

**BİR MUHALEFET ARACI OLARAK SOSYAL MEDYA**

Sencer Ceyhun SEVİNDİ

Yüksek Lisans Tezi

Danışman: Prof. Dr. Mehmet KARAKAŞ

Nisan, 2019

Afyonkarahisar

**T.C.**  
**AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI**  
**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**BİR MUHALEFET ARACI OLARAK SOSYAL MEDYA**

**Hazırlayan**

**Sencer Ceyhun SEVİNDİ**

**Danışman**

**Prof. Dr. Mehmet KARAKAŞ**

**AFYONKARAHİSAR 2019**

## YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “Bir Muhalefet Aracı Olarak Sosyal Medya” adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça’da gösterilen eserlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

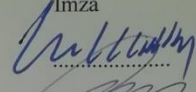
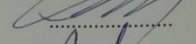
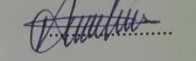
29/04/2019

Sencer Ceyhun SEVİNDİ

## TEZ JÜRİSİ KARARI VE ENSTİTÜ MÜDÜRLÜĞÜ ONAYI

### JÜRİ ÜYELERİ

Tez Danışmanı : Prof. Dr. Mehmet KARAKAŞ  
Jüri Üyeleri : Prof. Dr. Celalettin VATANDAŞ  
: Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Ayhan KOYUNCU

İmza  
  
  


Sosyoloji Anabilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencisi Sencer Ceyhun SEVİNDİ'nin "**Bir Muhalefet Aracı Olarak Sosyal Medya**" başlıklı tezi, 29.04.2019 günü saat 15:30' da Afyon Kocatepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Sınav Yönetmeliği'nin ilgili maddeleri uyarınca yukarıda isim ve imzaları bulunan jüri üyeleri tarafından değerlendirilerek kabul edilmiştir.

**Prof. Dr. Celal DEMİR**  
**MÜDÜR**

## ÖZET

### BİR MUHALEFET ARACI OLARAK SOSYAL MEDYA

Sencer Ceyhun SEVİNDİ

AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

Nisan 2019

**Danışman: Prof. Dr. Mehmet KARAKAŞ**

Sosyal medya son yirmi yılda hayatımıza girerek önemli değişim ve dönüşümleri başlatan bir olgu olmuştur. Bu çalışma sosyal medyayı, sosyolojinin temel tartışmaları çevresinde ve argümanları bağlamında bir muhalefet aracı olduğu düşüncesiyle araştırılmıştır. Günlük yaşamımızda kullandığımız muhalefet araçlarının yanına eklenen bu araç yarattığı etkiyle daha uzun yıllar tartışılacağı benziyor. Sosyal medyanın bir muhalefet aracı olarak kullanılması ve zamanla insanı kendine yabancılaştırıcı etkisiyle bir muhalefet aracına dönüşmesi bu çalışmanın temel argümanlarını oluşturmaktadır. Birinci bölümde medya ve sosyal medyanın gelişim aşamaları incelenmiştir. İkinci bölümde ise sosyal medyanın bir muhalefet aracına dönüşmesi anlatılmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Sosyal Medya, Muhalefet, Mahremiyet, Devlet, Sosyal İlişkiler.

## **ABSTRACT**

### **SOCIAL MEDIA AS A TOOL FOR OPPOSITION**

**Sencer Ceyhun SEVİNDİ**

**AFYON KOCATEPE UNIVERSITY**

**THE INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES**

**DEPARTMENT of SOCIOLOGY**

**April 2019**

**Advisor: Prof. Dr. Mehmet KARAKAŞ**

Social media has been a phenomenon that has started to change and transform our lives in the last two decades. This study was investigated with the idea that social media is a tool of opposition in the context of the main debates of sociology and its arguments. This tool added to the opposition vehicles that we use in our daily life seem to be discussed for many years with the effect it creates. The main arguments of this study are use of social media as a tool of opposition and the transformation of the human into an opposition tool with the effect of alienating people. In the first chapter, the development stages of media and social media are examined. In the second chapter, the transformation of social media into a tool of opposition is explained.

**Keywords:** Social Media, Opposition, Privacy, State, Social Relations.

## ÖNSÖZ

Bu çalışma son yirmi yılda hayatımıza girip onu değiştirip dönüştüren *sosyal medyanın* bir muhalefet aracına nasıl dönüştüğünün izi sürülmesiyle başlamıştır. Sosyal medyanın önümüzdeki yıllarda da toplum bilimciler tarafından değişik bağlamlarda ele alınacağı muhakkaktır. Bu çalışmayla yirmi birinci yüzyılın ilk çeyreğinde sosyal medyaya bakış tarihe not edilmiş oldu.

Bu çalışmanın yazım aşamasında değerli katkıları olan, lisans ve yüksek lisans derslerinde derslerini büyük ilgiyle takip ettiğim, disiplinli ve özverili çalışma azmini örnek aldığım kıymetli hocam sayın Prof. Dr. Mehmet KARAKAŞ'a şükranlarımı sunar, teşekkür ederim. Tez savunmasında yapıcı eleştirileriyle katkı sağlayan değerli hocalarım, Prof. Dr. Celalettin VATANDAŞ ve Dr. Öğr. Üye. Ahmet Ayhan KOYUNCU'ya teşekkürü bir borç bilirim. Lisans ve yüksek lisans öğrenimi gördüğüm Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyoloji bölümünün kıymetli hocalarına bana kattıklarından dolayı teşekkür ederim.

Aile en kıymetli kurumdur. Bütün öğretim hayatım boyunca bana hem maddi hem de manevi desteklerini esirgemeyen, her türlü zorluğu aşmamda bana hep destek olan, fedakârlıkları unutulmaz, annem Servet ve ananem Emine ÇATALÇAM'a, ablam Zeynep Aslı SEVİNDİ'ye minnetle teşekkür ederim. Gönüldaşım Özlem HAYLAZ'a yürüdüğüm yolda bana verdiği desteklerden dolayı teşekkür ederim.

## İÇİNDEKİLER

	sayfa
YEMİN METNİ .....	i
TEZ JÜRİSİ KARARI VE ENSTİTÜ MÜDÜRLÜĞÜ ONAYI .....	ii
ÖZET .....	iii
ABSTRACT .....	iv
ÖNSÖZ .....	v
İÇİNDEKİLER .....	vi
GİRİŞ .....	1

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### SOSYAL MEDYA ÜZERİNE

1. İNTERNETİN GELİŞİMİ VE SOSYAL MEDYANIN KISA BİR TARİHÇESİ .....	5
2. DEMOKRASİLERDE DÖRDÜNCÜ GÜÇ OLARAK MEDYA .....	13
2.1. GAZETE, RADYO VE TELEVİZYONUN GELİŞİMİ .....	14
2.2. MEDYANIN MUHALEFET ROLÜ .....	28
3. SOSYAL MEDYA BAĞLAMINDA GÖRÜNTÜ VE KİMLİK ÜRETİMİ .....	38

### İKİNCİ BÖLÜM

#### SOSYAL MEDYANIN MUHALİF OLDUĞU BAZI ALANLAR

1. MUHALEFET ÜZERİNE .....	48
2. MAHREMİYET VE SOSYAL MEDYA .....	51
3. DEVLET VE SOSYAL MEDYA .....	64
3.1. KRİPTO PARA .....	75
3.2. ARAP BAHARI .....	78
3.3. GEZİ PARKI OLAYLARI .....	81
3.4. 15 TEMMUZ DARBE GİRİŞİMİ .....	83
4. SOSYAL İLİŞKİLER VE SOSYAL MEDYA .....	86



<b>5. ÖZGÜLÜK VE ÇEŞİTLİLİK.....</b>	<b>96</b>
<b>SONUÇ .....</b>	<b>102</b>
<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>107</b>

## GİRİŞ

İnsanlık tarihi, iki insanın iletişimi ve etkileşimiyle başlar. İnsanlık, en iptidai olanaklardan en büyük medeniyetleri oluşturma süreçlerinde iki büyük icat yapmıştır: dil ve devlet pratiği sistemlerini kurabilmiştir. Bu sistemler aile, din (kültürel ritüeller, mevlid vb), siyaset, eğitim, ekonomi ve boş zamanların kullanımı diye belirlenen altı temel toplumsal kurumun sistemlerinin oluşmasını sağlamıştır. Zamanla insanlık kadim inançları, ticaret ilişkileri ve sosyal ilişkilerini çeşitli araçlarla değiştirip dönüştürebilecekleri araçları ortaya koymuştur. Bu icatların son asırda en dikkat çekenini hiç kuşkusuz sanal âlem olmuştur. Bu âlem sayesinde artık uzaklar hiç olmadığı kadar yakın olmuştur. Tabii bu buluşların gerçekleşmesi hiçte kolay ve de hızlı gerçekleşmemiştir. Gerçekleşmesinde büyük iletişim zaruretlerinin olduğu görülür. Örneğin ikinci dünya savaşı yıllarında (1939-1945) iptidai bir bilgisayar olan ‘Enigma’ savaş ortamında ordunun güvenilir, hızlı ve şifre okuyucu özelliği olmasıyla geliştirilip tercih edilmişti.

Her yeni icat gibi bilgisayar teknolojisi ortaya çıktığında, edinmek için oldukça fazla maddi imkân gerektiriyordu. Zamanla bu icat üzerinde yapılan gelişimler bireysel bilgisayarlar olarak evlere girdi. Yaklaşık son otuz yılda bu gelişimler baş döndürücü bir hızla ivme kazandı. Bu mecrada yaşanan gelişimlere *bilişim teknolojileri* denmektedir. Bilişim teknolojilerinin gelişimiyle birlikte bir bilgisayarın diğer bilgisayarlara erişimini sağlayan internet ortaya çıktı. Çip teknolojisinin gelişimi bilgisayarın taşınabilir olarak kullanılmasını sağladı, günümüzde *giyilebilir teknolojiye* (sanal gerçeklik gözlüğü, akıllı saat ve bileklik vb) kadar ulaştı. Daire içindeki elektronik ve elle kontrol edilebilen (perde, kapı kilidi vb) araçları akıllı telefonlarla kontrol edilen akıllı evler; kendi kendini park edebilen, şerit takipsizliğinde sürücüyü uyaran (vb.) akıllı taşıtlar; doğal ve/veya beşeri afetlerde kapatılması zaruri bina sistemlerini kapatabilen akıllı binalar gibi bilişim teknolojisi araçlar kullanıma girdi. Bilişim teknolojisindeki değişim ve gelişimlerin yanında insanlığın bu araçlara yükledikleri anlam ve beklentilerinde de değişimler, gelişimler yaşandı. Bireysellik üzerine atfedilen ne kadar değer varsa, bu durumu hiç kuşkusuz destekledi. Bu tür teknolojilerin ortaya çıkışına ilk tepkiler, bireyselleşme bağlamında insanları diğer insanlara daha az gereksinim duymasına neden olduğunu

ve insanları yalnızlaştırdığı tartışmalarını beraberinde getirdi. Bu durum internetin sosyal alanda da etkili olmasını sağladı.

Son yıllarda günlük yaşamımızı fevkalade etkileyen ve de yer işgal eden sosyal medya hayatımıza girdi. Başında sosyal denmesinin sebebi iletişimi ve etkileşimi belirtirken, medya denmesindeki gaye anında enformasyon verilip-alınmasından ileri gelir. Bu tabii olarak birçok şeyi değiştirmiştir/değiştirecektir. Hayatımıza yeni kelimelerin, tabirlerin jest ve mimiklerin dahil olduğu gözlenmektedir. İnsani ilişkileri başka bir boyuta da taşıması açısından sosyal medya oldukça dikkat çekicidir. Kamusal alanda kullandığımız kimliklerin sanal alanda – isteyerek ya da istemeyerek- resen kaybolmasıyla veya olduğundan farklı bir görünürlüğe kavuşması da oldukça dikkat çekicidir. Günlük hayatınızda kim olduğunuzdan daha çok sosyal medyada kim olduğunuz önem kazandı. Sosyal medyada sanal linç, itibar kaybı tehlikesi kadar günün kahramanı olmakta ansızın gerçekleşebilir oldu. Sosyal medyada yapılan paylaşımlar, anlık gelişen olaylara verilen anlık tepkiler, sosyal medya jargonunu, doğru mecrada, doğru zamanda kullanmayı gerekli kıldı. Bu durum sadece bireysel kullanıcılarla sınırlı kalmadı, ticari olsun olmasın kurumsal organizasyonların geleceklelerini etkileyebilecek durumdadır. Bu durum o kadar önemlidir ki bu alanda istihdam yaratılmıştır: sosyal medya uzmanlığı. Siyasi partilerden, büyük bütçeli şirketlere, vakıflara kadar birçok kurumsal organizasyon itibar oluşturmada, reklam ve tanıtımlarını yapmada sosyal medyayı sıkça kullandıklarını görüyoruz.

Türkiye’de toplumun sosyal medyaya çok çabuk alıştığı görülür. Bunun temel sebeplerinin toplumsal ihtiyaçlarda karşılıkları vardır. Bunlardan birçoğuna bakmakta fayda vardır. Siyasi alanda fazlaca kutuplaşmış olma hali siyasi radikalleşmeye zemin hazırlamaktadır. Bu radikalleşmenin kendini tatmini sosyal medyada gerçekleştiği görülür. Bu radikalleşmeye karşı sosyal medyanın bir emniyet sübabı işlevi olduğunu/olabileceğinin notunu düşelim. Türk toplumunun dışa açılmak konusunda şüpheleri olmuştur, sosyal medyanın dışa açılmak konusundaysa sınırları pek azdır. Sosyal medyayla daha da artan “dikizleme kültürünün” de sosyal medyaya çabuk alışma sürecinde bir etken olabileceği düşünülebilir. Ailesinin ve çevresinin paylaşımlarından rahatsız olacağını (paylaşımlarına yapılacak tenkitten kaçma da diyebiliriz) düşünen gençliğin, ailesinin ve çevresinin üyesi olmadığı diğer sosyal

medya araçlarına da tereddütsüz alıştığını söyleyebiliriz. Günümüz toplumsal yaşamına hızla girip kabul gören sosyal medyanın tarihçesini anlamak için öncelikle bu alanda yaşanan gelişmeleri incelemekte fayda vardır. Teknolojik gelişmelerin ihtiyaçlara ve/veya ihtiraslara göre şekillendiğini söylemek mümkündür. Bu şekillenmeyle gelişen teknolojik alt yapıyı hazırlayanların erişebildikleri bilgi birikimiyle birlikte bu teknolojileri kullanan, kullanıcılarında teknolojik gelişmelere attıkları değer ve beklenti arasında da oluşan farklılıkların bu teknolojik alt yapıyı geliştirdiğini söylemek de mümkündür. Zira sosyal medyayı sosyal medya yapan kullanıcıların içerikleridir. Bu içeriklerin oluşmasında çağın ruhunun izleri görülmektedir. Anındalık, paylaşmak, kulaktan kulağa yaymacılık (viral reklam), takipçi, takip edilen, retweet, facebook'ta dürtmek (poke), stalklamak (eski sevgiliyi dikizlemek), meslek olarak bloggerlık ve influencer (deneyim reklamcıları) gibi sosyal medya jargonu artık günlük dilin parçası olagelmıştır. Emoji, gif ile anlaşmak gibi yeni bir iletişim ortaya çıkmıştır. Kısacası sosyal medya hayatlarımızı değiştirip dönüştürmektedir.

Bu çalışma iki ana boyutu ele alarak sosyal medyanın bir muhalefet aracı olduğunu ileri sürmektedir. Birinci ana boyut, insanların sosyal medyayı ilişkilerinde ve olaylara bakışlarında kullandıkları muhalefet aracı; ikinci ana boyutsa sosyal medyayı icat eden insanın kendine yabancılaşmasıyla oluşan muhalif durumdur.

Birinci bölümde sosyal medyanın gelişim koşulları ve konvansiyonel medyanın gelişim süreçleri incelenmiştir. Örnek olayları kronolojik bir şekilde ortaya konan kısa medya tarihi ve sosyal medyayı ortaya çıkaran koşullar ortaya konmuştur. Sosyal medyanın, medyanın dikotomiği değil, bir uzamı olduğu sonucuna varılmıştır. Sosyal medyanın getirdiği en büyük değişimlerden biri olan kimlik ve görüntü üretimi üzerine ayrıca bir başlık ayrılarak sosyal medyanın toplumu resen dönüştürücü bir etkiye sahip olduğu vurgulanmıştır.

İkinci bölümde sosyal medyanın muhalefet aracına dönüştüğünün görünür alanları olan: mahremiyet; devlet; sosyal ilişkiler; özgürlük ve çeşitliliğe muhalif alanlar incelenmiştir. Sosyal medyanın devletle olan muhalif ilgisi dört örnek olayla incelenmiştir. Kripto para gibi internetin getirdiği yeniliklerin sosyal medyayla ilişkisi ortaya konmuştur. Yeni toplumsal olaylar bağlamında sosyal medyanın bir

muhalefet aracı olabileceği Arap Baharı örneği üzerinden dile getirilmiştir. Sosyal medyadaki bilgi kirliliğinin olumsuz etkileri Gezi Parkı Olayları üzerinden incelenmiştir. 15 Temmuz Darbe girişimi üzerinden de sosyal medyanın terör örgütleri tarafından kullanılabilen bir silaha dönüşebileceği tespit edilmiştir. Sosyal ilişkilerde günümüzde sıkça rastlanılan değişimler örneklerle ve etkileri üzerinden ele alınmıştır. Sosyal medyanın kopya ilişkiler ve yaşamlar ürettiği de son başlıkta dile getirilmiştir.

Sosyal medya gündeminin ve üzerinde yaşanan değişimlerin baş döndürücü bir hızla yaşanması onu incelemesi zor bir alan olarak karşımıza çıkarmıştır. İnceleme nesnesinin sıkça değişebilen gündeminin yanında çevrimlenebilir gündemlerinin olduğu tespitiyle bu zorluk aşılmaya çalışılmıştır. Sosyal medyadaki bilgi kirliliğinin varlığı yüz yüze yapılamadığı için edinilen bilgilerin doğruluğu ve bu bilgilerin etiği günümüzde sosyal medya üzerine tartışılan ana konulardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Örnek olayların incelenmesiyle bu güçlük aşılmaya çalışılmıştır.

