformları geliştirebilme imkanlarıyla akışkanlık içinde sürekli dönüşüm içinde bir medya ortamları yaratılmıştır.

Sosyal ağlar, web tabanlı platformlar olarak, bireylerin sanal ortamda en çok karşılaştıkları alanlardır. Bilgi alma, mesaj gönderme, arkadaş listeleri oluşturma, bireysel sayfalarda paylaşımlar yapabilme ve bu sayfayı her an düzenleyebilme, fotoğraf, video, ses, yazılı ifade gibi paylaşımlar yapabilme gibi iletişim çeşitlerini içerisinde barındırmaktadır. Facebook, Twitter ve Instagram gibi Web 2.0 platformları,

²⁵⁴ Christian Fuchs, **Sosyal Medya Eleştirel Bir Giriş**, Diyar Saraçoğlu ve İlker Kalaycı (çev.), 1. Basım, İstanbul: NotaBene Yayınları, 2018, s. 50

bireylerin sadece bilgi aldıkları ortamlar ya da sadece platform tarafından üretilen içeriklerin tüketilmesinin beklendiği, ortamlar değildir. Bu ortamlarda bireylerin diğer bireylerle etkileşime girerek içerik üretmesi beklenmektedir. Birey sadece tüketen olmaktan çıkar, içeriğin yaratıcısı olmasıyla dijital sosyal çevresiyle etkileşime girebilmek için paylaşımlar yapmakta, içerik üretmektedir.

Mobil teknolojilerin gelişmesi, internetle bütünleşmesi ve sosyal medya uygulamalarının cep telefonlarında rahatlıkla kullanılacak ara yüzlere sahip olması, bu platformların kullanımını arttırmıştır. 1995 yılında dünya nüfusunun %1'ine denk gelen internet kullanımı özellikle 2005 yılından sonra hızla artışa geçmiştir. Hootsuite ve We Are Social'ın Global Digital Report 2019 isimli raporunda internet kullanım oranı dünya nüfusunun %57'sine karşılık gelmektedir. Mobil kullanımı ise %67 gibi büyük bir orana ulaşmıştır. Mobilden internete ve sosyal medya platformlarına erişim bireyler için hem daha pratik hem daha ucuzdur. Bireyin dijital ve reel kimliğini yanında taşıyabilmesi, özellikle dijital kimliğini mobil teknolojiler sayesinde tek başına ıssız bir alanda otururken bile etkileşime sokabilecek olması, mobil teknoloji pazarını her geçen gün genişletmektedir.

Bireylerin, ücretsiz olarak kullanabildiği uygulamaların; sürekli kendini geliştirmesi ve kullanım alanını genişletmesi, günlük yaşamın akışının, hızlıca bu platformlara kaymasını, bireyin reel yaşamdaki etkileşim alanlarını da bu platformlara sıkıştırmasına yol açmaktadır. Gittikçe dijitalin hakim olduğu sosyal akışta, bireyler de dışarıda kalmamak için dijitalleşmek gereği hissetmektedir. Günümüzde artık devlet işlerinden günlük işlere kadar her şey dijitalleşmektedir. Öte yandan bu platformları ve dijitalliği cazip kılan etkenleri, Fuchs şu şekilde sıralamaktadır: "web sayfası, web posta, dijital görüntü, dijital video, tartışma grupları, ziyaretçi defterleri, bağlantı listeleri veya arama motorları gibi birçok medya, enformasyon ve iletişim teknolojilerini birleştiren bütünleşik platformlar"²⁵⁵ olmalarından kaynaklanmaktadır. Birey böylelikle

²⁵⁵ Fuchs, s. 15

hızlanan reel yaşam alanlarını, buraya aktararak daha hızlı etkileşimle sonuca anında ulaşabilmektedir.

Reel yaşamın dijital ortamlara akışını kolaylaştıran bütünleşik yapı, birçok imkanı da bir arada sunmaktadır. Kendi adınıza oluşturacağınız bir Google ya da Facebook hesabıyla, bu platformlar dışındaki alışveriş sitelerine, bloglara veya diğer sitelere kolaylıkla giriş yapılabilmekte, paylaşımlarınızı iki hesap üzerinden eşitleyip iki farklı yerde de var olunabilmektedir. Örneğin çoğunlukla fotoğraf paylaşma uygulaması olan Instagram'daki gönderi, kolaylıkla Twitter'daki ya da Facebook'daki kullanıcılara yönlendirilebilmektedir. Bütünleşik yapı etkileşimi arttırdığı gibi aynı zamanda içerik üretimini ve bireyin platformlara katılımını da en kolaya indirgemeyi hedeflemektedir. Bir yandan mesaj yazarken diğer yandan bir gönderi paylaşabilmek ve arkadaşlarınızla etkileşime girebilmek, bu platformların en ana özelliklerindendir. Ancak etkileşim olanaklarını geliştiren ve yenilikler sunan platformlar, daha fazla kullanıcıyı kendine çekebilmektedir.

Sosyal medya platformlarının, çoklu ortamlara açık olması kendi benzeri platformlarla etkileşime olanak sağlaması ve bunu sürekli olarak genişletmesi bu platformlara olan ilgiyi günden güne arttırmaktadır. Öyle ki yukarıda da belirttiğimiz gibi bireysel sayfalar oluşturup, arkadaş ekleme Web 2.0 teknolojilerine has bir özellik değildir. Sosyal medyanın ilk adımı olarak kabul edilen SixDegrees.com sitesi de bireylerin birbirlerini ekleyip etkileşime geçmelerini sağlayan bir ortam sunmaktaydı. Milyonlarca kullanıcısı olmasına rağmen site çok uzun süre kendini devam ettirememiş ve 2000 yılında kapanmıştır. Henüz mobil internet teknolojilerinin olmadığı, dijital dönüşümün sınırlı olduğu ortamda ve çoklu ortam, teknolojik olarak imkan dahilinde olsa bile, sermaye akışının buraya odaklanmaması bu sitenin bireysel kullanımını da etkilemiştir. 2005'ten sonra sosyal medya kullanımı ise SixDegrees.com'un mahrum kaldığı her şeye sahip bir ortamla yükselişe geçmiştir. Nitekim bütünleşik yapının

ortaya çıkması, bireyin etkileşim olanağının da artması diğer tüm iletişim araçlarında olduğu gibi bireyleri buraya yönlendirmiştir.

Reel yaşamın, hızla dijitalleşmesi reel yaşamı ifade etmede bu platformların söz sahibi olması, bireyi ve toplumu da dijital dönüşüm içerisine sokmaktadır. Günümüzde artık sanal ve reel gibi farklı alandan söz etmek son derece zor bir noktaya gelmiş; iki alanda muğlaklaşarak farklı karakteristik özelliklere bürünmüştür. Dijital dönüşüm mikro ölçekte bireyi, onun gündelik yaşamını ve kimliğini dijital olarak yeniden yapılandırırken; orta ölçekte kurumların çalışma, kar kazanma ve değer yaratma biçimlerini; daha geniş bir ölçekte ise ülkelerin politikalarını uygulama ve toplumların yapılanma örüntülerini değiştirmektedir.²⁵⁶ Bireyin gerçekliği anlama ve yorumlamasında tek söz sahibi bu alanlar olmakta, dijital ortamdaki gerçeklik ise tek gerçeklik olarak bireyin yaşamında yerini almaktadır. Şüphesiz diğer iletişim araçlarında da olduğu gibi yeni medya araçlarının da kar güden kuruluş olmalarından dolayı, belli paradigmlar doğrultusunda ilerleme zorunlulukları geleneksel medya ile olan kader bağlarını güçlendirmekte, bireye yaklaşımları değişmemektedir. Birey, araçların içerisinde birer içerik üreticisi olarak, kendisinin hem metası hem de tüketicisi konumundadır.

Facebook, Twitter ve Instagram gibi sosyal medya sitelerinin, kar oranlarını her yıl katlamasında ve yeni sosyal medya uygulamalarının piyasaya sürülmesine rağmen, güç kaybetmemelerinin belli başlı nedenleri bulunmaktadır. Bunlardan ilki; uygulamanın günlük yaşamın sunumunu içine çekecek ölçüde sürekli olarak genişlemesinden kaynaklanmaktadır. Bireylerin kendini ifade etme olanağı, etkileşimde bulunma imkanı arttıkça bu uygulamalara olan yönelim de artmakta, yeni kullanıcılara da sahip olabilmektedirler. Örneğin Instagram uygulaması 2010 yılında Ekim ayında kullanıma sadece Apple markası cihazlarına sunulmuştur. Uygulama ilk kullanımda

²⁵⁶ Oğuz Kuş, "Algoritmalar ve Filtre Baloncuğu Çağında Marka Değerinin Yönetilmesi Sorunsalı Üzerine" Oya Morva ve Erkan Saka (Ed.) **Kolektif Zeka Yeni Medya Perspektifinden Katkılar**, içinde (167-192) İstanbul: Kalkedon Yayınları, 2018, s. 171

sınırlı filtre ve fotoğraf üzerinde değişimin az olduğu görsel temelli bir uygulamaydı. 2012 yılında Android yazılımlı telefonlara da sunulan uygulama, o ana değin sınırlı kullanıcı sayısına sahipti. O yıl, bir sıçramayla, 30 milyona ulaştı ve Facebook tarafından satın alındı. Uygulama daha sonra neredeyse ay başına bir yenilik düşecek şekilde kendini güncellemeye başladı. Video yükleme, filtre sayısında artış, fotoğraf düzenleme olanakları, profil sayfalarına masaüstü bilgisayarlardan erişim imkanı, fotoğrafların harita üzerinde gösterimi, fotoğraflara arkadaşlarınızı etiketleme gibi onlarca özellik ekleyerek uygulamanın etkileşimde bulunma alanı genişletti. Ticari yönden de kendini geliştiren uygulama, belki de en önemli özelliğini Ekim 2013'de sundu: sponsorlu paylaşım imkanı. Bu yeniliklerle 2017 yılında uygulama 800 milyon gibi geniş bir kullanıcı sayısına ulaştı. Bu sayı 2019 yılına değin ise 1 milyarı aşmıştır. Burada uygulamanın teknolojik olarak etki alanını genişletmesi ve kendini sürekli olarak geliştirerek yenilemesi dolayısıyla da bireyin kendini ifade etme olanağını arttırması uygulamanın kullanımını arttırmıştır. Bu uygulama yazılımları herhangi bir şeyden daha fazla değişime ve dönüşüme uğramaktadır. Fuchs'un da *Sosyal Medyaya Eleştirel Bir Giriş* kitabında ileri sürdüğü gibi; sürümler, tüketimi özendirmenin yolu olacaktır. Her yeni sürüm, aynı zamanda bireyin, bu platformlardaki üretimini arttıracak gibi diğer bireylerle olan etkileşimlerini de arttıracaktır.

Belli başlı sosyal medya uygulamalarının, piyasadaki otoritelerinin gittikçe güçlenmelerinin diğer nedenleri ise tekelleşme ve piyasanın kazanç payının büyük bir kısmını ellerinde bulundurmalarıdır. Örneğin son yıllarda yaptığı satın almalarla gündeme gelen Facebook Şirketi, Whatsapp ve Instagram gibi kullanıcı sayısı yüksek uygulamaları satın alarak bünyesine katmıştır. Son zamanlarda ise Facebook, satın aldığı veri planlama şirketleri ile tekelleşmesini hızlandırmıştır. Pazarın en büyük getirisi olan kullanıcı verilerine, gerek toplamada gerekse de işlemede Facebook pazarı ele geçirmektedir. Verinin işlenmesi, tekelleşmesi ve toplanma süreçleri aşağıda daha detaylı olarak bireysellik yanılması kapmasında ele alınacaktır. Bazen şirketler gelecek vaat eden şirketleri satın alarak tekelleşme sağlasalar da bazen de kendilerine eş yazılımları satın alıp piyasadan çekerek alanda tek olmayı sürdürmektedirler.

Bir diğerk önemli nokta ise bireylerin kullanıcı olarak metalaştırılarak sömürülmesi yoluyla sosyal medya şirketlerinin sermaye biriktirmesidir. Platformların ücretsiz olarak bireylere sunulması ancak içeriğın birey tarafından üretilmesi ve karşılığının ödenmemesi, ayrıca bireylerin bilgilerinin bu platformlar tarafından üçüncü şahıslara satılması bu platformların sermaye biriktirmesinin ve tekelleşmesinin diğerk nedenlerindendir. Örneğın kullanıcı sayısı çok olan Facebook, bireye ait verileri para karşılığık reklam verenlere sattığında sermayesini kuvvetlendirip yeni alanları satın alıp tekelleşmesini sürdürebilecektir.

Tüm bunlar ışığında sosyal medya kullanıcı sayılarının artması, platformların çeşitlenmesi, etkileşim hızının artması ve yukarıda sayılan faktörlere bağık olarak, bireyin, enformasyona ulaşımı da hızlanmıştır. Enformasyonu elde etmesi saniyeler içinde gerçekleşirken, genellikle işleve yönelik (pragmatist) kullanıldığık için unutulması da yine saniyelere bağıkıdır. Ancak enformasyon artışının ve ulaşmanın getirdiğık bazı avantajları göz ardı etmemekte fayda bulunmakla birlikte, etkileşimin bu denli hızlı olduğık yeni medya içerisinde dezenformasyonun da yayılması bir o kadar hızlıdır. Sosyal medya platformları üzerinden yayılacak bir ani yalan bilgi, saniyeler içinde gündemi etkileyebilmektedir. Son günlerde yaşanan İstanbul depremi bunun bir örneğidir. Whatsapp adlı mesajlaşma uygulamasından deprem ile alakalı yollanan bir ses kaydı, saniyeler içerisinde herkes tarafından dinlenmiştir. Ses kaydında gece büyük bir depremin olacağından bahsedilirken, televizyonda ve diğerk platformlardaki bilgiye, bilime dayalı açıklamalar göz ardı edilerek, İstanbul'un ciddi bir bölümü geceyi sokaklarda ya da evlerinde tetik halinde geçirmiştir. Kısa bir ses kaydından aktarılan dezenformasyon büyük bir etkileşim ağıyla o gün herkesin gündeminde olmuştur. Bu noktada “üretilen içeriklerin olgunlaşmadan ve doğruluğının teyit edilmeden yayılması sorununu” belirlemektedir.²⁵⁷ Dezenformasyonun gerçekliğinin, tartışılmadan kabulü oldukça önemli olsa da bazı değişkenlerinde bu örnekte olduğunu söyleyebiliriz. Sınırlı

²⁵⁷ Mutlu Binark, ve Günseli Bayraktutan, **Ayın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik**, İstanbul: Kalkedon Yayıncılık, 2013 s.70

ağlarla, gruplarla veya arkadaş çevresi ile bu ortamları kullanan insanlar bu tür dezenformasyonlara ve manipölasyonlara daha açık hale gelecekleri de şüphe götürmezdir.

Sosyal medya platformları ya da yeni medya içerisinde, birey, bilgi edinmenin yanı sıra, bu platformları eğlence amaçlı da kullanmaktadır. *The Role of New Media in Contemporary Entertainment Culture* (2014) adlı çalışmasında, Özgür Akgün, yeni medya ve modern eğlence uygulamaları arasındaki ilişkiyi ele almaktadır. İletişim kurmak ve eğlendirmek için kullanılan yeni araçlara (sosyal ağ siteleri, çevrimiçi ortamlar ve çevrimiçi video akışı seçenekleri) odaklanan Akgün, bu ortamların dinamik, kültürlerarası ve anında bilgi paylaşımına izin verdiğini belirtmektedir. Bu özellikleriyle birlikte yeni medya ortamlarının, geleneksel iletişim bağlamlarına alternatif oluşturduğunu ve yeni medyanın eğlence kültürünün şekil değiştirdiğini vurgulamaktadır.²⁵⁸ Ona göre, geleneksel eğlence biçimleri değişmekte ve yeni medya araçlarına uyum sağlamaktadır. Jenkins'in yakınsama kavramını kullanan Akgün'e göre, yakınsama ile mevcut teknolojiler çevrelerindeki kültürel bakış açılarını da etkilemektedir. Bu bakış açılarının yeni eğlence bağlamlarının ortaya çıkması üzerinde etkisi bulunmaktadır.²⁵⁹ Medya yakınsaması ile üretici ve birey arasındaki dağıtım kanallarına da dikkat çeken Akgün, eğlence formlarının, yeni medya ile daha işler hale geldiğini belirtmektedir. Örnek olarak ise önceden DVD kiralama, ya da film satın alma var iken, şu an film izleme, kiralama ve satın alma eylemleri yeni medya üzerinden daha akıcı şekilde sunulmakta ve tüketilmektedir.

Öte yandan yeni medyayı, çocuklar üzerinden inceleyen Sonia Livingstone, bu ortamların, çocuklar ve gençler için "çevrimiçi fırsatlar merdiveni"'ne dönüştüğünü belirtmektedir. Livingstone ve Helsper'e göre, çocukların çevrimiçi kullanımının bilgi arama ile başlayarak geliştiği, daha sonra oyun ve iletişim yoluyla eğlence temelli

²⁵⁸ Özgür Akgün (ed.), *The Impact of Culture and Society on the Entertainment Industry* içerisinde *The Role of New Media in Contemporary Entertainment Culture*, Özgür Akgün, IGI Global, 2014 s. 549

²⁵⁹ Akgün s.545

ilerlediği, en son basamakta ise daha etkileşimli iletişim biçimlerinde bulunarak; yaratıcı yurttaşlık ile doruk noktası faaliyetlerine ulaşmaktadırlar. Ancak yaptıkları araştırmalarda edindikleri sonuçlara göre önemli bir kesimin merdivenin orta basamaklarında kaldıkları yönündedir.²⁶⁰ Bununla birlikte, çocukların çevrimiçi kullanımı arttıkça ve geliştikçe, hem uygun olmayan içeriğin alıcıları olarak hem de çeşitli riskli ve hatta tehlikeli davranış biçimlerine katılanlar ve aktörler olarak riske maruz kalmaları da artmaktadır.²⁶¹

Etkileşimin artmasıyla; sohbetleri, oyunları, video akışlarını, görsel düzenlemeleri çevrimiçi olarak bireyler gerçekleştirmektedirler. Bu platformlarda içerik tüketimi daha akıcı, niceliksel olarak zengin, gösterişli bir hal alırken, diğer bireylerle olan iletişim deneyimi de değişen birey için bu platformlar ayrıca ilgi çekici olmuş, bilinmedik ilişkiler kurmak, eğlenceli bir hal almıştır. Dijital medyada eğlence bireylere kişiselleştirilmiş deneyimler sunma iddiası taşıırken, sürekli bir tüketim döngüsü içerisine de çekmektedir. Son dönemde Youtube, Netflix gibi sosyal eğlence siteleri katlanarak büyürken, televizyon endüstrisine ait video, dizi film pazarı ise daralmaktadır. 2010 yılında Edelman Digital, ABD'deki 18-24 yaş arası çocukların %73'ünün, İngiltere'deki aynı yaş grup çocukların ise %61'inin sosyal ağları bir eğlence biçimi olarak gördüğünü açıklayan bir çalışma gerçekleştirmiştir. 35-49 yaş arası katılımcılar da ise ABD'de %50'si, İngiltere'de ise %56'sı sosyal ağ sitelerinin eğlence kaynağı olduğunu düşündüklerini belirtmişlerdir.²⁶² Örneğin, Türkiye'de Karakoç ve Gülsünler, tarafından gerçekleştirilen bir araştırmada Facebook kullanımını kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında ele aldıkları çalışmalarında, bireyleri *Facebook* kullanmaya iten motivasyonları *eğlence*, *bilgilenme/arkadaşlık*, *rahatlama/sosyal kaçış* ve *sosyal etkileşim* olmak üzere dört başlık altında toplamışlardır. Bu araştırmada da bireylerin bu alanları kullanmalarındaki ilk tercih eğlence olmuştur.²⁶³ Geleneksel medyanın etkisinin azalması, bu yönde insan yaşamından çıktığı anlamına gelmemekte;

²⁶⁰ Sonia Livingstone, E. Helsper, **Gradations In Digital Inclusion: Children, Young People And The Digital Divide**, New Media Society, 9(4), 2007, S. 671- 696.

²⁶¹ Livingstone ve Helsper, s. 671- 696

²⁶² Luke Mackay, **Social Networks Become Social Entertainment**, Edelman Digital: 2010, 08.08.2019,

²⁶³ Enderhan Karakoç, M Evrim Gülsünler, **Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Facebook: Konya Üzerine Bir Araştırma** Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 18, 2012, s .42-57.

geleneksel kodların da dijitalleştiği anlamına gelmektedir. Yeni medya akımıyla günlük yaşamın bir parçası haline gelen ve boş zamanı değerlendirme aktivitesi olarak kullanılan sosyal medya kanalları, eğlence kültürünün uygulama alanı haline gelmiştir.²⁶⁴

Dijitalleşmenin, günlük yaşamın her alanını istila etmesi bireyleri de bu alanlara yönelmeye itmiştir. Bireylerin internet kullanımında ise diğer bireylerle en çok karşılaştıkları alanlar sosyal medya platformlarıdır. Sosyal medya platformları genel hatlarıyla ortaya konmuş; teknolojik özellikleri, kullanımında bireylere cazip gelen yönler ve sermaye kazanımları aktarılmıştır. Ayrıca eğlence, endüstri ve tüketiminde yine bu alanda gerçekleştiği ileri sürülmüştür. Bu noktada etkileşimin artmasıyla bu etkenler de daha etkili bir duruma gelecektir. Aşağıda ise tüm bu bilgiler ışığında bu platformlarda etkileşim boyutu incelenecektir.

4.3.2 Sosyal Medyada Etkileşimin Boyutları

Etkileşim en az iki bireyin karşılıklı olarak mesaj alıp, açılmadığı iletişim sürecinin kendisidir. Bu tanım yüz yüze iletişimde ve geleneksel medya araçlarıyla etkileşimde geçerliyken, iletişim araçlarının gelişmesiyle birlikte etkileşime geçme de değişime uğramaktadır. Önceleri sadece iki bireyin karşılıklı olarak bir araya gelmesiyle gerçekleşen iletişim özellikle yeni medya araçlarıyla zamansız ve anındalığa kavuşmuştur. Bireyler iletişim medyasını kullandıklarında günlük yaşamlarındaki çoğu karşılaşmaları karakterize eden yüz yüze etkileşim tipinden belirgin derecede farklı olan yeni etkileşim biçimlerine girmektedirler.²⁶⁵ Etkileşim artık sadece iki bireyin iletişime geçmesini değil, aynı zamanda -diğer medya araçlarından da artarak gelen- üretilmiş

²⁶⁴ Ali Murat Kırık, **Yeni Medya Aracılığıyla Değişen İletişim Süreci: Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Konumu**, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 2017.

²⁶⁵ John B. Thompson, **Medya ve Modernite**, Serdar Öztürk (çev.), 2. Basım, İstanbul: Kırmızı Yayınları, 2019, s. 21

içerik, bireylerin kullanıcı sayfaları, eski yazılarını, fotoğraflarını, bireyin bilgilerini kısacası tüm internet verisini kapsamaktadır. Günümüzde etkileşim artık sadece sembollerin karşılıklı takası değil, aynı zamanda bireylerin uçsuz veri topluluğuyla sürekli karşılaşması anlamına gelmektedir. Birey hem güncel hem de geçmiş içeriklerle aynı anda etkileşime girebilmekte, kendi ürettiği kullanıcı sayfalarını değiştirebilmekte, güncelleyebilmekte, kısacası her an etkileşimde bulunabilmektedir.

Etkileşim bireyin yaşamında öyle bir noktaya ulaşmıştır ki etkileşimin niceliksel yapısı bile tek başına değer oluşturmakta, metaya dönüşebilmektedir. Kurumsal sosyal medya sayfaları haftalık, aylık etkileşim sayılarına göre kendilerini başarılı kabul etmekte, etkileşim sayısını ileriye dönük potansiyel müşteri olarak görmektedir, ayrıca rakiplerini aldıkları etkileşim sayısı ile korkutmaktadırlar. Bireyler ve şirketler için etkileşim maddi değer halini almış, tek geçerli ölçüt olmuştur. Çift yönlü iletişimlere kasteden teknik bir terim olan "etkileşim" haberleşme kuruluşlarının reklam kampanyaları aracılığıyla cazip oldu böylece haberleşme ile çok az ilişkisi olan sayısız alanda kullanılabilmektedir.²⁶⁶ Etkileşim sayısını artırmak için ise türlü yaratıcılıklarla kullanıcılar buraya çekilmektedir. Bir internet haber sitesinde haber okumaktan ve gerçeği sunmaktan ziyade bir kullanıcıya olabildiğince "tık" yaptırarak, etkileşim sayısını artırmak hedeflenmektedir. Diğer bir yandan sıradan bir kullanıcı belli etkileşim eşiklerine ulaştığı zaman reklam alabilmekte ve belli markaların sosyal medya temsilcisi olabilmektedir. Son dönemde şirketler bu yola gitmekte gerek yüksek etkileşimli sayfalarla gerekse daha düşük etkileşimli sayfalarla anlaşılarak buradan ürünlerini tanıtmaktadırlar.