Sosyal medyanın bir muhalefet aracı olarak incelenmesi gereklidir. Çünkü sosyal medya dendiğinde günümüzde ilk akla gelen sosyal medya araçlarından biri olan facebook bile #deleteFacebook hareketiyle kendine muhalif hareketlerin oluşmasından kurtulamamıştır. Bunun yanı sıra çalışma boyunca ortaya konan argümanların çerçevesi de sosyal medyanın bir muhalefet aracına dönüştüğünü göstermektedir. Sosyal bilimcilerin toplumu okurken kullandıkları tüketim toplumu, gösteri toplumu, küresel köy, bilgi toplumu gibi okumalar modernizm, postmodernizm ve küreselleşme bağlamlarında ele alındığında sosyal medyanın da bu okumalara eklenebilen bir tarafı olduğu görülmüştür. Gittikçe hayatımızın merkezine giren sosyal medya bütün bu halleriyle incelenmesi gereken bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### SOSYAL MEDYA ÜZERİNE

#### 1. İNTERNETİN GELİŞİMİ VE SOSYAL MEDYANIN KISA BİR TARİHÇESİ

İnternet, kavram olarak ilk kez askeri amaçlı haberleşme ve savunma sistemlerinin geliştirilmesi olarak ortaya çıkar. Ortaya çıkarılmasındaki temel amaç, soğuk savaş dönemindeki (1950-1991) kesintisiz ve güvenli iletişim imkanını yaratacak teknoloji altyapısına ihtiyaç duyulmasından ileri gelir. Zamanla bu teknolojinin gelişimi üniversite ortamlarına taşınabilecek serbestliğe ulaşması ve hızlı bir ilerleme kaydedilmesine olanak sağlamıştır. Tim Lernes – Bee tarafından “world wide web – www’nın” icat edilmesiyle (6 Ağustos 1991) günümüzdeki devasa iletişim ağının temelleri atılmış oldu (Tuncer, 2014: 9). 1950’lerde Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve Sovyetler Birliği (SSCB) arasında muhtemel nükleer savaş gerilimi yaşanır. Soğuk Savaş Dönemi olarak da adlandırılan bu dönemde taraflar felaketle sonuçlanacak savaşı göze alamazlar. İkinci Dünya Savaşı henüz sona ermiştir, ancak konvansiyonel savaş yerini teknoloji savaşlarına bırakmıştır. Olası bir savaşta taraflardan biri nükleer bomba kullanımı tercih ederse İyonosfer’deki radyo dalgaları bundan etkilenenecekti, bu da iletişimin saatlerce felç olması anlamına gelmekteydi. Radyo dalgalarıyla kurulan iletişimin çökmesi, merkezileşmiş komuta kontrol sistemlerinin ve ulusal telefon ağının çalışmamasına neden olacaktı. Taraflardan birinin iletişim ağı çökerse misilleme yapma imkanı da ortadan kalkacaktı. ABD bu tehdidi teknolojik yeniliklerle aşabileceğine inanıyordu. Bunun için çeşitli düşünce kuruluşları harekete geçirilmişti. ABD’nin İkinci Dünya Savaşı yıllarında kurduğu düşünce kuruluşu RAND’de görev yapan Paul Baran’ın ortaya attığı fikir dikkat çeker. Baran, nörolojik teorilerden hareketle nükleer saldırılardan etkilenmeyecek bir iletişim tipini ortaya koyar. Geleneksel iletişim ağında kontrol merkezden çevreye doğru işler. Merkezin çökmesi bütün iletişim ağının çökmesine neden olur. Baran’ın ortaya koyduğu nörolojik modelde merkezi

olmayan birimlerin bilgilerini diğer birimlere dağıtması hedeflenmiştir. Baran'ın önerdiği modelin önemi birbirlerinden farklı ilerlemeler kaydeden bilgisayar ve iletişim teknolojilerini bir araya getirmeyi önererek merkezden çevreye iletişim yerine kullanıcıdan kullanıcıya iletişim tipini kavramsallaştırmıştır. Bu tip iletişim sisteminin hedefinin gerçekleşmesi için bütün bir iletişim altyapısının yeniden düzenlenmesi gerekiyordu. O dönem böylesi bir imkan pek azdı. Sonraları Amerikan Proje Birimi (ARPA) Paul Baran'ın ortaya koymuş olduğu bu modeli bilgisayarların kendi aralarında iletişimini sağlayacak ilk ağ olan ARPANET'i geliştirmiştir (Ryan, akt. Başlar, 2013: 2). İnternet 1962 yılında Amerikan Askeri Araştırma Projesi (ARPANET) ve Massachusetts Teknoloji Enstitüsü'nün ortak değerlendirmeye aldığı "galaktik ağ" kavramıyla tartışmaya açıldı. İlk internet bağlantısı 1969 yılında ARPANET çevresinde gerçekleşti ve bağlantı Los Angeles'daki Kaliforniya Üniversitesi, Stanford Araştırma Enstitüsü, Utah Üniversitesi ve Santa Barbara'daki Kaliforniya Üniversitesi arasında gerçekleştirildi. Bu bağlantıda ana bilgisayarlar arası bağlantının şekli ortaya çıkmış oldu. Bu gelişmelerin ardından 1972'de Uluslararası Bilgisayar İletişim Konferansı'nda ARPANET ve NCP'nin (Network Control Program) birleşmesi gerçekleşti. Yine 1972 yılında elektronik posta (e-mail) kullanılmaya başlandı. İletişim Kontrol Protokolü (Transmission Control Protocol) ARPANET içinde 1 Ocak 1983'te yürürlüğe girdi. TCP/IP kullanılmakta olan internetin ana bileşenidir. 1980'li yılların ortalarına gelindiğinde Amerika Savunma Bakanlığına bağlı Askeri Bilgisayar Ağı, ARPANET'ten ayrıldı ve "Military Net" (Military Network) adıyla bağımsız bir ağ kuruldu. ARPANET 1986'da Amerikan hükümetinin parasal desteğiyle NSFNET olarak düzenlendi. NSFNET, 1987'de yeniden bir düzenlemeyle yedi bölgesel nokta üzerinde internet yapılandırılmış NSFNET MERİT olarak isimlendirilen bir ağ omurgasını işletme planını devreye soktu. Bu işletme planına sonradan kendi alanlarının iki dev Amerikan şirketi, bilgisayar üreticilerinden IBM ve iletişim firması MCI ortaklık etti. Yaşanan bu gelişmelerle 1990'da NSFNET işletilmesine yönelik olarak oluşturulan İleri Ağ Hizmetleri (Advance Network Services) sayesinde internet omurgası özelleştirilme süreci başlamış oldu. 1995'te NSF'nin internet omurga işletmeciliğinden çekildiğini açıklamasıyla bu işletme özel işletimcilerin kontrolüne geçmiştir (Çakır ve Topçu, 2005: 75).

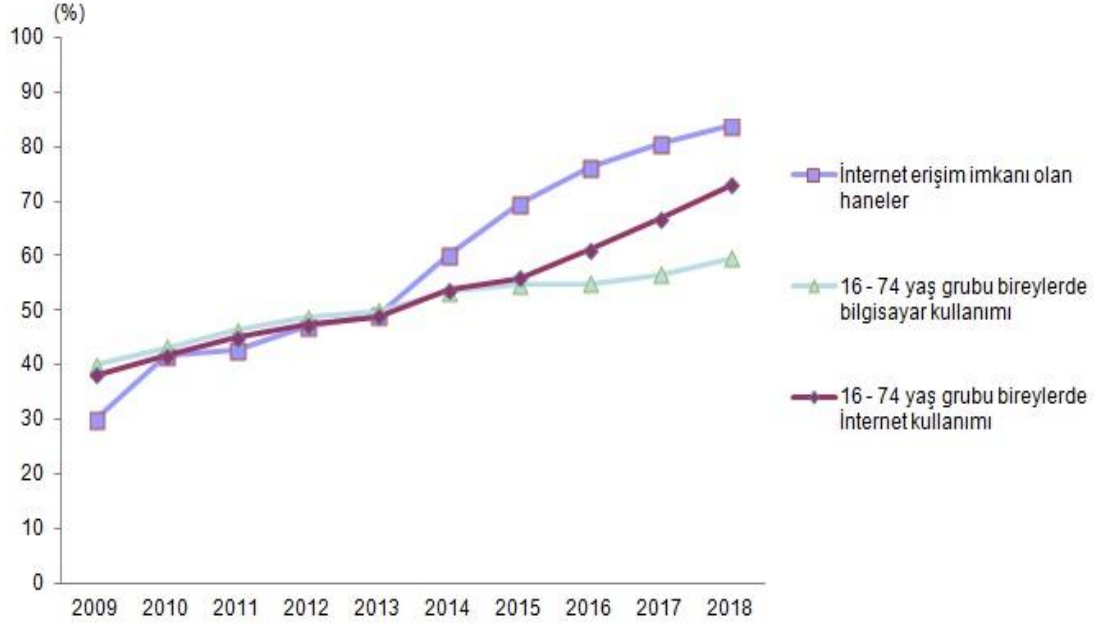
Türkiye’de internetin kullanılmaya başlaması Devlet Planlama Teşkilatının proje girişimiyle 1993’te gerçekleşmiştir. Projenin iki ortağı TÜBİTAK ve ODTÜ TR- NET’i kurarak Türkiye’yi küresel internete bağlamıştır. 64 kbit/sn hızındaki bu hat uzunca bir zaman Türkiye’nin yurtdışına tek çıkış hattı olarak kullanılmıştır. Daha sonra 1994’te Ege Üniversitesi; 1995’te Bilkent ve Boğaziçi; 1996’da İstanbul Teknik Üniversitesi bağlantıları gerçekleşmiştir. 1995’te Türk Telekom’un açtığı ihaleyle şirketler birliği kurulmuş ve bu birlik bir yıl sonra TURNET’i işletmeye başlamıştır. 1996’ yılında TÜBİTAK kendi içersinden, en yeni teknolojilerle donatılmış Türkiye çapındaki bütün eğitim ve araştırma kuruluşlarını birbirine bağlayacak Ulusal Akademik Ağı (ULAKNET) kuracak olan, Ulusal Akademik Ağ ve Bilgi Merkezi’ni (ULAKBİM) kurmuştur. 1999 yılında TURNET yerini TTNET isimli yeni bir kuruluşa bırakmıştır (Çakır ve Topçu, 2005: 75). Türkiye’de internetin hanelere girişi hemen olamamıştır, çünkü bilgisayar ve internet, ortaya çıktığı yıllarda herkesin erişebileceği kadar uygun fiyatlı ve yaygın değildi. Bu teknolojiler üniversitelerin mühendislik bölümlerinin etrafında kısıtlı bir çevre tarafından kullanılıyordu. İnternet ortaya çıktığı ilk zamanlarda 14.4 kbps gibi günümüzde çok düşük sayılan bir hızda erişim sağlama imkanı vardı. Bunların yanında pahalı bir modeme ve oldukça yüksek ücretlerle internete erişimi de göze almak gerekliydi. Bu nedenlerle ortak ilgi alanları belirgin dar bir çevrede BBS (Bulletin Board System) denilen günümüzde forumların atası olarak nitelendirilebilecek bir sistemle iletişime geçilebiliyordu. Kullanıcıların sayısının azlığı ve kimliklerinin belirgin oluşu BBS kullanıcılarının samimi bir yarı-sanal topluluk oluşturmasını sağladı. 90’lı yılların ikinci yarısından sonra dünyada ve Türkiye’de de internet yaygın olarak kullanıma girdi. İlk büyük gelişme internet hızında yaşandı, 14.4-28.8 kbps internet hızından öncekinin 2-4 katı hız sağlayan 56K modemler piyasada yaygınlaşırken bilgisayar fiyatlarında da ucuzlamalar görülüyordu. Modem ve bilgisayar fiyatlarındaki ucuzlamaya oranla internete erişim fiyatları hayli yüksekti. Türkiye’de internet erişimi 1996-98 yıllarında ortanın üstünde gelir grubundaki ailelerin evlerinin bir parçasıydı. Bahsi geçen yıllarda orta ve alt gelir gruplarıysa internete, dört bir yanda açılan internet kafeler aracılığıyla ulaşabiliyordu. İnternet kafeler aynı zamanda oyun oynanabilen mekanlar olması bakımından ayrıca sosyalleşme mekanları da oluyorlardı (Irak ve Yazıcıoğlu, 2012: 8-9).



Türkiye İstatistik kurumunun yaptığı (2018) “Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması” sonuçlarına göre ülkemizde 16-74 yaşındaki kişilerin bilgisayar kullanımı %59,6 olurken, internete erişim imkanı yine aynı yaş grubundaki kişilerde %72,9 oranında gerçekleştiği görülür. Bir önceki yılın verilerine göre bilgisayar kullanımı %56,6; internet kullanımı %66,8 oranında gerçekleşmiştir. 2018 verileri cinsiyete göre değerlendirildiğinde, 16-74 yaş grubundaki erkeklerin %68,6’sı bilgisayar kullandığını belirtirken, %80,4’ü ise internet kullandığını belirtmiştir. Kadınlarda 16-74 yaş grubunda %50,6’sı bilgisayar kullandığını belirtirken, %65,5’i internet kullandığını belirtmiştir. Geniş bant aracılığıyla internete erişim 2017 yılında %78,3; 2018 yılında %82,5 olarak görülmüştür. Bu bağlantının %44,5’i adsl, kablolu, fiber vb. (sabit geniş bant) aracılığıyla internete bağlandığını belirtmiş, %79,4’ü taşınabilir (mobil), geniş bant internet hizmeti kullanmıştır. İnternet üzerinden kamu kurum ve kuruluşlarından hizmet veya bilgi vermek amacıyla kurulan “e-devlet kapısını” kullananların oranı (yaş grubu 16-74) %45,6 olarak tespit edilmiştir. Bu oran bir önceki yıl %42,4 olarak tespit edilmiştir. Yine aynı yaş grubuna yöneltilen internetten alışveriş yapma oranlarıysa %29,3 (2017 Nisan-2018 Mart) olduğu gözlenmiştir. Erkekler bu dönem aralıklarında %33,6; kadınlarsa %25 oranında internetten alışveriş veya hizmet siparişi verdiklerini belirtmişlerdir. 2018 internet alışveriş oranı 2016 Nisan ile 2017 Mart dönemi baz alınarak %24,9 olarak tespit edilmiş. 2017’de erkeklerin %29’u; kadınların 20,9’u internet alışverişini yaptıklarını belirtmişler. İnternet alışverişlerinde hangi alanların ve nelerin tercih edildiği üzerine sorulan sorularaysa, %65,2’lik oranda giysi ve spor malzemesi satın alındığı görülmüştür. Giysi ve spor malzemesi satın aldığını belirtenlerin %55,9’u erkek; %77,3’ü ise kadınların olduğu görülmüştür. Araştırmaya katılanların yolculuk amacıyla bilet almak, araç kiralama gibi alışverişlerde %31,9’u; mobilya, beyaz eşya, oyuncak gibi konut ihtiyaçları için %26,8’i; gıda ve günlük gereksinimler için %20,6’sı; yazılı yayınları (kitap -elektronik kitap dahil-, dergi, gazete) %20,6’sının internetten alışveriş yaptıklarını belirttiği görülmüştür (TÜİK, 2018:1).

Aşağıda TÜİK’in ilgili haber bülteninden alınmış tablo verileri görülmektedir:

Tablo 1: Hane halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması



Kaynak: TÜİK, 2018: 1.

Araştırmanın sonucu ve tablo incelendiğinde, internete erişimin, internet ve bilgisayar kullanımının sürekli olarak arttığı görülür. Gelişen teknolojik alt yapıların bunda etkisinin olduğu söylenebilir. Bir yıl içerisinde internetten alışveriş yapanların %20,9'dan %29'a çıkması dikkat çekicidir. Medya da görüldüğü üzere ayıplı mal satışı, dolandırıcılık ve benzeri haberleri artsa da internetten alışverişin artışında herhangi bir azalma olmadığı gibi hızla artan bir ivme görülmektedir. Hiç şüphesiz reklamcılığın bunda etkisi vardır. Vakit darlığı ve ürüne erişimin kısıtlı olması gibi sorunları da bertaraf eden internetten alışverişin, bu konuda konfor yaratması da bunda etkili olmuş olabilir. Cinsiyete göre dağılımda -sanılanın aksine- erkeklerin kadınlardan daha fazla alışveriş yapması da ayrıca dikkat çekicidir. E-devletin birçok kamu hizmetini vermesi de bu sitenin kullanılabilirliğini artırmıştır.

Buraya kadar anlatılan "Web 1.0" seviyesindeki gelişmelerdi. Web 1.0, internet ortamında içeriğini site sahiplerinin kurup karşısındaki internet kullanıcılarına sunduğu içerikleri ifade eden ve bir aşamayı başlıklandırmak için kullanılan durumu ifade etmektedir. 2000'li yılların başında Web 2.0 tartışmaları ortaya atılmıştır.

Web 2.0, yeni ve daha fazla eklentileri olan interneti işaret etmektedir. Yeni kuşak iletişim araçları geliştirilmiştir. Bu yeni teknolojiye, internet içerisindeki

içerikler sadece site sahiplerinin değil aynı zamanda ve anında siteye/uygulamaya giren kişi tarafından oluşturulmasını ifade etmektedir. Kısaca Web 2.0 karşılıklı etkileşim ve iletişime olanak sağlayan protokoldür. Site ara yüzüne giriş yapan kullanıcılar içerikleri bireysel ihtiyaçlarına göre doldurup paylaşım yapma imkanına erişirler. Sosyal medya olgusu da böylece ortaya atılmış oldu. Metin'e (2016: 215) göre "Sosyal medya çift taraflı -karşılıklı etkileşimli- ve eş zamanlı bilgi paylaşımını sağlayan medya sistemidir". Zaman ve mekan esnekliği bu medyada büyük önem arz eder. Bu etkileşimli iletişimi sağlayan, oldukça fazla sosyal medya aracı bulunmaktadır. Her bir araç belli bir amaç için (bilgi paylaşımı, arkadaş edinme, kendini ifade etme, para kazanma vb.) tasarlanırsa da zamanla bu araçların birbirine benzer özellikleri içerdiği görülmüştür. Sürekli güncellenerek yeni özellikler kazanan sosyal medya araçlarının, popülerliğini koruduğu ve üyelerinin ilgilerini üzerlerinde toplamayı sürekli kılmaya çalıştıkları görülmüştür.

İlk sosyal medya aracının 1979'da Tom Truscott ve Jim Ellis'in kurduğu ve içeriğini makale ve enformasyon paylaşım sitesi "Usenet" olabileceği tespit edilmiştir. 1988'de içeriğini internet link ve dosyası paylaşımı üzerine tasarlanan Internet Relay Chat (IRC) kurulur. 1997'de kurulan ve kullanıcıların daha etkin olduğu SixDegrees sosyal medya araçlarının hangi yönde gelişebileceğini ortaya koyması açısından önemlidir. Zira kullanıcılar sanal profillerini oluşturup diğer kişilerle bu profiller üzerinden görüşebiliyordu. Bu yönüyle hızlıca popülerlik kazanmış ve 2000 yılına gelindiğinde 125 milyon dolara satılmıştır. Rekabet edebilecek daha iyi sitelerin ortaya çıkmasıyla 2001'de kapatılmıştır. 1999'da LiveJournal devamlı güncellenebilen blogların olduğu, diğer kişilerin takip edilip bu kişilerle grup kurularak iletişim sağlanmasına olanak veren site olmuştur. 1999 yılında Asian Avenue, Blogger, Napster, Third Voice, Epinions, Black Planet, Msn Messenger gibi siteler de kurulmuştur (Hazar, 2011: 155).

Türkiye'de de bu siteler ilgi görmüştür. Sosyal medya Türkiye'de ilk zamanlarda daha çok "sözlükler", "bloglar" ve "forumlar" sayesinde popülerliğini artırmıştır. Sözlüklerin en belirgin özelliği kavramların ve/veya önemli görülen olayların site yazarlarınca tanımlanmasıdır. Her kavram için ayrı bir başlık açılıp ve diğer yazar tanımları da görülebilir. Kurucuları Türk olan bu siteler kısa bir sürede kullanıcıların kulaktan kulağa yaptıkları reklamlarla (viral reklam) popülerlik

kazanmışlardır. 15 Temmuz 1999 yılında kurulan Ekşi Sözlük, sözlüklerin ilki olmuştur. Daha sonra özellikle üniversite öğrencileri arasında popülerlik kazanan, İtü Sözlük (2004); Uludağ Sözlük (2006); Metu Sözlük (2009) gibi birçok sözlük kurulmuştur.

Bloglar, İngilizce “Web” (internet ağı) ve “log” (seyir defteri) kelimelerinin birleştirilmesinden oluşan “Weblog” kelimesiyle internet alemine dahil oldu. Kullanıcılarının ilk etapta “We Blog” şeklinde anlamaları nedeniyle, daha sonradan “we” kelimesi atılarak blog kavramı ortaya çıktı. Bloglar, çeşitli tartışma ortamlarını yaratabilecek ve yazın dünyasını geliştirmeye hevesli kullanıcıları etrafında topladı. Blog yazarlarına “blogger” denmeye başlandı. Bazı kullanıcılar, deneme, makale, yemek tarifi verme, topluluk kurma ve benzeri içerikleri paylaşırken bazı kullanıcılar ise blogları sanal günlük olarak kullanmışlardır. Bloggerların günlük hayatta ne yaptıklarını, ne düşündüklerini çekinmeden yazdıkları görülmektedir. Yani -sanal-günlükler gerçek kamusal alana açılmış oldu. Sosyal Medya’ya dair mahremiyet tartışmaları da böylece başlamış oldu. Yazarın tercihine göre paylaşılan içeriğe yorum yapılması engellenebiliyordu. 1999’da hizmet veren Blogger kullanım kolaylığı ve ücretsiz oluşuyla çok tercih edildi. 2003’te Google’ın Blogger’ı satın almasıyla kullanıcı sayısı arttı. Yine aynı yıl (2003) Wordpress’in de hizmet vermeye başlamasıyla rekabet ortamı oluştu. Takipçi sayısına göre bloggerlar bu işten ciddi para kazancı sağladılar. Mesleği “blogger” olan birçok kişi ortaya çıktı.

Forum siteleriyse, hemen her konuda tavsiye verme–alma, deneyim paylaşımı, çeşitli haber sitesi olabilme amacıyla kurulmuşlardır. Türkiye’de 1999’da kurulan Donanımlar, 2000’de kurulan son adı Memurlar.net olan enformasyon ve forum sitesi, 2003’te forumtr; alanında ilk olan 2002’de kurulmuş Turkhackteam; daha çok teknolojik aletlerin haber yapıldığı ve forum kısmında tartışıldığı Wmaracı (2000), Shiftdelete (2002), Webtekno (2010) vb. forum siteleri geçen zamanda kendilerini güncelleyerek popülerliklerini korumuşlardır. Bu sitelerin büyük bir kısmının, diğer sosyal medya araçlarında da (facebook, twitter, instagram vb.) kendilerine yer edinerek faaliyetlerine devam ettikleri görülür.

Tekrar dünya’daki diğer gelişmelere bakacak olursak, 2001’de sanal ansiklopedi Wikipedia, 2002’de Friendster, 2003’de iş dünyası için iş birliğini

amaçlayan ve iş bulma sitesi olarak da kullanılan LinkedIn, 2004'te profil oluşturup fotoğraf yüklemeye popülerlik kazanan, Myspace, Flickr ve Facebook kurulmuştur. Facebook, dünya üzerinde en büyük sosyal medya aracı olarak dikkat çeker. Harvard Üniversitesinde öğrenci olan Mark Zuckerberg ve arkadaşları Facebook'u, okul içi arkadaşlık sitesi olarak tasarlarlar. Zuckerberg thefacebook.com'un olduğundan daha fazlası olduğunu fark edince bunu tüm internet kullanıcılarına 2006 yılında açar. 2005'te video yükleme sitesi youtube kullanıma açıldı. Sade tasarımıyla ve kolay kullanımıyla ön plana çıkan mini blog sitesi twitter 2006'da sosyal medya dünyasına dahil olur. 2007'de hem blog hem de arkadaşlık kurma sitesi tumblr, hizmet vermeye başladı. 2009'da yer bildirim özelliğiyle Foursquare kullanıcıların tercihine sunuldu, daha sonra aynı firma Swarm'ı 2014 yılında sosyal medyaya dâhil etti. 2010'da Whatsapp akıllı telefonlardan internet sayesinde ücretsiz görüşme özelliğiyle çok ilgi gördü. Diğer özellikleri olan ses, görüntü, konum, dosya ve video gönderme; görüntülü görüşme, durum paylaşma özellikleriyle halen en yaygın kullanılan telefon uygulamasıdır. 2012'de Instagram, fazla özellikleriyle hantallaşan diğer sosyal medya araçlarının ilk kurulduklarında uyguladığı sadelik fikriyle, fotoğraf yükleme sitesi ve telefon uygulaması olarak ortaya çıktı. Özellikle gençler arasında yayıldı. Durum, video, konum ekleme gibi özellikleriyle sürekli kendini güncelleyen bir yapıya kavuştu. ITV (Instagram televizyonu) özelliğiyle de bu alana rekabet getirmiştir. Sosyal medya sahiplerinin ve üst düzey çalışanlarının edindikleri servet düşünüldüğünde (örneğin; facebook, instagramı 2014'te 19 milyar Amerikan doları karşılığında satın almıştır) ekonomik olarak büyük bir potansiyele sahiptir. Ayrıca sosyal medya yeni konfor alanları yaratmıştır. Kullanıcılarının ilgi alanlarına göre erişim, erişebilirlik, yenilik, özgürlük, anıdalık boyutlarında konfor üretmiştir.

Sosyal medya ortaya çıktı ve hemen bu yeni mecraya alışıldı. Alışılmasındaki en büyük etkenlerden biri değişen gündelik yaşamımızdır. Şehirler büyüdükçe, her şehirde üniversite açıldıkça öğrenci hareketliliği arttı. Öğrenci velileri de daha iyi koşullar için öğrenciye öğrenimi boyunca ev kiraladı. Boşanmaların artışı sonucunda parçalanmış ailelerin (ebeveynlerin boşanması, birinin kaybı gibi) artması inşaat sektörünün bu ihtiyaca cevaben ürettiği daha küçük evlere (1+1, 1+0 gibi) hapsolundu. Şehirler büyürken dar ve yalnız bir alanda yaşayan kişi sayısı da arttı. Komşuluk ilişkilerinin zayıflaması, bireyselleşmenin artması, sıcak samimi ilişkilerin

bulunamaması gibi nedenler insanlarda yalnızlık hissi uyandırdı. Önce televizyonla meşguliyet sağlandı ve fakat televizyon tek taraflı bir iletişimi sağlayabiliyordu. Sosyal medya burada bu boşluğu doldurdu. Özellikle gençler arasında oldukça talep gördü. Ailesinde bulamadıkları yakınlığı sosyal medyada aradılar. Sosyal medyanın bu kadar çok talep görmesi ve dipsiz bir kuyu gibi karanlık alanlarının olması denetim noktasında çeşitli sorunları ortaya çıkardı. Denetimsiz kalan bu mecrada kötü niyetli insanlarda suç işleyebilecekleri yeni alan buldular. Sosyal medyanın fütursuzcasına güvenilerek kullanılması birçok mağduriyeti de doğurdu. Dolandırıcılık, bu mecrada alışveriş yapanların en fazla dikkat etmesi gereken durumdur. Sosyal medya paylaşımlarına dikkat edilmelidir. Yapılan paylaşımlar dijital ortamda siz silseniz bile yedeklenmektedir (Dağıtmaç, 2015: 18). Özellikle akıllı telefonların yaygın bir şekilde kullanımı sosyal medyaya erişim noktasında büyük kolaylık sağlamıştır. Buna göre de dolandırıcılık yöntemleri geliştiren suç örgütleri ortaya çıkmıştır.

Sosyal medya yarattığı ekonomik güçle, denetimsiz kalmasıyla ve geleneksel medyanın bir devamı olarak çeşitli muhalefet alanları yaratmıştır. Bu çalışmanın merkezini oluşturan bu muhalefet alanlarının: kişisel mahremiyete; devlet pratiğine; iletişim ve sosyal ilişkilere; özgünlük ve çeşitlilik boyutlarında muhalefeti tespit edilmiştir. Bu tespit edilen boyutlar çalışmanın ikinci bölümünde detaylı incelenilecektir. Sosyal medya geleneksel medyanın devamı olduğuna göre geleneksel medyayı da ayrıca incelemekte fayda vardır.

## **2. DEMOKRASİLERDE DÖRDÜNCÜ GÜÇ OLARAK MEDYA**

Demokrasi, temelde fikri hürriyeti savunan düşünceler manzumesinin (ideolojisinin) kavramlaşmış halidir. Bir yönetim biçimidir: İktidarlara katılım noktasında her kesimden vatandaşın eşit hakkının olduğu ön kabuldür. Demokrasiyle yönetilen ülkeler, üç gücün etrafında yükseldiği düşünülür: yasama, yürütme ve yargı organları. Bu başlık altında da dördüncü güç olarak medyanın varlığı tartışılacaktır. Demokrasilerde fikri hürriyet belirli bir standarda kavuşturulamazsa iktidar sahiplerinin, totaliter, otoriter yönetim anlayışı benimsedikleri eleştirileri yapılmaya başlanır. Seçimle gelen iktidarın, bu eleştirilerin gölgesinde devam edemeyeceği düşünülür. İktidar sahipleri, mümkün mertebe her kesimin ihtiyaçlarına cevap

verebilmek için muhataplarıyla iletişime geçmek zorundadır. Bu ihtiyacın giderildiği kurumlara medya denilir. Medya, çeşitli görsel, işitsel, yazınsal araçlarda kendini var eder. Zamanla araçlarda çeşitliliğin arttığı görülmektedir. Medya'nın doğuşu moderniteyle gelmiştir. Değişen ve/veya dönüşen, yönetim anlayışlarıyla, eklektik yönetim anlayışını benimseyen 17. asrın Avrupa'sıyla yine aynı asrın İngiliz kolonisi, Amerika devletlerinde, medya ilk kez gazete olarak kendini göstermiştir. Gazete'nin etkisi, sözün sahiplerinin iktidarından çok bu sözleri ulaştırmanın kazandığı gücün anlaşılmasıyla ortaya çıktı. Sansür bu etkinin sonucudur. Sansür, düşünceyi yaymanın önüne konulan çeşitli yasaklardır. Sansür, medya denince hemen ardından akla gelen kavramlardandır. Sansürün iktidar sahiplerinden gelmesi veya kişinin/kurumların kendi kendine uyguladığı yasak: "otosansür", şeklinde görülür. Medya'nın gelişimini ve günümüze yansımalarını anlamak için kısaca medya tarihini ele almakta fayda vardır.

## 2.1. GAZETE, RADYO VE TELEVİZYONUN GELİŞİMİ

Bilgi, toplumsal değer ve tutumlar temelde iktidarı elinde bulunduran devlet adamları ve çevresi, kanaat önderleri gibi kişiler etrafında veya toplumsal bir araya gelmelerle yayılırdı. 15. yy.da yazın hayatındaki gelişmeler (matbaanın icadı ve yaygınlaşması) bir yeniliği doğurdu: kişisel fikirlerin bireylerarası bağlantıya gerek kalmadan uzun menzillere taşınıp aktarılabilceğini gösterdi. Kamu ile ilgili toplantılarda bilgi, şifahen aktarımı sürerken yazılı yayınlara (basın) dağıtım da başladı. Bu gelişmeler, okuryazar vatandaşların gazete ve dergi haberlerinden politik, iktisadi, bilimsel ve fikri gelişmeleri uzak mesafelerden de takip edebilecekleri ortamı yaratmıştır (Bilton vd., 2009: 331).

Matbaanın yaygın kullanımından önce el yazması eserler vardı. El yazması eserler yine bir başkası tarafından el yazması olarak çoğaltılıyordu. Bu durum el yazması eserlerde yazım, imla hatalarına sebep olabiliyordu. Bundan dolayı el yazması eserler yazıcıya (yani üreticiye) yönelikti. Oldukça emek ve dikkat gerektiriyordu. Matbaa sonrası eserler tüketiciye yönelik oluşturulmaya başlandı zira el yazması çoğaltmaya göre bir hayli kısa sürede ve birebir kopyalar hızla üretilebildi. Eksiklikleri ve hataları gidermek, basıma uygun hale getirmek üzere yazı işleriyle ilgili (editorial) yeni meslekler oluştu. Sadece yeni meslekler oluşmadı aynı

zamanda yazının konumunu güçlendirdi. Yazının aslı söze dayanır. Yazı kelimeyi “görsel mekana” yerleştirdi; matbaa da kelimenin mekana yerleşmesini sağlamaştırırdı: Örneğin alfabetik dizin, matbaayla basılabilen etiket ve resim gibi yeni yazımsal ve görsel teknikler gelişti (Ong, 2010: 146). Yeni teknikler, uzaklardan yazılı bilgi getiren araçları ve araçları doğurdu: medya.

Medyanın oluşumunda matbaanın icadı önemli bir yer teşkil eder. Çinlilerin matbaayı icat ettikleri bilinmektedir. Hatta Çin’de T’ang Hanedanının hükümranlığı boyunca (618-907) Ti pao isminde resmi bir gazete basılmıştır. 1438 yılında Gutenberg, Strasbourg’da modern matbaanın temellerini atmıştır. Batı’da ilk kitap yayımı 1473’te Lyon’da gerçekleşir, bundan sonra düzensiz basılı haber fasikülleri yayımları başlar (Jennaney, 1998: 24).

Batı’da basının gelişmesine ilk destek İngiltere’den gelir. İlk sansür de İngiltere’de uygulanır. Matbaa, İngiltere’de William Caxton tarafından 1476 yılında kullanıma alınmıştır. Takip eden yıllarda Kral’dan özel izinlerle yeni matbaalar kurulmuştur. Daha sonraları İngiliz hanedan sahiplerinden Tudorlar ve Stuartlar yeni matbaacılar ve yazarlara ön sansür ve yayın sonrası ağır yaptırımlar uyguladıkları bilinmektedir. Bundan dolayı Britanya basını özgürce basamadıkları kimi broşür ve kitap basımlarını Amsterdam’daki matbaalarda basmaya başlarlar. Bu yayımların en dikkat çekenini Aralık 1620’de içeriğı İngilizce haberlerden oluşan *Coranto* isimindeki yayındır. Bu içerik ilgi gördü. İngiltere’de *Coranto*’nun yerel benzeri 1641’de yayınlandı. Yayın, ilk günlük haber broşürüdür ve parlamentodaki görüşmeleri içeriyordu. 1665 yılında Oxford ve London Gazette adındaki iki gazete yayın hayatına başlar. 1670’lerde gazete terimi yaygınlaşmaya başlar. Gazetenin konumu “bir tarafta tarihçi ve diplomat, diğer tarafta, mali ve askeri kurye” diye tarif edilir. 1682’de Britanya basınına ait yirmiye yakın gazete bulunuyordu (İnceoğlu, 1995: 9). İlk sansür düzenlemesi İngiltere’de Tudorlar Meclisi tarafından 1686 yılında düzenlenmiştir. O tarihlerde haber yayınlama yetkisinin kralın tekelinde olması gerektiğı herkesin kabul ettiğı bir durumdu. Ayrıcalık kavramının doğuşu da bu meseleyle alakalıdır. Kralın bir yayın evine basım izni vermesi “ayrıcalık” olarak kabul ediliyordu (Jennaney, 1998: 29).



1700 yılında İngiltere’de siyasi parti düzenlemelerinin bir sonucunda denetim serbestisi uygulanmaya başlamıştır. İktidar’a gelmede basın rolünü kavramış olan dönemin siyasi partilerinden Toriler ve Whigler basım ruhsatı meselesinde karşılıklı güvensizlik içindeydiler. Denetim serbestisi sayesinde İngiliz basını rahatlar. Bu serbesti ilk meyvesini vermiştir. Dünyanın ve tabii olarak İngiltere’nin ilk günlük gazetesi “London Daily Courant” 11 Mart 1702’de basın hayatına dahil olur (İnceoğlu, 1995: 9).

Gazetelerin Batı’da kısa sürede yaygınlaşması basının konumunun da öneminin de anlaşılmasına neden olur. Erken sayılabilecek bir zamanda “dördüncü güç” fikri 18. Yüzyılın sonunda ünlü Fransız Devrimi düşmanı, İngiliz siyaset yazarı Edmund Burke tarafından ortaya atıldı (Jennaney, 1998:38). Burke’yi haklı çıkaracak yeni gelişmeler kısa zamanda yaşandı. Basına yeni bir araç eklendi: radyo. Radyo, yazının gücüne sözün gücünü eklemesi açısından önemli bir gelişmedir.

Radyonun icat süreci, “telsiz telgraf”tan yola çıkılarak başlamıştır. İlk olarak 1864’te İskoçyalı James Clark Maxwell, ışık dalgalarıyla birlikte elektromanyetik dalga teorisini ortaya koyar. 1887 yılında Alman mühendis Heinrich Hertz, Hertz dalgalarını bulur ve üretir. 1890 yılında Fransız Edouard Branly ilk kez, kurduğu devreyle galvanometre ve pilin birbirine bağlanmasıyla oluşan içi demir talaş dolu, iki ucu kapalı boru vasıtasıyla elektromanyetik dalga iletkenini üretir. 1894 yılında ilk anten yapılır ve yine 1894’te İtalyan Marconi Bologna’da, mors alfabesini kullanarak ilk kez uzun mesafeli (400 – 2000 metre) iletişimi başarır. 1899 yılında Marconi, Manş Denizi üzerinden telsiz telgrafla ilk mesajı gönderir, 1901’de de hertz dalgaları sayesinde Atlantik aşırı ilk başarılı bağlantı gerçekleşir. Bu bağlantıda denizin 122 metre üzerinde uçurulan devasa uçurtma, anten görevi görür. Artık telsiz telgrafla kıtalar arası iletişim (mesajla) gerçekleşmiştir. İnsan sesinin hertz dalgalarıyla taşınabilmesi fikri ortaya atılır. Amerikalı Lee Forest üç elektrotlu lambayı icat eder. Bu icat, dalgalarla kendisine ulaşan insan sesini yeniden oluşturmaya yarayan ve bu sesi duyulabilecek kadar yükselten yükselteç (amfi) işlevi görür. 1908’de insan sesiyle ilk iletişim Eiffel Kulesi ve Villejuif arasında gerçekleştirilir. Amerika’da, yine Lee Forest, Caruso’nun şarkısını New York’taki Metropolitan Opera binasından yaklaşık yirmi kilometre uzağa gönderir. Bu buluşu askerler denizlerdeki gemilerle iletişim kurmak için kullanılabileceğini düşünürler.

Bu düşünce 1889'da sergilendikten sonra 1905'te hurdaya çıkarılan Eiffel Kulesinin de yok olmasını engellemiştir çünkü kule, olabilecek en iyi antendir (Jennaney, 1998: 143-144). Böylece radyonun yükselişi başlamış oldu. Bu yükseliş ileriki yıllarda patlak verecek iki dünya savaşında da artarak devam edecekti. İkinci Dünya Savaşında yaşanan şu olay radyoların o dönemdeki etkisine çarpıcı bir örnek teşkil edebilir.