Bireyler artan etkileşim ortamından bir an bile uzaklaşmamaktadır. Belli aralıklarla kullanıcısı olduğu hesapların takibini sağlamak, buradan arkadaşlarıyla iletişime geçmek, bireyin platformlardaki kontrol duygusunu artırmaktadır. Bunun üzerine ise her an paylaşım yapan, etkileşimden kopamayan, etkileşime bağımlı bireyler

²⁶⁶ Mark Poster, "Postmodern Gerçeklikler" Ömer Aydınlioğlu (çev.), Filiz Aydoğan (Ed.), **Yeni Medya Kuramları** içinde (111 - 130), İstanbul: Der Kitabevi, 2017, s. 121

ortaya çıkmaktadır. Son dönemde gerek psikoloji gerekse iletişim alanlarında en çok araştırılan konuların başında gelen internet bağımlılığı konusu, aslında etkileşim bağımlılığının bizzat kendisidir. Etkileşimin anlık olması ve sürece etkisinin kısa olması, sürekli etkileşimi mecbur kılmakta, bu ise bireyi her an *etkileşim alma* ihtiyacına itmektedir.

Etkileşimin gücünün artmasının tümüyle bireyin reel yaşamındaki eylemini değiştirdiğini ileri sürmek yanlış olacaktır. Bireyler geçmişten gelen eylem pratiklerini ve etkileşim tercihlerini kısmen sürdürmektedir. Ancak etkileşimin bireyler arasında değere dönüşmesinden sonra geçmiş eylem pratiklerinin çok fazla dayanabileceğini söyleyemeyiz. Nitekim etkileşimin hızlı ve yıkıcı gücü, tüm sosyal yaşamı etkisi altına almaktadır. Etkileşim sosyal medya platformlarında bazen direk birey yönlü gelişirken bazen teknoloji ve sermaye yönlü de gelişebilmektedir. Çoğunlukla ise ikisi bir arada ilerlemektedir. Bu bağlamda sosyal medya üzerinde gerçekleşen etkileşimleri sadece basit bir karşılaşma ve iletişim olarak ele almak yanlış olacaktır. Etkileşimin boyutlarını ve bireyin davranışlarını daha iyi anlayabilmek için etkileşimi; etkileşim alanının genişlemesi, sınırlı etkileşim, yönsüz etkileşim, akışkan etkileşim ve bireysiz etkileşim olarak ayrı ayrı incelemekte fayda görülmektedir.

Etkileşim boyutları ya da yeni medya etkileşiminin ayrıntılı özellikleri ayrı ayrı etken değil birbiriyle bağlantılı etkenlerdir. Beş etken ayrıca bireyin yeni medya araçlarını kullanımını etkilediği gibi bireysellik yanılsamasıyla da doğrudan ilişkilidir. Bu ilişkiye etkileşimin boyutları ortaya konulduktan sonra değinilecektir.

4.3.2.1 Etkileşim Alanının Genişlemesi

Etkileşimin alanın genişlemesi doğrudan diğer etkileşim boyutlarını da etkilemekte, kullanımı değişime uğratmaktadır. Dijitalleşmenin başlamasından sonra geçmiş belgeler, evraklar, kitaplar kısacası tüm enformasyon verileri dijital ortama

aktarılmış bireyin erişimine sunulmaktadır. Bu verilerin yanı sıra sürekli olarak eklenen veriler ve bireylerin kendileri ve çevreleri adına sundukları enformasyon, etkileşime geçilecek alanın sürekli genişletmektedir. Bu anlatisallık patlaması ilk çağın basılı veya elektronik medyasına benzemeyen bir teknolojiye bağımlıdır: ucuz, esnek, hazır ve çabuk.²⁶⁷ Öte yandan akışkan bir etkileşimin olması mevcut verinin sürekli yeniden üretimini sağlamakta, etkileşime geçilecek alanı genişletmektedir.

Enformasyonun sürekli üretim halinde olması, tek bir gerçeği de ortadan kaldırmış, çoklu gerçekliğe geçişe de neden olmuştur. Öte yandan birçok sosyal medya platformu ve yeni medya ortamları sağladıkları içerik bolluğuyla övünmekte ve bireyin avantajı gibi sunmaktadır. Daha önceki bölümlerde de ortaya koyduğumuz gibi matbaanın ürettiği ürün sayısı ile televizyonda program çokluğu aynı soruna dikkat çekmektedir. Şu anda internette 6 milyara yaklaşan sayfa sayısı ve 35 zettabayta ulaşan veri yığını bulunmaktadır.²⁶⁸ Bu sayılar ise her saniye katlanarak artmaktadır. Live counter isimli siteden bu artış an ve an izlenebilmektedir. Veri genişliği çok yüksek sayılara ulaşsa dahi birey yine de sınırlı bir veri parçasıyla etkileşime girmektedir.

İnternetteki enformasyon alanının genişlemesine yönelik farklı görüşler bulunmaktadır. Nicola Lucchi, haber ve bilginin çoğullaşması ile iktidar alanlarında kurumların daha şeffaf ve erişilebilir olduğunu ileri sürmektedir.²⁶⁹ Benzer şekilde, Scott Althaus ve David Tewksbury, enformasyonun yeni medya ortamları aracılığıyla yayılmasının ve artmasının etkisiyle, bireylerin konuları ve olayları takip etme olanaklarının geliştiğini aktarmaktadırlar.²⁷⁰ Bonfadelli ise bu yeni ortamlar aracılığıyla, bilginin gazeteciler tarafından yapılandırılmamasından ve sınırsız enformasyon

²⁶⁷ Mark Poster, "Postmodern Gerçeklikler" Ömer Aydınlioğlu (çev.), Filiz Aydoğan (Ed.), **Yeni Medya Kuramları** içinde (111 - 130), İstanbul: Der Kitabevi, 2017, s. 125

²⁶⁸ **The size of the World Wide Web (The Internet)**

<https://www.worldwidewebsize.com> 11.08.2019

²⁶⁹ Nicola Lucchi, **Digital Media Pluralism: The Question of Access**. 9th AIDC-IACL World Congress Constitutional Challenges: Global and Local, Oslo: 2014, s.6

²⁷⁰ Scott L. Althaus ve David Tewksbury, **Patterns of Internet and Traditional News Media Use in a Networked Community**. Political Communication, 2000, s. 26

imkanından söz etmektedir. Bonfadelli, bireylerin sosyal medya hesaplarıyla, bu bilgi çokluğunu çeşitlendireceği ve kişiselleştireceğini düşünmektedir.²⁷¹ Aynı zamanda Bonfadelli, bilgiye ulaşmada ve bilgi açlığını gidermede bireysel yeteneklerin ön planda olduğunu ileri sürmektedir. Hacker ve Van Dijk yeni medyada artan enformasyonu ele alan bir diğer araştırmacılarıdır. Onlara göre enformasyon boyutunun artması ve kaynaklardaki çeşitlilik, eşitsizlikleri de arttırmaktadır.²⁷² Barabas ve Jerit'in gerçekleştirdikleri araştırmada elde ettikleri bulgulara göre yüksek eğitilmiş bireylerin ve beyaz Amerikalıların kanser bilgisi için interneti diğer bireylere göre daha fazla kullanma eğiliminde olduğu ve çevrimiçi bilgi aramanın eğitim grupları arasındaki bilgi açığını daha da genişlettiği sonuçlarına ulaşılmıştır.²⁷³

Etkileşim alanının genişlemesi Alvin Toffler'in ve ayrıca W. Russell Neuman'ın *Dijital Fark* kitabında altını çizdiği, bilgi miktarının da artmasıyla da ilişkilidir. Neuman'a göre bilgi miktarındaki artış ile birey anında ulaşmak istediği bilgiye erişememekte ve durumun devam etmesi bireyi daha fazla kararsızlığa itmektedir. Bireyin kapasitesinden daha fazla bilginin dijital ortamlarda var olması, her bireyin eğitim seviyesinin de aynı olmaması, bireylerin bilgiye ulaşmadaki hızlarını, ulaştıkları bilginin geçerliliğini de etkilemektedir. Geniş anlamda düşündüğümüzde birey bir arama motorundan arama yapar, çoğunlukla ilk sonuçların doğruluğuna emin olur, devam etmez. Bir süre daha araştırmaya devam eden birey ise ilk sonuçlarda gördüğü tezin, antitezlerine ulaşır. Bu noktada karar verip hangisinin işine yarayacağını ya da geçerliliğine karar vermek ise tamamen bireyi reel yaşamda aldığı eğitime ve kültürel konumuna bağlıdır. Öte yandan bilgi çokluğunu dar anlamda düşünecek olursak; birçok insan artık sosyal medya hesaplarından yeni tanıştıkları ya da tanışacakları bireylerin profillerine geçerek çıkarım yapmaktadır. Kendi hakkında çok fazla veri paylaşan bir birey yüksek ihtimalle karşısındaki tarafından yanlış değerlendirilebilecektir. Çünkü bilgi aşırılığı esas verilmek istenen bilginin de yıkımına yol açmakta ya da onu perdelemektedir. Bilginin yıkıma uğramasından sonra ise ortaya çıkan durumda o bilgi, istenileni vermeyen, yetersiz bir yapıya sahip olmaktadır.

²⁷¹ H. Bonfadelli, **Mass Media And Biotechnology Knowledge Gap Within And Between European Countries**. International Journal of Public Opinion Research, 17(1), 2005, s. 42-62.

²⁷² Dijk, 2006.

²⁷³ Jennifer Jerit, J Barabas, T. Bolsen, **Citizens, Knowledge, and the Information Environment**. American Journal of Political Science, 50(2), 2006, s. 266-282

Bireyler enformasyon çokluğunun farkında olarak artık her an her şeye dijital ortamlardan ulaşılabilceğinin de yanılısı içerisindeirler. Bu durumda artık bireyler bilgi birikiminden çok anlık, işlevsel bilgiye yönelmişlerdir. Bilginin metalaşmasını hızlandıran bu süreç aynı zamanda etkileşim alanını da genişletmekte, bilgiyle etkileşimin gösterilmesi ise bilgi ediniminin önüne geçmektedir. Bazen ise bilgi etkileşime geçmek için bir araç olarak kullanılmaktadır. Etkileşim alanının genişlemesi, bireylerin bu alanları kullanırken yollarını kaybetmelerine, yolu gösteren, yardımcı işaretlere ihtiyaç duymaktadırlar.

4.3.2.2. Sınırlı ve Seçici Etkileşim

Etkileşim olanağı teknoloji dahilinde her ne kadar yüksek olsa da reel yaşamın ideolojisi, dogmaları, normları ve genel görgü kuralları sosyal medyanın da işleyişini etkilemekte; bireyler sınırlı etkileşim alanlarında iletişime geçmektedir. Etkileşimin sınırlandırmasında kişiselleşmiş içerikler, algoritmalar etken olsa da bireyin sosyal yaşamındaki rolü, statüsü ve kazanımları etkileşime geçceğı ağı sınırlamakta, daraltmakta ve seçmektedir.

Bireyler sosyal yaşamında tanıdığı insanları, arkadaş listelerine eklese de bu insanlarla etkileşime geçme oranı günlük yaşamla benzer seviyelerdedir. Örneğın çoğunlukla insanlar, hayatlarında kısa bir süreliğine bir araya geldiğı insanları, birey listelerine ekler ve burada tutmaya devam etseler de günlük yaşamda o birey tarafından bir özel güne çağrılmayacağı gibi birey de bunun bilincinde, o bireyin özel günüyle alakalı bir girişime sosyal medya üzerinden girmemektedir. O yüzden sosyal medyanın uzak insanları yakınlıştırdığı ya da diyalogu arttırdığı söylemi istisnalar ile sınırlıdır.

Sınırlı etkileşimde Zygmunt Bauman'ın El Pais'e verdiği röportajda altını çizdiği ideolojik yönü olan husus vardır: "... insanların çoğu sosyal medyayı bir araya gelmek veya ufuklarını genişletmek için değil, tam tersine, kendilerine kendi seslerinin yankıları olan sesleri duyacakları, kendi yüzlerinin yansıması olan yüzleri görecekleri bir konfor alanı yaratmak için kullanıyor ..." ²⁷⁴ Birey oluşturduğu arkadaş listelerinde, takip ettiği bireylerde ve sayfalarda reel yaşamının gerçeklerini, algılarını ön plana koyarak hareket etmektedir. Etkileşimi bu yönüyle sınırlı olarak değişime ve gelişime kapalıdır. Siyasi bir olayda tarafsız kalamayan bireyler kendi düşüncesine yakın politikacıları ya da yorumcuların paylaşımlarına bakmaktadırlar. Diğer söylemin şiddeti ve taraftarı ne kadar farklı olsa da birey o tarafa yönelmez, etkileşimini kendi düşüncesine yakın bireylerle ve içeriklerle sınırlandırmaktadır. Benzer düşünceyle araştırma gerçekleştiren Albert-László Barabási ve arkadaşları, bu küçük dünya ağlarının birçoğunun, daha az iyi bağlanmış düğümlerin yanı sıra az sayıda çok bağlantılı merkezlerden oluşan 'ölçeksiz' veya aristokrat olduğunu ileri sürmüşlerdir. ²⁷⁵

Sınırlı etkileşimde bir diğer faktör ise teknolojik temelli olandır. Şirketlerin kar sağlayabilmek için geliştirdiği kişiselleştirilmiş içerikler, hedefli çevrimiçi reklamlar ve bireyin beğenisine karşılık gelecek muhtemel içerik sunumu (algoritmalar), bireyin istese de farklı alana yönelmesini etkilemekte ve etkileşimini sınırlamaktadır.

4.3.2.3. Yönsüz Etkileşim

Etkileşim alanının genişliği ve internetin yönlendirmeli yapısı (hipermetin) bireyleri yönü belli olmayan etkileşime sürüklemektedir. Hipermetinsellik, ağ kanalıyla

²⁷⁴ Zygmunt Bauman: **Sosyal Medya Bir Tuzak**, 2016

<https://vesaire.org/zygmunt-bauman-sosyal-medya-bir-tuzak/>, 14.08.2019

²⁷⁵ Buchanan, M. **Nexus: Small Worlds And The Groundbreaking Science Of Networks**. New York: 2002 'den aktaran Mark Pegrum, I Link, Therefore I Am': Network Literacy As A Core Digital Literacy, E-Learning and Digital Media, 2010, s. 346

diğer alternatif mecralara ulaşımın daha basit şekilde gerçekleşmesini ve metinler arasında gezinmenin kolaylaşmasını sağlamaktadır.²⁷⁶ Manovich de yeni medyanın bu yapısının geleneksel medyada olmadığını, yeni medyanın bağlantı öbekleriyle kurulu bir iletişim aracı olduğunu vurgulamaktadır.²⁷⁷ Birey sosyal medyada ulaşmak isteyeceği içeriği arattığı anda "ilgisini çekebilecekler", "keşfetmek isteyecekleri" ya da muhtemel beğenisine sunulan içerikler çoğu zaman bireyin yönünü kaybetmesine yol açmaktadır. Web ise hypertextual yapısı ile farklı alanlara yönlendirme yapılabilme imkanı sunuyor. Örneğin Mona Lisa tablosunun kime ait olduğunu merak ederken önünüze çıkan bir bağlantı ile Leonardo Da Vinci'nin biyografisine geçiş yapabiliyoruz. Oradan ise birey çok farklı noktaya gelebilmekte ilk aramasından elde ettiği sonucu işleyip anlamlandıramadan yönünü başka bir alana çevirebilmektedir. Her an sayfanın bir yerinden çıkacak görsel ya da reklam, ilgi çekici bağlantı, bireyi anlamı ve yönü olmayan etkileşim dalgalarına çekmektedir. Yönlendirmeli bağlantı, bireye bir kolaylık ve kullanışlılık sağlamakla birlikte etkileşimin hızlanmasını ve çoğunlukla da yönünü kaybetmesine yol açmaktadır.

4.3.2.4 Akışkan Etkileşim

Yeni medyayı, geleneksel medyadan ayıran ve belki de üzerine en çok olumlama yapılan özelliği, etkileşimin sürekli bir akış halinde olmasıdır. Bu anlamda diğer iletişim araçlarında arta gelen etkileşim, bu anlamda geniş alana yayılmış gür bir su gibi akışkandır. Üretilen içerikler, gibi bireyler de sürekli etkileşim halinde değişmekte ve dönüşmektedir. Üretilen içerik daha sonra diğer bireylerle etkileşimi sonucunda bambaşka bir noktaya gelmekte, ilk anlamını yitirmekte ve çoklu anlama ulaşmaktadır. Örneğin sanatta Dada ve Fluxus akımlarının benimsediği yolu bu duruma benzetebiliriz. Fransız sanatçı Marchel Duchamp bu akımın öncülerinden olarak "hemen

²⁷⁶ Mutlu Binark, Koray Löker, **Sivil Toplum Örgütleri İçin Bilişim Rehberi**. Erişim Tarihi: 9 Haziran 2020
<http://panel.stgm.org.tr/vera/app/var/files/b/i/bilisimkitapweb.pdf>

²⁷⁷ Lev Manovich, **New Media: A users guide**. Retrieved Erişim Tarihi: 11 Haziran 2020
<http://manovich.net/index.php/projects/new-media-a-user-s-guide>

her şeyle sanat" yapılabileceği mottosunu benimsemiştir. Duchamp bir dükkandan alıp sergilediği pisuvarı ya da Mona Lisa'ya bıyık çizmesi hazır yapıt kavramını ortaya çıkarmıştır. Hazır yapıt kavramı daha sonralardan dijitalleşmenin artmasıyla ortaya çıkan dijital sanatında ilgi alanı olmuştur. Dijital sanat sanatçıları kopya üzerinde değişimler deneyler yaparak yeni görüntüler elde etmesinin kökeni Duchamp'ın bu akımına dayanmaktadır. Dadaizm ile birlikte dijital sanatın temel felsefesinde yer alan Fluxus akımı ise sürekliliği ve yenilenmeyi benimser. Hiçbir sanat eseri tamamlanmış bir eser değil tam tersine sürekli bir oluş halindedir. Yeni medyanın etkileşimi ise tam olarak bu akışkan yapıya sahiptir. İçerikler hazır olarak bireylere gelse dahi bireyin, içerik üzerinde yapacağı bir yorum ya da eklemeye paylaşması, onun diğerleri tarafından başka bir şey olarak değerlendirilmesinin önünü açacaktır.

Akışkan etkileşim, sadece bireylerin içeriklerle olan etkileşimi değil aynı zamanda bireylerin birbirleriyle olan etkileşimini de kapsamaktadır. Birey reel yaşamında hiç göremeyeceği ya da tanışamayacağı insanlarla etkileşime geçmektedir. Birey bu etkileşimleri sonucunda ise kendi kimliğine de eklemeler ve çıkarmalar yapmaktadır. Bu akışkanlığın sonucunda bireyin kimliği sürekli bir dönüşüm haline girmiş sürekli etkileşim halini benimsemiştir. Bireyin varlığı ise doğrudan etkileşim ile iç içe geçmiştir. Modernitenin akış halindeki kimlik yapısı, yeni medya teknolojileri ile daha hızlı ve değişken, anıdalığa dayalı bir etkileşim boyutuna kavuşmuştur.

4.3.2.5 Bireysiz Etkileşim

Bireylerin mekan ve zamandan bağımsız etkileşimleri yeni eylem ve etkileşim şekillerini de ortaya çıkarmaktadır. Örneğin Erving Goffman'ın 1956 yılında kaleme aldığı "Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu" adlı kitabında ele aldığı etkileşim anında "... birey bir ürün ya da hizmet sunmaktaysa genelde söz konusu etkileşim sırasında hemen oracıkta gerekli bulguların elde edilmesine fırsat olmayacaktır" önermesi artık

günümüzde geçerliliğini yitirmiştir. Çünkü bireyler Goffman'ın ileri sürdüğü anı yaşadıkları anda ceplerinde bulunan aygıtlarda yapacakları kısa bir araştırmayla ürün ya da hizmet ile ilgili bilgilere ulaşabilmektedir. Etkileşim anında karşı tarafa dönüşü direkt gerçekleştirebilmektedirler. Ancak Goffman'ın dramaturjisinde en çok altını çizdiği gözlem yapmak böylelikle yerini internet verisine bırakmakta, süreçten bireyi dışlamaktadır.

Goffman'ın örneğinde birey etkileşim anında cevap veremese de daha sonra çevresinde yapacağı araştırma ya da gözlemlemesinden sonra geri dönüş yapacaktır. Günümüz bireyi ise ürünü daha önceden kullananların yorumlarına -çoğu bilgisayar tarafından atılmış sahte yorumlar olacak- ya da ürünü sağlayan şirketin reklamı içeriklerine maruz kalacaktır. İlk durumda da yönlendirme söz konusu olsa da birey yüz yüze iletişim ile bunu gerçekleştirip, karşı tarafın duygu ölçümünü yapabilecektir. İkinci durumda ise bilgisayar tarafından oluşturulmuş sahte hesaplarla etkileşime girecektir. Bireyler ise tüm bu süreçte karşılarında gerçek insanların olduğunu düşünerek, etkileşimlerini bir başka birey ile gerçekleştirdikleri yanılgısına kapılacaklardır. Süreçte bir diğer yol ise reel yaşamda etkileşime girecekleri bireyleri sosyal medya üzerinden izlenim edindikten hemen sonra etkileşime girmeme kararı alabilmektedirler. Örneğin yanlışlıkla paylaşılan bir içerik, ya da beğeni, anlamını karşı tarafa geçiremeyen fazlaca veri etkileşimin önünü tıkayacaktır. Sonuç olarak bireysiz bir etkileşimle, etkileşime girmenin yanılsamasıyla, kararlar alınıp verilecektir. Bireysiz etkileşimde bir diğer adım ise bireyin karşısında birey varmış gibi girdiği, ancak algoritmalar tarafından oluşturulan yapay içeriklerle ya da bireyler ile olan etkileşimidir.

4.3.3 Etkileşim Kapsamında Dijital Bireysellik

Web'in hızlıca yayılmasıyla birlikte bireylerin de kendilerini temsil edecekleri alanlar hızla inşa edilmeye başlanmıştır. Günlük yaşamın hızla bu alanlara akması ise

bireyin günlük yaşamındaki sunumunu dijital ortamlara geçirmiştir. Bireysellik; günlük yaşamda bireyin kendini ortaya koyma davranışlarıyken, sosyal tecrübeler, zihin yapısı, sosyal çevre ve yetenekleriyle şekillenmektedir. Bireysellik ya da kimlikler bireylerin birbirleriyle karşılaşma, etkileşim anlarında ortaya çıkmaktadır. Fiziksel sınırların olmadığı internet ortamında ise bireyler, zamandan ve mekandan bağımsız olarak, etkileşime geçebilmektedirler. Bireylerin birbirleriyle karşılaşmaları reel yaşamın ötesine geçerken, birey tek yönlü de olsa birçok bireyle etkileşime geçebilmektedir.

Bireyin sosyal medya mecralarında bir hesabının olması, o mecrada bir kimliğe sahip olduğu anlamına gelmektedir. Günümüzde artık farklı platformlardan farklı hesaplar açmak gerekmemekte; örneğin oluşturduğunuz bir Facebook hesabıyla diğer platformlarda da var olabilmektedir. Bu oluşturulan kimliğin en önemli özelliklerinden biri ise çevrimiçi değilken de, çevrimiçi bireylerle etkileşime geçebilecek yapıya sahip olmasıdır. Günlük yaşamda birey, kendini sunabilmek için Goffman'ın deyişiyle bir seyirciye ihtiyaç duymaktayken, sosyal medya kullanıcılarının oluşturdukları hesaplar ise her an izlenmeye açık, her an seyirci gözlemindedir.