Almanya'nın Yukarı Silezya bölgesindeki Gleiwitz kasabasında Breslau Radyosu'nun Berlin'den yaptığı yayınları aktaran bir radyo istasyonu bulunmaktadır. Bu kasaba Polonya sınırına yakın sessiz sakin bir yerdir. 31 Ağustos 1939'da akşam saat 19.00'da bu istasyon iki siyah arabadan inen, altı adam tarafından basılır. Bu kişilerin üzerinde Polonya silahlı kuvvetlerine ait üniformalar bulunur. Radyo istasyonunun içersindeki çalışanları öldürdükten sonra yayın saatinin gelmesiyle beraber çeşitli hakaretler içeren Almanca ve Lehçe bildiri okurlar. Sonradan anlaşıldığı üzere Almanya'nın bu küçük sessiz sakin kasabasını basan Polonya askerleri değil Hitler'in istihbarattan sorumlu tuttuğu Heydrich'in gizli servis ajanlarıdır. Amaçları propagandadır. Ayrıca bu ajanlar yanlarında getirdikleri bir Yahudi cesedini de Polonya askeri gibi giydirip çatışma izlenimi ve Polonyalıların baskın yaptığını belirtmek için radyo istasyonunun girişine bırakırlar. Olay sırasında teknisyen anahtarları karıştırdığı için bildiri Berlin'den dinlenememiştir. Fakat savaş başlatmak için bu hadise bile yeterlidir. Berlin'de Hitler'in kabinesinde bulunan Propaganda Bakanı Goebbels "kontrolden çıkan bazı Polonyalıların" baskınını hararetle bildirir. Ertesi gün sabahın erken saatlerinde Hitler Almanya'sı Polonya'ya savaş ilan edip taarruza geçerler. İkinci Dünya Savaşı böylece başlamıştı. İkinci Dünya Savaşının patlak verdiği bu dönemde kamuoyunu radyo yayınlarının bir silah olabileceği konusunda aydınlatan entelektüel ve politik çevre oluşmuştu. Onlara göre radyo iyi kullanılırsa pek çok askeri birliğe bedel olabilirdi. Bu çevrelerden en ünlüsü Serge Tchakhotine'in 1939'da çıkan *Siyasi Propaganda Yoluyla Kitlelere Tecavüz* isimindeki kitabıdır. Alman sosyalisti olan Tchakhotine kitabını, 1933'e kadar Nazilerin kamuoyundaki yükselişini gözlemleri ve Pavlov'un köpeği ilkesine atıfta bulunan içerikten oluşturur. Aynı dönemde Gustave Le Bon *Kitlelerin Psikolojisi* adlı eserinde kitlelerin içinde bulunan bireylerden ayrıca bir kitle ruhu olduğundan bahsetmiştir. 1931 yılında Curzio Malapert'in *Hükümet Darbesi Tekniği*

adlı eseri de yine bu dönemlere tanıklık eden önemli eserlerdendir. Malapert eserinde kitle iletişim araçlarının özellikle radyo'nun denetiminden kaynaklanabileceğinin açık bir kaygı kaynağı olduğundan bahseder. Radyo'nun kamuoyları açısından etkisini örnekleyebilecek birkaç olaydan bahsederek bu dönemi daha iyi anlayabiliriz. 1931'de Japonya Çin'e savaş ilan etmişti ve belli bir bölümünü de işgal etmişti. Japonlar, Çin halkının duyabileceği yerlere yerleştirdikleri hoparlörler aracılığıyla radyo yayınları gerçekleştirdiler. Haber içerikleri direnişi kırmak içindi. Bir başka örnek yine Hitler Almanyası'ndan: Almanya'nın Avusturya'yı ilhakı (Anschluss). Naziler iktidara gelmeden, 1933'ün Ocak ayında hükümetin başında bulunan Weimar, Bavyera'daki Münih şehrine güçlü bir verici yerleştirmişti. Bu verici dağlık arazi yapısına sahip olan Avusturya'yı da kapsayabilen yayın yapabilme imkanına sahipti. Daha sonra bu verici Hitler'in Propaganda Bakanı Goebbels tarafında kullanıldı. Hitler'in meşhur *Kavgam* (Mein Kampf) adlı kitabından yola çıkarak Avusturya'nın Almanya'ya bağlanması üzerine propagandalar yapıyordu. Hitler *Kavgam*'da Avusturya için şunu söyler: "İlk gençliğimden beri, Germen kültürünün ancak Avusturya'nın yok edilmesiyle korunabileceğini duygusunu besliyordum". Avusturya tarafındaysa hükümete başbakanlık eden Dollfus bu düşünceye şiddetle karşı çıkar. Önce Viyana'da Hitler yanlısı gazeteleri yasaklatır daha sonraysa mühendisler Alman radyo yayınlarını parazitlendirmeleri için talimat verir. Münich radyo yayınlarına, Bisemberg platosundan dönemin el verdiği en yüksek kapasiteli vericiyle karşı yayınlar yaptırır. Bu uluslararası boyutta yapılan ilk *Radyolar Savaşı* olarak tarihe geçer. Nihayetinde Avusturyalı Nazi taraftarları, 25 Temmuz 1934'te bir darbe girişiminde bulunup Avusturya başbakanı Dollfus'u öldürüp ilk iş olarak radyoyu işgal ederler. Bu radyodan Avusturya'nın Almanya'ya bağlandığı anonsu geçilir. Radyo müdürünün Bisemberg'i arayarak yayını durdurmalarını emretmesi sonucu yayın durdurulur. Darbe girişimi de öğlen bastırılır. Bisemberg platosundaki verici Almanya yönünde 1938 yılına yani Hitler'in Avusturya'yı ilhakına kadar tedricen artan karşıt yayınlar yapmayı sürdürdü. Bir başka örnekse İtalya'nın Etiyopya'yı ilhakıdır. Milletler Cemiyeti kararları yok sayılarak İtalya 1935'te Etiyopya'yı ilhak eder. Milletler Cemiyeti İtalya'ya bu ilhaka karşı iktisadi ambargolar uygulamaya karar verir. İtalya'nın bu tedbirlere cevabıysa hem Roma ve Bari şehirlerinden hem de Trablus ve Etiyopya'nın başşehri

Addis-Abeda şehirlerinden Türkçe ve Arapçanın da olduğu on lisanda yayın gerçekleştirmek için oldukça geniş bir alana hakim vericiler yerleştirirler. Amaçları Fransız ve İngiliz sömürge egemenliğini zayıflatmaktır. Tunus özellikle hedef alınmaktadır. O sıralarda İtalya'nın başında bulunan Mussolini'nin emriyle vericiler Mısır ve hatta Hindistan'a kadar ulaşabiliyordu. Başka bir örnek İspanya'da yaşanmıştır. Radyo savaşları gerçekleşirken İber yarımadası bu alanda geri kalmıştı. Devlet radyosu 1934'ten sonra oldukça yavaş bir gelişme kaydeder. Aynı tarihlerde birkaç zayıf özel radyo ağı bulunmaktadır. İspanya'da 1936'da askeri darbe olur. Çalkantılı geçen iç gelişmelere birde İspanya'yı bölme amacındaki özel radyo yayınları da eklenir. Katalan Radyosu günümüzdeki özerkliğine düşkün tavrını o zamandan alır. Sendikaların, Katolik Kilisesi'nin ve bazı çıkar gruplarının da kendi radyo istasyonlarını kurdukları bilinmektedir. Ayrıca iktidardan pay almak isteyen her grup bulunduğu bölgedeki özel radyo istasyonlarını cebren elde etmeye çalışıyordu. Radyo istasyonlarındaki bu düzensizlik Franco'nun iktidara gelişiyle son bulur. İspanya o dönemde milliyetçiler ve cumhuriyetçilerin iktidar savaşlarına sahne oluyordu. Ayrıca Mağrip bölgesinde komünist propagandalar yapıyordu. Franco öncelikle Ocak 1937'de tüm İspanya'ya yayın yapabilecek kuvvetli bir verici inşa ettirir. Mağripliler içinse Fas'ın İspanya tarafından kontrol edilen Tetuan bölgesindeki istasyonundan komünizm karşıtı yayınlar yaptırır. 1938 yılında her gün Sevilla radyosundan General Queipo de Llano milliyetçi konuşmalar yapmak için görevlendirilir. Milliyetçilere karşı cumhuriyetçiler sadece Valencia'da bulunan radyo istasyonunda Arapça, Fransızca ve tabii olarak İspanyolca yayınlar yapıyorlardı (Jennaney, 1998: 168-171).

Radyo savaşları diye adlandırılabilen bu gelişmeler basının gelişmesi ve yayılması için büyük kırılma noktalarından birisiydi. Gerek ulusal gerekse uluslararası yaşanan gelişmeler İkinci Dünya Savaşının başlamasıyla çok daha ilerlemiştir. Diktatörlüklerin yükseldiği bu büyük savaşta Almanya ve Rusya'daki gelişmelere de kısaca değinmekte fayda vardır.

Hitler Almanya'sının büyük teorisyeni Goebbels radyo hakkında şunları söyler: "Radyo sayesinde, rejim her türlü isyan düşüncesini ortadan kaldırıyor" ve Hitler'in meşhur Kavgam'ından şunları naklediyor: "Savaş zamanı, sözcükler birer silahtır". Savaş zamanı Goebbels, radyoyu oldukça iyi kullanır. Öncelikle Almanya

sınırları içerisinde uygun fiyatlı radyo satışı için politika üretir. Sadece Alman vericilerinin yayınlarını alabilen radyonun üretimi ve yaygınlaştırılması konusunda üreticileri ve tüccarları teşvik eder. Bu radyolara *Volksempfänger* yani halk alıcısı adı verilir. Halk arasında bu radyolara “Goebbels’in burunları” adı verilir. Savaş başladığında, Fransa’da 5 milyon adet radyo bulunurken Almanya’da 9,5 milyon adet radyo bulunuyordu. Almanya Batı Avrupa’daki en fazla radyo’ya sahip ülkeldi. Goebbels bu dönemde Nazi militanlarını propaganda yapılırken radyo alıcılarının seslerini iyice açmaları için uyarıyordu. Propagandaların bu şekilde yayma biçimi daha önceden belirttiğimiz Japonya hoparlörlerinin Alman sürümüdür. Almanya içinde bu gelişmeler yaşanırken dışarıya yönelik 53 farklı lisanda yayın yapıyordu. Örneğin Kudüs baş müftüsü Yahudilere karşı Müslümanlara bu radyodan cihat çağrısı yapmıştır. Hiç şüphesiz o dönemdeki Berlin radyo merkezi dünyanın iyi teşkilatlandırılmış ve güçlendirilmiş radyo merkeziydi. Dünyayı beş alana bölmüşlerdi: Kuzey Amerika, Güney Amerika, Güney Asya, Uzakdoğu ve İngiliz Afrika’sı. Nazi ilhakları arttıkça ilhak edilen bölgelerdeki radyo istasyonları da Goebbels’in emrine giriyordu. Buna karşılık mağlup olan ordular vericileri çalışamaz hale getiriyorlardı. Bu durumlara özel yetiştirilen, Alman teknikerler 24 saat içinde radyo vericilerini onarıyorlardı. Belçika’nın Başkenti Brüksel; Norveç’in Başkenti Oslo; Danimarka’nın Başkenti Kopenhag; Çek Cumhuriyeti’nin Başkenti Prag; Polonya’nın Başkenti Varşova; Sırbistan’ın Başkenti Belgrad ve Yunanistan’ın Başkenti Atina düştükçe hâlihazırdaki yayınları yayınlıyorlardı. Hatta işgali mümkün olursa, İngiltere’nin Başkenti Londra için mobil verici kamyonlar tasarlanmış üretime girmeyi bekliyordu. Bütün bu gelişmelerle birlikte Goebbels, çokça yapılacak siyasi vurgulara karşı temkinliydi, onun yöntemi “siyasi olmayan siyaset” yapmaktı. Ona göre çokça yapılacak propagandalar karşı tepkilere neden olurdu. Tabi bunların haricinde Hitler’in söylevlerinin tamamının verilmesi için hiçbir sakınca görmemişti. Kuzey ve Latin Amerika’ya ulaşmak için de buralara ulaşabilecek kabiliyete sahip İtalyan vericilerinden yararlanılması fikri gündeme gelir. Ayrıca mihver devletlerin uyum içinde propaganda yapması için, İtalya’ya Goebbels tarafından özel teknik danışmanların gönderilmesi sağlandı. Mussolini İtalya’sı Hitler’in propaganda üslerinden biri haline gelmişti. Gelelim cephenin öteki tarafına: Stalin yönetimindeki Sovyetler Birliğine. Almanların bu kadar etkinliği

karşısında Sovyetler 1930'ların başına kadar etkisiz kalmıştı. Ancak hızlı hamlelerle 30'larda Alman radyolarına dönemin Reich idarecilerinin çürümüş yaşamları üzerine doğru veya değil halkı yönetime karşı harekete geçirmeyi amaçlayan yayınlar yapmaya başlarlar. Ağustos 1939 yılında Almanya ve Sovyetler Birliği arasında imzalanan antlaşma nedeniyle bu propagandalar birden bire durdu. Haziran 1941'deki Nazi işgaline kadar Stalin idaresi bu antlaşmaya uydu. İşgal gerçekleşmeye başladığında içeride ve dışarıda tedbirler uygulanmaya başlar: Stalin'in bu konudaki ilk emri, işgal bölgesindeki halkın elindeki radyoları, ölüm tehdidiyle toplamak olur. Bu emir gösteriyordu ki, halkı mücadeleye çağrı için radyoyu kullanmak riskti çünkü Almanlar da tam tersi için çaba gösterecekti. Almanların Stalingrad'da çakılması sonrası gücünü toplayan Stalin güçleri radyoyu kullanmaya karar verir. İki parlak fikirle düşmanı yıpratmayı amaçlarlar: bunlardan birincisi Japonlardan esinlendikleri şekilde radyo hoparlörlerini siper önlerine yerleştirmektir; ikincisiyse direkt Almanya'yı hedef alıyordu, radyoda her gün esir alınanların isimleri radyo yayınıyla Almanca olarak okunuyordu. Asker yakınları Almanca yapılan bu düşman yayınlarını mecburen dinliyorlardı (Jennaney, 1998: 172-174).

Türkiye'nin ilk radyo tecrübesi tıpkı diğer ülkelerdeki tecrübeler gibi acemiler tarafından gerçekleştirilmiştir. Acemi radyo meraklıları ellerindeki kısıtlı imkanlarla ürettikleri radyo alıcılarıyla diğer ülkelerin yayınlarını dinleyip kendi yayın denemelerini yaptıkları bilinmektedir. Bunlardan en bilineni 1921'de Muallim Mektebi'nde icra edilen musiki konserinin İstanbul Üniversite'sinde radyo alıcısıyla dinletilmesi gösterilebilir. Radyo Türkiye'ye resmen 1925'te girmiştir. O tarihlerde radyo *telsiz telefon* adıyla biliniyordu. Türk Kurtuluş Savaşı'nın sonuçlarından biri de kitle iletişiminin ne kadar önemli olduğuydu. Hemen çalışmalar başlatıldı. Ankara ve İstanbul'a telsiz telefon istasyonları kuruldu. Türk posta teşkilatı olan PTT (Posta, Telgraf ve Telefon) 1927'de hizmete aldıkları telgraf vericilerine ihtiyaç halinde radyo yayını yapabilecek tesisatı eklemişlerdir. 1926'da meclisten çıkan bir kanunla büyük bir adım atılmıştır: Telsiz Telefon Türk Anonim Şirketi (TTTAŞ) adında özel bir şirket kurulur. Şirketin beş ortağı bir araya getirilir. En büyük hisse (%40'ı) İş Bankası'nın olur, ikinci büyük hisse (%30'u) Anadolu Ajansının olur. Diğer hissedarlarsa o dönemin en tecrübeli gazetecileri olan Falih Rıfkı Atay, Cemal Hüsnü

Taray ve Sedat Nuri İleri arasında eşit miktarda (%10'ar) dağıtılır. Bu şirket 10 sene boyunca radyo yayını ayrıcalığını elde etmiştir. TTTAŞ, Mart 1927'de tecrübe yayınlarını İstanbul'da yaptıktan sonra aynı yılın Mayıs ayında düzenli radyo yayınlarını ülke genelinde başlatmışlardır. İlk yayınlar İstanbul Sirkeci'de bulunan Büyük Postane binasında yapılır. Böylece ABD ve İngiltere'den yalnızca 5 sene gibi bir farkla (gecikmeyle) düzenli yayınlar başlamış oluyordu. Düzenli yayınların içeriğindeyse haber ve müziklerden oluşuyordu. Bu içeriklerin hazırlanması için gereken mali kaynağa radyo sahiplerinin ödediği senelik *ruhsat bedeli* ve radyoyu ilk alışıta ödenen *damga resmi* denilen bir çeşit vergiden oluşuyordu. Ancak bu gelirler bir süre sonra giderleri karşılayamaz hale gelince yayınlarına kısa aralıklar vermek zorunda kalırlar. 1936'ya değin devlet desteğiyle yayınlar aralıklarla da olsa devam ettirilir. Radyoya olan ilgiyi arttırmak için *Telsiz* adında bir de dergi çıkarılır. Eğitici yayınlar konulur örneğin: *Dişinin Saati*, *Arıcılık saati*, *Tayyareci Konuşuyor*, *Çocuklara Öğütler* gibi. Diğer ilgi çekici yayınlar arasında futbol maçlarının canlı yayını verilmesi gibi yayınlar da yapılır. Ne var ki, istenilen düzeyde gelir elde edilememiş şirket hemen her sene zarar etmiştir. 1933'de Markoni firmasıyla daha güçlü radyo verici istasyonu ve stüdyo için antlaşmalar yapan dönemin iktidarı, 1936'da TTTAŞ'nin ayrıcalık süresi dolunca radyo yayınlarının devletleştirme süreci başlatılır. Devletleştirme sürecinde yayınlar PTT tarafından yapılması kararlaştırılır. 1937'de ruhsatsız radyo dinlenmesine cezalar getirilir. Denetimler sıklaştırılır. Tespitlere göre 1936'da 10 bine yakın olan radyo sayısı 1939'da 50 bin civarına ulaşmıştır. 1940'a kadar PTT haber, kültür, sanat, spor, eğitim merkezli yayınlar yapılmıştır. Bunlara örnek olarak köylü ve işçi, kadın ve ev hayatı, dinleyici mektuplarından oluşturulan radyo programları gibi radyo programları yayınlarını sürdürmüştür. 1940 senesinde İkinci Dünya Savaşı sürecinde yaşanan propaganda savaşlarında radyonun daha etkin kullanımı için yeni düzenlemeler yapılmıştır. Matbuat Umum Müdürlüğü kurularak radyo yayınları aynı içeriklerde ve bu müdürlük gözetiminde yapılır. 1950'de iktidara gelen Demokrat Parti ve muhalefet parti konumuna düşen Cumhuriyet Halk Partisi arasında iktidar-muhalefet gerilimi yaşanır. Bu senelerde radyonun propaganda aracı olması nedeniyle durumu tartışma konusu olmuştur. Bu gerilim ortamı radyonun ön plana çıkmasını sağlamıştır. 1964'te Türkiye'de 2 milyon civarında radyo bulunuyordu. Ne var ki, bu gelişmeler

Türkiye'yle aynı gelişim aşaması gösteren diğer ülkelerle kıyaslandığında gelişimin yavaş olduğu görülür. Bu durumun başlıca nedenleri arasında o dönem radyoların satış fiyatlarının orta dereceli bir memur maaşı kadar olması ve radyo vericilerinin kapsama alanının nüfusun yarısına yayın yapabilecek kapasitede olması gösterilebilir (MEB, 2011: 14-16).

**Tablo 2. Bazı ülkelerde her bin kişiye düşen radyo sayısı**

ÜLKENİN ADI	1950	1954	1960
ABD	560	769	941
İngiltere	244	-	289
Bulgaristan	31	-	182
Yunanistan	22	49	-
Meksika	73	-	95
Mısır	13	29	58
Suriye	15	-	57
TÜRKİYE	17	41	49
İran	11	-	45

Kaynak: Radyo, Televizyon Tarihi, 2011: 16.

Radyo yayın kalitesi ve kapsamını arttırmak adına 1964 yılında Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu (TRT) kurulmuştur. Radyo yayınlarının TRT'ye devredilmesiyle yurdun dört bir tarafına kapsama gücü yüksek radyo vericileri inşa edilmiştir. Radyo yayın kalitesine önem verilmiştir. İlk kez tam gün yayınlar başlamıştır. Yurt dışı yayın kapsamında 1964'de *Kıbrıs'ın Sesi* radyosu kurulmuştur. Yayın içeriklerinde genellikle kültürel, eğitimsel ve enformasyon odak noktasını teşkil etmiştir. Bahsi geçen programlardan bazıları şöyledir: Bir portre, Kitap Saati, Uyanan Afrika, Türk Romanında Köy, Hayata Bakış, Tarla Dönüşü, Gençlik Saati, Hangi Mesleği Seçelim, Evlilik vb. programlarla mümkün mertebe tüm dinleyici kitlesine hitap edilmeye çalışılmıştır. Bu programlar 1974'de konularına göre TRT 1, TRT 2 ve TRT 3 olarak üç farklı kanalda dinleyicilerle buluşmuştur. *Arkası Yarın* ve *Radyo Tiyatrosu* vb. radyoda sesli tiyatro programları zamanında oldukça dinleyici kitlesi edinmiştir. 1975 yılında Arapça, Almanca, Bulgarca, Farsça, Hırvatça, Sırpça, İngilizce ve Yunanca yayınlar yapılmıştır. 1982'de yayın ağı genişletilerek, Avrupa, Amerika, Balkanlar, Ortadoğu, Kuzey Afrika ve Uzakdoğu'ya kadar genişletilmiştir. Bu bölgelere 15 farklı dilde yayın yapılmıştır. Günümüzde TRT, 24 farklı dilde



yayın yapmaktadır. Türkiye’de özel radyo girişimleri ise ancak 1990’lı yıllarda başlamıştır. 1992’de kurulan *Kent Fm* ilk özel radyo olmuştur. Daha sonra bu radyoları ulusal ve yerel radyolar izlemiştir (MEB, 2011: 17-19).

Medyanın, Dünya ve Türkiye’ye dair bu gelişmeleri, ilerleyen tarihlerde yapılan teknik gelişmelerle daha da genişledi. Yazının gücü, sesin gücü derken birde görüntünün gücü de bunlara eklendi: televizyon. Televizyon, hem sesi hem de görüntüyü aynı anda verebilmesi, argümanların inandırıcılığını artırması ve kendine çekici özelliği nedeniyle etkili bir araçtır.

Radyo’nun icadı gibi televizyonun icadı da birçok teknik gelişmeler sonucunda gerçekleşebildi. İnsanların uzaklara resim gönderebilmek hayali ilk olarak 1856’da İtalyan Caselli’nin icadı olan Pantelegraf sayesinde gerçekleşti. Pantelegraf Fransız posta teşkilatı tarafından küçük çizgi resimleri ve kısa el yazılarını iletme amacıyla kullanıldığı biliniyor. Faks makinesinin atası sayılabilecek belinograf gönderilecek iletiyi noktalar şeklinde küçük resim olarak gönderebilmek için tasarlanmıştı. Televizyonun doğuşu, elektrik enerjisinin ışık enerjisine dönüştürmeyi amaçlayan *fotoelektriğin* icadıyla ortaya çıkar. Bunu sağlayabilmek için elektronik taramayla yani ışıklı satırlarla üretmek gerekmekteydi ve bu satırlarda görüntünün oluşmasını sağlamaktı. Satır sayısı artarsa maliyette de artış oluyordu ve fakat görüntü kalitesi de hayli artıyordu. Farklı üretimler ortaya çıkmıştı. Ülkeler arası bir standart belirlemek de o dönem için zordu. Üretilen televizyonların sürekli gelişmişinin üretilmesi satın alanları televizyon almak konusunda çekimser davranmasına neden olabilecekti. Medya konusunda ilklerin ülkesi olan İngiltere bu konuda da ilki gerçekleştirir. 2 Kasım 1936 tarihinden başlayarak ilk kez British Broadcasting Corporation (BBC) adında Kraliyet ayrıcalığına sahip ve devlet sermayesi desteğiyle kurulan şirket, halka hitap eden yayınlar gerçekleştirir. Yayınlar Londra’da bulunan Alexandra Palace stüdyosundan 405 satıra işlenen görüntülerle gerçekleşir. Londra ve çevresine haftada 24 saat olabilecek şekilde yayınlar verilmeye başlanır. Bu yayınlarla televizyon, halk arasında hızla yayılır. 1939 yılına gelindiğinde Londra ve çevresinde 20.000’e yakın televizyon bulunduğu bilinmektedir. İlk dış çekimde Londra’da gerçekleştirilir. İngiltere de halk kral VI. George’a taç giydirme törenini televizyondan seyretti. İkinci Dünya Savaşı’nın başlama tarihi olan 1 Eylül 1939’da yayınlar birden kesildi. Amerika Birleşik

Devletlerindeyse basın ağırlıklı olarak müteşebbislerin egemenliğindeydi. Üreticiler özgün çözüm bulmaktaydılar. RCA şirketinin Empire State Binasına 1931’de yerleştirdiği vericiyle diğer şirketlerin önüne geçer. Amerika da Pearl Harbor baskınından sonra savaşa girdiği Aralık 1941 tarihlerinde halkta 5.000’e yakın televizyon bulunuyordu. İkinci Dünya Savaşı sonuçlarından biri de savaştan daha az etkilenen Amerika’nın İngiltere’yi teknik açıdan geçmeye başlamasıdır. Amerika’da 1945 yılına gelindiğinde altı adet televizyon istasyonu bulunuyordu. Yine Amerika’da hanelerdeki televizyon adedi 10.000’e kadar çıkmıştı; 1947’de 30.000; 1950 yılında 4 milyona ulaşmış; 1952’de 15 milyona ve 1961’deyse 35 milyona yakın televizyon bulunmaktaydı. Özel girişimleri ayakta tutansa reklam gelirleri olur. Televizyona reklam vermek için 10 milyon Amerikan Dolarından az bir harcama yapıldığı görülürken bu meblağ 1960’ta 1,5 milyar Amerikan Dolarına kadar çıktığı görülür. Yazılı basına göre gösterdiği gelişim hayli dikkat çekicidir. Buna karşılık İngiltere’de televizyon yayınları Haziran 1946’da tekrar başlayabilmiştir. BBC 405 satır üzerinden halk yayını gerçekleştirir. Amerika’ya göre yavaşlayan İngiltere diğer Avrupa devletleriyle kıyaslandığında öndeydi. İngiltere’de 1948 yılına gelindiğinde 45.000; 1949’da 250.000; 1952’de 1,5 milyon; 1957’de 7 milyona; 1962’ye gelindiğindeyse 11,8 milyona ulaşmıştır. Televizyon yükselişini nasıl artıracakını öğrenmişti. Uzaklardan önemli anlara tanık etmek isteyenler için merak uyandıran gelişmeler yayınların temel odak merkeziydi. İngiltere Kralı VI. George tahta çıkışından 16 yıl sonra yani 1952 yılında cenaze töreni halk tarafından yoğun ilgiyle izlenmişti. Kraliyet ailesinin halkça tutulması 2 Haziran 1953’te Kraliçe II. Elizabeth’in görkemli taç takma merasiminde de televizyon ekranında izlenmesinde kendini gösterir: ilk defa televizyon izleyici sayısı radyo dileyici sayısını aşmıştır. İngiltere’de bu gelişmelerden sonra 1954’te ikinci kanal IBA (Independent Broadcasting Authority) kurulur. Savaş sonrası Almanya’nın geride kalacağı tahminleri işgal otoritelerinin demokratikleşmede itici güç olarak televizyonu görmesi nedeniyle yanlış çıkar. Almanya’da savaş sonrası ilk yayın 1950’de İngiliz bölgesi sayılan Hamburg’tan verilir. 1951’de Berlin ve hemen bir yıl sonunda da Köln’de televizyon yayınlarına başlanır. Bu gelişmeler sonrasında hızlı bir televizyon yayın gelişmesi yaşanır. 1957 yılında Federal Almanya Cumhuriyeti’nde 1,2 milyon televizyon evlerde yerini alırken bu sayı 1960’ta 4,6 milyona yaklaşır.

Savaş sonrası Fransa'da İngiltere ve Almanya'nın gerisinden geldiği görülür. Fransa'da 1947 yılında haftada 12 saatlik yayın yapılabiliyordu. 1949 yılında haftada üç gün, sonraları günde bir defa ve günde iki defa olabilecek sıklıkta haber bültenleri yayın hayatına sokuldu. Düzenli yayınlar konusunda diğer Avrupa ülkelerine bakıldığında 1951 yılında Hollanda; 1953 yılında Belçika ve Danimarka; 1955 yılında Lüksemburg ve Avusturya; 1958 yılında Yugoslavya; Finlandiya ve Norveç'te 1960 yılında başlar. Savaşın diğer tarafında, Doğu bloğu olarak da adlandırılan ülkelerde vericiler özelinde önemli gelişmeler kaydedilir. Yayınlar sıkı denetimlere tabi tutulduğu için televizyon yayınları kalabalık kitleler halinde, izleme kültürü gelişir. Özellikle Sovyet Rusya'ya bakıldığında Moskova'da 1948'de; 1950'de Leningrad'da ve Kiev'de 1952 yıllarında sürekli televizyon yayınları başlar (Jennaney, 1998: 261-266).

Türkiye'nin ilk televizyon tecrübesi, İstanbul Teknik Üniversitesi Taşkışla binasında 1952 yılında başlamıştır. İlk yayın Kore Savaşıyla alakalı film gösterilmiştir. İlk canlı yayınsa aynı yıl meşhur gazeteci Burhan Felek'in gündeme dair konuşması olmuştur. Bu ilklerin ardından 15 günde bir kez saat 17.00-18.00 arasında düzenli olarak yayınlara başlanmıştır. Tiyatro, klasik Batı müziği, halk müziği konserleri, kültür, sanat, sağlık ve çocuk programları bu yayınların içeriğini oluşturmuştur. 1968'de televizyon yayınları TRT'ye devredilmiştir. TRT'ye devir sonrası verici kuvvetlendirme çalışması yapılmış yayınların tüm yurda yayılması sağlanmıştır. TRT radyoculuktan edindiği tecrübeyle televizyonu kültür, eğitim ve enformasyon aracı olarak kullanmıştır. İlk olmanın verdiği ciddiyetle ve reyting kaygısı taşımaksızın kaliteli programlar yayınlanmaya gayret edilmiştir. 1970'lerde Halit Refiğ, Metin Erksan ve Lütfi Akad vb. film yönetmenlerine televizyon dizileri çektirilmiştir. Bunların yanı sıra 1974 Kıbrıs Barış Harekâtı çatışma bölgelerinden naklen yayın yapılmıştır. Bu gelişmeler Türkiye'de televizyona olan ilgiyi arttırmıştır. Haftada 5 gün olan yayınlar tüm haftaya yayılmış yayın süresi 45 saati aşmıştır. 1980'de TRT renkli yayını ilk kez Türkiye'de yayınlamıştır. 12 Eylül 1980 askeri darbesi sonrası Turgut Özal'la başlayan birçok alandaki gelişim televizyonda da kendini göstermiştir. 1986'da TRT 2, 1989 yılındaysa TRT 3 ve TRT GAP'la üç yeni kanal yayına başlamıştır. 1990'da ilk özel kanal Star 1 (Star Tv) yayın hayatına

girmiş ve böylece rekabet alanı doğmuştur. Daha sonra ki yıllarda birçok yerel ve ulusal kanal yayın hayatına girmiştir (MEB, 2011: 34-36).

Savaşın yıkıcı etkileri olduğu kadar, insanlığın teknik anlamda gelişmesinde de itici bir güç olduğu görülmektedir. Medyanın günümüze kadar olan gelişmesini sağlayan itici güçte, büyük savaşlar öncesinde, esnasında ve sonrasındaki gelişmelerin önemli bir yer teşkil ettiği görülür. İnsanların haber alma ve bilme isteğinin de bunda hiç kuşkusuz etkisi vardır.

Bir kocanın sadakatsizliğinden şüphelendiği eşini öldürmesinden, Suriye’de yaşanan iç savaşın genişlemesi sonucu binlerce insanın ölmesini öğrenmek insanlarda üzüntüye sebep verse de yaşam döngüsünde neler olup bittiğini bilmek insanlara güven hissi verir, onları topluma ve yaşam döngüsüne yaklaştırır, faaliyetlerini arttırır. Medya, 1929’da dünyayı kasıp kavuran büyük ekonomik buhranı gazetelerden öğrenenler, yine 1944’te Normandiya Çıkarması’nı gazete manşetlerinden takip edenler; radyo sayesinde 1969’da insanlığın Ay’a ilk kez ayak bastığına tanık olanlar; 1992’de ABD’nin Irak’a açtığı Körfez Savaşı’nı televizyonda canlı yayımla tanık olan insanlarda olağandışı düşünsel ve hissi tecrübeler yaşatmıştır (Cereci ve Özdemir, 2015: 4).

Günümüz medya şirketleri ve/veya holdingleri, halk yararını gözetmediklerinden dolayı veya amme mesuliyetiyle kendilerine çerçeve çizmeye gereksinim duymadıkları için alıcı-satıcı, arz-taleplerine göre alıcıların seçkin isteklerini arttırmak üzerine yayın yaparlar. Rekabete dayalı anlayışla yinelenen yeni medya şirketlerinin amacı, artık ürünlerini olası en kapsayıcı tüketici kitlesine sunmaktır. Bu anlayış artan yayılcı politikalarla ilerler. Ulus Devlet sınırları ve yasaklarının ortadan kaldırılması gerekir. Bu engeller ticari örgütlenmeler açısından akıldışı sınırlamalardır. Bu ticari örgütlenmeler milli kültürden ve milli simgelerden ayrılmakta, milletlerarası tüketici kültürünü “evrensel” prensipler zemininde tekrar hazırlamaktadır. Televizyon programlarının ithalatı, serbestçe yayınlanmaları yeni düzenin en önemli amacıdır. Bu amaç doğrultusunda “küresel programlar ve küresel piyasalar” yaratmaya çalışılır. Bu ideali gerçekleştiren küresel şirketlerin iktidarı görülmektedir. Çünkü yeni medya sistemi, küresel bir sistem haline dönüşmeye başlamıştır (Morley ve Robins, 1997: 30).

## 2.2. MEDYANIN MUHALEFET ROLÜ

Medyanın muhalefet rolünü incelerken kitle iletişim tartışmalarının ele alınması gerekmektedir. Kitle iletişiminden kastedilen, medyanın ürettiği iletilerin görece geniş bir takipçi niceliğine ulaştığı ön kabulünden ileri gelir. Kitle iletişimi, medya araçlarıyla gerçekleştirilen her türlü yayını kapsar. Konvansiyonel medyada “kitle”den dönüt alınamaması nedeniyle iletişimin tek yönlü bir şekilde gerçekleştiğini bu yüzden de kimi tartışma konularının kavramın kendisiyle birlikte geldiği görülür. Tartışmanın bağlamı “kitlenin” her kesimden insanı tek sayıp, onları sayılarla ifade etmek ve “iletişimin” tek yönlü olamayacağı, bunun olsa olsa kitle iletimi şeklinde tanımlanması gerekliliğidir. Ne var ki kullanıcı tercihleri, kamuoyu araştırmaları gibi bilgi ajanları günümüzde bu tartışma alanının sınırlarını belirsizleştirmektedir.

John B. Thompson’a göre kitle iletişimi en kapsayıcı haliyle, sembolik metaların, genele yayılan haberleşme temini ve saklanması sayesinde kurumsallaşan üretim iletimi olarak tanımlayabiliriz. Yine Thompson’a göre kitle iletişiminin dört karakteristik özelliği vardır: Bunlardan birincisi sembolik metaların kurumsallaşmış üretim ve yayımı, ikincisi sembolik metaların üretimi ve alımlama arasındaki temel bir kopuşu kurumsallaştırması, üçüncüsü sembolik metaların zaman ve mekan olarak elde edilebilirliğinin genişletilmesi ve dördüncüsü sembolik malların kamusal dolaşımıdır. Bu dört karakteristik özelliği incelersek birincisinde kastedilen, sembolik metaların ürün haline getirilip bunların oldukça çok üretimi, depolanması ve kitlelere yayılımı söz konusudur. İkincisinde anlatılmak istenen, sembolik metaların fiziksel olarak orada bulunmayanlar için yeniden üretilmesi ve iletilmesidir. Bu ürünlerin hazırlanması belirsizliğe karşı gelme ihtiyacını karşılar. Ürün hakkında, dönüt almadan satılabilir hale getirilmesi için kurumsallaşma gereklidir. Üçüncüsünde sembolik biçimlerin gelişen teknolojik araçlar vasıtasıyla saklanabilip, uzam zaman uzaklaşmasının en yüksek mesafelere çıkabilir olması açıklanır. Artık ürün yerel olmaktan çıkar. Son özellik, sembolik ürünlerin kamusal alanda dolaşıma sokularak kamuoyu oluşturma gücünün varlığıdır. Bu durum doğal olarak yöneticiler tarafından denetlenmeyi ortaya çıkarır (Thompson, 2010: 219). Medya’nın oluşturduğu ürünlerin kamuoyuna aktarılması süreci böyle işler. Bu süreç bu haliyle basit gibi durabilir ancak insani ilişkiler, çıkar çatışmaları ve yabancılaşma

bağlamlarında bakıldığında bu süreç birden karmaşık bir hal alır. Bu karmaşık sürecin işleyişine dair ilk eleştiriler Frankfurt Okulu'ndan gelir.

Frankfurt Okulu, 1923'te Almanya'nın Frankfurt şehrinde Felix Weil adındaki işadınının finansal desteğiyle kurulmuştur. Okul, Almanya'nın 1920'lerin akademik dünyasının genel yönelişinin aksine özgür Marksist araştırma temelini ortaya koymak için bir araya gelen akademisyenler etrafında gelişmiştir. Bu akademisyenler sosyoloji, siyaset bilimi, medya, sanat ve etik gibi alanlarda eserler verirler. Max Horkheimer, Theodor Adorno, Leo Lowenthal, Herbert Marcuse ve Walter Benjamin okula mensup adı öne çıkan akademisyenlerdir. Bahsi geçen isimler, Almanya'da Hitler'in 1933 yılında iktidara gelişiyle, baskı ve şiddet endişesiyle ABD'ye göç ettiler. Okul mensupları 1934'te Columbia Üniversitesi (New York) yakınında bulunan West 117. Cadde'de yeniden bir araya gelirler. Burada Almanca eserler vermeye devam etmişlerdir. 1949 yılında Batı Almanya'ya dönerler. Okul mensuplarının görüşleri ilk zamanlarda Marksizm'e ve onun öğretilerine sıkı sıkıya bağlı kalmışlardır. Özellikle 'kültürel üstyapı' kavramının üzerinde durmuşlardır. Çünkü bu kavrama göre her türlü insanın belirleyicisi olan iktisadi görüştü, bu görüş üzerinden üretim ilişkileri ve üretim tarzı belirleniyordu. Bu belirlenim onların nihai çalışma alanını ilgilendiriyordu: kültürel yaşam. Bu kültürel yaşam incelemelerini manevi boyutundan ziyade maddesel boyutu üzerinde dururlar. Kültürel üretimin toplumda rıza üretme işlevinin olduğu vurgusunda bulunurlar. Onlara göre kitleler üzerinde rıza üretildikçe kapitalizmin asıl çıkar grubu burjuvazinin kazançlarının yükselmesi sürecekti. Burjuvazinin toplumda rıza üreten bu hamlesini bir "endüstri" olarak görüyorlardı (İnglis, 2010: 221-222).