Webin tarihine baktığımızda bireyin benliğini sunması anonimlikten, kendi sosyal kimliğini inşa etmeye doğru seyretmiştir. Sosyal medya platformlarından önce bireyler 80'li yıllarda ve 90'lı yılların başlarında MUD (Multi User Dungeons) adı verilen chat odalarında birbirleriyle karşılaşmaktaydı. Burada görsel olarak var olmayan bireyler, fiziksel özelliklerini de karşı taraf sorana kadar açık etmek zorunda değildiler. Örneğin, Japon bekar bir erkek, kendini rahatlıkla İngiliz üç çocuk annesi itfaiye şefi olarak tanıtabilmektedir. Günümüzde ise sosyal medya platformlarının doğrulama kodları ve anonim, sahte hesaplara yönelik politikaları gereği MUD'larda karşılaşılan durumla çok fazla karşılaşılmamaktadır. Çoğunlukla görsellik üzerine kurulu kullanıcı sayfalarında, herhangi bir veri ya da geçmiş kaydın olmaması ise etkileşime girilecek bireyler tarafından yadırganır, ciddiye alınmaz. Anonimlik çok ihtimal dahilinde olmasa bile bireyler yine arzuladıkları, mümkün olmayan özellikleri, kendileri gibi sergileme

eğilimi göstermektedirler. Bu noktada *Batı Metafiziğinden Postmodernizme Ötekinin Kökleri* (2019) adlı çalışmasında Betül Kaya Erdem, bireyin bu kimlik bunalımı ile postmodernite arasında bağlantı kurmaktadır. Zira, yeni medya platformları, özellikle sosyal ağlar aracılığıyla bireylere bir değil birden fazla kimlikte -istekleri doğrultusunda- kendilerini diğer kimliklerle iletişime geçebilme imkanı sunmakta bu da kimlik temsillerinin çoğullaşmasını sağlamaktadır.²⁷⁸ Postmodern durumda bireyler süreğen bir yapım ve yeniden yapım halindedirler, her şey tartışmalıdır; benliğin her gerçekliği, refleksif sorgulamaya, ironiye ve sonuç olarak başka bir gerçekliğin eğlenceli tecrübesine yerini terk edebilmektedir.²⁷⁹ Zhao da bu görüşlere ortak bir noktada durarak, dijital ortamdaki bireyselliğin, çoklu olmasının arkasında, toplumsal alanda da var olan çokluğun yattığını ileri sürmektedir. Ona göre, çevrimiçi ortamın, fiziksel mesafeden kaynaklanan tüm bariyerleri devre dışı bırakan yapısı, bunun da ötesine geçerek tüm dünyanın olanakları ile yapılandırılan dijital benlik, ‘‘merkezsiz, yayılmış ve süreğen bir istikrarsızlık içinde çeşitlenip, çoğalmış’’ olarak nitelendirmektedir.²⁸⁰

Günümüzde, bireyselliği dijital yönden ele alan çalışmaların bir çoğu, artık bireyin kimliği ‘‘çevrimiçi’’ ve ‘‘çevrimdışı’’ olarak ikiye ayırmaktadır. Sanal kimliklerimiz her ne kadar fiziksel bedenimizin bir uzantısı gibi fonksiyon görüyor olsa da, fiziksel gerçeklikte vücut bulmuş olan kimliklerimizden ayrı olarak ya da gerçekliğin ötekisi olarak deneyimlenmekte ve algılanmaktadır.²⁸¹ Guga’ya göre, siber alan içerisinde bireyler, fiziksel ortamdan tamamen sıyrılıp, dijital kimlikleriyle benliğin öngörülemeyen akışlarla tekrar yaratıldığı sonsuz oyunun başladığı yeni bir etkileşim

²⁷⁸ Betül Kaya Erdem, *Batı Metafiziğinden Postmodernizme Ötekinin Kökleri*, 1. Basım, Konya: Eğitim Yayınevi, 2019, s..142

²⁷⁹ Kenneth Gergen, *The Saturated Self: Dilemmas of Identity in Contemporary Life* New York: Basic Books, s. 7,’ den aktaran, Oya Morva, Ben Kendim Ve Dijital Benliğim Dijital İletişim Çağında Benlik Kavramsallaştırması Üzerine

²⁸⁰ Shayang Zhao, *The Digital Self: Through The Looking Glass of Telecopresent Others*, Symbolic Interaction, Vol 28, s.387-405’ den aktaran Oya Morva Ben Kendim Ve Dijital Benliğim Dijital İletişim Çağında Benlik Kavramsallaştırması Üzerine

²⁸¹ Jelena Guga, *Self 2.0: Lost in Bio-Technological Environments*, (2016) https://www.academia.edu/1104993/Self_2.0_Lost_in_BioTechnological_Environments Erişim Tarihi: 11 Haziran 2020

alanına geçmektedirler.²⁸² Günümüzde bireye bu bağlamda bakacak olursak, çevrimiçi ve çevrimdışı kimlik ya da bireysellik olarak ayırmak doğru olmayacaktır. Çünkü artık dijitalleşmenin her alanda hissedildiği bir çağda farklı tanımlamalara ihtiyaç duyulmaktadır. Tam bu noktada da Oya Morva, çevrimiçi ve çevrimiçinin yansıması olan bireyselliğin belirsizleştiğini vurgulamaktadır.²⁸³ Kirkpatrick'ın ileri sürdüğü gibi iki farklı kimliğe sahip olmak, bütünlüğün yokluğuna işarettir.²⁸⁴ Facebook'un ve Instagram'ın patronu Mark Zuckerberg'de geçtiğimiz yıllarda verdiği bir röportajda, anonim ve çoklu kimliklerin önüne geçmeyi planladıklarını, bireyin sadece tek bir kimliğe sahip olacağı bütünlük yapı tasarladıklarını aktarmıştır.²⁸⁵ Zuckerberg'in bu girişiminin altında ekonomik nedenler yattığını da unutmamak gerekmektedir.

Laura Robinson, 2007 yılında yaptığı *The Cyberself: The Self-ing Project Goes Online, Symbolic Interaction in the Digital Age* adlı çalışmasında dijital benliği, etkileşim üzerinden ele almıştır. Onun siberbenlik diye nitelediği dijital benlik, içerisinde benliğin özne ve aynı zamanda nesne olma yetisinin sahibi olduğu, sosyal etkileşimin ortaya çıkardığı üründür.²⁸⁶ Robinson'a göre birey, sanal beni kurarken aynı zamanda bir benzerini de oluşturmaktadır. Bireyin oluşturduğu bu dijital bireysellik sunumu, bir ötekinin varsayımı ile gerçekleşmektedir.²⁸⁷ Ona göre bireyin, dijital kendilliğine geçişinde etkileşim büyük rol oynamaktadır. Ötekiden geleceğini varsaydığı etkileşim ile birey kendini bu ortamlarda sunmakta ve yaratmaktadır.²⁸⁸ Zhao da ayna benlik teorisine gönderme yaparak, "kendimiz hakkındaki görüşümüz ötekilerle etkileşimimizden türer olarak özetlemektedir."²⁸⁹ Sosyal ağlardaki birey, göz önüne alındığında gerek diğerlerini nesneleştirerek kendini yükseltme süreci ve

²⁸² Guga, 2016

²⁸³ Oya Morva, **Ben Kendim Ve Dijital Benliğim Dijital İletişim Çağında Benlik Kavramsallaştırması Üzerine**, s.41-63

²⁸⁴ David Kirkpatrick, **The Facebook Effect: The Inside Story of the Company That is Connecting the World**, New York: Simon & Schuster, 2010, s.199

²⁸⁵ Micheal Zimmer, **Facebook's Zuckerberg: "Having two identities for yourself is an example of a lack of integrity"**, 2010, Erişim Tarihi: 13 Haziran 2020, <https://www.michaelzimmer.org/2010/05/14/facebooks-zuckerberg-having-two-identities-for-yourself-is-an-example-of-a-lack-of-integrity/>

²⁸⁶ Laura Robinson, **The Cyberself: The Self-ing Project Goes Online, Symbolic Interaction in the Digital Age**, New Media and Society, vol.9 (1), 2007, s. 93 – 110'dan aktaran, Morva

²⁸⁷ Robinson, s.93-110

²⁸⁸ Robinson, s. 104

²⁸⁹ Zhao 2005

diğerlerini bu yolda harcaşı, gerekse kendi gibi düşünenlerle hızlıca bir araya gelebilişı Facebook, Twitter gibi mecralarda şahit olduğumuz ‘sanal linç’ ve ‘ötekileştirme’ olaylarının meydana gelişindeki arka planı açıklığa kavuşturmaktadır.²⁹⁰

Dijital bireysellik, Bauman’ın belirttiğı akışkan modernite içinde kimliğini sürekli bir oluş içerisinde anlamlandırmaya ve kurmaya karşılık gelmektedir. Funk, postmodern dünyanın bu hızlı dönüşümüne ayak uydurabilen birey tipini postmodern-ben odaklılık olarak kavramsallaştırmaktadır.²⁹¹ Funk’a göre ben odaklı olmak, kolektif bireyselliğı dışlamaktadır. Funk’un postmodern bireyi açıklarken ileri sürdüğü “özgür ve spontane bir ben vurgusuyla kurduğum ve ürettiğim şeyin ta kendisiyim; öyle ki şimdi böyleyim, ama daha sonra farklı olabilir ve - kendimi farklı bir biçimde yaşarım” varsayımı postmodern bireyin dijitalleştiğinin yegane örneklerindendir.²⁹² Ito ve arkadaşlarına göre de yaptıkları araştırmalarda özellikle gençler her zamankinden daha fazla bağlanmış ve bireyselleşmişlerdir.²⁹³ Sosyal medya kullanan üniversite öğrencilerinin dijital şizofreni boyutlarıyla, benlik saygısı arasındaki ilişkiyi inceledikleri makalelerinde, Bekiroğlu ve Hülür, düşük benlik saygısı olan bireylerin, sosyal medyada bölünmüş, çoklu bireysellikleri daha fazla sunduklarını ortaya koymuşlardır.²⁹⁴

Sosyal medya üzerinde yapılan araştırmaların bir diğer odak noktası ise bireylerin etkileşimi göz önünde bulundurarak bireylerin, reel yaşamda olmadığı şekliyle toplumsal, siyasal ve kültürel konularda aktif olmalarıdır. Nardi ve arkadaşlarının Çinli bloggerlar ve ziyaretçileri arasında gerçekleştirdiğı araştırmada, Çinli gençlerin, yorumları ve yorumlara verilen yanıtları ön planda tutarak diğer

²⁹⁰ Cemile Tokgöz Bakıroğlu, *Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Ekseninde Sosyal Paylaşım Ağları*. Akademik Bilişim, 2013, s.5

²⁹¹ Rainer Funk, *Ben ve Biz-Postmodern İnsanın Psikanalizi*, Çağlar Tanyeri (çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2007, s. 12

²⁹² Funk, s. 63

²⁹³ Ito, M., Baumer, S., Bittanti, M., boyd, D., Cody, R., Herr-Stephenson, B., Horst, H., Lange, P. Tripp, T. *Hanging out, messing around, and geeking out: Kids learning and living with digital media*. Cambridge, MA: MIT Press, 2010

²⁹⁴ Habibe Akçay Bekiroğlu, Asuman Banu Hülür, *Üniversite Öğrencilerinin Facebook Kullanımı ve Dijital Şizofreni Üzerine Bir Araştırma*, Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, 14, 2016, s. 146-175.

paylaşımlarını bu yönde gerçekleştirdiklerini ortaya koymuşlardır. Nardi'ye göre bu ortamlarda bloggerlar etkileşimlerini artırmak için yorumları ölçüt alırken, diğer yandan seslendikleri kitlelere cevap vermeme özgürlükleri de bulunmaktadır.²⁹⁵ Papacharissi'ye göre de birey bazen, gözlendiği birey tarafından etkileşim alabilmek için kendilerine oto-sansür uyguladıklarını ileri sürmektedir.²⁹⁶ Örneğin, Avrupa temelli yapılan araştırmalarda, genç kızların ana sayfalarında sigara içme alışkanlıklarını ortaya çıkaramayabileceklerini, çünkü ebeveynlerin veya öğretmenlerin siteyi ziyaret edebileceklerinin farkında olduklarını ortaya koymuştur.²⁹⁷ Bireyin yeni medya ortamlarında daha fazla görünür olma çabası sonucunda, dijital kimliğine, bireyselliğine daha fazla önem atfetmektedir. Bu yolla, reel yaşamda siyasi görüşlerini açıklamayan birey, bu ortamlarda daha rahat hareket edebilmekte, aktif bir biçimde kendini gösterebilmektedir. Tuncer'e göre sosyal medya, gerçek kamusal yaşamdan izole edilen ancak bu ağlarda kendilerine bir varoluş alanı tanımlayan, gerçek dünyanın suskun bireyleri için çekici bir alana dönüşmektedir.²⁹⁸ Ancak reel yaşama yansımaları olmayan bir aktif kullanıcı bireyin, suskunluk sarmalını kırmasının, reel toplum için ne gibi sonuçlarının olacağı tartışma konusudur.

Yukarıda gösterildiği gibi bireyin dijital ortamlarda kendini var etme çabaları çeşitli şekillerde ve çeşitli faktörlere bağlı olarak gerçekleşmektedir. Günlük yaşamdaki karşılaşmalar, etkileşimler üzerinden kavramsal çerçevesini oluşturan Goffman'ın dramaturjisi; Facebook, Instagram gibi hesaplarda bireyin kendisini sunmadaki davranışlarını açıklamada, en çok kullanılan kavramsal yaklaşım olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Son zamanlarda dijital benlik, dijital özne gibi kavramlarla sosyal medya platformlarında kimlik sunumları, bu kavramsal çerçeve tarafından incelenmektedir. Yine biz de Goffman'ın kavramsal altyapısı üzerinden Instagram ve

²⁹⁵ Nardi, B.A., D.J. Schiano, M. Gumbrecht and L. Swartz, **Why We Blog**, Communications of the ACM 47(2): 2004, s. 41– 46 'dan aktaran Yangzi Sima, Peter C. Pugsley, **The Rise Of A 'Me Culture' In Postsocialist China** Youth, Individualism And Identity Creation In The Blogosphere

²⁹⁶ Zizi Papacharissi, **The Presentation of Self in Virtual Life: Characteristics of Personal Home Pages**, Journalism and Mass Communication Quarterly 79(3): 2002, s. 643 - 661.

²⁹⁷ Papacharissi, s.643 - 661

²⁹⁸ Ali Büyükaslan, Ali Murat Kırık, (Ed) **Sosyal Medya Araştırmaları III Gözetlenen Toplumdan Gözetlenen Bireye** Konya: Çizgi Kitabevi, 2016 içerisinde Rabia Zamur Tuncer, Tuncer, Suskunluk Sarmalı Kuramını Sosyal Medya Üzerinden Yeniden Düşünmek, s. 123-144.

onun bireylere sunduğu özellikler ile bireyin benliğini, bireyselliğini sunumunu ele alacağız. Bu noktada bireyin, kendini sunduğu bu ortamlardaki sunma biçimi kadar verdiği bilgiler, etkileşim dahilindeki eylemleri gelecek bölümler için temel oluşturacaktır. Bireyi çevreleyen teknoloji kadar, bireyin buralarda kendini var etme çabası da oldukça önemlidir. Birey kendini bu platformlarda inşa ederken aynı zamanda meta konumunda düşmekten de çoğu zaman kaçamamaktadır.

4.3.3.1 Instagram'da Bireyselliğin Sunumu

Instagram 2010 yılında kamunun kullanımına açılmış, fotoğraf paylaşma üzerine kurulu bir sosyal medya platformudur. Kuruluşundan bugüne kadar birçok güncellemeyle, fotoğraf paylaşımı yapılan uygulama, özelliğini geliştirmiştir. Diğer sosyal medya uygulamalarında da olduğu gibi her güncelleme bireyin kendini ifşasını, veri paylaşımını en üst seviyeye çıkarmayı amaçlamaktadır. Sürekli gelen güncellemeler etkileşimi artırma, veri paylaşımını artırma, günlük yaşamın sunumunu dijital ortamda artırma gibi ortak hedefleri amaçlamaktadır.

Sosyal medya üzerinde oluşturulan kimlikler bireyin sosyal yaşamının birebir yansıması olamayacak kadar düzenli bir şekilde inşa edilmektedir. Yukarıda da altı çizildiği gibi dijital kimlikler, sosyal yaşamın tersine yüz yüze karşılaşmaya girmeksizin de etkileşime girebilmektedir. Herhangi bir arkadaşının hesaplarını ziyaret etmesi bunun için yeterli olacaktır. Goffman'ın yüz yüze karşılaşmalar için ileri sürdüğü sav sosyal medya etkileşimi için de geçerli olmaktadır. Ona göre bireyin, öyle ya da böyle kendini *ifade edecek şekilde* davranması, gözlemcilerin de bir şekilde *izlenim edinmesi* kaçınılmazdır.²⁹⁹ Nitekim oluşturulan profil hesapları bireyin kendini ifade etmesi için

²⁹⁹ Goffman, s. 16

oluşturulmuştur. Oluşturulurken de belli düşünce ve yaratmak istediği algı üzerinden kimliğini inşa etmektedir. Gözlemci ise kendi sosyal yaşam düşüncesi çerçevesinde izlenimini edinmektedir. Dediğimiz gibi sosyal medyada bu etkileşim için iki tarafın da çevrimiçi olmasını gerektiren bir durum söz konusu değildir. Sosyal yaşamda yüz yüze olan izlenim edinme, sosyal medyada kullanıcı panellerine, çevirim dışı dolaşıma girmiştir. Gözlemci istediği an profil sayfasını ziyaret ederek izlenimini gerçekleştirmektedir. Diğer yandan ise profili oluşturan kullanıcı bu izlenimi istediği an yönlendirebilmekte, sayfasında değişiklikler gerçekleştirebilmektedir.

İnsanlar, bulundukları ortama yeni birisi girdiği zaman genelde ya o birey hakkında bilgi edinme ya da halihazırda sahip oldukları bilgileri kullanma çabası içine bireyin sosyal yaşamı, ekonomik durumu, nasıl görüldüğü, tercihleri gibi konular karşı tarafta ilk bilinmek istenilenlerdir. Birey hakkında bu bilgilere ulaşıldıktan sonra, karşı tarafla etkileşimi şekillenmektedir. Ne üzerine konuşacağı, nasıl bir tavır ve tutum takınacağı, bu ön bilgiler ile mümkün hale gelmektedir. Goffman'a göre ise burada bireyin kendini ifade etmesi iki tür faaliyet içerir: *verdiği* ve *yaydığı* izlenim. Verdiği izlenim genellikle sözlü simgelere dayanırken, yaydığı izlenim ise geniş anlamda iletişimi kapsar: bireyin giyiminden jest ve mimiklerine kadar. Örneğin oldukça naif ve birçok toplumsal soruna duyarlı yaklaşan bir konuşma yürüten bireyin verdiği izlenim olumlu yönde olurken, diğer yandan davranışlarıyla da bunu desteklemesi yaydığı izlenimi de aynı yönde etkileyecektir.

Sosyal medyada bireylerin kendini sunuş biçimlerine baktığımızda ise bunun tam tersi ile karşılaşılmaktadır. Bireyin kullanıcı sayfası onun yaydığı izlenime karşılık gelmektedir. Sadece gözlemlenmeden, tek taraflı etkileşimden sonra (sözsüz, bireyin profilini ziyaret sırasında), birey olumlu izlenimler edinebilmektedir. Ancak günlük yaşamda, reel bir etkileşime geçmeden bile sosyal medyadan mesajlaşmaları halinde karşı tarafın verdiği izlenimle yaydığı izlenim çatışabilmekte, bireyin karşı taraf için düşünceleri değişebilmektedir. Sosyal medyada bireyler kendilerini olabildiğince en iyi

şekilde sunmaya çalıştıkları için edilen izlenimler genellikle hatalı olmaktadır. Nitekim verdiği ve yaydığı izlenimin sürekli değişken olduğu bir yapıda elde edilecek izlenimlerden yanılgıdan öteye geçemeyecektir.

Sosyal medya ile günlük yaşamda izlenim edinmeyi ve farklarını kısaca bu şekilde açıklayabiliriz. Goffman'ın dramaturjisini daha detaylı inceleyebilmek için Instagram'ın anatomi yapısıyla birlikte irdelemek faydalı olacaktır. Instagram'ı kısaca bireylerin performans alanı olarak tanımlayabiliriz. Instagram araçları ise bu performans alanını sınırlayan ve çerçevesini çizen düzenleyicilerdir. Instagram'ın evrimsel gelişiminden bu yana günlük yaşamın sunumu olabildiğince genişletilmiş, performans alanı arttırılmıştır. Bireyler hesaplarını oluşturduktan hemen sonra burada paylaşımlara başlayabilmektedirler. Öncelikle sabit bir profil fotoğrafı seçmek, sonra Instagram tarafından önerilen takipçilerden birkaçını takibe almak, daha sonra telefon rehberiniz ya da diğer sosyal medya platformlarıyla da bağlantınızı kurduğunuzda asgari özelliklerle donatılmış etkileşime açık bir sanal kimliğe sahip olunmaktadır. Daha sonra birey burada paylaşımlarını arttırarak yaratmak istediği izlenime yönelik kimliğini doldurur. Performans alanı kullanıcıları ya da Goffman'ın kavramsallaştırmasıyla oyuncular her zaman kimliklerini reel yaşamın doğrultusunda gerçekleştirmez. Sosyal medya doğası gereği, özellikle Instagram, görsel temelli bir platform olduğu için gösteriye, abartmaya ve pozitif içeriklere dönüktür. Mutlu Binark'ın *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: "Görülüyorum Öyleyse Varım!* Adlı çalışmada belirttiği gibi bu alanlarda bireylere haz veren artık görüntünün iktidarındır.³⁰⁰ Performans alanında oyuncu çoğunlukla kendini bu dalgaya kaptırmaktadır. Goffman'a göre oyuncu kendini oyununa tamamen kaptırmış olabilir; sahnelediği gerçeklik izleniminin gerçek gerçeklik olduğuna samimi şekilde ikna olabilir.³⁰¹ Bu noktada kullanıcı/oyuncu izleyicisi tarafından da desteklenince bu durumu devam ettirebilmekte, hatta bunu reel yaşamına taşıyabilmektedir. Bireyler gerçek dışılık üzerine kurdukları sanal kimliklerine bir süre sonra kendileri de inanmakta, sosyal yaşamlarında bu yanılsamayı sürdürmektedirler.

³⁰⁰ Mutlu Binark , Ayşenur Yıldırım , Ali Toprak , Eser Aygöl , Senem Börekçi , Tuğrul Çomu, **Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: "Görülüyorum Öyleyse Varım"**, İstanbul: Kalkedon Yayınları, 2014

³⁰¹ Goffman, s. 29

Öte yandan bireyler sosyal yaşamlarında ait olmadığı gruplara, sosyal medya da bu gruplara aitlermiş gibi davranabilmekte, kimliklerini bu gruplara duydukları aidiyetler üzerinden şekillendirebilmektedir. Birçok kullanıcı günlük yaşamında eşitsizlikleri meşrulaştıran ilişkilerde bulunsa da sosyal medya üzerinde etkileşimin yönü ve topluluğun bu konulara daha hassas olmasından dolayı öyleymiş gibi davranabilmekte, kendini olduğundan farklı sunabilmektedir.

Performans sırasında bireyin kasıtlı ya da kasıtsız olarak kullanılan standart ifadeleri Goffman dramaturjisinde vitrin olarak adlandırmaktadır. Instagram'da ve diğer sosyal medya platformlarında ise vitrin paylaşımların yer aldığı kullanıcı sayfalarına denk gelmektedir. Bireyin paylaştığı tüm fotoğraflar, videolar burada görünebileceği gibi anlık olarak attığı fotoğrafları da (Instagram'da hikaye olarak adlandırılıyor ve 24 saat süreyle kullanıcılar görebilmekte) sabitleyerek ziyarete gelmiş diğer kullanıcılara ifadelerini sunarak izlenim yaratabilecektir. Kullanıcı isterse izlenim yaratmak istediği bireyleri belirleyerek, hikaye paylaşımlarında sadece onlara yönelik hale getirebilir. Son zamanlardaki güncellemeyle gelen "yakın arkadaşlar" eklentisi de yine bireyin etkileşim alanını belirlenmesinde kullanılmaktadır. Vitrinin sabit olması sosyal medya da değişmeyeceği anlamına gelmez. Günlük yaşamda tutumlar, ifadeler karakter özellikleri olarak değişime çok açık olmasa da sosyal medyada paylaşımların içeriği değiştirilerek çok rahat bu durum tersine döndürülebilmektedir. Ancak daha önceden de belirttiğimiz bu noktada, uzun süredir etkileşim halinde olan kullanıcılar için tutarsızlık ve kullanıcıya duyulan güven kaybı da beraberinde gelecektir.

Kullanıcı sayfaları artık sosyal yaşamın "ilk izlenimler" alanına dönüşmüştür. "İlk izlenimler" tarafından tetiklenen etkileşim aynı katılımcıları içeren uzun bir etkileşimler dizisinin yalnızca ilk halkası olduğunda," doğru başlangıç yapmaktan" söz ederiz ve bunun çok önemli olduğunu hissederiz.³⁰² Bireyler sadece sosyal medya üzerinden çevrimiçi ya da çevrimdışı olarak değil, aynı zamanda sosyal yaşamda ilk kez

³⁰² Goffman, s. 24

yüz yüze geleceği ya da yeni tanıdığı birey hakkında bilgi edinmek için onların profillerini incelemeye yönelmektedir. Bu durum yaygın bir noktaya geldiği için bireyler sanal kimliklerini de olabildiğince en iyi şekilde inşa etmeye çalışmaktadır. Instagram ise kullanıcılarına sayfalarını daha iyi inşa etmelerine yönelik birçok özellik sunmaktadırlar. Profilinizi belli bir kategoriye oturtmak bunlardan biridir. Instagram kullanıcılarına "profesyonel hesaba geç" adlı bir özellik sunmaktadır. Özelliği seçtikten sonraki adımda ise kullanıcılara profillerini daha detaylı olarak tanımlama yoluna sokmaktadır. "İçerik yöneticisi misiniz yoksa bir işletme misiniz?" Eğer içerik yöneticisi seçilecek olursa antrenörden yazara, bakandan dansçıya kadar geniş skaladan yine bir seçim yapmak gerekecektir. İşletme hesabına geçiş yaptığında ise belli işletme alanları içinde seçim şansı sunmaktadır. Instagram bu özelliği sunarak hem kendi algoritma veri toplama sistemlerinin işini kolaylaştırmakta hem de sosyal yaşam statülerini bireylerin gösterebilmesi için imkan sunmaktadır. Sosyal yaşamda statüler ve rollerin sergilenmesi gibi Instagram'da da gerek bu özellikle gerekse de paylaşımlarla statü belli edilmektedir. Ancak burada ortaya şu çıkmaktadır. Kullanıcılar ne kadar yaratıcı olsa da sosyal statülerini riske atmamak için statünün yerleşik gereklerini sanal kimliklerinde de sürdürmek zorundadırlar. Örneğin doktor olduğunu belirtilen bir hesap açıldığında kimse o hesaptan artık yemek tarifi almayı beklemez, aksine doktor hesabının kullanıcısı birçok sağlık sorunuyla da ilgili mesaj almaya başlayacaktır. Bu örnek sosyal medyanın doğası gereği de her an yanlışlanabilir bir örnektir. Çünkü statülerin sosyal yaşamdaki gibi sabit olmadığı, paylaşımlarda farklılık isteneceği de aşikardır. Her ne kadar doktordan sağlık yönlü bir paylaşımlar beklense de mesajın çokluğu sosyal medya izlenimi dahilinde bireyin ilgisizliği ile sonuçlanacaktır. Öte yandan burada anlatılanın tam tersi de olmaktadır. İfadelerin, izlenimlerin iyi ayarlandığı bir doktor profilinde doktor olmayan bir kullanıcı kolaylıkla karşısındakilerle doktormuş gibi de etkileşime geçebilmektedir. Bir diğer önemli nokta ise sosyal yaşam statülerinin artık sosyal medya için var olmasıdır. Statüler paylaşımlarla, üretilen içeriklerle salt etkileşime indirgenerek tüketilmektedir. Sosyal yaşamın rolleri ve statüleri sosyal medya için tüketilmektedir. Örneğin son zamanlarda Instagram'da artan "anne profilleri". Çocuklarının her anını paylaşan bu hesaplar, çocuğunu etkileşim uğruna araçsallaştırmakta, gönderi beğenisine indirgemektedir.

Sosyal medyada tüm bu süreçlerin ardından izlenimlerin ifadelerin karşılığını alabilmek ise kullanıcının etkileşim sayısına bağlıdır. Instagram kullanıcılarına profesyonel hesaplara geçmeleri halinde, profil istatistiklerini sunmakta ve bunları nasıl arttıracakıyla da ilgili ipuçları vermektedir. -Esas amacın bireyin tatminkar etkileşim sayısına ulaşmasından ziyade veri toplama, daha fazla içerik üretimini teşvik etmek amaçlanmaktadır.- Profesyonel hesap kullanmayan kullanıcılar ise uygulama marketlerinden beğeni sayılarını, takipçi sayılarını gösteren uygulamalar edinebilmektedir. Goffman'ın ileri sürdüğü gibi sosyal yaşamda oyuncu gözlemcinin taahhüdüne ihtiyaç duymaktadır. Hem performansın devamı için hem de o performansın sonradan tekrarlanabilmesi için. Sosyal medyanın onaylama biçimi ise alınan etkileşimlere; beğeni sayısı, takipçi sayısı, içeriğinizin paylaşıma sayıları gibi nicelik yönden esaslara bağlıdır. Kullanıcı, paylaştığı bir gönderi, istediği beğeni sayısına ulaşmazsa bunu silebilmekte, bu paylaşımını tekrarlamamakta ya da bir benzerini atmamaktadır. Ya da kötü çıktığı bir fotoğrafı filtreler ile başkalaştırmakta, beğenmediği bir fiziksel özelliğini kolaylıkla fotoğraf düzenleyicileri ile düzenleyebilmektedir. Diğer bir yol ise etkileşim satın almaktan ya da sahte hesaplar aracılığıyla etkileşim sayısını arttırmaktan geçmektedir. Goffman *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu* kitabında Willard Waller'ın, *The Rating And Dating Complex* adlı çalışmasından yatakhane de aynı ortamda kalan kızlar üzerine bir örnek aktarır. Bu örnekte gözlemlenen dışarıdan gelen telefonlar kime daha fazla olursa o kızın daha popüler olacağı algısıdır. Hiç telefon alamayan ya da diğerlerine göre daha az telefon alan kızlar ise kendilerini arkadaşlarına aratmakta; hatta umursamadıklarını göstermek için ise üçüncü ya da dördüncü aramalara cevap verildiği gözlemlenmiştir. Sosyal medya da var olan sahte takipçi ya da beğeniye dayalı etkileşimde sadece niceliksel yönden bir anlam ifade etmekle, bireylerin diğer bireyler üzerinde yaratmak istediği "ben popülerim, ben onaylanıyorum" algısını kuvvetlendirmeye yöneliktir. Kendilerince oluşturdukları bu izlenimle ileride gerçekleştirecekleri performansları da garanti altına almaktadırlar. Dolayısıyla, fotoğraf paylaşımlarındaki "beni izle" iması, tüketim

tercihlerinin listelenmesiyle “sevdiğim/yaptığım/okuduğum/ dinlediğim şeylere bak” imasına dönüşmektedir.³⁰³

Bireylerin kendilerini Instagram dışında diğer sosyal medya platformlarında da bu şekilde sunduğunu rahatlıkla ifade edebiliriz. Diğer yandan bazı arkadaşlık sitelerindeki sunumlar ise sadece veriye dayalı, bireyin meta pazarlar gibi kendini tanıttığı platformlardır. Tinder ve OkCupid bu uygulamaların başında gelmektedir. Bireylerin sevgili, partner, arkadaş aradıkları bu sitelerde, birey kendine ait tüm verileri girmekte ve ardından beğenilmeyi beklemektedir. Örneğin OkCupid adlı uygulamada kullanıcıya sorulan sorulara alınan cevaplarla bir çıktı alınmaktadır. Bu çıktı sonucunda sadece belli bir oranın üzerinde aynı cevapları verenler, bireye gösterilmektedir. Yüzdelere, sayılara indirgenmiş ilişkilerde ise birey mutlu olacağını düşünmekte, hayatının eşleşmesini bulduğunun yanılsaması içerisinde benliğini tüketmeye ve ondan uzaklaşmaya devam edecektir.

4.3.3.2 Kolektif Zekalarda Üretketici Birey

Kolektif zeka; tikel bireylerin bir araya gelmesiyle etkileşim ve iletişimden ortaya çıkan sonuçların, tüm grup üyelerinin etkisiyle oluştuğunu belirten kavramdır. Kolektif topluluklarda olduğu gibi kolektif sanal topluluklarda da bireyselliğin yok olmadığı, aksine bireysel bir süreci de içinde barındırdığı iddia edilmektedir. Kavramsal olarak incelediğimiz de haklılık payı olsa dahi internetin işleyiş biçimi itibarıyla bu tarz kolektiflikten söz etmek mümkün gözükmemektedir. Kolektif zekalar bireylerin sosyalleşmek için bir araya geldiği platformlarda ortaya çıkan üretim-tüketim ilişkilerini de içinde barındıran bir süreçtir. Kolektif zeka kavramsal olarak içinde a) ağ toplumu,

³⁰³ Shanyang Zhao, Sherri Grasmuck, Jason Martin, **Identity Construction on Facebook: Digital Empowerment in Anchored Relationships**, Computers in Human Behaviour, 2008, s. 1816 - 1836

internette kamusal alan yaratımı gibi ideal toplum düzenini işaret eden, b) etkileşim halinde ortaya çıkan spontane ve dağınık yapılar olan, c) bilgi edinme ve paylaşım süreçlerini içeren d) dijital ekonominin işleyişinde büyük pay sahibi olan üretim-tüketim faaliyetleri gibi karmaşık süreçleri ve düşünceleri taşımaktadır.

Kolektif zeka kavramıyla alakalı geçmişte çeşitli düşünceler olmasına karşın iletişim alanında ilk olarak ciddi çalışmayı Pierre Levy 1994 yılında *Collective Intelligence* ile yapmıştır. Levy (1997), kolektif zekadan, bilgisayarları insanlardan daha zeki yapmayı deneyen bir çaba olarak değil, insanları bilgisayarlarla daha zeki hale getiren bilimsel, teknik ve politik bir proje olarak söz eder.³⁰⁴ Levy bilgisayar teknolojilerini bireyselliği engelleyen bir araç olarak değil tam tersi yardımcı bir araç olarak konumlandırmaktadır. Levy için kolektif zeka kendini sürekli geliştiren, eşzamanlı hareket eden, hareket kapasitesi esnek olan bir işleyişin evrensel olarak yayılmış halidir. Kolektif zekanın gelişimini ve ilerleyişinin ise olmazsa olmazı internet ve sürekli gelişen teknolojik araçlardır. Levy için kolektif zeka ancak bu şekilde tüm insanlık için geçerli olur. Bilgi herkesin sahip olduğu bir şey olmasa da bir bireyde de herkesin bilgisi toplanmamaktadır. Kolektif zekada ise bilgi edinimi ve paylaşımı sürekli gerçekleşmekte, bilgi kolektif zekaya ait olmaktadır. Ona göre bireyler tek başlarına bilgiyi kullanmada yanılsıza düşseler dahi kolektif zeka içerisindeki etkileşimle herkesi mutlu edecek sonuçlara ulaşılabilir. Düşünürü göre, kolektif zekanın ortaya çıkabileceği ve verimli bir şekilde faaliyet gösterebileceği alanlar esnek, durmayan bir akışa sahip olan ve merkezsizleşmiş bilgi ağlarıdır.³⁰⁵ Bu ağlarda bilginin paylaşımı ve herkesin sürece dahil olmasıyla, Levy, ütopyanın mümkün olduğunu ileri sürmektedir. Levy'nin dünyasında temelde farklı bakış açılarından gelen insanlar

³⁰⁴ Oya Morva, İnsan Zekasının Sosyoteknik Örgütlenişi Olarak Kolektif Zeka: İletişim Çalışmaları Perspektifinden Bir Değerlendirme, Oya Morva ve Erkan Saka (Ed.) **Kolektif Zeka Yeni Medya Perspektifinden Katkılar**, içinde (25-46), İstanbul: Kalkedon Yayınları, 2018, s.27

³⁰⁵ Alev Aslan, Dijital Çağda "Kolektif" Bir Demokrasi Arayışı: "DemocracyOS" Örneği Oya Morva ve Erkan Saka (Ed.) **Kolektif Zeka Yeni Medya Perspektifinden Katkılar**, içinde (47-66) İstanbul: Kalkedon Yayınları, 2018, s. 67

birbirleriyle konuşup birbirlerini dinlemekte bir değer görürler ve bu tür müzakereler karşılıklı saygı ve güvenin temelini oluşturur.³⁰⁶

Levy kolektif zeka kavramını ileri sürerken bir voltran³⁰⁷ oluşturmaktan da bahsetmektedir. Onun için bireyler kendi yetenekleri ve uzmanlık alanları doğrultusunda ortak hedefler için bir araya geldiklerini belirtmektedir. Bilginin bireyler tarafından tekil olarak da tutulduğu, ancak bilginin üretimi sırasında kolektif faaliyet olduğunu ileri sürmektedir. Kolektif zeka ise bu bağlamda Levy'e göre yeteneklerin bir araya gelerek güçlendiği sanal topluluklara karşılık gelmektedir. Bireysel düşünce bu şekilde grup için feda da edilmektedir. Bu yönleriyle kolektif zekalar manipülasyondan, totaliterlikten yoksun değildir. Levy gibi birçok araştırmacı da bilginin kullanımında tek bireyden ise bir grubun daha zeki olacağı düşüncesindedir. Levy kolektif grupların zekalarını her ne kadar zeka açısından parlak kabul etse de aşağıda inceleyeceğimiz gibi bu grupların işlevi kötülükleri yenen voltran şeklinde sonlanmamaktadır. Nitekim sosyal bir yapı içerisinde bir araya gelen kolektif topluluklardan değil, sanal, gözetlenen ve kontrol altında tutulan bir kolektiviteden bahsetmekteyiz.

Kolektif zekaları, Henry Jenkins ise hayran kültürleri üzerinden katılımcı kültür kavramı ile ele almaktadır. İki kavramsal yapı arasında farklar olsa dahi Jenkins de Levy gibi bu tarz gruplaşmaları olumlamaktadır. Jenkins, katılımcı kültürü "tarafhtarların ve diğer tüketicilerin yeni içeriğin yaratılması ve yayılmasına etkin olarak katılmaya davet edildiği kültür olarak tanımlamaktadır.³⁰⁸ Katılımcı kültür kavramsallaştırması kitlesel medyanın işleyişi karşısında artık bireylerin de söz sahibi olduğu düşüncesine karşılık gelmektedir. Çünkü artık izleyici üretken ve yaratıcı konuma yükselmiştir ve artık sadece alıcı konumunda değildir. Jenkins sosyal medyayı katılımcı kültürün yegane mekanı olarak görmekte etkileşimle birlikte katılımcılık

³⁰⁶ Henry Jenkins, **Cesur Yeni Medya Teknolojiler ve Hayran Kültürü**, Nihan Yeğengil (çev.), 2. Basım, İstanbul: İletişim Yayınları, 2018, s. 349

³⁰⁷ Daha önce yenemedikleri kötülükleri yenmek için bir araya gelen ayrı ayrı yetenekleri olan beş robot aslanın oluşturduğu tek bir robotu anlatan 1980'li yıllarda yayınlanan Japonya yapımı çizgi film.

³⁰⁸ Fuchs, s.79

insanların ağ üzerinde buluşması, kolektifler oluşturması, içerik yaratması ve paylaşmasıdır.³⁰⁹ Gerek Levy gerekse Jenkins siyasi, ekonomik, kültürel ve toplumsal yapıları göz ardı ederek yeni kitle kültürünün özellikle endüstriyel yanını görmezden gelmektedirler. Jenkins'e bir parantez açmak gerekirse; o kolektif zekaların şu an sadece eğlence için kullanıldığını kabul eder, ancak yine de bu eksik bir kabul etmedir. Ancak kolektif zekaların, ya da hayran topluluklarının işleyiş şekli, bilgi üretimi öncelikle bu olguların gerçekliği üretim modellerine doğrudan bağlıdır. Bunlardan bağımsız bir düşünce sadece teknolojik determinist bir yaklaşım olarak kalacaktır.

Kolektif zekalar, katılımcı kültür vb kavramların, karşısında ise katılıma açık üretim (peer production), kendini organize olan ekonomiler (self-organizing social economies), kitle-kaynak (crowd-sourcing) gibi kavramlar bulunmaktadır. Bu kavramlar kolektif zekaların ekonomik değer olarak dijital ortamda nasıl metaya dönüştüğünü ve emek sömürsüne uğradıklarını anlatmaktadır. Günümüzde artık reklam şirketleri ya da markalar sadece ürünleri bireylere sunmazlar, aynı zamanda tüm süreçlere onların da aktif katılımlarını istemektedirler. Bu tür aktiflik aynı zamanda aktif bir tüketimi de teşvik etmektedir. Reklamcılar, pazarlamacılar ise kullanıcıları olabildiğince marka ile etkileşime sokmaya, ona verilen katkıyı arttırmaya çalışmaktadırlar. Üretimin kolektif bir biçimde yapılması tüketimi de kolektifleştirecektir. Şirketler, kolektif zekalara yönelik kişiselleştirilmiş ürünleri piyasaya sürerek, hem pazarda kalıcılığını sağlamış olmakta hem de kendine sadık bir kitle edinmede ilk adımı atmış olmaktadırlar. Metalaşmış gruplar pazarlamacılar tarafından daha agresif bir şekilde hedef alınırlar ve çoğu zaman kendi kültürleri üzerinde kontrolü kaybettiklerini hissederler, çünkü kültür kitlesel olarak üretilir ve pazarlanır.³¹⁰ Bu yüzden şirketler, hedef pazarındaki kolektif zeka gruplarıyla, sürekli etkileşim halindedirler. Öte yandan Daren C. Brabham ise kitle kaynak kavramını çevrimiçi dağıtılmış sorunları, çözme ve üretim şekli olarak ele almaktadır.³¹¹

³⁰⁹ Fuchs, s.79

³¹⁰ Jenkins, s. 96

³¹¹ D. C. Brabham, *Crowdsourcing As A Model For Problem Solving An Introduction And Cases*, Convergence: The International Journal Of Research Into New Media Technologies, 14(1), 2008, 75-90' den aktaran Erkan Saka, *Armağanlaşmadan (Gift Economy) Kitle kaynağa (Crowdsourcing) Dijital Gönüllülükler Üzerine*. s. 37-44

Yeni medya teknolojileri tüketicileri doğrudan pazarla, üreticiyle etkileşime soktuğundan tüketicinin de sürecin içerisinde metaya dönmesi gayet doğaldır. Birey kullanıcı olarak her an elinde telefonla veri üretebilir, gruplara katılıp ortak çalışmalar yapabilir, ekranında beş farklı sekme açarak bir anda beğenmediği müziği "dislike" (beğenmeme butonu) ederken, diğer yandan beğendiği bir tişört markasının sitesinden tişörtlerde uyumlu renkleri belirleyebilir, diğer sekmeden ise bir haber sitesinin anketine katılabilmektedir. Saniyeler içinde çok farklı alanlara çok farklı sinyaller gönderebilmekte, dijital emeğini bu web tabanlı şirketlere sunabilmektedir. Bollier'in aktardığı biçimiyle, ticari kuruluşlar, değerler merkezleşmiş biçimde tekrar yaratılmasının ilkelerini, kendi iş modelleri içerisinde dahil etmeye olan ihtiyacın farkındadırlar.³¹²

Değer yaratımında, tüketici esas noktaya gelince, artık şirketlerde kolektif zekaları taleplerinin çevresinde bir araya getirmeye ilgilenebilmektedir. Bu noktada tüketici olarak konumlanan bireyin etkileşimi biçimleri ise ürünler ile ilgili geri bildirimle dayanmaktadır. Böylece satın alma oranı artmakta, gelecek için potansiyel müşteriler elde edilmekte ve bu grupları ürünle etkileşime sokarak, üretim sürecini de garanti altına almaktadır. Bireyin ise o alanda uzman birey ya da bilgi sahibi olmasına gerek kalmamış, elindeki telefonla sadece etkileşim kümesine girmesi yeterli olacaktır.

Günümüzde artık şirketlerin ürettikleri ve üreteceklerinin mutlak kazancı için yeni medya teknolojileri aracılığıyla bireylerle etkileşime girmesi yaygınlaşmaya başlamıştır. Burada demokratik bir katılımdan ya da kamusal alanın yükselişinden bahsetmek mümkün değildir. Gerçekleşen durum ortaya çıkan yeni kapitalist üretim modelleriyle sistemin kendini garantiye alması ve ömrünü uzatmaya yönelik hamlelerdir. Örneğin son zamanlarda internet ve televizyon tarihinde en çok ses getiren olaylardan biri Netflix'in yayınladığı Black Mirror: Bandersnatch filmidir. Filmin en önemli özelliği ise interaktif bir işleyişe sahip olmasından kaynaklanmaktadır.

³¹² Morva, s. 40, 41

İzleyiciler bazen iki kutu kahvaltı gevreği arasında seçim yaparken, bazen dinlenecek müziği seçme yoluna sokuldu bazen de film de karşısındaki bireyin hayatına devam edip etmeyeceği konusunda karar mekanizmasına oturtuldu. Başta oldukça eğlenceli görülmesine rağmen şirket elde ettiği verilerle kullanıcıların genel kitlesel özelliklerine de ulaşmış oldu. Gelecekte yapacakları filmlerde dizilerde müzik seçimleri, filmin akışının ne olacağı gibi birçok veriyi elinde bulundurmaktadır. Birçok internet kullanıcısı ise bu interaktif eğlenceyi yaşayabilmek için ilk kez bu platforma üye oldu, veri sağladı. Bir diğer örnek ise Adidas markasının gerçekleştirdiği kendi ayakkabını kendin yarat uygulamasıdır. Firma bu şekilde bireylerin uygulama etrafında toplanmasını sağlayarak ortaya çıkan çıktıdan sonra, gelecek ürünlerinin de modelinden, bağcık rengine kadar her şeye hakim olmaktadır. Bu iki örnekte de yaratılan bir ürün sonrasında bireyler etrafına çekilmiş, kolektif bir çalışma yapılması istenmiştir. Yapılan çalışma her ne kadar bireysel dursa da şirketlerin elde ettiği sonuçlar bir kitlenin tüketim tablosudur.

Sosyal medyanın yaygın kullanımıyla birlikte watercooler³¹³ etkisi bu platformlarda da görülmeye başlanmıştır. Özellikle Twitter'da. Dizilerin kendilerine ait gündem oluşturabilmek için etiket (hashtag) oluşturması, dizinin izleyicilerini de eş zamanlı olarak bu platforma çekmektedir. O an yayınlanan bölüm ile alakalı en çarpıcı olayı etiketin adı yaparak izleyicilerini ve diğer kullanıcılarını bu konu hakkında fikir beyan etmeye davet etmektedirler. Dizi izleyicilerini bu noktada bir kolektiflik içerisine sokabiliriz. Ancak bu kolektivitinin görevi, sosyal medya üzerinde de hem dizinin reklamını yapmak hem de dizinin sadık takipçileri olarak yeni bireyleri içeriye çekmeye çalışmaktır. Dizi yapımcıları ise bu kullanıcıların yorumlarını filtreleyerek dizinin gidişatına yön vermektedirler. Bu şekilde hem izleyicilerini kaybetmemekte hem de kazançlarını garanti altına alabilmektedirler.

³¹³ Dizilerin filmlerin ya da performans sanatlarının bireyler arasında tartışma konusu haline gelme durumunu anlatmak için kullanılmaktadır.