Adorno'ya göre bu kavram ilk kez Horkheimer ile beraber Amsterdam'dayken 1947'de yazdıkları "Aydınlanmanın Diyalektiği" isimli kitapta kullanılmıştır. Kitabı yazmadan önce bu kavramın yerine "kitle kültürü" kavramını kullanırlar. Daha sonradan bu kavramı savunacakların, kültürün kitleden doğan bir kültür olmadığını daha en başta belirtmek için değiştirip "Kültür Endüstrisi" derler. Onlara göre kültür endüstrisi "popüler sanatın çağdaş biçimi" değildir. Kültür endüstrisi eskiyi bilinenle karıştırıp başkalaştırır. Kitle endüstrisi, kitlelerce tüketilecek ürünleri belirli bir plan dâhilinde üretir. Bu endüstrinin her alt basamağı birbirlerine benzeşirler veya iyi uydurulmuştur. Bu öyle bir uyumdur ki, bu düzen

mükemmele yakın bir biçimde işler. Bunda teknolojik gelişmelerin, iktisadi yapının ve gücü bir yerde toplamış yönetsel erkin imkanları da hiç kuşkusuz etkilidir. Kültür endüstrisi kasten tüketicileri bütünleştirir. Böylece kültür endüstrisine göre insanlar öncelik hanesinde ikincil konuma düşerler. Kitle artık hesaplanan kitaplanan nesnedir. Tüketenler, kültür endüstrisinin vaat ettiği gibi “kral” olamazlar çünkü kültür endüstrisinin süjesi değil objesidir. Kültür endüstrisine göre tasarlanan “kitle iletişim araçları” kavramı da zararı belirsizleştirir. Olup biten de hem “kitleler” hem de “iletişim teknikleri” önemli değildir, önem verilen şişirilmiş ruhlara seslenen efendilerinin sesinden başkası değildir. Adorno’ya göre “...[K]itleler, kültür endüstrisinin ölçüsü değil, ideolojisidir.” (Adorno, 2010: 240-241).

Kitle endüstrisinin sunduğu doyum, esasen hisleri yoksullaştırır. Kitle iletişim araçlarının şartlandırıcı simge ve eserleri, onları izleyenleri pasif kullanıcılar olmalarına kasteder. Gerek üretkenler gerekse eserin özerkliğini pazarın şartları belirler. Tüketmek amacıyla üretmek ve karlılık, sistemin ayakta kalması için zorunluluktur. Bu da üretimdeki ahlaki kaygıyı bitirir. İzleyiciler önsel yetenekleriyle olan bağı kaybederler ve kendilerini ifade etme biçimlerini buna göre şekillendirirler; çalışırken ve evlerindeki birey olma hallerine o kadar tecavüz edilmiştir ki, aklın özgürlüğünden söz etmek güçleşir. Adorno ve Horkheimer’in incelediği kültür endüstrisi sorunsalı, 1920’lerde hızla yükselişe geçen faşizmle beraber kamu ve özel teşebbüsün teknolojinin gelişimiyle kamuya açık ve özel hayatlarımız üzerine denetlemelerini çoğaltmak üzere anlaşabileceklerini üzerinde durur. Aklın, yaratıcılığının ve kritik etme potansiyelinin kapitalist amaçlar uğruna baskı altında tutulduğunu belirtirler. Herbert Marcuse ise bu sorunsalı, kapitalist siyasi baskı araçlarının halkın sosyal örgütlenmelerine hâkimiyet kurmakla birlikte teknolojik araçlarının şekil ve muhtevasının ne denli ortaya çıkarılıp geliştirildiği üzerine eserler vererek katkı sağlar (Zipser, 2010: 229). Marcuse’a göre kitle iletişim araçları sosyalizasyon sürecinde ailenin ilk öğretici konumunu sarsmıştır. Bunun sonucunda bireyselliğin yıkılışı ve bilinçle insiyakın, kitle iletişim araçları tarafından manipüle edilmiştir. Marcuse’a göre bilinçteki çöküş, haberleşmenin denetlenmesi, kişilerin ‘kitle iletişim’ tarafından yutulması, dahası “endüstrinin” bilgiyi yönetmesi ve sınırlandırılması söz konusudur. Ona göre kişi gerçekte nelerin döndüğünden habersizdir. Giderek kuvvetlenen eğitimsel ve eğlencesel makineler, kişinin, yararlı

olmadığı dikte edilen düşünceleri dışlamasına neden olan, uyuşma halindeki diğer bireylere katılması sağlanır. Herbert Marcuse'un çalışmalarında ve en bilinen *Tek Boyutlu İnsan* adlı eserinde vurgusunu yaptığı "kültür endüstrisinin etkileri" 1960'ların "Yeni Sol" hareketini oldukça etkiler. Bu hareket ve diğer ilgililer daha sonra buna "manipülatif medya kuramı" adını verirler. "Tek Boyutlu İnsan" adlı eserinde Marcuse, tecimsel televizyon ve radyonun "ileri endüstri toplumunda" ferdiyetin yıkılışına ve özgünlükle muhalefetin yasaklarına dair tespitlerini dile getirir. Ona göre ilerlemiş kapitalizmde medya, yeniden üretimin gereği olan suni ihtiyaçları ve "tek boyutlu" düşünceyle tutumları oluşturan "yeni toplumsal denetim biçimlerinde" önemli bir rolü vardır. Bu düşünceleri okulun son zamanlarında ileri gelenlerinden Jürgen Habermas'ı da etkiler (Kellner, 2010: 238).

Jürgen Habermas'ın özellikle üzerinde durduğu alan manipüle edilen iletişim ilişkileri olmuştur. Habermas'a göre bürokrasi ve/veya demokratikleşmeyen kapitalist kurumlar aracılığıyla kitle yetersizleştirilir. Bunlar iletişimde çarpıtmalarla gerçekleşir. Kaçınılmaz olan çarpıtmaları (yetersiz bilgi verme vb.) dışarıda bırakarak kasten yapılan çarpıtmalara işaret eder. Bu çarpıtmalar "tüketim ideolojilerinin" gelir adaletsizliğinin derinliğini hissettirmemek için kullanılır. Yetkinleşen iktidar çevreleri "kamusal cehaletin manipülasyonu" ve halkın çoğunluğuna dayatılan etnik, cinsel ve dinsel türleştirmeler yanıltıcı, manipülatif iletişimi yeniden üretir. Bunlar politik itibarsızlaştırmalara ve güçsüzleştirme amacıyla kullanılır. Habermas eleştirel kuramının politik çözümlemesinde: 1) erkini yayarken kendi meşruluğunu sağlamlaştırmak ve devamlılığını sağlamak; 2) iktisadi, etnik veya cinsiyet tanımlamalarını yaptığı belirli toplulukların yaşayışlarına tesir eden (Forester, 2010: 286) hüküm verme sürecinde onları sistemli olarak saf dışı etmek; 3) bilimsel ve teknolojik gelişmelerin, uzmanların ve profesyonellerin vasıtasıyla politik problemlerin çözülebileceği vaadiyle politik ve etik illüzyona teşvik etmek; 4) mevcut sistemi sorgulayabilecek her türlü örgütlenmeyi sınırlamaktır sonuçlarına varır. Habermas bu çözümlemesini sadece bireyler arasında gerçekleşen bir manipülasyon olarak görmez. Büyük resmi değerlendirerek "ileri kapitalist toplumlardaki" toplumsal ve iktisadi-politik yapıda olageleni çözümlenmiştir. "İleri kapitalist toplum" yaşamında bu çözümlemenin sonuçları itibariyle vatandaşlar içinde buldukları her türlü geleneksele (siyasi, ekonomik,



kültürel) bigane kaldıklarına ve çözüm imkanlarından habersizce yaşadıklarına dikkat çeker. Ona göre vatandaşlar adalet, asayiş, sağlık, eğitim gibi hizmetlerin, siyasi olduğuna ve de basit olamayacak kadar zor olduğuna ikna edilmişlerdir. Çözüm olarak Habermas: bireysel suskunluğun çözüm olamayacağı veya bir siyasi parti geleneğinin tek başına demokratikleşemeyeceğini; geniş katılımlı, ortaklaşa yapılacak bir eleştiriler sürecinden doğacak kabullerin gerekliliğini vurgular (Forester, 2010: 287).

Sistemli bir şekilde çarpıtılan iletişimin çözümlenebilmesi için Habermas, “Evrensel Edimbilim Kuramını” ortaya atar. Çarpıtılmış iletişimi çarpıtılmamış olandan ayırt edebilmek için -normal bir iletişim için- gerekli olan bir “modele” ihtiyaç vardır. Habermas’ın modelindeyse olmazsa olmaz, nesnel, dört geçerliğin olması gerekir: birincisi, konuşanın anlaşılabilir ifadeler seçmesi gerekir; ikincisi konuşan kişi doğru bir önermeyi nakletme niyeti olması gerekir; üçüncüsü, konuşanın güvenilir olması gerekir; sonuncu olarak konuşan öylesine yerinde sözcükler yeğlemeli ki, dinleyici onaylayıp uzlaşma sağlanabilsin. Bu şartlar sağlandığında iletişime geçenler arasında bakışım (simetri) meydana gelir. Habermas bu bakışıma “ideal söz durumu” der. Olağan şartlarda iletişimde bulunanlar problemli geçerlikler üzerine uzun tartışmalar yapabilir, savları test edebilirler. Asıl mesele, savların teste tabi tutma gayretinin çöktüğü zaman gerçekleşir. Habermas’a göre sistemli çarpıtmanın varlığı kendi modelindeki söz konusu dört geçerliklerdeki bakışımı bozmaktadır. Geçerlikler tek tek incelenerek bakışımı bozulan yapı tahlil edilebilir. Hiç şüphesiz tahlili yapan kişi bulunduğu yere özgü direnç ve blokajlarla karşılaşacaktır. Bu engeller Habermas’ın evrenselleştirdiği Edimbilim kuramıyla çözülebilir. Habermas’ı Adorno ve Horkhimer’den ayıran özellik burada ortaya çıkar. Adorno ve Horkhimer geniş kültürel yaşama katılımın, katılımcıyı nasıl kurbanlaştırdığını vurgularken; Habermas, çarpıtılmış iletişim ortamında dahi eleştiri olanağından ve bunun incelenmesi için bir model ortaya atar (Grahame, 2010: 289). Kabaca Frankfurt Okulu (Eleştirel teori) bu başlıklarda konuyu tartışır. Konuyu, kavramsal boyutta da ele almakta fayda vardır. İdeoloji, iktidar, söylem ve muhalefet bu bölümün kavramsal boyutunu oluşturacaktır.

İdeoloji, moderniteyle ortaya çıkmış bir kavramdır. İdeoloji kavramını Fransız Devrimi düşünürlerinden Antonie Destutt de Tracy’nin türetip “fikirler

bilimi” manasında ilk defa 1796’da kullandığı görülür. İdeoloji, modernleşme saflarına katılan ülkelerde geleneğin yerine ikame edilir. Gelenek “modernleşen” toplumlarda artık bir mit haline gelir. Hızla değişen dönüşen toplumlarda ideolojilerin, hızlıca doğdukları görülür. Hatta ideoloji, hızlı değişimin dönüşümün failidir. Kavram, ilk defa kullanıldıktan sonra çeşitli tecrübelerle göre çeşitli anlamlara uğradığı görülür. Bunlardan bazıları: siyasi öğreti modeli; harekete yönelik siyasi düşünceler öbeği; idareci zümrenin düşünceleri; ayrıcalıklı toplumsal sınıfın veya grupların dünyaya bakışları; toplumsal yahut sınıfsal menfaatleri belli eden siyasi düşünceler; tahakküm altında kalanlarla sömürülenlerin etrafında oluşan yanlış bilinç oluşturan düşünceler; fertte ortak bağlılık duygusunu artıran ve ferdi toplumsal bir bağlama kavuşturan düşünceler; resmîlik kazanmış siyasi düzeni meşrulaştırmak için ayrıcalık kazanmış düşünceler öbeği; hakikati savunan tek düşünce siyasi doktrin vb. anlamlar kazanmıştır. İdeoloji genellikle “iyi topluma” geçişte nelerin yapılması gerektiği üzerine bir görüşün siyasi tarafını oluşturur. Bu yapılacaklar listesi için, faileri ikna etme ve grubun menfaatlerini haklı gösterecek araçları da oluşturur. Akılcı diyarlarda ortaya çıkışı, akılcı saikleri öğretiye tahvil etmede başarılı olması ideolojilerin en güçlü özelliğidir (Bayram, 2008: 182-183).

Çoğu zaman da ideoloji modern ulus devletin çıkarlarını meşrulaştırdığı siyasalar bütünü olarak da düşünülür. Devletlerin diğer devletlere hatta medeniyetlerin diğer medeniyetler üzerindeki hamleleri de ideoloji kapsamında değerlendirilir. Örnek olarak, bir takım “Batılı” devletler “Üçüncü Dünya ülkesine” insan hakları ihlalleriyle alakalı yaptırımlar uygulamak noktasındaki gerekçesi, söz konusu ülke de insan haklarına saygı gösterilmediği ve Batılı müdahale olmadan o ülke de insan haklarının düzelenmeyeceği belirtilir. Böylesi bir müdahalenin altında yatan asıl sebepler (iktisadi, stratejik konum vb.) belirtilmediği sürece bu yaptırımlar ideolojik kalacaktır. Günümüzde hakikat kılığına bürünen yöntem sinizmdir. Sinizme dair ‘*bilmiyorlar ama yapıyorlar*’ biçimindeki klasik Marksçı yöntem bundan sonra geçerliliğini yitirmiştir; bundan böyle yöntem ‘*ne yaptıklarını gayet iyi biliyorlar bununla beraber yapmaya devam ediyorlar*’ şeklinde gerçekleşir (Zizek, 2008: 53). İdeoloji ve meşrulaştırma söz konusu olduğunda bu kavramların yanında iktidar kavramına da bakılması gerekir. İktidar genelde işi yapabilme kudreti olarak tanımlanır. Toplumsal iktidar dendiğinde konunun genişlediği ve tek bir kavram

içine sığdırılmadığı görülebilir. Asıl dikkati çekeceğimiz kavram olan toplumsal iktidarın birkaç özelliği Teun A. Van Dijk'a (1999: 332-335) göre şöyledir:

- a) Toplumsal iktidar grupları, sınıfsal ayrımlar veya diğer toplumsal teşekküller arasında gerçekleşebileceği gibi toplumun bir parçası olarak kişiler arasında gerçekleşen etkileşimden doğar.
- b) Etkileşimden doğan eylemlerde a'nın b'ye uyguladığı ya da gizil olarak uygulamaya çalıştığı zaman a'nın b'ye karşı iktidara malik olduğu üzerinde fikir ediniriz. Diğer bir ifadeyle a'nın yaptırımları b'nin toplumsal hareket bağımsızlığını kısıtlamasıyla sonuçlanır.
- c) Fiziksel şiddet uygulaması dahil edilmediğinde, b'nin hareketi veya olası hareketleri üstünde a'nın erki, zihinsel şartları üzerinde a'nın denetleme yapabilmesi öngerektir. b, bir şekilde a'nın istekleri doğrultusunda hareket etmeyi veya a ile sözleşme durumunda (a'nın çıkarları öncelenerek) faaliyete geçmek maksadıyla kaideleri, yasaları veya düşünce birliği içinde takip edebilir. Diğer bir deyişle, toplumsal iktidar genellikle dolaylı gerçekleşir ve kişilerin zihinlerinde karşılık bulur. Günümüz toplumlarında gerçekleşen toplumsal iktidar şekillerinin birçoğu "zihinsel denetimi" (algı yönetimini) içerir. Bu iktidar şekillerinin genellikle rıza üretmekle veya diğer söyleme dayalı iletişim şekillerini kullanarak uygulandığı görülür. Söylem vasıtasıyla toplumsal denetleme uygulaması için mühim bir şart, söylemin denetlenmesi ve bizatihi söylemin inşasıdır.
- d) Ortaya konması gereken önemli bir mesele de iktidarın kaynağının nereden geldiğidir. İktidarı işletebilecek melekelerin uygun ortamının oluşması gereklidir. İhtilafli durumlarda yaptırımların uygulanması kaçınılmazdır. Uygun ortamı ve yaptırımların nasıl, ne zaman ve nerede olacağını iktidar sahibi belirler. İktidarın kaynağı genellikle servet sahibi, toplumsal statü, makam sahipliği, velayet sahipliği, bilgi, uzmanlık, baskın bir grubun üyeliği veya ayrıcalıklı konum gibi toplumda değer atfedilen ve dengesiz dağılan sahiplikler iktidarın kaynağını oluşturur. İktidarın konumu toplum tarafından atfedilen sahipliklerden oluşuyorsa bu bir toplumsal denetleme şeklidir. İktidar sahibi tarafından uygulanıyorsa olay veya olgu diğerlerinin iktidardan pay almasını engellemek üzerine kurgulanır. Diğer bir deyişle, iktidar, uygulayanın menfaatleri doğrultusunda şekil alır.
- e) İktidarın tatbiki veya mevcudiyetinin devamı için önemli bir unsur da, b üzerinde a'nın zihinsel denetleme yapabilmesi için a'nın dileklerini, tercihlerini veya maksatları hususunda b'nin öngörüsünün olabilmesi gereğidir. Bu öngörü emir, rica veya tehdit gibi dolaysız iletişimin dışında, tarihsel öğretilerden (kültürel inaçlardan), kurallardan veya toplumsal değer atıflarından çıkarılabilir; ideolojik sınırlar içinde bulunan mücadele alanlarındaki düşünce birliğinde bulunma yolu veya a'nın toplumsal hareketlerinin izlenmesinden ve değerlendirilmesinden çıkarılabilir.
- f) Günümüz toplumsal yaşamındaki bütün toplumsal denetim, iktidarı elinde bulunduranların iktidar sahası ve kapsamı aracılığıyla daha da daraltılmıştır. Diğer bir deyişle, iktidar özneleri sadece tek toplumsal sahada –politika, iktisat veya boş zamanlar- varlık gösterebilirler. Bu düşünceden hareketle, iktidar öznelerinin hareket kapsamları az sayıda insanı veya tüm zümreyi içine alabildiği gibi tikel hareketleri veya insan gruplarına erişebilir. Bu erişimlerde baskın güce ulaşanlara kısmi mesuliyetlerde yüklenebilir. Eşitsiz dağıtılan bu paylaşımlarda baskı altında kalan toplumsal grup ve grup mensuplarının büsbütün kuvvetsiz bulunmaları nadirdir. Yani iktidar karşı iktidarı (direnişi) çoğu zaman doğurur.
- g) Toplumsal iktidar icrası ve devamlılığı için ideolojik sınırlar ön koşuldur. Sosyal yaşamda ortak, bir grubun, onun mensuplarının menfaatle ilgili belli başlı bilişlerini oluşturan bu sınırlar aslında iletişim ve söylemle elde edilir, teyit edilir veya yenilenir.

İktidara karşı direniş biçimleri veya iktidardakinin tahakkümü altında bulunanların karşı-iktidar üretimleri toplumsal değışmeyi gerçekleştirebilir (Dijk, 1999: 332-335).

İktidarın kapsamı ve devamlılığı için ideolojik bir çerçeveye ihtiyaç vardır. Söylem yoluyla üretilen ve pekiştirilen iktidar alanı için medya, söylemin denetimi ve üretimi hususunda kendine özgü bir yer edinmiştir. Algı yönetimini gerçekleştirmek, olanı yeniden üretmek medyaya özel ve gizil bir anlam vermiştir. Ulus içinde devlet kontrolü, uluslararası ilişkilerde de kültürel emperyalizm tartışmaları medyanın bu özel ve gizil anlamının açıklanabilecek iki boyutudur.