Twitter'da etiketler değişim yapma bakımından yetersiz olsa da değerlendirmeye alınmaları itibariyle oldukça etkindirler. Oluşturulan bir etiket ortak bir akılla, grupta, oluşturulması itibariyle kolektif özelliği taşımaktadır. Ancak bu etiketlere düzenlenen karşı saldırılarla bulandırılmakta etki gücü azaltılmaktadır. Kimi zaman ise sosyal medyanın eğlence kültürü içerisine çekilmektedirler. Örneğin son dönemlerde oldukça ses getiren *ice bucket challenge* etiketi, başladığı amaç ile vardığı nokta arasında büyük değişimlere uğramıştır. Sinir hücrelerinin ölmesi olarak bilinen ALS hastalığına dikkat çekmek için oluşturulan bir girişimdi. Amerika'da başlayan bu girişim bu hastalar için bağış toplayabilmek için oluşturulmuştı. Bir kova buzlu suyu başlarından aşağıya dökerek, hem hastalığa dikkat çekip hem de bir anlığına hastalara empati yapılıyordu. Daha sonra bağış yapılarak üç bireye bu etkinliğe katılması için meydan okuyup, davet ediliyordu. Kısa sürede tüm dünyaya yayılan etkinlik internet fenomenlerinin, ünlülerin hastalığa dikkat çekmek dışında sadece gösteri etkinliğine dönüştü. Girişim kitlelere ulaşmasıyla sadece eğlenceye indirgendi ve "yaratıcı" kafadan buz dökme videoları milyonlarca izlenmeye başlandı. Bu bağlamda etiketler kolektif bir özellik taşısa da kitleye her an açık oldukları için kitle tarafından yutulurken sadece gösteriye indirgenebilmektedir.

Kolektif zekalar içerisindeki tüm bireyler birer üretketicidir. Üretketicilik kavramı Alvin Toffler tarafından ileri sürülmüştür. Basitçe açıklamak gerekirse üretici ve tüketicinin arasındaki genel ayrımın ortadan kalkması, bireyin iki süreçte de bazen aynı anda bazen farklı zamanlarda aktif olmasıdır. Üretketiciler dinamik ve devamlı olarak kullanıcı kaynaklı içeriği yaratır ve paylaşır, veri ve profillere göz atar, başkalarıyla etkileşime girer, topluluklara katılır ve topluluklar yaratır, geliştirir ve ortaklaşa enformasyon üretir.³¹⁴ Yukarıdaki örneklerde de gördüğümüz gibi bireyler ürünlerin hem üreticisi hem de tüketicisi olarak konumlandırılmıştır. Şirketlerin gözünde ise bu alanlar kitle kaynak olarak konumlanmıştır. İngilizce'de "What I Know is" cümlesinin kısaltmasıyla adını alan "WIKI"ler kullanıcıların bilgi paylaştığı, var olan bilgilere ekler yapabildiği kolektif üretime dayalı sitelerdir. Bu özellikleriyle tüm sosyal medyayı

³¹⁴ Fuchs, s. 233

büyük veri üretimi yapan kolektif yapı olarak tanımlayabiliriz. En çok bilinen WIKI'lerin başında ise Wikipedia gelmektedir. Kullanıcılarının bağışlarıyla işleyen bu web tabanlı şirketin en büyük özelliği sayfasında internet reklamını kullanmamasıdır. Kolektif bir biçimde wıkı'lerde üretilen bilgi, kontrolden çıkmaya da oldukça müsait olmakla beraber, veri tabanına sağladığı enformasyonlarla da paha biçilemez bir hizmet sunmaktadır.

Kolektif zekaların bir araya gelme süreçleri birbirinden farklılık gösterse de (hedefler, amaçlar doğrultusunda) bir araya gelen gruplar kitle üretimi gerçekleştirmekten öteye geçememektedirler. Burada reel yaşam içerisine yerleşmiş kültürel kodlarla birlikte dijital ekonominin de işleyişi etkin olmaktadır. Bireylere sürekli yaratıcı olmaları, üretken olmaları, değişime açık olmaları gerek internet üzerinde gerekse sosyal yaşamlarında empoze edilmektedir. Birey ise sosyal medya kullanımında gerek kendini sunarken gerekse kolektif üretimlerde bulunurken bireyci duygularla hareket etmektedir. Bireyler tüm bu süreci ise bireysel bir oluş olarak görürken, yaşanan yeni kitle kültürüne has özelliklerdir.

4.4 ETKİLEŞİM ALANLARININ GÖZETİMİ VE SINIRLANDIRILMASI

Sosyal medya, bireylerin en çok karşılaştıkları etkileşim alanlarıdır. Ancak bu platformların yanı sıra, bireyler, bilgi edinmek için çeşitli arama motorlarını ve internet hizmetlerini kullanmakta, etkileşime geçmektedir. Bireyler, buralarda bazen kolektif üretilmiş içeriklerle, bazen de resmi kurumların oluşturduğu web sayfalarındaki içeriklerle etkileşime girmektedir. Çoğunlukla ise kendi üretimlerini yaptıkları içeriklerle etkileşime girmekte, her etkileşimde ise veri üretmektedirler. Bir önceki bölümde bireylerin karşılaşma alanları olarak sosyal medya incelendi ve sosyal

medyada etkileşim, detaylı olarak ele alındı. Bireylerin karşılaşma alanlarının özellikleri, sosyal medyanın ana hatları, sermayesel ilişkisi ve bireylerin etkileşim dahilinde benliklerini sunma biçimleri tartışıldı. Bu bölümde ise bireyler etkileşim halindeyken toplanan verileri, verilerin işleme süreçleri üzerinden etkileşim alanlarının gözetimi ve sınırlandırılması tartışılacak olup, etkileşim alanlarının arka planı incelenecektir.

4.4.1 Algoritmalar Karşısında Birey

Web 2.0 sosyal medya platformlarını anlatmak için kullanılırken, Web 3.0 kavramı ise bilginin sadece bireyler tarafından değil aynı zamanda bilgisayar teknolojileri tarafından kullanımını anlatmaktadır. Web 1.0'da bireyin düşünsel yapısı ön plandayken, Web 2.0'da ise bireylerin karşılıklı etkileşim alanları sonucunda ortaya çıkan bilgi, Web 3.0'da ise bireyler, şirketler ve kurumlar arasında oluşan etkileşim esnasında ortaya çıkmaktadır. Web 3.0 adlandırılması webin kurucularından Tim Berners Lee tarafından yapılmıştır. Web 3.0; World Wide Web Konsorsiyum (W3C) bünyesinde çalışma grupları tarafından geliştirilmiş, dili, araçları ve sistemi standardize edilerek genişletilmiştir.³¹⁵ Bu teknolojik atılım aynı zamanda anlamsal web olarak da adlandırılmaktadır. Anlamsal web ile bilginin işlenmesi bilgisayarlar aracılığıyla kitlelere ulaşmış, bilginin alıcısı olan kullanıcılar artık bilginin üreticisi konumuna gelmiştir. Anlamsal webin dayanak noktası, yapay zeka teknolojileri ve bu teknolojilerin web sistemleriyle uyumudur.³¹⁶

Sosyal medya platformlarda, bireyler, sosyal kimliklerini sanal kimliklere dönüştürebilmek için tüm bilgilerini buraya aktarmaktadır. Bireyler için günlük

³¹⁵ Selva Ersöz Karakulakoğlu, "Geleceğin Web Teknolojileri: Web 3.0 ve Etkileşim", Özlem Oğuzhan (Ed.) **İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim** içinde (110 -131) İstanbul: Kalkedon Yayınları, 2015,s. 115

³¹⁶ Tim Berners-Lee, Mark Fischetti, **Weaving the Web: The Original Design and Ultimate Destiny of the World Wide Web by Its Inventor**, Diane Publishing Company 2001

yaşamda gereksiz görünen detaylar bile bu platformlara aktarılmıştır. Swarm uygulamasından yaptığı geziden an ve an yer bildirimleri, Instagram'dan anlık hikaye paylaşımları ve fotoğraf eklemeleri, aynı işlemleri Twitter ve Facebook hesaplarına göndermeleri vs. Bireyin tüm bu paylaşımları, bilgisayarlar için işlenmeyi bekleyen hammadde olan veriyi üretmektedir. Artık oluşturulan yeni teknolojiler sayesinde bilgisayarlar bu verileri anlamlandırabilmektedir. Bu süreç başladığından beri web 3.0 algoritmaları veriyi çözmede ve işlemekte gittikçe ustalaşmaktadır.

Algoritmaların en önemli özelliklerinin başında bireylerin tercihlerini tahmin etmenin ötesinde kesin olarak bilmeye yönelik programlanmasıdır. Bu noktada algoritmalar üzerinde farklı düşünceler bulunmaktadır. Alexander Galloway'a göre, “bugünkü güç noktası görüntüde değil”, “bugünün güç noktasının ağlarda, bilgisayarlarda, algoritmalarda, bilgi ve verilerde”dir.³¹⁷ Mark Poster, Wendy Chun'un ve Alexander Galloway'in algoritmalar hakkında belirttikleri “dijitalin her zaman özgürlük anlamı taşıdığı” düşüncesine katılmaktadır. Galloway ve Chun'a göre algoritmaların bu tarz imkanları da bulunmaktadır. Poster'a göre, dijital kültür aynı anda hem denetime ve gözetlenmeye hem de bu ikisinden özgürleşmeye doğru iki farklı yöne ilerlemektedir: nasıl ki kültür endüstrileri, denetim mekanizmaları sayesinde, kendi müziklerini bilgisayarlarına indiren kullanıcıların izini sürebiliyorsa, o kullanıcılar da RIAA'yı dehşete düşürürcesine müzik dosyası indirmeye devam etmektedir.³¹⁸

Mark Poster, Deleuze'un bireyi bölünebilen/ çoğalabilen olarak tanımladığı “denetim toplumu” kavramını Postmodern çoğul birey olarak tanımlamaktadır. Ona göre Veritabanları insanları parçalara ayırmakta, iş piyasaları seyyar bir işgücünü talep etmekte, reklam ve yeni üretim yöntemleriyse kitleyi çözerek “kişiselleştirilmiş” tüketicilere dönüştürmektedir.³¹⁹ Poster, modern kurumlardan farklı olduğunu işaret ederek, öznenin inşasının bu düzenlenişine “süper Panopticon” adını vermektedir. Ona göre “denetim toplumu” kavramı, iktidarın yeni medya teknolojilerini, kavrama

³¹⁷ David Beer, **Popular Culture and New Media The Politics of Circulation**, 1.Basım, Hampshire: Palgrave Macmillan, 2013, s. 69

³¹⁸ Cogito, Michel Foucault, içerisinde **Foucault, Deleuze ve Yeni Medya**, Mark Poster, s.546

³¹⁹ Poster, s. 548

yetisini kaybediyor olma gibi bir dezavantajı bulunduğunu belirtmektedir. Denetim toplumunda birey etkin ve istekli bir şekilde veri birikimi sürecine riayet eder; bir satın alma işlemi sırasında cebindne hemen kredi kartını çıkarırverir, müşteri memnuniyetini ölçmek için hazırlanan anketleri doldurur, acaba en son hangi teknolojik ürün (cep telefonları, gps sistemleri vb.) çıktı diye hevesle bekler ve onu satın alıp kullanmaya başlar, böylece en ufak hareketleri bile devletin ve kapitalizmin güçleri tarafından izlenir hale gelmektedir.³²⁰ Poster’a göre algoritmalarla işlenmiş veri tabanları, canlıları elektronik hızda işlenen niteliklere dönüştürdükleri gibi, aynı zamanda kendiliğin o parçalarını yeniden bir araya getirmekte, baytları her türden kaydı sosyal güvenlik ya da vatandaşlık numarası altında toplayan ilişkisel veri tabanları sayesinde birleştirmektedir.³²¹ Yalıtık bilgisayarlarda, veriler bireyi ‘bölünebilir’ hale getirir, ama daha sıkça yaşanan şeyse bilgisayarların ağlarla birbirlerine bağlanması, veri değişti tokuşunda bulunması, sonuçları, karşılaştırması ve enformasyonu biriktirip birleşik bir portre oluşturmastır; biyolojik halimizin üstüne binen, bizi ikiye çıkaran, ama ne olursa olsun o tek bedenimize dayalı olarak hareket eden ikinci bir benliktir.³²²

Yeni medya teknolojilerinde gözetim olgusunu inceleyen Gary Marx’a göre; çağdaş dijital gözetim yapısında geleneksel formlardan ayıran üç geniş niteliksel değişime değinmektedir. Birincisi, çağdaş sistemde, gözlenenler gözetim altında tutulduklarının farkında değildirler. İkincisi, gözetim, bir gözetmen olmadan ve görsel görüntülerden ziyade ikili verilere dayanan veri gözetimi veya teknik gözetim olarak sürdürülmektedir. Üçüncüsü, gözetim hareketinin iletimi önceki nesillere göre çok daha kolaydır.³²³ Bauman’a göre ise tüm bireye ait bilgilerin kayıt edildiği ve paylaşıldığı bir veri tabanına dahil olmak, göre eğlenceye giriş biletini almış olmakla aynı anlama gelmekte, sayısal olarak kodlanan bireyler artık “kredi verilmeye değer” hale gelmektedir.³²⁴ Kozinets ise, kapitalist şirketlerin tüketiciler olarak gördüğü bu öznel tüketmek için sürekli olarak gözetlemektedir, sürekli olarak tüketme arzusu ile hareket

³²⁰ Poster, s. 549

³²¹ Poster, s. 549

³²² Poster, s. 549

³²³ Gary Marx, **A tack in the show: Neutralizing and resisting the new surveillance.** *Journal of Social Issues*, 59(2), 2003, s. 369–390.

³²⁴ Zygmunt Bauman, **Küreselleşme**, Abdullah Yılmaz (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2006, s.61

eden öznelere varoluşu da bu arzu etrafında örgütlenmektedir ve “imaj kültürü tüketicilerde sadece izleme değil aynı zamanda izlenme arzusu da yaratmaları” açısından algoritmaları ele almaktadır.³²⁵

Frank Webster da enformasyonun kontrol edilmesi ve gözetim olanaklarının küreselleşmesi bağlamında, gözetim ve denetimi ele almaktadır. Webster, modern dünyanın daha önce olamadığı kadar düzenlenmiş olduğunu ve bu düzenlemenin yapılabilmesi için gözetimin kaçınılmaz olduğunu belirtmektedir.³²⁶ Ona göre gözetimin birincil nedeni ekonomiktir. Kapitalist sistemin aleyhine olacak her adım hesaplanmak zorundadır. Webster’a göre gözetimin yapılması, modern hayatın sosyal örgütlenişinin karmaşıklaşmasından dolayı zorunlu hale gelmiştir. Onun için, böylesi bir örgütlenmenin mümkün kılınabilmesi için, sosyal yaşamı oluşturan bireylerin, nerede yaşadıklarının, neleri satın aldıklarının, ne yiyip içtiklerinin, yaşam standartlarının ve enerjilerinin nasıl değerlendirileceği gibi bilgilerin bilinmesi gerekmektedir.³²⁷ Webster, bireyler ihtiyaçlarına yönelik seçim yaparak imkanlarının zenginleştiğini düşünürken, onlara sunulana almak konusunda tercihlerinin sınırlandırılmış olmasının bir paradoks olduğunu belirtmektedir.³²⁸ Benzer şekilde Henry Jenkins de etkileşimin teknolojiyi üretenler ve sahip olanlar tarafından kısıtlanabilir olduğunu ileri sürmüştür.³²⁹

Veri bilginin algoritmalar tarafından işlenmeden önceki halidir. İşlendikten sonra ise ortaya tamamen ticari değeri olan bilgi ortaya çıkmaktadır. Verinin büyük miktarlarda ve farklı formatlarda sürekli aktığı, dijital olarak dönüşen ve hızın neredeyse yeni bir değişim değeri olarak kabul edildiği bir dünyada; algoritmalar, ticari

³²⁵ Barış Çoban, **Yeni Panoptikon, Gözün İktidarı ve Facebook**, Yeditepe İletişim Fakültesi Dergisi, sayı:10, 2009 S.

³²⁶ Bauman, **Akışkan Modernite**, s. 66

³²⁷ Bauman, s. 66

³²⁸ Frank Webster, **Theories of The Information Society**, New York: Routledge, 1995, s.54

³²⁹ Jenkins, **Cesur Yeni Medya Teknolojiler ve Hayran Kültürü**, s. 202

rekabet savaşının en ön saflarında çarpışan askerlere dönüşmüşlerdir.³³⁰ İnternet verileri gittikçe algoritmalarda toplanan, algoritmalar ise birkaç şirketin elinde toplanmaya başlamıştır. Verinin tekelleşmesi, ticari bir değere sahip olması, internet alanlarında da artık sadece kar amacı güden alanlara dönüşmesine neden olmaktadır. Bunun sonucunda ise birey sadece platformlar için iletişim ve etkileşim amacıyla kullansa da şirketlerin gözünde sürekli veri paylaşan ve içerik üreten işçilerdir. Kullanıcı işçiler ise tüm süreç boyunca emeğinin karşılığını alamamakta, bedava emeğinin karşılığında ise platformları ücretsiz kullanmakla yetinmektedir.

Algoritmaların işleme mantığını Adrian Mackenzie,³³¹ ajanslar ve sipariş ilişkisi üzerinden kurmaktadır. Mackenzie'ye göre ajanslar tarafından verilen siparişler algoritmalar tarafından doğal ve kesin olarak bireye aktarılacaktır. Mackenzie bu iddiasıyla siber bir bloktan bahsetmez ancak yazılım ve veri çıktılarıyla da sosyal yaşam düzenlenmektedir. Bir algoritma, iletişim ve eylemleri, var olan düzenleri vurgulayarak kimin neyi nasıl yaptığını doğallaştırabilmektedir. Diğer yandan ona göre algoritmaların etki gücüyle, ajanslarda sınırlandırılmakta, elde edilen bilgilere yönelik adımlar atmak zorunda kalınmaktadır. Bu noktada algoritmalar, gündelik hayata çeşitli şekillerde etkileşime giren, bir tür görünmez yapısal güç haline gelir. Scott Lash³³² ise algoritmaları sosyal kurallar oluşturan ve bunları pekiştiren yeni bir iktidar biçimi olarak tanımlamaktadır. Başka bir deyişle, Lash için algoritmalar gerçeklikler yaratır, sosyal dünyayı farklı şekillerde oluşturmakta ve bireye yaşadığımız sınırlamaları ve sınırları sunmaktadır. Gerek Mackenzie gerekse Lash algoritmaların görünmez olduğunu vurgulamakta bu yolla onu yeni bir iktidar biçimi ya da güç odağı olarak tanımlamaktadırlar. Sosyal yaşama etkisini ve kural koyucu gücünü inkar etmemekle birlikte algoritmaların işleyiş mantığını sermaye biriktirme modellerinde ve kapitalist üretim ilişkilerinde görünür kılabiliriz. Algoritmalara dair bir diğer saptamayı ise Marlia

³³⁰ Oğuz Kuş, "Algoritmalar ve Filtre Baloncuğu Çağında Marka Değerinin Yönetilmesi Sorunsalı Üzerine" Oya Morva ve Erkan Saka (Ed.) **Kolektif Zeka Yeni Medya Perspektifinden Katkılar**, içinde (167-192) İstanbul: Kalkedon Yayınları, 2018, s. 176

³³¹ Mackenzie, A. **CuttingCode: SoftwareandSociality**. New York: Peter Lang. .2006 s.44'den aktaran Beer, s. 68, 69

³³² Lash, S. & Lury, C. **GlobalCultureIndustry: TheMediationofThings**. Cambridge: Polity. 2007'den aktaran Beer, s. 69

E. Banning gerçekleştirmektedir. Banning'e göre, bilgisayar ve yazılım programlaması sırasında kodda yazılan dinamik etkileşim modellerini oluşturur, algoritmalarla yazılmış olası etkileşim alanlarını kurallara bağlar; Algoritmalar etkileşim felsefeleri ve sorgulama için kolayca bulunamayan dünya görüşleri oluşturmaktadır. Çünkü algoritmalar görünmez olmaları, kodladıkları felsefeler ve bu felsefelerin sonuçları incelemeye karşı dirençli olarak inşa edilmektedirler. Ayrıca ona göre algoritmalar, webin iş modelinin başarısında etkili olan davranışları ve özellikleri güçlendiren dinamik etkileşim modelleri oluşturmaktadır.³³³ Diğer yandan McQuillan, hacktivist toplulukların, bu gözetimlere karşı gelebildiklerini, onları deşifre ettiklerini ve mücadelede önemli unsur olduklarını belirtmektedir.³³⁴

Büyük veri pazarı (Big Data) olarak adlandırılan piyasanın, 2023 yılına kadar 103 milyar dolarlık pazar hacmine ulaşacağı tahmin edilmektedir. 2019 yılında, %20 oranında büyümesi beklenen pazara, bireylerin saniyede 1.7 megabayt katkıda bulunması beklenmektedir. Günlük ortalama tüm dünyada veri paylaşımı 2,5 kentilyon bayt olarak bilinmektedir. Bu da yukarıdaki sayıların abartıya değil gerçek verilere dayandığının ispatıdır. Veri toplamının başında, 2,3 milyar kullanıcı sayısı ile Facebook gelmektedir. Öte yandan şirketlerin hemen hemen hepsi veri pazarına yatırım yapmaktadır. Örneğin internette dizi ve film izleme platformu olan Netflix verileri kullanarak müşterilerini elde tutmakta ve bu yolla yıllık 1 milyar dolara yakın olası kaybını önceden bilerek, engellemektedir. Verilerin analiz edilmesi ise sanıldığı kadar ileri seviyelerde değildir. 2012 yılında verilerin sadece %22'si işlenebilirken, bu sayının 2020 yılında %37'ye ulaşması beklenmektedir. Ancak algoritmaların gittikçe gelişmesiyle önümüzdeki yıllar hızlı sıçramalara müsaittir.³³⁵ Foucault'nun da

³³³ Marlia E. Banning, **Shared Entanglements – Web 2.0, Info-Liberalism & Digital Sharing**, Journal Information, Communication & Society, Issue 4: Understanding Digital Sharing, 2016, s. 489 -503

³³⁴ Dan McQuillan, **Algorithmic States Of Exception**, *European Journal Of Cultural Studies*, 18(4-5), 2015, s. 564-576.

³³⁵ Christo Petrov, **Big Data Statistics 2019**

<https://techjury.net/stats-about/big-data-statistics/> , 14.09.19

“mükemmel formül” olarak nitelendirdiği sürekli gözetim hali böylece ortaya çıkmaktadır.³³⁶

Algoritmalar, şirketler tarafından henüz istenilen düzeyde veriyi işleyemese de ya da işlediği veri, bazen yanıltsa da kullanıcıları birçok yönden etkilemektedir. Şirketler verilerin işlenmesinin ardından, belirledikleri hedef kitleye üye kullanıcıların, davranış özelliklerini, alışkanlıklarını ya da bireyin kimseyle paylaşmadığı yönelimlerini saptayabilmektedir. Cambridge Üniversitesi araştırmacıları tarafından yürütülen araştırmaya göre Facebook'a üye bir bireyin sadece "Beğen" faaliyetleri dahi işlenerek bireyin ırk, yaş IQ, cinsellik, karakter ve politik görüşleri hakkında çıkarımlar yapılabilmektedir.³³⁷ Ellerindeki bilgilerle ise hedef kitlesine yönelik reklamlar, ürünler ya da mesajlar üretebilir. Bilgiyi kolaylıkla kazanca çevirebilir. Örneğin bir içerik öneri hizmeti olan *Hunch* isimli internet sitesi, kullanıcılara soracakları beş soru ile bireyler hakkında % 80-85 oranında doğru bilgiye ulaştıklarını belirtmektedirler.³³⁸

Günümüzde artık reklamlar, internet üzerinde "hedefli çevrimiçi reklamcılık" modelini esas almaktadır. Bireyin satın almak için baktıkları, meraktan incelediği ürünler ya da bir arkadaşının onun telefonda kendi ilgi alanına yönelik araması, telefon kullanıcısına reklam olarak dönmektedir. Yine aynı şekilde sosyal medya platformları üzerindeki beğeniler, paylaşımlar ve takip edilen sayfalar da hedefli çevrimiçi reklamcılığın kontrolüne girmektedir. Toplanan veriler sonucunda incelenen bir palto farklı markalar tarafından sürekli olarak kullanıcılara tekraren gösterilmektedir. İncelenen ürüne benzeyen ürünler, indirimde girmiş benzerleri ya da ürün ile alakalı diğer ürünler reklam engellenene kadar gösterilmektedir. Reklamın görüntülenmek istemediği belirtildiğinde, ise algoritmalar tarafından en çok incelediğiniz ya da bireyin

³³⁶ Mutlu Binark, **Türkiye’de Dijital Gözetim T.C. Kimlik Numarasından E-Kimlik Kartlarına Yurttaşın Sayısal Bedenlenişi**, Alternatif Bilişim Derneği Yayınları, 2012, s. 30

³³⁷ Gülüm Şener ve Oğuz Kuş, "Büyük Biraderden Büyük Veriye Gözetim Toplumu", Özlem Oğuzhan (Ed.), **İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim**, İstanbul: Kalkedon, 2015, s.75

³³⁸ Tarleton Gillespie, **The Relevance of Algorithms in Media Technologies**, Cambridge, MA: MIT Press.
https://www.intgovforum.org/multilingual/sites/default/files/webform/the_relevance_of_algorithms_-_tarleton_gillespie.pdf Erişim Tarihi: 20 Haziran 2020

veri işlenmesi sonucu elde edilen, ikinci ürün reklamlardaki yerini almaktadır. Kullanıcılar bazen ise görmezden gelerek reklamın varlığını unutmaya çalışmaktadırlar. Görüntülenmeyen reklamlardan gelen yanıtlar filtrelendiğinde, marka artışı ortalama %31 oranında olmaktadır. Bu da kullanıcının ilgi alanı olarak saptanan ürün ile etkileşimini gerçekleştirmek için her seferinde algoritmalar tarafından, birey görene kadar tekrarlanmaktadır. Ortalama bir birey bir ay içerisinde 1.700'den fazla reklama maruz kalmakta, bunların ise yarısını izlemektedir. Bireylerin reklamlara tıklama ortalaması %31 iken, bu reklamlardaki şirketleri ya da markaları araştırması %27 oranındadır. Bu reklamlara yönelik detaylı arama yapanlar ise sadece %9 oranındadır.³³⁹ Birçok yazılım şirketi bu oranların, şirketler lehine arttırılması için algoritmaları daha akıllı hale getirmeye çalışmaktadır.

Reklam verenler, veriyi sadece Facebook ya da Google'dan almamaktadır. Telefona indirilen her uygulama, artık bütün verilere erişmek için izin istemekte, izin verilmediği takdirde ise uygulama kullanılamamaktadır. Birçok uygulama bu yolla, kendi verisini toplama yoluna giderken, diğer yandan ise web siteleri ziyaret edildiğinde kullanıcılara tanımlama dosyası denilen "çerezler" yollanmaktadır. Çerezler aracılığıyla, yine web tabanlı şirketler, verileri depolayabilmekte ve kullanıcı o sitede değilken bile gözetimini sürdürmektedir.

Algoritmaların veriyi işlemede daha akıllı hale gelmesinin olası sonuçları; şirketlere daha fazla kar iken, birey için daha fazla gözetim, etkileşim alanlarının sınırlandırılması anlamına gelecektir. Etkileşim alanlarında, algoritmalar tarafından üretilmiş botlar gözetime katkıda bulunamaları da internetin kamusal alan olma özelliğini manipüle edebilmekte, bireyleri farklı davranış kalıplarına sürükleyebilmektedirler. Botlar, gerçek kullanıcıların davranış kalıplarını taklit etmek üzere yazılmış bilgisayar programlarıdır. Bot hesaplar ya da uygulamalar, birçok

³³⁹ Khalid Saleh, **Effectiveness Of Online Advertising– Statistics And Trends**
<https://www.invespcro.com/blog/effectiveness-online-advertising/> 14.09.19

yönden etkileşim alanlarını etkilemektedir. Botları kullanılan birey ya da kurumun, düşüncesine yönelik yorumlar, paylaşımlar, destekleyici içerikler üreterek, gündem oluşturmaya çalışmaktadır. Bu bazen bir temizlik ürünü tanıtımı için de olabilir, bazen de siyasi bir rakibi karalamak için. Bunun yanı sıra botlar algoritmaların veri işlemlerinden daha akıllı bir yapıya sahip değildir. Tespitleri çok kolay olabilmekle, anlamsız içeriklerle kendilerini belli edebilmektedirler. Ya da farklı sosyal medya bot hesaplarının aynı içeriği paylaşmasıyla. Shao, Ciampaglia, Varol, Yang, Flammini ve Menczer'in gerçekleştirdiği araştırma sonuçlarına göre kamuoyu, sahte Web siteleri oluşturma maliyetinin düşük olması ve "sosyal botlar" olarak bilinen yüksek miktarda yazılım kontrollü profiller veya sayfalar nedeniyle yalan haberlerden etkilenebilmektedir.³⁴⁰ Burkhardt'a göre ise web trafiğinin yüzde 61'i bot hesaplardan oluşmaktadır.³⁴¹ Sosyal medya gündemini belirlemek ya da hedefleri için kamuoyu oluşturmak isteyen birçok kurum ya da birey "trol" adı verilen gerçek bireylere dayalı ama bot hesap özelliği gören kullanıcıları kullanabilmektedir. Trol ya da bot hesaplar çoğu birey tarafından tespiti yapılabilse bile oluşturdukları yapay gündemle binlerce reel sosyal medya kullanıcılarını etkileşime sokarak bunu doğal hale getirebilmektedir. Gelecekte botların daha da insana özgü davranışlar sergilemesi, reel insanın davranışlarını anlaması, işleri daha zor hale getirecektir. Çevrimiçi algoritmalar, insanların ve insan olmayan ajanların etkileşimlerini modüle etmede önemli bir rol oynamakta, ancak Gillespie'nin belirttiği gibi, algoritmaların illa yazılım olması gerekmemekte, bot ve trol hesaplar da aynı işlevi gösterebilmektedir.³⁴² Özellikle Latour'un altığını çizdiği gibi bireysiz etkileşim alanları durumlarında dijital cihazlar ve yarattıkları verinin yeni sosyal ilişkiler yaratacağını ileri sürmektedir.³⁴³

Algoritmalar, kullanıcılardan aldıkları geri bildirimlerle, kendilerini geliştirmekte, bireye sunduklarını daha kişiselleştirmektedir. Geri bildirimler sayesinde

³⁴⁰ C. Shao, G. L.C iampaglia, O. Varol, Yang, K., Flammini, A., F. Menczer **The Spread Of Low-Credibility Content By Social Bots**. Nature Communications, 9, 1-41. 2018, s. 2

³⁴¹ J.M. Burkhardt, **Combating Fake News In The Digital Age** (Tech. Rep.No.8). Library Technology Reports. American Library Association, 2017, s. 23

³⁴² Gillespie, **The Relevance of Algorithms in Media Technologies**

³⁴³ Nilüfer Timisi, (ed.)?. Dijital : Kavramlar, Olanaklar, Deneyimler İstanbul: Kalkedon, 2016 içinde Erkan Saka, Anıl Sayan **Büyük Veri Nedir Olanaklar ve Sınırlar** (s. 87-108).

algoritmalar gözetimi de sıklaştırabilmektedir. Birey kendisiyle ilgili olmayan bir reklamı ya da sayfayı reddettiği zaman, toplanan verilerinden yanlış çıkarım yapılan birey, böylelikle gözetimde kendini daha net bir kategoriye oturatabilecektir. Arama motorları, içerik platformları ve bilgi sağlayıcıların karşılaştığı baskılar, karşı koymalar algoritmanın tasarımını ve sonuçlarının sunumunu ustaca şekillendirebilmektedir.³⁴⁴ Örneğin Facebook'un Haber Kaynağı, Instagram'ın Keşfet ve Twitter'ın Gündem panosunun hemen altında bireye sunduğu popüler içerikler. Bu üç özellikte aynı algoritma mantığı ile çalışmaktadır. Bu üç özellikte de bireyin muhtemel görmek isteyeceği gönderiler mevcuttur. Ancak bunlar seçilerek belli sayılarda gösterilir. Gösterilenler ise birey için algoritma tarafından en ideal olarak saptananlardır. Öncelikli olarak gösterilenler bireyin en çok beğendiği içerik, takip ettikleri, arkadaşlarıyla paylaşımları neticesinde ortaya çıkmaktadır. Eğer birey bu gönderilerin kendisine hitap etmediğini düşünüyorsa "bu gönderiyle ilgilenmiyorum" veya "daha az sıklıkta göster" gibi seçeneklerle algoritmaya yol gösterebilmektedir. Algoritma geri dönüşümlerle bireye kendi ilgi alanlarıyla ilgili gönderileri sunmakta, birey de ilgi alanı dışında bir gönderiye ulaşma ihtiyacı hissetmemektedir. Böylelikle bu süreç, gözüktüğü gibi sadece teknolojik boyutu olan bir süreç değil, bireyin geri dönüşümleriyle şekillendirdiği algoritmaya çift akışlı etkileşimin sonucudur.

Algoritmalar, veriyi düzenlerken toplumsal eşitsizlikleri daha açık duruma getirebilmektedir. Algoritmalar soyut, görünmeyen bir yapıda olabilir ancak ortaya çıkardığı sonuçlar somuttur. Kullanıcılar algoritmalar için sadece sayısal değere sahip olduğu için eşitsizlikleri göz ardı etme ve standartlaştırmaya açıktır. Algoritmalar her ne kadar birer yazılım da olsalar üretimleri itibarıyla insan elinden çıkmaktadır. Poster, algoritmaların, yeni medyanın sayısallaştırılmış yapılarının gücünü kabul ederken bireyin yine bu ortamlardan çıkabileceğini düşünmektedir. Ona göre öncelikli olarak eleştirel söylemi bu çerçeveden acilen kurtarmak ve insanların enformasyon makineleriyle olan ilişkisinin kavranışına açılımlar, özgürlük ile belirlenimcilik ikiliğine

³⁴⁴ Siva Vaidhyanathan, **The Googlization of Everything (And Why We Should Worry)**. Berkeley, CA: University of California Press. 2011

alternatifler getirecek açılımlar bulmak gerekmektedir.³⁴⁵ Poster'a göre eleştirel yaklaşımın, yeni medyanın sunduğu çoğul etkileşimi göz ardı etmemesini ileri sürmektedir.

Filtrelemede, kategorize etmede, veri çözümlemede algoritmalar aslında bireylere ya da gruplara ait kararlar almakta, toplumsal eşitsizliği bu yolla tekrar edebilmektedir. Filtre baloncukları, bireyleri kategorize etme ve sınıflandırmada algoritmaların, en çok kullandığı yol olmakta ve etkileşim alanlarını da sınırlandırmaktadır. Bireylerin içeriğe ulaşmasını ya da kendi alanını genişletmesini engellemektedir.

4.4.1.1 Filtre Baloncukları

Algoritmalar verileri işledikten sonra elde ettiği bilgilerle bir profil oluşturmakta; bireyin özellikleri, tercihleri, politik davranışları, cinsel yönelimleri gibi bireyin sosyal yaşamının fotoğrafını çekmektedir. Elindeki sayısal çıktıyla bireye; mesajlar, ürünler sunmaya başlamaktadır. Bu anda bireyin içinde bulunduğu bu döngü filtre baloncuğu olarak adlandırılmaktadır. Kısa bir örnek vermek gerekirse; beyaz ırkçı bir insana siyahları içeren reklamlar ya da ırkçılığa yönelik olumsuz mesajlar sunulmamaktadır. Tam aksine bu bireye aynı ideolojiyi paylaşanların Facebook grupları, tükettikleri ve benzer beğenileri sunulmaktadır. Sonucunda ise birey, sosyal yaşamındaki dar çevresini iddia edildiği gibi sosyal medyada genişletemez, bir benzeri etrafında şekillenmektedir. Aynılıkla devam eder, durum onun içinde gördükleri ve tükettikleriyle standartlaşır, normalize edilmektedir. Böylelikle hem reel yaşam sosyal medyada olumlanmakta, hem de reel yaşamın sorunları derinleştirilmektedir.

³⁴⁵ Poster, s. 537

Filtre baloncukları, kişiselleştirilmiş internetin uygulanma şekillerinden biridir. Her kullanıcı için bilgi, mesaj ya da ürün sunumu yaratılması anlamına gelmektedir. Eli Pariser'e göre filtre baloncuklarının belirgin özellikleri bulunmaktadır; bireyler filtre baloncuğu içerisinde yalnızdırlar. Filtre baloncukları görünmezdir. Filtre baloncuğuna girmeyi seçmezsiniz, onlar sizi baloncuğa dahil ederler çünkü -filtreler- onları kullanan web siteleri için kar sağlarlar.³⁴⁶ Ek olarak filtre baloncukları sorgulanamaz bir şeffaflığa sahiptir. Yukarıda örneklendirilen bazı sosyal medya platformlarının "Haber Kaynak"ları gibi özellikleri, filtre baloncuklarının en belirgin örneklerindendir. Birey, burada görmek istediklerini kendisi belirleyerek filtre baloncuğunu inşa etmektedir. Ancak öte yandan, kendini bir aynılığa ve durağanlığa da hapsedmektedir. Birey sadece kendi düşüncelerini yansıtan mesajları tutarak, çok sesliliği kendi eliyle bitirmesi için algoritmalara sunmaktadır.

Bireyler kendilerini hapsettikleri filtre baloncuklarında tek başlarına olsalar da onlarla aynı düşüncedeki bireylerle aslında ortak filtreleri paylaşmaktadırlar. Bu da aslında bize yeni bir kitle kültürünü işaret etmektedir. Birbirine benzeyen, ya da sosyal sınıflarda bulunan insanların benzer mesajları almak istemesi son derece doğaldır. Ama bu mesajlar sıklıkla tekrarlanır ve bireylerin bu döngüden haberleri olmadığı için çıkma şanslarının da olmaması, bu bireyleri daha çok birbirine benzetecektir. Ancak diğer yandan filtrelerle sınırlandırılan bir internettin, birey için kamusal alan ya da çok sesli bir ortama dönüşmesi de çok zor gözükmemektedir. Daha önceden de altını çizdiğimiz gibi reel yaşamdaki sosyal statüler, alınan eğitimler, eşitsizlikler sosyal medyada da kendini göstermektedir. O yüzden aynı eğitim seviyesinde olmayan iki farklı bireyin filtre baloncuklarının da aynı olmasını bekleyemeyiz. Kamusal alanın ortak değer ve payda oluşturması, kolektif sonuç alma özelliği, mesajın ve bilginin bireycileşmesiyle /kişiselleştirilmesi ile birlikte sekteye uğramaktadır. Dar alanda eğitilmiş bir kesim tarafından oluşturulan çok seslilik ortamı, diğer bireylerle olan etkileşim açısından yetersizdir. Pariser denge teorisine dayanarak filtrelerin bireylerin mevcut düşüncelerini

³⁴⁶ Oğuz Kuş, "Algoritmalar ve Filtre Baloncuğu Çağında Marka Değerinin Yönetilmesi Sorunsalı Üzerine" Oya Morva ve Erkan Saka (Ed.) **Kolektif Zeka Yeni Medya Perspektifinden Katkılar**, içinde (167-192) İstanbul: Kalkedon Yayınları, 2018, s. 180, 181

güçlendirdiğini ve yeni şeyler öğrenmede etkili olan kimi parametreleri ortadan kaldırdığını belirtmektedir.³⁴⁷ Bireyin almak istediği mesajı seçmesi, reel yaşamının bir getirisidir. Ancak reel yaşamda bu sıklıkla tekrarlanmayan mesajlar, filtre baloncukları içerisinde tekrarlanmaktadır.

Filtre baloncuklarının varlığı, web tabanlı şirketlerinde gelecek değerlendirmesi yapmasında oldukça etkindir. Şirketler bireylerin rutinlerini, alışkanlıklarını elde ettikten sonra, geleceğe dönük onlara sunacakları mesajları, şimdiden hazırlayabilmektedirler. Örneğin, Netflix, bir bireyin salı geceleri komedi, cumartesi geceleri dram içerikleri tükettiğini, belirli bir aktörün bulunduğu içerikleri tekrar tekrar izlediğini ve bir içerikte yüksek çıplaklık gördüğünde içeriği tüketmeyi durdurduğunu tespit edip, sonraki süreçte bu tespitlere dayanarak güvenilir film ve dizi önerilerinde bulunabilir.³⁴⁸ Şirketler böylelikle kazancını da gelecekte güvence alabilecektir.

Filtre baloncuklarının gittikçe ortak kararlara varması ise internetin içeriğini tek tipleştirebilecektir. Örneğin bir toplum çoğu konuda ayrılsa da bazen belli konularda çoğunluk oluşturabilmektedir. İnternetteki sınırlamalarla da bir ülkede pornografi toptan yasaklanabilir, toplum ise bu yasağın karşısında güçlü bir şekilde duramayabilir, tek ses çıkabilir. Filtre baloncukları ise internet aramalarında ve sosyal medya kullanımlarında çıplaklık ya da cinselliği çağrıştıran faaliyetleri reddeden bu toplumu koca bir baloncuya alır ve mesajlarını bu şekilde sunar. Bu örneğin yanı sıra demokratik olmayan toplumlarda var olabilmek için bazı web şirketleri bireylerin verileri dışında da filtreleyebilmektedirler. Fuchs'un da işaret ettiği üzere; kazayla siyah deriye sahipseniz, yoksulsanız, yoksun bir mahallede yaşıyorsanız, işsiz veya hastaysanız size ayrımcılık yapılması ve veri madenciliği teknolojileri tarafından risk grubu olarak işaretlenmeniz daha olasıdır.³⁴⁹ Bireyin mağduriyetleri bu şekilde

³⁴⁷ Kuş, s. 182

³⁴⁸ Kuş, s. 173

³⁴⁹ Kuş, s. 186, 187

birikmeye devam eder ve risk grubu kodlaması dezavantajlarını daha da derinleştirir. Bir risk grubuna ait olarak tanımlanma ve böylece ayrımcılığa uğrama, ilk etapta mevcut olmasa da kendini doğrulayan kehanetle ve öngörülen belirli bir davranışla (suç, terörizm vb.) da sonuçlanabilir.³⁵⁰

Filtre baloncuklarının duvarlarının daha dayanıklı olması için veri madenciliği uygulanmaktadır. Birey hakkında elde edilen verilere yönelik, eski verilere de dönerek elde edilen veriler çıkarılmakta ve enformasyona dönüştürülmektedir. Bireyin haritasının çıkarılmasında daha kesin sonuçlar elde edilir. Böylelikle şirketler kazanmaya, bireylerde var olan eşitsizliklerle boğulmaya, yanılsamasına devam edebilmektedir. Tüm bunların sonunda ise birey, bireyselliğini gerçekleştirmenin yanılgısından kaçamamaktadır. Jan Van Dijk'ın da aktardığı gibi “filtre balonları öz-seçimli bir enformasyon hapisanesidir”.³⁵¹

4.4.2 Google Sarmalı

Google; çevrimiçi enformasyon üretimi ve dağıtımı yapan, reklam için alanlar oluşturan, web tabanlı hizmetler geliştiren bir şirkettir. Oldukça dikkatli ilerleyen, gerçekleştirdiği atımlarda, geliştirdiği hizmetlerde şeffaf olmayan da bir şirkettir. Öyle ki 2016 yılında, ürün müdürünün Google'a açtığı davadan sonra şirket gizlilik sözleşmesini ihlal eden çalışanların, diğer çalışanlar tarafından ifşa edilmesini istedi. Gündelik yaşam Google ve ürettiği teknolojiler tarafından kuşatılmıştır; ev yaşamında, işte, eğlencede, tüketimde ve diğer alanlarda bilgiye nasıl ulaşmamız gerektiğini, nasıl kullanacağımızı ve nasıl algıladığımızı şekillendirmektedir.

³⁵⁰ Fuchs, s. 187

³⁵¹ Van Dijk, Ağ Toplumu, s. 321.

Internet kullanımında sosyal medya kadar kullanımı çok olan bir ortam varsa o da arama motorlarıdır. Google, dünya çapında arama motoru pazar payının%90,46'sına sahiptir. Google herhangi bir günde saniyede 63.000'den fazla arama alır ve bir birey her gün ortalama 3-4 arama yapmaktadır.³⁵² Bu da hemen hemen tüm internet kullanıcıların bir şekilde Google'a veri sağladığı anlamına gelmektedir. Kullanıcılar daha fazla oranda Google'a yönelirse, bu da daha çok verinin saklanması ve işlenmesi anlamına gelecektir. Google'ın gelişiminin ilk seviyelerinde arama işlevinin iyileştirilmesi için kullanıcılarından geri bildirim almaktadır. İnsanlar ne kadar çok şey aratırsa, Google da kendini bir o kadar geliştirip, insanlara ulaşacakları daha fazla içerik sunmaktadır. 1998 yılında kurulan şirketin günümüzde bu denli pazarı ele geçirmesinde de bu ekonomik atılım yatmaktadır. Google ekonomisinin arkasında olduğu bilinen Hal Varian, “Bir kullanıcının yaptığı her eylem, sistemde analiz edilecek ve sisteme geri beslenecek bir sinyal olarak kabul edilir”³⁵³ diye işleyişi aktarmaktadır. Böylelikle bu sinyaller sayesinde Google popüler içerikleri ilk sonuçlar olarak da gösterebilmektedir.

Google ve reklamcılık hizmeti olan Google Adwords, kullanıcıların yaptıkları aramalardaki anahtar kelimeler ile bağlantılı reklamları, reklam vermek için yer satın almış şirketlere satar. Sergey Brin ve Larry Page'in 1998'deki World Wide Web Konferansı'nda sunulan “Büyük Ölçekli Hipermetinli Web Arama Motorunun Anatomisi” başlıklı sunum, arama motoru ve Google reklamcılığının da en önemli adımıydı. Page ve Brin'in sunumda üzerinde durdukları en önemli konu ise arama motorlarının reklam verenlere ve tüketicilere karşı önyargılı olacağıdır. Onlara göre reklamlar bu şekilde olsa dahi piyasalar üzerinde önemli bir etkisi olabilmektedir. Piyasa konusunda haklı çıkmalarına rağmen, gözetim ve filtreleme işlemleriyle bireyler var olan eşitsizliklere ve tüketim toplumu içerisine daha da batmışlardır.

³⁵² Aleksandra, Fascinating Google Search Statistics, <https://seotribunal.com/blog/google-stats-and-facts/>, 18.08.2019

³⁵³ Dana Snitzky, How Google Discovered the Value of Surveillance, <https://longreads.com/2019/09/05/how-google-discovered-the-value-of-surveillance/>, 18.08.2019

Google sermaye birikimini sağlamak ve sürdürmek için bireylerin gözetimini artırmak mecburiyetindedir. Fuchs'a göre Google'ın gözetimi öncelikli olarak ekonomik temellidir. Google'ın birikim modeli, kullanıcıların ilgilerinin ve faaliyetlerinin (demografik, teknolojik, ekonomik, siyasal, kültürel, ekolojik veriler), iletişimlerinin, ağlarının ve ortaklıklarının ekonomik gözetim yoluyla kullanıcıların sömürülmesine ve metalaştırılmasına dayanmaktadır.³⁵⁴ Google gözetimi ekonomik nedenlerle motivasyonunu sağlasa dahi yukarıda da anlattığımız gibi gözetim; bireylerin etkileşim alanlarını sınırlandırma, eşitsizlikleri derinleştirme, risk grupları oluşturma yoluyla ayrımcılığı meşru kılma gibi doğrudan reel yaşamı etkileyen sonuçlar doğurmaktadır. Google, algoritmasının detaylarının gizli olduğu PageRank adlı algoritmayı kullanmaktadır. Temelde küçük, otomatik programlar (web örümcekleri) WWW'yi ararlar, algoritma bulunan tüm sayfaları analiz eder, her sayfadaki bağlantı sayısını sayar, her sayfa için anahtar kelimeleri tanımlar ve önemini derecelendirir.³⁵⁵ Kullanıcı bir arama yaptığı zaman bu algoritma tarafından düzenlenen sayfalara ulaşmaktadır. Bu algoritma sakıncalı bulduğu sonuçları, düşünceleri, eğilimleri ve ideolojilere ait sayfaları, sınırlandıran bir gözetim biçimini takip etmektedir. Diğer yandan bireyin telefonuna ya da kendine ait bilgisayarına indirdiği Google hizmetleri cihazlara çerez adı verilen casuslar gönderir, böylelikle bu programlar silinse ya da kullanılmazsa dahi veri gönderimi ve gözetimini sürdürmektedir.