İzleyicilerin hangi programları seyredebileceği, dinleyebileceği ya da hangi yazılı eserleri okuyabileceği hususunda devlet kontrolü (sansürü) mühim belirleyici bir rol oynar. Mesela, Çin hükümetinin Çinli yurttaşlarının uyuyla ya da internetle edindikleri bilgiler üzerinde denetimleri konusunda olabildiğince ileri gittikleri görülür. İran, Kuzey Kore gibi ülkelerde de sıkı medya denetimlerinin yapıldığı bilinmektedir. Yine de medyaya uygulanan sansür sadece otoriter yönetimle yönetilen ülkelerde görülmez. Söz gelimi Fransa bazı örgüt ve yasalar oluşturarak Fransız kültür ve dilini korumayı amaçlar. Fransa, radyo vericilerinde çalınabilecek Amerikan müziklerine miktar kotası belirlenmiştir. Basın hürriyetini kısıtlamak, yurttaşların haberleşmesine sınır getirmek gibi birçok denetimden ötürü İngiliz hükümetleri bahsi geçen konularda kötü bir şöhrete sahiptirler. Franklin'in tespitine göre (1994) enformasyonun denetimi için İngiltere'de medyaya oldukça baskı uygulanmaktadır. Bu baskılar, haberleşmenin (enformasyonun) ortaya çıkmasına engel olmak ya da önleyici tedbirler almak üzere kurgulanmış yasalarla gerçekleştirilir. Bu yasalar "Devlet Sırları Kanunu", "Terörü Engelleme Kanunları" gibi sınırları muğlâk yasalardan oluşur. Tüm eserler yayın veya gösterim öncesi kategorileştirmeye tabiiyetlidir. Soruşturma Gücü Yasası (2000) kapsamında devlet terörle mücadele, pornografi, yüksek nitelikli suçlarla savaşım kapsamında tüm e-mail hesaplarına düşen postaları kontrol etmeye onay vermiştir (Bilton vd., 2009: 341). Hiç kuşkusuz diğer devletler de bu ve bunlara yakın denetleme uygulamaları yapar. Suçla mücadele etmek elbette her devletin iktidar alanını koruması için elzemdir. Devletlerin içindeki müdahalelerin dışında bir de küreselleşme tartışmalarının alanını da oldukça ilgilendiren kültürel emperyalizm meselesi vardır.

Enformasyonun, seyahatin hızı, zamanda ve mekânda oluşturduğu daralma kısacası uzakların yakın olması “küreselleşme” meselesiyle tartışılır. Uluslararası dev medya şirketleri “küresel medya piyasasını” ellerinde tutarlar. Bahsi geçen medya şirketlerinin kahir ekseriyeti ABD (Amerika Birleşik Devletleri) merkezlidir. Özellikle İkinci Dünya Savaşından sonra Amerika dışına çıkma ve çıktıkları yerdeki (Özellikle Batı Avrupa ve çevresine) milli medya kuruluşlarıyla birleşme veya onları alt ederek milletlerarası kümülatif medya devleri haline gelmişlerdir. Bu süreç milli ve milletlerarası çıkarlar doğrultusunda gerek Amerikan medyasına sınırlarını açan gerekse Amerikan hükümetleri tarafında oldukça destek görmüştür. Bu durumdan küçük ulusal medya şirketleri de yararlanmıştı çünkü dev medya şirketlerine haber ajanslığı görevlerini yerine getirmişleridir. “Küresel haber pazarı da” bu süreçte küresel medya devlerinin kontrolüne girmiş olur. Barker’in (1997) aktardığına göre 1979 yılında dünya da olup biten haberlerin %80’i beş dev Batılı haber ajansınca üyelerine dağıtılıyordu. Daha sonraları Batı Avrupa ülkelerinin de çok geçmeden bu alana girdikleri görülür. Boyd-Barrett’in yaptığı incelemeye göre 2001 yılında üç medya devinin ajanslığı ve haber kanallarının egemenliği söz konusudur. Amerika merkezli “Associated Press”, daha çok bilinen adıyla APTV; İngiliz merkezli Reuters ve onun haber kanalı Reuters Tv; Fransa merkezli Agence France-Presse haber ajansı haberlerin dağıtımını ve yayınlarını yaparlar. Bu devlerin yanında CNN International, BBC World, Sky News, Bloomberg, El Cezire, Gemini Haber ajansı gibi ajanslar da dünyada olup bitenleri aktarmada büyük rol oynarlar (Bilton vd., 2009: 336). Uluslararası medya şirketlerinin dünya da olup bitenleri kendi ideolojileri çerçevesinde aktarması, ayrıca kar amacı güden yapıları nedeniyle üzerinde düşünölmeye değer bir mesele ortaya çıkartır. Neyin haber yapıлып neyin haber yapılmayacağı New York, Paris, Londra, Doha gibi merkezlerdeki editörler (ve onların ideolojileri, iktidarı alanına girdiği kişi veya kurumların çıkarları) tarafından belirlenir.

Kültürel emperyalizm tartışmalarının odağını dünya üzerinde izlerkitlelerin takip ettiği kültürel üretimlerin oldukça fazlası büyük medya holdingleri tarafından üretildiği ve dağıtıldığıdır. Bu güçlü medya birlikleri (büyük medya şirket/holdinglerinin birden fazla kanalı, radyosu, gazetesi, dergisi, internet sitesi, telefon uygulaması gibi günlük hayatımızı çevreleyen her alanda olmaları) tüketime

dayalı ve daha çok Amerikan kültürünü dikte eden görüşle yayın yaparlar. Bu yayın bombardımanında, özellikle gelişmekte olan ülkelerin izleyicileri (tüketicileri) kendilerine seçim tanınmaksızın birbirine benzer yayın üretimlerini tüketmek zorunda bırakılırlar. Bu şirketlerin kapitalizmin değerlerini güçlü bir şekilde savunduğu, yayınlarını manipülasyon araçları olarak kullandıkları ileri sürülebilir. Kar, ayrıcalık beklentisiyle üretilen içerikler izleyicilerin zihinlerine boca edilir. Kahır ekseriyetle izleyicilerin program beğenisi bireyin toplumsal konumuna ve şahsi beğenisine indirgenir ancak asıl olan şey yayınların niteliğinin iktisadi gerekçelere göre kurgulanmasıdır. Bu olan bitenler haber, ekonomi, spor, eğlence ve benzer amaçlı her yayın için izleyicinin dezavantajına yönelik şekilde işlenir (Bilton vd., 2009: 350). Bu düzlemden bakıldığında medya doğru, özgür haber alma konusunda muhalefet alanları yaratmıştır. İktidar alanını genişletmek isteyen iktidar sahipleri ideolojik çerçevelerinde söylemi medya üzerinden kurgularlar. Medya hangi amaca hizmet ederse etsin bir iktidar alanı oluşturur ve her iktidar alanının – örtük veya aleni- muhalifi vardır.

Küreselleşme, tartışmalarına “Küresel Köy” kavramıyla büyük katkı yapan ve “ortam mesajdır” sözünün sahibi Marshall McLuhan medyanın bir başka muhalefet alanına işaret eder: 21. Yüzyıl insanının “hızla” olağan imtihanı.

Çağımızda kavrayabileceğimiz önemli mesele insanlığın ışık hızında yaşamak üzere bir tasarıma sahip olmayışıdır. Zıt kuvvetlere sahip tabii ve fiziki kanunlar dengesini kaybettiğinde insanların kendi içlerine doğru patlamalarına neden olacaktır. Çalışma ortamında ya da ev yaşamında hatta bunların dışında da akıl almaz hızlarda alınan enformasyon insan üstünde şişirici veya ruh sağlığını tehlikeye sokacak sorunları ortaya çıkarabilir. Beden olarak bir yerde olup zihnen akan veriler deryasında boşluklara sürüklenip durmaktayız. Beden olarak uzay adamı kadar hafif olup bulunduğumuz yerde hızla bir yerlere varmak insanda şahsiyet kayıpları görülebilir, zira algılar çok fazla değişkeni yakalamak üzere meşguldür. Gelişen teknolojik aygıtlar tüm duyuları şiddetle uyararak, uyuşturarak birbirlerine geçmiş “sanal gerçeklikleri” kurgular. Kavrayış (zihin), figürler zeminine o kadar odaklanır ki, rüya ile fantazyaya ikileminde akıntıya kapanır. Güncel vakitten ve mekandan teşekkül çerçeveye sahip olan rüyanın gerçeklikle bağlantısı vardır; fantazyadaysa böylesi bir bağlantı yoktur. Bahsi geçen meselede teknolojik gelişmelerin denetimi

yoktur. Oldukça yüksek hızlarda dolaşımda olan haberleşme (enformasyon) aracılığıyla yüklenen bir toplumsal içe doğru patlamada haberin tekelcileri (medya mensupları, haber kaynağı vb) bu değişimleri tehdit edici bulmayabilir ancak maruz kalan insanlar kaygıyla şiddete meyledebilirler. Geride bıraktığımız yüzyıllarda savaş mevzilerine giren insanların kendilerini ispat etme güduları baskındı. “Elektronik toplum böyle yapmaz”, bu toplum insanında görünür bir gaye yoktur. Sınırlar çekilmezse sınırları olmadığını düşünür hatta amaçsız kalabilir ve böyle yaşayabilir (Mcluhan, 2001: 160-162). Mcluhan’a göre gelişen teknolojik araçların (uydu sistemleri, bilgisayar vb) oluşturduğu çağın “fonetik okuryazar toplumdan” geriye neler kalmışsa parçalayacağını, “sanayi toplumlarında” işsizliğin artacağını, mahremiyetin yıkılacağını, “siber savaş<sup>1</sup>” kavramını kullanmadan (böyle bir kavram o eserini yazdığı anda yoktu) yaşanacağını öngörür (Mcluhan, 2001: 169).

Mcluhan’a göre telefonun belirgin toplumsal etkisi, arayan kişinin hüviyetini gizleyebilmesindedir. Kişi ister tanımlanmasın isterse kendisi tanımlansın, coğrafik bir yerde ve toplumsal bir fonksiyonla temasının olmayacağını söyler. Yani arayan bedensizdir ve böylece denetime tabi olamaz. Toplumsal olarak bir grup ne kadar büyürse toplumsal yaşamdaki etkisi o kadar büyür. Toplumda kimliğini gizleyebilen yani denetimsizleşen ne kadar çok kişi olursa ve bu insanlar ekonomik anlamda da güçlüyse toplumsal yapı artık onlar olur (Mcluhan, 2001: 201) tıpkı sosyal medyanın günümüz insanını ve toplumsal yapıyı dönüştürdüğü gibi. Mcluhan örgütlü bir yapıdan (telekomünikasyon dünyasının faileri) bahsederek bu düşüncededir. Peki ya örgütsüz olanlarda (sosyal medyayı kullananlar) toplumsal yapıyı değiştirme de resen etkili olamazlar mı?

### **3. SOSYAL MEDYA BAĞLAMINDA GÖRÜNTÜ VE KİMLİK ÜRETİMİ**

Sosyal medyanın günlük hayatı değiştirip dönüştüren bir olgu olduğu açıktır. Medya araçlarının gazete, radyo ve televizyondan sonraki bu en büyük dördüncü kırılma noktası (sosyal medyanın gelişimi), günlük hayatta da sıklıkla gözlenebilen görüntü ve kimlik üretimi tartışmalarını doğurmuştur. Bu bölümde, sosyal medyanın rolü özellikle görüntünün ve kimliğin üretimi merkezinde değerlendirilecektir.

---

<sup>1</sup> Bilgisayar korsanlarının -veya hacker- (kişisel veya başka bir devletin) bilgisayar sistemlerine girip, sistemden istihbarat edinme, sistemi işleyemez hale getirme girişimidir. Günümüzde pek çok devletin kendi “korsanlarını” ve “siber muhafızlarını” yetiştirdiği bilinmektedir.

Günlük hayatta kullandığımız elektronik cihazlarda ve tabii ki bilgisayar ekranında “bitmappin” denilen varlık ve yokluğu belirten kodlama dizgesi kullanılır. Ekranı yansıması gereken görüntü ya vardır (1) ya da yoktur (0) şeklindeki “1-0” komutuyla piksellerin (pixel) bir araya gelmesiyle oluşur. Piksel, “Bitmap” tabanlı ekranın en küçük görüntü biriminin adıdır. Görüntünün boyutu ve görüntü kalitesinin gerektirdiği kadar kare (yani piksel) bir araya geldiğinde, görülmeleri (1) veya görülmemeleri (0) üzerine aldıkları komutlarla görüntü oluşur. Oluşan görüntüye (yani piksel gruplarına) ulaşma ve müdahale etme Engelbart’ın geliştirdiği fare (mouse) donanımı sayesinde kolaylaşır. Ekran üzerinde görüntü sürüklenebilir, değiştirilebilir ve üzerinde diğer bilgisayar programlarının komutları uygulanabilir hale gelmiştir. 1983’ten beri gelişen bilgisayar donanımları ve yine Engelbart’ın www (world wide web: dünyaya saran ağ) internet kanalının en önemli yapısı sayılan “hypertext’i” geliştirmesiyle dijital görüntü bir bilgisayardan Dünya’ya açıldı (Tuğal, 2013: 116). Bugün bu mecra, daha da geliştirilen donanımlar sayesinde dünya parmağımızın ucundadır. Dijital içerik üretmek için artık teknik bilgi gerekmemektedir. Bilgisayar sistemlerindeki gelişmeler, sosyal medya araçlarının ve cep telefonu uygulamalarının geliştirilmesiyle teknik olarak kolay anlaşılabilen bir durumu, bireysel ve toplumsal bir tartışma alanını açmıştır.

Kültürel hafıza ve kolektif hafıza mefhumlarıyla ilintili olan görüntü üretimi ve kurgusu, içerisinde bulunduğu kültüre matuf özellikleri taşıma ve yeniden üretme açısından işlevseldir. Yazın kültürünün yerini görüntü kültürüne bıraktığı günümüz dünyasını öğrenme ve bilgiyi iletmede kullanılan araçlardaki gelişmeler onu kullanan toplumda da kayda değer değişimleri beraberinde getirmiştir. Değişimlerden en önemlisi yaşam şeklini biçimlendiren iletişimde gözlenir. Görsel kültür, imgelerle iletişen toplumu üretir. Bu kültür, tasarımlar ve metaforlarla oluşturulan “ortak görsel sözlük” vasıtasıyla tanımlanan ve sezgisel kavramayı teşvik eden iletişimin üretildiği kültür olmuştur (Dayı, 2013: 27). Sosyal medya ve beraberinde kullanılan içerik üretim programları donuk veya devinen görselleri muhtelif efekt hünerleriyle oldukça bakılası hale getirebilmektedir. Bu görsel anlatım bazen gerçeklikle olan ilintiyi koparabilmektedir. Söz gelimi sosyal medya kullanıcısının yüzünü ve/veya kılığını adeta baştan yaratması imkanı oluşur. Kendi fotoğrafını idealindeki görüntünün “filtresinden” geçirmek suretiyle yeni görüntüsünü oluşturması ve bunu



diğerleriyle (“arkadaşlarıyla”) paylaşmasında bir sakınca görmemektedir. İsteyerek ya da istemeyerek kişinin kendisinin reklamcısı oluvermesi, daha ışıltılı, daha özel, daha gösterişli olmanın büyüüne kapılan, havalılar cemaatinin, toplumu ele geçirmesiyle sonuçlanabilir (Turgul, 2013: 65). Geleneksel dönem Anadolu felsefesinden sudur eden Mevlana’nın “Ya görüdüğün gibi ol ya da olduğun gibi görün!” veciz sözü, günümüz postmodern toplum ve neo liberal tüketim ideolojisinde “nasıl görünmen gerektiğın, nasıl buyrulduysa öyle görünmeye çalış!” buyruğuna düşmüştür.

Sosyal medyayla daha da belirginleşen “elektronik toplum”, “z kuşağı”, “yeni kuşak tüketiciler” gibi yeni mefhumlar; “paylaşım”, “arkadaşlık”, “özgürlük”, “güvenlik”, “şöhret” gibi pek çok mefhumu yeniden tanımlıyor. Sürdürebilirlik için “değişimlere uyumlu politikaları” dayatıyor. Sanal mecrada yürütölen ilişkilerdeki paylaşımlar, sanal özgürlükler, sanal sahiplikleri vaat ediyor. Oysa olan biten gerçekliğın yeni bir hal almasıdır. Mış gibiler gerçekmiş gibi ortaya konuyor. Her şeyin dijital havuza kaydedildiğı, kurgulamaya oldukça müsait olan bu mecra da özel bilgilerin paylaşılmasında sakınca görölmüyor. Önceleri büyük bütçeli araştırmalarla elde edilebilecek araştırmalar gönüllü yayıcılar sayesinde artık daha kolay yürütölebiliyor. Bunun yarattığı ekonomiyse muazzam derecede büyüktür. Söz gelimi oynanan oyunlardan, arama motorlarından aratılan ürünler, reklam içeriklerini belirleyebiliyor. Nerde, kiminle, ne yapıldığın ortaya koyan paylaşımlar hırsızlık gibi suçların işini kolaylaştırırken acil durum çağrısı olarak da kullanılabilir (Peltekoğlu, 2012: 7). Bu dönüşümün yaşanmasında etkili olan sosyo-ekonomik etkileri de göz ardı etmemek gerekir. Modern toplum anlatımı henüz tamamlanmamış bir hikâyedir. Sosyal bilimciler yaşadığımız dönemi geç modern dönem olarak ifade etmektedirler.

[G]eç modern dönemde kapitalizmin yaşadığı yeni süreçlerle birlikte tüketim ideolojisi, üretim ideolojisinin önüne geçmeyi başarmıştır...[T]üketilen mal ve hizmetlerin bir yandan toplumsal ilişkilere biçim verirken, öte yandan bireysel davranışlar üzerinde belirleyiciliğı...yeni bir ‘tüketim mantığın’(Karakaş, 2006: 3) dayattığı gözlenir.

Bununla birlikte Karakaş’a göre bu dayatma “ihtiyaçların yabancılaşması” şeklinde de bir dayatma boyutunu öne sürer: “İhtiyaçları sınırsızlaştıran ve bilinçdışı olarak tüketen insanın, adeta makineleşmiş bir varlığa dönüşümüyle yabancılaşma

söz konusu olmaktadır”. Burada “insanın yabancılaşması” ve “ihtiyacın yabancılaşması” arasındaki müteakıl ilişkiye dikkat çeker. Ona göre, ihtiyaçların tanımını kasten belirsiz, sınırsız, doyumsuz hale getirilir. Esasen tüketici de ne olup bittiğinin farkındadır ancak farkındalığın farkına varılabilecek süreçlerin yolları kasten kesilmiştir (Karakaş, 2017: 258).

Farkındalığın farkına varma süreçlerinin kesilmesi sistem işleticilerinin, sisteme maruz kalanları adeta bir eğlence sarmalında tutarak bu sarmalı uyuşturucu olarak kullandığını söyleyebiliriz. Eğlence sarmalı, kişinin günlük hayatının her noktasına ulaşmış, Berman’ın da ifadesiyle *katı olan her şeyi buharlaştırmıştır*. Kullandığımız her araçta da kendini gösterir çünkü McLuhan’ın da dediği gibi *araç mesajdır*. Eğlence kültürünün yeniden üretimi, ihtiyaçların yabancılaşması ve tüketim kültürünü meşrulaştırıcı bir araç olarak kullanıldığı açıktır. Baudrillard’a göre (1998: 150) “gerçeğin güdümlenmesi ve gerçeğin üretilmesi arasında bir fark kalmayacağından kurmacaya da gerek kalmayacaktır”. Hayalleri elinden alınan insanın sistemin akıttığı yolda tutunacak dal bulmaya mecali kalmaz.