Google'dan Eric Schmidt "tüm enformasyonunuzu" saklamanın hayalini kurar bu nedenle "hedefli enformasyonu, hedefli haberi, hedefli reklamcılığı size anlık ve hatasız olarak vermeyi gerçekleştirmek için sizi yeterince bilmeliyiz" der.³⁵⁶ Google bu süreci "şeffaf kişiselleştirme" olarak adlandırmaktadır. Önümüzdeki süreçte algoritmaların güçlenmesi, bireyin profil çıktısının net alınmasıyla birlikte, Google artık kullanıcılarına "bunu mu demek istediniz" diye bir önerme de bulunmayacaktır. Kullanıcının ne istediğini, yapacağını, aratacağını direk aktaracaktır: *Bunu yapmak istemektesiniz*. Bu durumu gerçekleştirmek için artık bireyin verilerini kendilerinin

³⁵⁴ Fuchs, s. 205

³⁵⁵ Fuchs, s. 182

³⁵⁶ Fuchs, s. 184

kontrol etmesi için bir özellik sunmaktadır. Kullanıcı "veri ve kişiselleştirme" özelliğine giderek Google'un birey hakkında toplanan verilerin bir özetini elde edebilir. Tüm verileri bireyin gözetimine sunmayıp, aynı zamanda sınırlı bir miktarda kontrol tanımaktadır. Birey tüm bu şeffaf süreci kendi lehine görse de yapacağı değişikliklerle algoritmalara kendini daha iyi tanıtır, gözetiminin sonucunu mutlak doğruya ulaştırmaya yardım edecektir. Bu şekilde tüketeceği şeyler mutlak başarıyla ona sunulacaktır. Bireyin tüm rızasıyla bu gözetim gerçekleştirilmektedir.

Google gözetim ve veri toplamanın yanında kullanıcılara birçok farklı teknolojiyi de sunmaktadır. Haritalar, sanat projeleri, depolama alanları, mesajlaşma, video yükleme, izleme ve paylaşma (Youtube) gibi teknolojileri yukarıda anlatılan sorunun esas kaynağı değildir. Fuchs'un da belirttiği gibi sorun Google aracılığıyla sunulan teknolojiler değil, teknolojilerin işleyiş mantığını düzenleyen kapitalist üretim şekli ve sermaye biriktirme modelleridir.

SONUÇ

Bu çalışmada, iletişim araçlarında etkileşimin artmasıyla, toplumsal alanda var olan bireysellik yanılsamasının da bu araçlar ile sürdürüldüğü ve derinleştiği ortaya konmuştur. Artan etkileşim ile birlikte dezenformasyon, gerçeğin bozumu, reel yaşamın meşrulaştırılması, eşitsizliklerin derinleşmesi, kitlesellik ve bireyci anlayış da yıkıma uğramamış, bireyleri içerisinde tutmaya devam etmiştir. Toplumsal alanda görünen yanılsama Antik Çağ'dan başlayarak, günümüz toplumuna kadar incelenmiş olup, birey, her dönemde inanışlar, dogmalar ya da ideolojiler altında baskın iktidara bireyselliğini teslim etmiştir.

Günümüzde artık genel kanı, toplumların gelişmişlik yapısı, ekonomide bireye açılan alanlar ve yeni medya araçlarının sağladığı sınırsız özgürlükçü ortamlarla birlikte, bireyin, yanılsamanın kısıkaçlarından kurtulmuş olduğudur. Ancak çalışmada da ortaya konduğu gibi, bireysellik tarihsel süreç içerisinde çeşitli şekillerde kendini yanılsamaya bırakmıştır. Antik Çağ'da yurttaşlık kavramı ile bireyselliği sınırlandırılan birey, Orta Çağ'da tanrısal iradeye karşı koyamamıştır. Aydınlanma ile Kant'ın deyişiyle ergin olması beklenen birey, endüstriyellemekten kurtulamamıştır. Modernitenin ilerleme ve gelişme kavramları tüketim ile bağdaşık konumlanmış, kimliklere kodlanmış, bireyselliğin tanımı ise günümüzde bu şekilde gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda, Aydınlanmanın getirdiği bireyi boyunduruktan kurtarma iddiası, endüstriyellemeyerek, bireyi ve doğayı nesnesi haline getirmiştir. Bireyin sarsılmaz yanılsaması da bu süreç içerisinde bir daha yıkılmazcasına inşa edilmiştir. Bireysellik yanılsaması, tüm bu süreçler içerisinde tarihsel, ekonomik, siyasal ve ontolojik açıklamalarla ortaya konmuştur. Çağlar boyu birey devlet için, tanrı için ya da endüstri için var olabilirken, hiçbir zaman kendisi için var olamamış, bunun yanılsaması içinde bulunmuştur.

Günümüzde ise artık birey, bireyselliğini gerçekleştirmiş olduğunun yanılgısındadır. Bunda en büyük etkenlerden biri de yeni medya teknolojilerinin bireylere sağladığı imkanlardan kaynaklanmaktadır. Yine de bu imkanların sınırsız özellikleri karşısında “bireyci” yaşam artmasına rağmen, günlük yaşamı kolaylaştıran, iletişimi geliştiren özelliklerin bireye sağladığı imkanlar da göz önünde bulundurulmalıdır. Ancak, söz ile başlayan anlam ve biçim aktarımları, dönemin başat düşüncesine de hizmet ederek, kendinden sonraki iletişim araçlarına aktarılmıştır. İletişim araçlarında artan teknolojik gelişmeler, bireyin diğer bireylerle, içeriklerle, teknoloji ile olan etkileşimini artırmış; bireyin yanılsamadan kurtulacağı her yeni araç ile dillendirilse de, gerçeğin bozumu ve gözetim artmıştır. İletişim araçlarında artan etkileşimin, bireysellik yanılsaması ile doğrudan ilişkili olduğu, çalışmada ortaya konmuştur. Sözlü kültürde etkileşim bireyler arası, yüz yüze iletişimle sınırlı iken üretilen kalıplar, düşünce biçimleri; kitle iletişim araçlarındaki teknolojik gelişmişlik ile etkileşim boyutunun da artmasıyla romanlarla, televizyon programlarıyla ve sosyal medyayla daha etkili hale gelmiştir. Bu bağlamda, sözlü kültürde tekrar eden kalıp cümleler, beraberinde kalıplaşmış düşünceleri de getirmiştir. Yazının bulunmasıyla ile gerçeklik algılaması değişen birey, yazılı olanın mutlak doğruluğuna inanmıştır. Radyo ile ses, televizyon ile görüntü, gerçekliğin yerini alırken, her alanda etkileşimi de artırmıştır. Çalışmada tüm bu süreç ayrıntılı olarak ortaya konurken, yeni medyanın kendinden önceki iletişim araçlarının devamı olduğu, benzerlikleri ve farklılıklarıyla ortaya konmuştur. Böylelikle, toplumsal yaşamda var olan mevcut yanılsama, kitle iletişim araçları tarafından sürekli üretilerek bireyle etkileşim halinde olmuştur. Bireyin hali hazırda yaşadığı yanılsama ise bu etkileşimler sonucunda meşrulaşmış, medyada sürekli tekrarlanması ile bireyi sorgusuz bir kabule sürüklemiştir.

Bireyin medya ile ilişkisi iki farklı bölümde incelenmiştir. Kitle iletişim araçları olarak adlandırılan, geleneksel medya içerisinde bireyin durumu, yeni medya kullanıcısı olan bireye oranla daha edilgendir. Günümüzde yeni medya teknolojilerinin getirdiği etkileşim olanakları ile birey medya araçları karşısında daha aktif olarak konumlanmaktadır. Ancak Postman’ın da belirttiği gibi çağımızda da kaybedenler ve

kazananlar bulunmaktadır. Bu noktada baktığımızda Shirky'nin Gerbaudo'nun aktardığı gibi yeni medya araçlarının özgürleşim sunduğu da yadsınamaz bir gerçektir. Ancak öte yandan Fuchs ve Morozov gibi araştırmacıların ileri sürdüğü bireyin içine düştüğü ekonomik temelli gözetim de yeni medya teknolojilerinin gerçeklerindendir. Modern bireyin, bireyselliği bireyci ya da kazanımcı olarak tanımlaması yeni medya teknolojileri ile artışa geçmiştir. Özellikle etkileşimin artan hızının kültürel ve ekonomik bir değer halini alması, bireylerin, bireyselliklerini oluşturma biçimlerini değiştirmiş, dijitalleştirmiştir. Öte yandan bireyin etkileşim kapsamına giren bireyselliği gittikçe "ben odaklı" kültürü yükselişe geçirmiştir. Diğer yandan çalışma içerisinde kullanılan farklı araştırmacıların gerçekleştirdikleri saha araştırmaları ve kullanım nedenleri incelemelerine göre, bireylerin bu alanları tercih etmesindeki başlıca nedenler arasında eğlence, sohbet ve arkadaşlık gelmektedir. Yeni medya bireye bir özgürlük ortamı sunarken; Jenkins, Fuchs, Gandy ve Morozov gibi araştırmacıların belirttiği gibi bireyler toplumsal yaşamların, bu alanlara eşitsizlikleriyle taşımaktadırlar.

Yeni medya birçok teknolojik ve etkileşim alanında yenilikler getirirse de, kitle iletişim araçlarının sadece bir devamı olmaktan kaçamamıştır. Yeni medyanın ise kitle iletişim tarihinden ve diğer etkenlerden bağımsız olmadığı, tüm bu araçlardan artarak gelen etkileşimin ve yanılsamanın yeni durağı olduğu, sosyal medya alanlarındaki etkileşim olanakları ve boyutları ile tartışılmıştır. Bu noktada yeni medyada artan etkileşim, farklı etkileşim modellerini de ortaya çıkarmıştır. Bireyin bu alanlarda artan enformasyonla baş etmesinin zorlukları ortaya konmuştur. Dijital bireyselliğini bu alanlardan aldıklarıyla kuran bireyler ise zorluklarla karşılaşmaktadır. Bu anlamda bireyin, yeni medya ve sosyal medya platformlarında dolaşıma sokulan enformasyon ile başa çıkabilmesi, Van Dijk'ın aktardığı gibi toplumsal yaşamda belli eşitsizliklerden sıyrılmış olmasını gerektirmektedir. Diğer yandan etkileşim alanlarının genişlemesine bağlı olarak, bireylerin geleneksel medya içerisinde tercih edebildikleri birkaç gazete ya da televizyon kanalından sıyrılarak, milyarlarca sayfa olarak aktarılan internet büyüklüğü karşısında yollarını kaybedebilmektedirler. Bu da bireye oldukça geniş

imkanlar sunan ortamların gücü karşısında bireyin kendini aktif kullanıcı gibi konumlandırmasına, yanılısamasına yol açmaktadır.

Özellikle algoritmaların geliştirilmesi, anlamsal webin hızla yükselmesi ile birey davranışları daha denetlenebilir ve yönlendirilebilir olmuştur. Algoritmalar, bu çalışma içerisinde etkileşim alanlarını yapılandırması açısından incelenmiştir. Yeni medya ile artan etkileşim ve bireyin etkileşime her an etkileşimde bulunma arzusu, bu alanların teknolojik altyapısını da önemli kılmaktadır. Levy'nin ileri sürdüğü internet ortamında kolektif zekalar oluşturmak ise algoritmaların varlığı ve filtre baloncukları ile imkansız hale gelmiş, postmodern karaktere özgü, çoklu kolektif bir kitle kültürünü ortaya çıkarmıştır. Öte yandan algoritmalar aracılığıyla oluşturulan filtre baloncuklarının yapısı hem Dijk hem de Pariser'in de belirttiği gibi eşitsizlikleri yeniden üretmektedir.

Geleneksel medya içerisinde içerik üretim alanı sınırlı olan birey, bu ortamlarda üretim imkanlarına kavuşmuştur. Birey, yeni kitle kültürünün hem üreticisi hem de tüketicisi olmasıyla kitle kültürünün yeni bir versiyonunu yaratmıştır. İnternet ortamında bir araya gelen bireyler ise kitlenin üretici ve tüketicisi kaynağı olmaktan kurtulamamıştır. Birey, yeni medya ortamlarında yaptığı her işlemin sonucunu kendisine bağlasa da, ortaya çıkan sonuç bireyin dijital kimliğinden, sanal arkadaş ortamından, bağımsız olmadığı örneklerle ortaya konmuştur. Bireyin buradaki varlığı ise salt etkileşim değerine dönüşmüştür. Bu ortamlarda, gerçekleştirilen her eylem, elde ettiği etkileşimin oranı kadar varlığını sürdürebilmektedir. Bireyin her eylemi ise etkileşim hesabıyla gerçekleşmektedir. Antik Çağ'dan beri gelen birey olma mücadelesi bu dönemde etkileşimin boyunduruğu altına girmiştir.

İletişim araçlarında etkileşimin artmasıyla; sermayenin gücünün devamı sağlanmıştır. Kitapların tüketim amaçlı tasarımı, çoğaltımı, telgrafta sansasyonel ve

eğlendirici içerik taşınması, televizyon programları ve reklamcılık, yeni medyanın veri toplama sistemleri, algoritmaların güçlenmesi, hedefli kişiselleştirilmiş çevrimiçi reklamların sunumu, bireyin artık hem üretici hem tüketici olarak konumlanması, ücretsiz emeğin de desteğiyle, her şeyin metaya indirgenebilmesi mümkün olmuştur. Bu noktada ortaya artık ekonominin de dijital kaynaklı olması başlamıştır. Dijital kaynaklı ekonomilerin temel ayaklarından biri de algoritmalar olmuştur.

Etkileşimin değer haline gelmesi; geleneksel medyada reyting, okunma, ya da satın alma olarak değerlendirilen etkileşim - değer oranı, yeni medya ile kendisi değer haline gelmiş, nicel olarak bir kanala akan etkileşim geçerliliğin de kendisi olmuştur. Etkileşimin kendisi, yeni kitlesellik çağında alınıp satılan ekonomik bir değere dönüşmüştür.

Toplumsal alanda yaşanan moderniteyle başlayan bireyin kimlik sorgulaması yeni medya ile daha belirgin hale gelmiş, birey kimliğini ise etkileşimler üzerinden tanımlama yolunu seçmiştir. Kimliğin geçerliği etkileşimin nicel oranı ile doğal hale gelmiştir. Bu noktada çalışmada da belirtildiği gibi bireyler sosyal medya profillerini sürekli etkileşim dahilinde tutabilmek için, reel olmayan beğeni, yorum ve paylaşım satın almaya kadar gidebilmektedir. Dijitalleşme ekseninde gerçekleşen bireysellik, etkileşime bağımlı hale gelmiş, ortaya konan çalışmalarla da temellendirildiği gibi bireyciliği arttırmıştır.

Enformasyonun etkileşim ile saniyeler içerisinde dezenformasyona dönüşmesi ve tekrar saf halini alması zora, imkansız hale gelmiştir. Böylelikle, yeni medya içerisinde yapılmak istenen her farkındalık ya da eylem hareketi hem yeni kitlesellik içerisinde, bireyler tarafından hem de programlanmış bireyler (troller) tarafından, rahatlıkla dönüştürülebilmiş, amacından saptırılabilmiştir. Bu yeni kültür aynı zamanda bir linç kültürünün de habercisi olmuştur.

Gerçek, hakikat ve anlam üzerinde etkileşim tek geçerli otorite haline gelmiştir. Çok tıklanan, çok beğenilen, sayıca diğerlerinden fazlaca paylaşılan içeriğin, gerçeği taşıdığı yanılgısı yaygınlaşmıştır. İletişim aracının günlük yaşamın içerisine girmesiyle birlikte yeni medya bu alanlar üzerinde belirleyici bir konuma gelmiştir; görüşmelerden, tanışmalardan önce izlenimin edinmenin ilk alanları olmuştur. Algoritmalar sayesinde gözetim ve etkileşim alanlarının sınırlandırılması sağlanmış, bireyler salt veri sağlayan varlıklara indirgenmiştir.

Tüm bunların sonucunda, bireyler arası etkileşimin artmasıyla; üretilen, dağıtılan ve tüketilenle etkileşim dahilinde eleştirel bakıştan uzak bireyin, bireyci yaklaşımı artmış, bireysellikten uzak ben odaklı etkileşimi ile yanılsamanın artması kaçınılmaz olmuştur.

KAYNAKÇA

Kitaplar

- Adorno, Theodor W. Max Horkheimer. **Aydınlanmanın Diyalektiği Felsefi Fragmanlar**. Nihat Ülner, Elif Öztarhan Karadoğan (çev.). İstanbul: Kabalcı Yayıncılık, 2014
- Adorno, Theodor W. **Kültür Endüstrisi**. Nihat Ülner, Mustafa Tüzel, Elçin Gen (çev.). 10. Basım. İstanbul: İletişim Yayınları, 2016.
- Agibalova Ye. ve G. Donskoy. **Ortaçağ Tarihi**. Çağdaş Sümer (çev.). 2. Basım. İstanbul: Yordam Kitap, 2017.
- Ağaoğulları, Mehmet Ali. (Ed.). **Sokrates'ten Jakobenlere Batı'da Siyasal Düşünceler**. İstanbul: İletişim, 2016.
- Ağaoğulları, Mehmet Ali. **Fransız Devriminde Birey Devlet ilişkisi (1789-1794)**. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi. (Elektronik Versiyon). 1989, S. 3, C. 44. http://www.politics.ankara.edu.tr/dergi/pdf/44/3/12_mehmet_ali_agaogullari.pdf
- Akçay Bekiroğlu Habibe, Hülür Asuman Banu, **Üniversite Öğrencilerinin Facebook Kullanımı ve Dijital Şizofreni Üzerine Bir Araştırma**, Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, 14, 2016.
- Akgün Özgür (ed.), **The Impact of Culture and Society on the Entertainment Industry içerisinde The Role of New Media in Contemporary Entertainment Culture**, Özgür Akgün, IGI Global, 2014.
- Althusser, Louis. **İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları**. Alp Tümertekin (çev.). 5. Basım. İstanbul: İthaki Yayınları, 2014.
- Aristoteles. **Politika**. Furkan Akderin (çev.). 3. Basım. İstanbul: Say Yayınları, 2017.
- Arnhart, Lary. **Platon'dan Rawls'a Siyasi Düşünce Tarihi**. Ahmet Kemal Bayram (çev.). 5. Basım. Ankara: Adres Yayınları, 2013.
- Arslan, Serap. **Farklı Soyutlama Düzeylerinde Benlik Temsilleri: Bireysel Benlik ve Kolektif Benlik ya da 'Ben'lik ve 'Biz'lik"**. Türk Psikoloji Yazıları. 9 (18). 2006
- Asmann, Jan. **Kültürel Bellek Eski Kültürlerde Yazı, Hatırlama Ve Politik Kimlik**. Ayşe Tekin (çev.). 3. Basım, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2018.
- Assoun, Laurent-Paul. **Frankfurt Okulu**. Işık Ergüden (çev.). 2. Basım. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları, 2014.

- Aydoğan, Filiz. (Ed.). **Yeni Medya Kuramları**. İstanbul: Der Kitabevi, 2017.
- Aydoğan, Filiz ve Akyüz, Ayşen “Önsöz”, **İkinci Medya Çağında İnternet**. Filiz Aydoğan, Ayşen Akyüz (der.). İstanbul: Alfa Yayınları, 2010.
- Aydoğan, Filiz. Kırık, Ali Murat. **Alternatif Medya Olarak Yeni Medya**, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi S:18, 2012.
- Bagdıkan, H. Ben. **Yeni Medya Tekeli**. Emine Eminel (çev.). Ankara: Akılçelen Kitaplar, 2016.
- Banning, Marlia E. **Shared Entanglements Web 2.0, Info-Liberalism & Digital Sharing**, Journal Information, Communication & Society ,Issue 4: Understanding Digital Sharing, 2016.
- Baudrillard, Jean. **Tüketim Toplumu**. Nilgün Tural ve Ferda Keskin (çev.). 9. Basım. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2017.
- Baudrillard, Jean. **Simülakrlar ve Simülasyon**. Oğuz Adanır (çev.). 11. Basım. Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2017.
- Baudrillard, Jean. **Sessiz Yığınların Gölgesinde Toplumsalın Sonu**. Oğuz Adanır (çev.). 8. Basım, Ankara: Doğu Batı Yayınları, 2019.
- Baudrillard, Jean. **Tüketim Toplumu**, Hazal Deliceçaylı, Ferda Keskin (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1998.
- Baudrillard, Jean **Tam Ekran**, Bahadır Gülmez (çev.), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2004, S.19
- Bauman, Zygmunt. **Akışkan Modernite**. Sinan Okan Çavuş (çev.). 2. Basım. İstanbul: Can Yayınları, 2017.
- Bauman, Zygmunt. **Bireyselleşmiş Toplum**. Yavuz Alogan (çev.). 4. Basım. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2018.
- Bauman, Zygmunt. **Modernite Kapitalizm Sosyalizm Küresel Çağda Sosyal Eşitsizlik**. F. Doruk Ergun (çev.). 2. Basım İstanbul: Say Yayınları, 2014.
- Bauman, Zygmunt **Küreselleşme**, Abdullah Yılmaz (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2006.
- Beer, David. **Popular Culture and New Media The Politics of Circulation**. 1. Basım. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2013.
- Berman, Marshall. **Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor**. Ümit Altuğ ve Bülent Peker (çev.). 16. Basım. İstanbul: İletişim Yayınları, 2013.

- Berners-Lee, Tim, Fischetti Mark. **Weaving the Web: The Original Design and Ultimate Destiny of the World Wide Web by Its Inventor**, Diane Publishing Company 2001.
- Bilgin, Nuri. **Kimlik İnşası.**, 3. Basım. İzmir: İzmir Büyük Şehir Belediyesi Kitaplığı, 2016.
- Bilgin, Nuri. **İnsan İlişkileri ve Kimlik**, İstanbul: Sistem Yayınları, 2001
- Binark, Mutlu **Türkiye’de Dijital Gözetim T.C. Kimlik Numarasından E-Kimlik Kartlarına Yurttaşın Sayısal Bedenlenişi**, Alternatif Bilişim Derneği Yayınları, 2012.
- Binark, Mutlu ve Bayraktutan, Günseli **Aydın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik**, İstanbul: Kalkedon Yayıncılık, 2013.
- Binark Mutlu, (ed.) Yeni Medya Çalışmaları içerisinde, **Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorular ve Yöntem Sorunu**, Mutlu Binark, Ankara: Dipnot Yayınları, 2007.
- Binark Mutlu, Yıldırım Ayşenur, Toprak , Ali Aygöl Eser, Börekçi Senem , Çomu, Tuğrul. **Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: "Görülüyorum Öyleyse Varım"**, İstanbul: Kalkedon Yayınları, 2014.
- Bloch, Marc. **Feodal Toplum**. Mehmet Ali Kılıçbay (çev.). 1.Basım. Ankara: Savaş Yayınları, 1983.
- Blumler ve Katz (ed.) **The Uses Of Mass Communication: Current Perspectives on Gratification Research**, Sage publication, London:1974
- Bonfadelli, H., **Mass Media And Biotechnology Knowledge Gap Within And Between European Countries**. International Journal of Public Opinion Research, 17(1), 2005.
- Bostan, Barbaros ve Tıngöy Özhan, **Future of New Media, Towards The Ultimate Medium: Presence, Immersion and MMORPGs**, Bloomington: Communitaion In The Millenium Symposium, 2007
- Briggs, Asa ve Peter Burke. **Medyanın Toplumsal Tarihi Gutenberg'den İnternete**. Ümit Hüsrev Yolsal ve Erkan Uzun (çev.). 1. Basım. İstanbul: Kırmızı Yayınları, 2011.
- Buchanan, M. Nexus: **Small Worlds And The Groundbreaking Science Of Networks**. New York: 2002 ‘den aktaran Mark Pegrum, I Link, Therefore I Am’: Network Literacy As A Core Digital Literacy, E-Learning and Digital Media, 2010.
- Bumin,Tulin. **Tartışılan Modernlik: Descartes ve Spinoza**. 4.Basım. İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık, 2010

- Burkhardt, J.M. **Combating Fake News In The Digital Age** (Tech. Rep.No.8). Library Technology Reports. American Library Association, 2017.
- Büyükaslan Ali, Kırık, Ali Murat (Ed) **Sosyal Medya Araştırmaları III Gözetlenen Toplumdan Gözetlenen Bireye** Konya: Çizgi Kitabevi, 2016 içerisinde Rabia Zamur Tuncer, Tuncer, Suskunluk Sarmalı Kuramını Sosyal Medya Üzerinden Yeniden Düşünmek.
- Brabham, D. C., **Crowdsourcing As A Model For Problem Solving An Introduction And Cases**, Convergence: The International Journal Of Research Into New Media Technologies, 14(1), 2008.
- Castells, Manuel **Enformasyonculuk ve Network Toplumu, Hacker Etiği: İş Hayatına Yıkıcı Bir Yaklaşım**, Pekka Himanen, Şebnem Kaptan, (çev), İstanbul: Ayrıntı Yayınları: 2005
- Castells, Manuel **Ağ Toplumunun Yükselişi**. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2013
- Castells, Manuel **Enformasyon Çağı: Ekonomi Toplum ve Kültür İkinci Cilt: Kimliğin Yükselişi**, Ebru Kılıç (çev.) 3. Basım, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2013.
- Castells, Manuel. **Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür, Kimliğin Gücü**, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2008.
- Cevizci, Ahmet. **Ortaçağ Felsefesi Tarihi**. 2.Basım. Bursa: Asa Kitabevi, 2001.
- Chandler, Daniel. ve Rod Mnday. **Medya ve İletişim Sözlüğü**. Babacan Taşdemir (çev.). 1. Basım. İstanbul: İletişim Yayınları, 2018
- Chusman, Philip. **Constructing the Self, Constructing America**, Cambridge: Da Capo Press, 1995
- C. Shao, G. L.C iampaglia, O. Varol, Yang, K., Flammini, A., F. Menczer **The Spread Of Low-Credibility Content By Social Bots**. Nature Communications, 9, 1-41. 2018.
- Çağlar, Nedret. **Postmodern Anlayışta Siyaset ve Kimlik**, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2008.
- Çetin, Özlem. İletişim Çalışmaları, Filiz Aydoğan, (ed) içerisinde **Yeni Medyanın Tahakküm ve Özgürleşim Potansiyeli Bağlamında Hacktivism**,
- Çiğdem, Ahmet. **Akıl ve Toplumun Özgürleşimi Jurgen Habermas Üzerine Bir Çalışma**. 1.Basım. İstanbul: İletişim Yayınları, 2008.
- Çiğdem, Ahmet. **Aydınlanma Düşüncesi**. İstanbul: Dedalus Kitap, 2017.

- Çoban, Barış. **Yeni Panoptikon, Gözün İktidarı ve Facebook**, Yeditepe İletişim Fakültesi Dergisi, sayı:10, 2009.
- Dahlgren, Peter Tobias Olsson, From Public Sphere to Civic Culture: Young Citizen's Internet Use, Palgrave. Richard Butsch (ed.). New York: Media and Public Spheres, 2007.
- Diakov V. ve S. Kovalev. **İlkçağ Tarihi Cilt 1: Ortadoğu Uzakdoğu Eski Yunan**. Özdemir İnce (çev.). 4.Basım. İstanbul: Yordam Kitap, 2017.
- Dijk, Jan Van. **The Network Society**. London: Sage, 2006.
- Dijk, Jan Van **Ağ toplumu**, Özlem Sakin (çev.) 1. Basım İstanbul: Kafka Yayınevi , 2016.
- Eagleton, Terry. **Postmodernizmin Yanılsamaları**, Mehmet Küçük (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları 2015,
- Eroğul, Cem. **Marksizm ve Birey Sorunsalı**. 1. Basım. İstanbul: Yordam Kitap, 2018.
- Erşen, Özge. Cogito, Freud ve Kültür, içerisinde **“Uygarlıktan Geriye Ne Kaldı?”**, Yapı Kredi Yayınları, 2006
- Foucault, Michel. **The History of Sexuality: Volume 1**
- Fuchs, Christian. **Sosyal Medya Eleştirel Bir Giriş**. Diyar Saraçoğlu ve İlker Kalaycı (çev.). 1. Basım. İstanbul: NotaBene Yayınları, 2018.
- Fuchs Christian. **Dijital Emek ve Karl Marx**. Tahir Emre Kalaycı ve Senem Oğuz (çev.). 1.Basım. Ankara: NotaBene Yayınları, 2015.
- Fromm, Erich. **Özgürlükten Kaçış**. Şemsa Yeğin (çev.). 4.Basım. İstanbul: Payel Yayınları, 2011.
- Fulford, Robert. **Anlatının Gücü Kitle Kültürü Çağında Hikayecilik**. Ezgi Kardelen (çev.). 3. Basım. İstanbul: Kolektif Kitap, 2014.
- Freud, Sigmund. **Bir Yanılsamanın Geleceği**. Mehmet Ökten (çev.). 1.Basım. Ankara: Tutku Yayınevi, 2014.
- Freud, Sigmund. **Grup Psikolojisi ve Ego Analizi**. Mehmet Ökten (çev.). 1.Basım. Ankara: Tutku Yayınevi, 2014.
- Freud, Sigmund **Uygarlığın Huzursuzluğu**, Huluk Barışcan (çev.) 7.Basım İstanbul: Metis Yayınları, 2019.

- Funk,,Rainer. **Ben ve Biz Postmodern İnsanın Psikanalizi**, Çağlar Tanyeri (çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2007.
- Geray, Haluk. **İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim ve Medya Düzeninde Yeni Medya Politikaları**. Ankara: Ütopya Yayınevi, 2003.
- Gerbaudo, Paolo. **Twitter ve Sokaklar**, Osman Akınhay (çev.), İstanbul: Agora Kitaplığı, 1. Basım, 2014
- Gergen, Kenneth **The Saturated Self: Dilemmas of Identity in Contemporary Life** New York: Basic Books,
- Giddens, Anthony **Sosyoloji**. İstanbul: Kırmızı Yayınları, 2008.
- Giddens, Anthony. **Modernliğin Sonuçları**. Ersin Kuşdil (çev.). 6. Basım. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2014.
- Gilson, Etienne. **Tanrı ve Felsefe**. Mehmet S. Aydın (çev.). 2.Basım. İstanbul: Birleşik Yayıncılık, 1999.
- Girgin, Ümit Hüseyin. **Gelenekten Postmoderne Kimlik İnşa Süreci ve Yeni Medya: Facebook Örneği**. Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 3(5): 2 2018
- Güngör Nazife., **İletişim Kuramlar ve Yaklaşımlar**. 4. Basım. Ankara: Siyasal Kitabevi, 2018.
- Güngör, Nazife Filiz Aydoğan (ed.), İletişim Çalışmaları, içerisinde, **Pasif İzleyiciden Aktif Üretici İzleyiciye İletişim Bilimlerinin Serüveni Ya Da Yeni Bir Paradigmanın Ayak Sesleri**, İstanbul: Derin Yayınları 2015.
- Goffman, Erving. **Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu**. Barış Cezar (çev.). 2. Basım. İstanbul: Metis Yayınları, 2018 .
- Gillespie, Tarleton **The Politics of Platforms**, New Media and Society, Sage, Vol.12.3, 2010
- Harari, Yuval Noah. **Hayvanlardan Tanrılara Sapiens İnsan Türünün Kısa Bir Tarihi**. Ertuğrul Genç (çev.). 14. Basım. İstanbul: Kolektif Kitap, 2016.
- Harvey, David. **Postmodernliğin Durumu**, Sungur Savran (çev), İstanbul: Metis Yayınları, 2003.
- Homer. **İlyada**. Azra Erhat, A.Kadir (çev.). 8.Basım. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2018.
- Homer. **Odyseia**. Azra Erhat ve A.Kadir (çev.). 6.Basım.İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2018.

- Horkheimer, Max. **Akıl Tutulması**. Orhan Koçak (çev.). 3. Basım. İstanbul: Metis Yayıncılık, 2018.
- Innis, Harold. **İmparatorluk ve İletişim Araçları**. Nurcan Törenli (çev.). 1. Basım. Ankara: Ütopya Yayınevi, 2006.
- Ito, M., Baumer, S., Bittanti, M., boyd, D., Cody, R., Herr-Stephenson, B., Horst, H., Lange, P. Tripp, T. **Hanging Out, Messing Around, And Geeking Out: Kids Learning And Living With Digital Media**. Cambridge, MA: MIT Press, 2010.
- İnancık, Halil. **Rönesans Avrupası**. 4.Basım. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2013.
- Jackson, Danny P. **Gilgamiş Destanı**. Ahmet Antmen (çev.). 5. Basım. Ankara: Arkadaş Yayınevi, 2016.
- Jenkins, Henry **Cesur Yeni Medya Teknolojiler ve Hayran Kültürü**. Nihan Yeğengil (çev.). 2. Basım. İstanbul: İletişim Yayınları, 2018.
- Jenkins, Henry **Digital Renaissance. Convergence? I Diverge**. Technology Review, 2001
- Jenkins, Henry. **Convergence Culture Where Old And New Media Collide**. New York: New York University Press, 2006.
- Jerit, Jennifer J Barabas, T. Bolsen, Citizens, **Knowledge, and the Information Environment**. American Journal of Political Science, 50(2), 2006.
- Kant, Immanuel. **Seçilmiş Yazılar**. Nejat Bozkurt (çev.). İstanbul: Remzi Kitabevi, 1984.
- Karakoç, Enderhan, Gülsünler M Evrim, **Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Facebook: Konya Üzerine Bir Araştırma** Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 18, 2012.
- Kaya Erdem, Betül. **Batı Metafiziğinden Postmodernizme Ötekinin Kökleri**, 1. Basım, Konya: Eğitim Yayınevi, 2019.
- Kellner, Douglas. **Popüler Kültür ve Postmodern Kimliklerin İnşası**, Çev: Gülcan Seçkin, Doğu Batı, Sayı:15, 2001.
- Kirkpatrick, David, **The Facebook Effect: The Inside Story of the Company That is Connecting the World**, New York: Simon & Schuster, 2010.
- Kırık, Ali Murat. **Yeni Medya Aracılığıyla Değişen İletişim Süreci: Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Konumu**, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 2017.

- Kolker, Robert. **Film Biçim ve Kültür**. Fırat Ertınaz, Ali Güney, Zeynep Özen, Onur Şakır, Berivan Tokem, Diclek Tunalı, Ertam Yılmaz (çev.). Ankara: De ki Yayınları, 2011.
- Kumar, Krishan. **Sanayi Sonrası Toplumdan Post-Modern Topluma Çağdaş Dünyanın Yeni Kuramları** Ankara: Dost Yayınları, 2010.
- Kurt, Veysel. **Endüstriyel ve Post-Endüstriyel Dönüşüm**, 2. Baskı, Ekin Basım Yayın Dağıtım, 2012.
- Lash, S. ve Lury, C. **Global Culture Industry: The Mediation of Things**. Cambridge: Polity. 2007
- Le Bon, Gustave. **Kitleler Psikolojisi**. Hasan Can (çev.). 2.Basım. Ankara: Tutku Yayınevi, 2015.
- Levy, Pierre. **Becoming Virtual: Reality and the Digital Age**, New York: Plenum Trade. 1998.
- Lister, Martin. Dovey, Jon. Setgh, Iain Grant, Giddings, Kelly, Kieran. **New Media: A Critical Introduction**, New York: Routledge. 2009.
- Livingstone, Sonia Lunt, P. **Citizens, Consumers And The Citizen Consumer: Articulating The Citizen Interest In Media And Communications Regulation**, Discourse & Communication, 2007.
- Livingstone, Sonia Helsper, E. **Gradations In Digital Inclusion: Children, Young People And The Digital Divide**, New Media Society, 9(4), 2007.
- Locke, John. **İnsanın Anlama Yetisi Üzerine Bir Deneme**. Meral Delikara Topçu (çev.). 2.Basım. Ankara: Öteki Yayınevi, 2000.
- Lucchi, Nicola, **Digital Media Pluralism: The Question of Access**. 9th AIDC-IACL World Congress Constitutional Challenges: Global and Local, Oslo: 2014
- Luther, Martin. **Doksan Beş Tez**. Cengiz Çevik (çev.). 1. Basım. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2018.
- Machiavelli, Niccolo. **Hükümdar**. Necdet Adabağ (çev.). 8.Basım. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2017.
- Mackay, Luke. **Social Networks Become Social Entertainment**. Edelman Digital: 2010, 08.08.2019.
- Mackenzie, A. **Cutting Code: Software and Sociality**. New York: Peter Lang. 2006.
- Malinowski, Bronislaw. **The Problem of Meaning in Primitive Languages**. 1923.
- Manovich, Lev. **The Language Of New Media**, Cambridge: The Mit Press. 2001.

- Marcuse, Herbert. **Tek Boyutlu İnsan: İleri İşleyim Toplumunun İdeolojisi Üzerine İncelemeler**, Aziz Yardımlı (çev.), İstanbul: İdea Yayınları, 2. Basım 1990.
- McChesney, R. W. **Küresel İletişimin Ekonomi Politikası**, içerisinde, Kapitalizm ve Enformasyon Çağı: Küresel İletişim Devriminin Politik Ekonomisi R. W. McChesney (der.), Ankara: Epos Yayınları, 2003.
- McQuillan, Dan **Algorithmic States Of Exception**. European Journal Of Cultural Studies, 18(4-5), 2015.
- Marx Gary, **A Tack In The Show: Neutralizing And Resisting The New Surveillance**. Journal of Social Issues, 59(2), 2003.
- Marx, Karl. **1844 El Yazmaları**. Murat Belge (çev.). 2. Basım. İstanbul: İletişim Yayınları, 2018.
- Mayer, W. G. Poll Trends: **The Rise of the New Media**. The Public Opinion Quarterly, Oxford University Press Vol. 58, No. 1.
- Mcluhan, Marshall. **Gutenberg Galaksisi Tipografik İnsanın Oluşumu**. Gül Çağalı Güven (çev.). 4.Basım. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Modleski, Tania. (hızl.) **Eğlence İncelemeleri Kitle Kültürüne Eleştirel Yaklaşımlar**. Nurdan Gürbilek (çev.). 2.Basım. İstanbul: Metis Yayınları, 2016
- Morva, Oya ve Erkan Saka. (Ed.). **Kolektif Zeka Yeni Medya Perspektifinden Katkılar**. İstanbul: Kalkedon Yayınları, 2018.
- Morva, Oya **Dijital Kavramlar, Olanaklar, Deneyimler**, Nilüfer Timisi (ed.), içerisinde Ben Kendim ve Dijital Benliğim: Dijital İletişim Çağında Benlik Kavramsallaştırması Üzerine, Kalkedon Yayınları, 2016
- Morozov, Evgeny. **The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom**, Public Affairs, 2011,
- Nardi, B.A., D.J. Schiano, M. Gumbrecht and L. Swartz, **Why We Blog, Communications of the ACM** 47(2): 2004.
- Neuman, W. Russell. **Dijital Fark Gündelik Hayatta Dijitalleşme ve Medya Etkiler Kuramı**. Gökçe Metin (çev.). 1. Basım. İstanbul: The Kitap, 2018.
- Oğuzhan, Özlem. (Ed.). **İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim**. İstanbul: Kalkedon Yayınları, 2015.
- Orkunoğlu, Yener. **Nietzsche ve Postmodernizmin Gerçek Yüzü**, Ceylan Yayınları 1.Baskı, 2007
- Ollman, Bertell. **Yabancılaşma Marx'ın Kapitalist Toplumdaki İnsan Anlayışı**. Ayşegül Kars (çev.). 2.Basım. İstanbul: Yordam Kitap, 2015.

- Ong, Walter J. **Sözlü ve Yazılı Kültür Sözü'nün Teknolojileşmesi**. Sema Postacıoğlu Banon (çev.). 6. Basım. İstanbul: Metis Yayınları, 2018.
- Oskay, Ünsal. **Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri Kuramsal Bir Yaklaşım XIX Yüzyıldan Günümüze Kuramsal Bir Yaklaşım**. 2.Basım. İstanbul:İnkılap Kitabevi,2017.
- Oskay, Ünsal. **Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım**. 2. Basım. İstanbul: İnkılap Kitabevi, 2016.
- Oskay, Ünsal. **Roman ve Etik**. 1. Basım. İstanbul: İnkılap Kitabevi, 2014.
- Otan, Ozan. **Televizyonda Gerçeklik Algısı**. 1. Basım. İstanbul: Agora Kitaplığı, 2014.
- Özel, Sedat. **Yakınsama: Yeni Medyanın İtici Gücü**. Erciyes İletişim Dergisi, 2011
- Papacharissi Zizi, **The Presentation of Self in Virtual Life: Characteristics of Personal Home Pages**, Journalism and Mass Communication Quarterly 79(3): 2002.
- Platon. **Phaidros**. Furkan Alderin (çev.). 1. Basım. İstanbul: Say Yayınları, 2017.
- Platon. **Sokrates'in Savunması**. Ari Çokona (çev.). 11. Basım. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2017.
- Platon. **Mektuplar**. Furkan Akderin (çev.). 2. Basım. İstanbul: Say Yayınları, 2015.
- Poe, T. Marshall. **İletişim Tarihi Konuşmanın Evriminden İnternete Medya ve Toplum**, Umut Yener Kara (çev.). 2. Basım. İstanbul: Isık Yayınları, 2019.
- Poster, Mark **The Second Media Age**, Canada: Wiley Publications, 1995.
- Poster, Mark. **Underdetermination**, New Media and Society, Sage, Vol. 1, 1999.
- Poster, Mark. Cogito, Michel Foucault, içerisinde **Foucault, Deleuze ve Yeni Medya**.
- Postman, Neil **Teknopoli**, Mustafa E. Yılmaz, (çev.) İstanbul: Gelenek Yayınları, 2004.
- Postman, Neil. **Televizyon: Öldüren Eğlence Gösteri Çağında Kamusal Söylem**. Osman Akınhay (çev.). 5.Basım. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2014.
- Read, Jason. Cogito, Michel Foucault, içerisinde Homo Economicus'un **Bir Soy Kütüğü: Neoliberalizm ve Öznelliğin Üretimi**, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, Sayı:70-71, 2012.
- Revel Judith Cogito, Michel Foucault, içerisinde **Kimlik, Doğa, Yaşam: Biyopolitika Yapıbozumu**, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, sayı 70-71, 2012, s.10-11
- Rice, Stephen P. **Minding the Machine:Languages of Class in Early Industrial America**. California University Press: 2004.

- Robinson, Laura **The Cyberself: The Self-ing Project Goes Online, Symbolic Interaction in the Digital Age**, New Media and Society, vol.9 (1), 2007.
- Rousseau, Jean Jacques. **Toplum Sözleşmesi**. Vedat Günyol (çev.). 15.Basım. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2016.
- Saka, Erkan Sayan, Anıl Dijital: Kavramlar, Olanaklar, Deneyimler Timisi, Nilüfer (ed İstanbul: Kalkedon, içinde **Büyük Veri Nedir Olanaklar ve Sınırlar**. 2016.
- Sennett, Richard. **Yeni Kapitalizmin Kültürü**. Aylin Onocak (çev.). 4. Basım. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2017.
- Sennett, Richard. **Karakter Aşınması Yeni Kapitalizmde İşin Kişilik Üzerindeki Etkileri**. Barış Yıldırım (çev.). 12. Basım. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2017.
- Scott L. Althaus ve David Tewksbury, **Patterns of Internet and Traditional News Media Use in a Networked Community**. Political Communication, 2000.
- Shirky, Clay. **Here Comes Everybody: The Power Of Organizing Without Organizations**, New York: Penguin Press, 2008.
- Silier, Yıldız. **Özgürlük Yanılsaması Rousseau ve Marx**. 5. Basım. İstanbul: Yordam Kitap, 2016.
- Simmel, Georg. **Bireysellik ve Kültür**. Tuncay Birkan (çev.), İstanbul: Metis Yayınları, 2015.
- Talu, Nilüfer. **Modernlik Söylemi: Endişeli Bakışlarda Modern Birey**. DOI: 10.4305/METU.JFA.2010.2, http://jfa.arch.metu.edu.tr/archive/0258-5316/2010/cilt27/sayi_2/141-171.pdf (19 Mart 2019).
- Tannenbaum, Donald G. ve David Schultz. **Siyasi Düşünce Tarihi Filozoflar ve Fikirleri**. Fatih Demirci (çev.). 9. Basım. Ankara: Adres Yayınları, 2015.
- Tapscott, Don. **The Digital Economy: Promise And Peril In The Age Of Networked Intelligence**, New York: 1995
- Taylor, Charles. **Benliğin Kaynakları Modern Kimliğin İnşası** Selma Aygöl Bas ve Bilal Bas (çev.). 1.Basım. İstanbul: Küre Yayınları, 2012.
- Thompson, John B. **Medya ve Modernite**. Serdar Öztürk (çev.). 2. Basım. İstanbul: Kırmızı Yayınları, 2019.
- Tokgöz Bakıroğlu, Cemile **Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Ekseninde Sosyal Paylaşım Ağları**. Akademik Bilişim, 2013.
- Türkbağ, Ulvi Ahmet, **Kimlik, Hukuk ve Adalet Sorunu**, Doğu Batı, Sayı:23, 2003

- Vaidhyathan, Siva **The Googlization of Everything (And Why We Should Worry)**. Berkeley, CA: University of California Press. 2011.
- Virilio, Paul. **Hız ve Politika**, M. Cansever (çev.), İstanbul: Metis Yayınları, 1998,
- Virilio, Paul. **Enformasyon Bombası**, Kaya Şahin (çev.), İstanbul, Metis Yayıncılık, 1. Basım, 2003
- Williams. Bruce A. **The New Media Environment, Internet Chatrooms, and Public Discourse After 9/11**, London: Sage Publications, .2003.
- Weber, Max. **Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu**. Gamze Alpaslan (çev.). İstanbul: Maviçatı Yayınları, 2017.
- Webster, Frank **Theories of The Information Society**, New York: Routledge, 1995
- Yaylagül, Levent. **Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar**. 7. Basım. Ankara: Dipnot Yayınları, 2016.
- Zhao,, Shayang **The Digital Self: Through The Looking Glass of Telecopresent Others**, Symbolic Interaction, Vol 28.
- Zhao, Shanyang Grasmuck Sherri, Martin, Jason **Identity Construction on Facebook: Digital Empowerment in Anchored Relationships**, Computers in Human Behaviour, 2008

İnternet Kaynakları

Aleksandra, Fascinating Google Search Statistics,
<https://seotribunal.com/blog/google-stats-and-facts/> , 18.08.2019

Christo Petrov, Big Data Statistics 2019
<https://techjury.net/stats-about/big-data-statistics/> , 14.09.19

Dana Snitzky, How Google Discovered the Value of Surveillance,
<https://longreads.com/2019/09/05/how-google-discovered-the-value-of-surveillance/> ,
18.08.2019

E. Morozov, The Brave New World of Slactivism, Foreign Policy (blog),
http://neteffect.foreignpolicy.com/posts/2009/05/19/the_brave_new_world_of_slacktivism

Jelena Guga, Self 2.0: Lost in Bio-Technological Environments, (2016)
https://www.academia.edu/1104993/Self_2.0_Lost_in_BioTechnological_Environments
Erişim Tarihi: 11 Haziran 2020

Khalid Saleh, Effectiveness Of Online Advertising– Statistics And Trends
<https://www.invespcro.com/blog/effectiveness-online-advertising/> 14.09.19

Lev Manovich, New Media: A users guide. Retrieved Erişim Tarihi: 11.06. 2020
<http://manovich.net/index.php/projects/new-media-a-user-s-guide>

John B. Thompson, The New Visibility ,Theory Culture Society, Sage Publications,
2005bErişim Tarihi: 04.06.2020 <http://tcs.sagepub.com/cgi/content/abstract/22/6/31>

Malcolm Gladwel, Small Change Why The Revolution Will Not Be Tweeted, The
New Yorker, Eylül 2010, Erişim Tarihi: 19.06.2020,
<https://www.newyorker.com/magazine/2010/10/04/small-change-malcolm-gladwell>

Micheal Zimmer, Facebook’s Zuckerberg: "Having two identities for yourself is an
example of a lack of integrity, 2010, Erişim Tarihi: 13 Haziran 2020,
<https://www.michaelzimmer.org/2010/05/14/facebooks-zuckerberg-having-two-identities-for-yourself-is-an-example-of-a-lack-of-integrity/>

Mutlu Binark, Koray Löker, Sivil Toplum Örgütleri İçin Bilişim Rehberi. Erişim
Tarihi: 9 Haziran 2020
<http://panel.stgm.org.tr/vera/app/var/files/b/i/bilisimkitapweb.pdf>

Postmodern Felsefe, 24.06.2020 https://tr.wikipedia.org/wiki/Postmodern_felsefe

Tarleton Gillespie, **The Relevance of Algorithms in Media Technologies**, Cambridge, MA: MIT Press.

https://www.intgovforum.org/multilingual/sites/default/files/webform/the_relevance_of_algorithms_-_tarleton_gillespie.pdf 20.06.2020

The size of the World Wide Web (The Internet)

<https://www.worldwidewebsite.com> 11.08.2019

Zygmunt Bauman: Sosyal Medya Bir Tuzak, 2016

<https://vesaire.org/zygmunt-bauman-sosyal-medya-bir-tuzak/> , 14.08.2019