Bu dönüşümlerin yaşanmasında, 1980’li ve 1990’lı yıllardaki toplumsal dönüşümün de bir etkisi olduğu söylenebilir. Bu yıllardaki televizyon ünlüleri “görsel imparatorluğun”, “niteliksiz elitlerini” oluşturmaktaydılar. Gündelik hayat medya merkezli olarak akmaya başlamışken, bahsi geçen “niteliksiz elitlerde” medyanın gösterisinde başroldeydiler. Küreselleşme mefhumunun önemli bir özelliği de seyredilebilen hemen her şeye abartılı bir şekilde önem atfedilmesidir. Günümüzde, seyredilebilen olma tutkusu hiç olmadığı kadar artmış görülmektedir (Aydın, 2013: 106). Günümüz insanını, “imgeobur” olarak da tanımlayabiliriz. “Bugün toplum içindeki varlığımız görüntüyle kurduğumuz ilişkilere dayanıyor. Teknoloji sokaktaki insanın daha çok imge tüketmesi için gelişiyor.... Bireylere imge üretme ve paylaşma gücü kazandıran bu sistem diğer taraftan sonuçlarını henüz tahmin edemediğimiz bir kaosa neden oluyor” (Ergüven, 2013: 21). Bu kaosun merkezinde de gençler bulunmaktadır. Özellikle yeni neslin sosyal medya kullanırken yetişkinlerden daha farklı değer atfettikleri görülür. Gençler bu mecrayı sadece eğitsel ve enformasyon maksatlı kullanmaktan ziyade ideal benliklerini oluşturma amaçlı kullandıkları gözlemlenmiştir. Daha güzel, daha yakışıklı, daha havalı vb. olmak adına kendilerini yeniden üretmekte ve yabancılaşma sürecine

girmektedirler. Dijital ortamda idealize olan benlik kişisel ve toplumsal birçok problemi doğurmaktadır (Ülger, 2012: 285). Çünkü günümüz gençliğine göre sosyal ağlar asli kanaat önderliği vazifesini yürütür. Ebeveynlerine göre bu mecrayı kullanma konusunda daha cesurdurlar. Kendilerinden önceki nesillerin ulaşamadıkları imkanlara ve tecrübelerine sahip olup kendi dünyalarını kurgulamaktadırlar. Burada oluşturdukları dünyalarında tecrübelerini aktarmakta ve yeni tecrübeler edinmektedirler (Ulusoy, 2012: 199).

Kurgusallıkta oldukça yeni alanlar açabilen medya, söz konusu sosyal medya olduğunda yeni görüntü ve yeni kimliğin üretilmesinde oldukça kullanışlı olabilir. İnsanların kimliğinin belirlendiği alanlar yaşadıkları yerle ve buranın elverdikleriyle sınırlıydı. İnternet yerelliği ve sınırları kaldırdı. Bu durum sahte bir özgürlük alanı açmaktadır. Kişi kendini yeniden yaratırken izlendiğini bildiği için asla tam anlamıyla özgürce davranamaz. Tıpkı Foucault'nun Panoptikon hapisanesi alegorisinde tasvir ettiği süreci yaşar. Yani görülmeyen gözlemcilerin orada oldukları (veya olabilecekleri) bilinir. Bu durum bu mecranın içine kapılan kişilerde kimlik kargaşası yaratabilir (Baban, 2012: 75).

“Bir köken ya da bir gerçeklikten yoksun gerçeğin modeller aracılığıyla türetilmesine hipergerçek yani simülasyon denilmektedir” (Baudrillard, 1998: 11). “Gündelik hayatın bir simülasyonuna dönüşmeye çalışan sosyal medyada, birey kullanıcıya dönüşür.... [K]ontrol alanı sosyal çevrenin dışına çıkar.... [B]ir kablonun ucunda varlığını devam ettiren uzak diyarlardaki kullanıcılar da bu kontrol alanına dahil olmaktadır.” Kişisel verilerin bu uçsuz bucaksız evrendeki hareketi kişinin aleyhine sonuçlar doğurabilecek olaylara neden olabilir. Kişisel bilgilerin paylaşılmasının teşvik ve özendirildiği bir alanda paylaşımların dikkatle seçilmesi önem arz etmektedir (Yıldırım, 2012: 255).

Gelişen sosyal medya araçları, kişilerin, kendi yaşam süreçlerine dair hikâyelerini anlatmada önemli bir işlevi yerine getiriyor. Bu bağlamda görece demokratik ve özgür bir alan yarattığı aşıkardır. Sosyal medya hesaplarında oluşturulan profillerde, kullanıcıların kendilerini basitçe tanıttıkları görülür. Bu tanımlamalar rafine edilmiş içeriklerle de desteklenirler. Bu içeriklerden en popüler ve dikkat çeken, çeşitli manzaralar fonunda özçekim (selfie) şeklinde olduğu

görülür. Özçekim, kişinin kendisi tek veya yakın hissettiği kişilerle beraber oluşturulmuş, çeken kişinin kol boyu kadar uzaktan veya bir aparat yardımıyla çekilen fotoğraflara denir. Bu kavram ilk çıktığında, şüpheciler, narsisliğin belirtisi olarak görmüş ancak ünlülerin de bu akıma dahil olmasıyla yaygınlık kazanmıştır. Oxford Üniversitesi “selfieyi” 2013 yılının kavramı olarak seçmiş ve sözlüğüne eklemiştir. Türk Dil Kurumu söz konusu kavramı 2014 yılında “özçekim” olarak Türkçeye kazandırmıştır. Bu içerikte fotoğraf çeken kişi, ya merkezdedir ya da fotoğrafın büyük bir bölümünü kaplar. Bu yaygın içerik üretiminin, sosyal medya kullanıcı profillerinde sıkça rastlanılmaktadır. Bu içerik istifçiliği diyebileceğimiz durum, sosyal medya kullanıcıları tarafından oldukça ilgi görmüş, fotoğraf, kısa hareketli video resim (gif), aksiyon kamerasıyla oluşturulan video şeklinde çeşitli varyasyonlarla karşımıza çıkar. Bazı kişilerin bu içeriği günlük olarak profiline istifledikleri görülürken, sosyal medyada görülmek istemeyenlerin rızası olsun olmasın bu içeriklerde yer aldıkları da görülür. Bu zorunlu görünüşü, pasif paylaşımcı olarak belirtebiliriz. Pasif paylaşımcı kavramı, pasif içicilik kavramıyla bir nebze örtüşür: maruz kalma söz konusudur.

Görsel içerik üretiminin bu kadar cazibeli olmasını Ellul (2012: 148) şöyle değerlendiriyor: “Bu tür bir temsil, kendi üzerime geçirdiğim temsile tekabül eder. Bir rolü yerine getiririm, fakat kim olduğumu, beni olduğum şey yapan şeyi açıkça göz önünde bulundurmayı reddederim, imajlar bu yüzden konuşmadan çok daha fazla tatmin edicidirler!” İçerik istifçiliğinin temel motivasyonu duygusal açlığı gidermektir. Sürekli bir tatminsizlik alanı vardır ve bu alanlar imajlarla doldurulmaya çalışılır. İmajlarla imtihanımızda şöyle bir sorun ortaya çıkmaktadır: “İmaj bir gerçekliği dile getirir; ancak, o bize gerçekliği, zorunlu olarak bir hileyle sunar. Bu bakımdan imaj, aldattıcıdır: o, oyun olduğu halde, kendisini gerçeklik diye takdim eder; o, doğru olamayan bir şeyin yansıması durumunda olduğu halde, sözsüz hakikat olma talebinde bulunur” (Ellul, 2012: 41).

Sosyal medya içerik üretiminin son dönemlerde oldukça popüler olması, içerik yazıcılığı, içerik sunucularına (influencer) olan ihtiyacı yükseltmiştir. Bir çok kurumsal firma bu içerik yazıcılarına sponsor olarak bu alandan para kazanılabilecek bir sektörü de doğurmuştur. Viral reklam denilen reklam türünde kullanıcılar ürünün işlevleri hakkında internet ortamında etkileşimde bulunmaktadırlar. Bu etkileşimde

takipçi sayısı oldukça yüksek olan kişiler sosyal medya ünlüsü olup, artık profesyonel bir reklamcı olarak hayatlarını sürdürmektedirler. Bu süreç özellikle blog yazarlığında başlamış “youtuber” olmakla tepe noktaya ulaşmıştır. Bu işle ilgilenenlerin kendi web sayfaları olsa dahi bir de Youtube kanalı açtıkları da sıkça görülür. Youtube, Periscope, Instagram Tv gibi popüler internet kanalları, televizyonculuğa farklı bir boyut kazandırmıştır. Alternatifleri çoğaltmış, konvansiyonel televizyonculuğa adeta meydan okumaktadır. Siber alem dışında bir televizyon kanalı sahibi olmanın maliyetleri ve bürokratik işlemleri düşünüldüğünde, siber alemde bir kanal sahibi olmak oldukça basit ve çok daha az maliyetlidir. Televizyonculuğun da son yıllarda bir dönüşüme girip (internet bağlantılı uydu yayını ve film-dizi-belgesel yayıncılığı) bu değişim rüzgârından en az hasarla sıyrılmaya çalıştığı görülür. Siber alem ünlüleri ve mevcut ünlülerin siber alemde boy göstermeleri çeşitli içerik akımlarının da hızla yayılmasında merkezi bir rol oynadığını söyleyebiliriz. Ünlü paylaşımları adeta bir girdap yaratıp, merkezi sosyal medya araçları, çevresi ise gündelik hayata yayılan etkileri sürdürmeye devam etmektedir/edecektir. Bu mecrada günün kahramanı olmakla, linçe uğramak ansızın gerçekleşebilmektedir. Sosyal medya araçlarının anındalık özelliği sıradan insanların medya âlemine girmelerine ve tüketim ideolojisi çarklarında ezilmelerine de neden olmaktadır. Bu ideoloji her şeyi ama her şeyi tüketmekte, tükenecek bir şey kalmadığı düşünüldüğü anda yeni bir şeyi tüketime sokmaktadır. İnsan bedeni bu tüketimde hunharca kullanılmaktadır. Görüntüyü üretmekle kimliği üretmek birbirine yakın mefhumlardır.

İnsan toplulukları kendilerini, daima çeşitli farklılaştırıcı ve ayırmalayıcılarla ifade etme çabasında olmuşlardır. Bu çaba, bireylerin ve toplulukların farklılık ve benzerliklerini belirleyerek kategorik düzeyde bir konum kazanma bilincini ifade eder. Kategorik bir konumda bulunmak.... kimlik bilincinin de inşasını (Karakaş, 2015: 93) kolaylaştırır.

Karakaş'a göre (2015: 97) sosyolojik bir kavram olarak kimlik, kurgusaldır, ayrıca devamlı güncellenir, tarafsız da değildir. Sosyolojik olarak kimlik, alt kimlik ve üst kimlik olarak iki boyutta incelenir. Alt kimlik, bireyin içinde bulunduğu toplumda kendini konumlandığı yerken; üst kimlikse daha geniş anlamda bireyin, içerisinde bulunduğu toplumun genel hali ve en kapsamlı değişkenlerin birleştiği yerdeki konumudur. “Çokkültürlülük politikasının uygulandığı toplumlarda da alt ve üst kimlik ayrımları belirleyici bir işleve sahiptir” (Karakaş, 2015: 97). Siber âlem bu

belirleyici alanların sınırlarını genişletmiştir. Farklı kişiler ve kültürlerle sanal da olsa tanışma imkanı bu genişlemenin temel unsurudur.

Siber alemin kişilere kendi “dijital kimliklerini” edinme imkanı verdiği görülür. Üst kimliğin kapsayıcılığı, alt kimliğin kapsayıcılığından daha geniş sınırlara sahiptir; alt kimlik de dijital kimlikten daha kapsayıcıdır diyebiliriz. Dijital kimlik diğer kimlik boyutlarına nazaran bireyin ötekiyle kendi arasındaki daha dar kapsamdaki kimlik türüdür. Daha önceki dönemlerde kimlik kişinin tefekkürü ve toplumu etrafında biraz daha yoğun ortam da kurgulanırken dijital kimlik daha gevşek, kişinin arzularının tatmine dayalı sanal mekânlarda kurgulanır. Dijital kimliği oluşturan siber âlemin kendisine sunduğu imkânlar dâhilinde gerçek hayatta arzuladığı ve gerçekleştiremediği birçok kimliği birçok sanal sosyal ortam da kurgulayabilir. Dijital kimlik kurgusu gerçek hayattakinden daha az emekle kurgulanıp istenildiğinde baştan başlama imkanı verir.

Gerçek hayattaki kimlik kurgusunda kişi kurgusunun durumunu sosyal ilişki ağlarında birden değiştirmesi zordur çünkü mazisi sosyal ilişki belleklerinde vardır. Dijital kimlik kullanıcının elinde diğer kullanıcılardan gelen dönütlerle farklı açılardan değerlendirilerek yeniden veya baştan kurgulanabilir (Ertürk, 2017: 80). Gerçek hayattaki kimlik kurgusunda, mekan ve bir topluluğa ait olma önemli unsurlardır. Dijital kimlikte mekan, çok parçalı mekanda kurgulandığı için kimlikte çok parçalı olacaktır. Ayrıca topluluğa ait olma hissiyse sanal alemde daha çok piyasayla bütünleşme olarak gerçekleşir. Kimlik kolektif bir kurgudan daha bireysel yani insanı yalnızlaştıran bir olguya doğru hızla gitmektedir (Ertürk, 2017: 78).

İzlenmek, beğenilmek ve paylaşmak tüketim toplumunun vazgeçemediği bir alışkanlığa dönüşmüştür. Tüketim de bir gün tükenecektir. Çünkü tüketimin doğasında, izlediği yolda, her şey bir gün mutlaka tükenir. İnsanın ürettiği hipergerçeklikte insanın hakikatle arasındaki ilişkiyi sorgulamasına neden olacaktır. Gerçekliğin yerine geçen kurgusal özgürlük zamanla kendine yabancılaşan insanın karşısına bir şiddet aracı olarak çıkacaktır. Siber evrende benliğini kaybeden insanlık yeniden kendini arayacaktır. Bu arayış insanı öze dönüş yoluna sokacaktır (Tekcan, 2013: 37).

Sonuç olarak, sosyal medya; konvansiyonel medyanın başkalaşmış hali değil, onun devamı olarak hayatımıza girmiştir. Hayatımıza giren her yeni olgu gibi sosyal medya ve araçları yeni tanımlamaları beraberinde getirmiştir. Medya, gazeteyle sözü mekana; radyo sesi uzaklara; televizyonsa görüntüyü ve sesi aynı anda uzaklara taşımıştır. Burada medyayı takip edenler, pasif durumda bir monolog halinde enformasyona ulaşırken; sosyal medya izleyiciyi de işin içine katarak medyaya yeni bir boyut kazandırmıştır. Yani sosyal medya konvansiyonel medyanın dikotomiği değil onun bir çeşit uzamıdır. Tabii olarak farklar olabilecektir. Örneğin konvansiyonel medya kurumsallaşma ve arşivleme konusunda mekan kullanmak zorundayken sosyal medyada mekan ve arşiv siber alem havuzunda tutulur. Bu durum, denetim farklarını da doğurmuştur. Siber alemin karanlık sokakları, konvansiyonel medyadan görece daha fazladır.

Amerikanlaşma özellikle soğuk savaş dönemi sonrası diğer kültürlerle hunharca hücum etti. Popüler kültürün sosyal medyada üretilmesi küreselleşme söylemini kuvvetlendirici bir işlev gördü. Tüketim kültürünün egemenliği, üretim kültürünün de yeniden tanımlanmasına neden oldu. Bu yeni tanımlama da ihtiyaçlar, eski tanımına nazaran ihtirasların etkisinde şekillendi: ihtiyaçların yabancılaşması söz konusu oldu. Her şey tüketim dairesinde bir ihtiyacı tatmin etmesi için kurgulandı ve pompalandı. Günümüzde yaşanan sosyo-ekonomik ve sosyo-siyasi gelişmeler bu sebepler dairesinde uyumlulaştırıcı siyasaları da beraberinde getirdi. Hiç şüphesiz, Amerikan merkezli küreselleşme söylemi uluslar arası ve ulusal kurumlarda yeni siyasaları da geliştirme noktasında dayatmaya devam edecektir.

Yeni dünya düzeni, teknolojik gelişmeler merkezinde çağın ruhunu şekillendirmeye devam edecektir. Hızlı olmak, anında yaşamak tüketim ideolojisinin temel prensiplerindedir. Her şey tüketim için yeniden üretilebilirdir. Simüle edilebilir, hatta simularklaşabilir. Tüketimde sınır tanımayan tüketim ideolojisi her tükettiği şeyden sonra yeni tüketilebilecek bir nesne buldu. İnsan, tüketerek varlık sağlayabileceği kurgu üzerinde nesne konumuna gelmiştir. İnsanın, sosyal medya vasıtasıyla kendi bedenini tüketim nesnesi olarak kurgulama yarışında olduğu söylenebilir. Sosyal medya hesaplarındaki özçekim istifçiliği nobran, narsist kişilik üretiminde başat rol oynamaktadır.

Kimlik, en basit haliyle kişinin kendisini yaşadığı toplum içinde sosyalleşirken konumunu kurguladığı farazi alandır. Bu alan kurgulanırken, mekan, kişiler ve zaman olguları belirleyici unsurlardır. Günümüzde kimlik, çok parçalı mekanda, kalabalıklar arasındaki yalnızlıkta ve oldukça anında belirmeye/belirtilmeye zorlanan alan olmuştur. Hipergerçeklik insanı sürekli arada bırakmakta, hakikatle arasına girmektedir.

Bu halleriyle sosyal medya bizatihi kendisi bir muhalefet aracıdır. Muhalefeti kendine yabancılaşan insandır. İnsanda bu muhalefet aracını kendi sebeplerine göre çeşitli alanlarda bazen lehine bazen aleyhine kullanmaktadır. İkinci bölümde hem sosyal medyanın insana muhalefet oluşu hem de insanın sosyal medyayı muhalefet aracı olarak kullandığı bazı alanlar ele alınacaktır.



## İKİNCİ BÖLÜM

### SOSYAL MEDYANIN MUHALİF OLDUĞU BAZI ALANLAR

#### 1. MUHALEFET ÜZERİNE

Türk Dil Kurumuna (2006) göre muhalefet: “Bir tutuma, bir görüşe, bir davranışa karşı olma durumu, aykırılık; karşı görüşte, tutumda olan kimseler topluluğu; demokrasilerde iktidarın dışında olan parti veya partiler”. Muhalefet kavramı etimolojik olarak bakıldığında, Arapça h-l-f (half) mastarından türetilmiştir. Bu türetmeye göre “muhalefet” ve “ihtilaf” aynı kökten gelmektedir. İhtilaf kelimesi de ayrılık, anlaşmazlık, aykırılık anlamlarına gelmektedir. Zaman içerisinde İslam düşünürleri, ihtilafa olumsuz anlam yüklemeyken, muhalefete olumsuz anlamlar yüklediği görülmüştür (Süt, 2018: 61-62).

Muhalefet, insan olmanın gereğindedir. Sosyalizasyon sürecinde insan, çeşitli duygu ve düşüncelerle karşılaşmakta, bunlara kendince duygu ve anlamlar yüklemektedir. İnsan kendi içinde ve yaşadığı toplumdaki zıtlıkları görür buna göre bireysel ve toplumsal okuma yapar. Karmaşık bir biyolojik yapıya sahip olan insan duygusal ve düşünsel anlamda da karmaşık yapıya sahiptir. Zira insan aynı olaylara farklı tepkiler verebilmektedir. Bunun başlıca sebebi toplumsal bir yaşamı ortaya koyan insanın farklı kaygı, tavır, tutum, inanç ve değer yargılarına sahip olmasıdır. İnsan, sahip olduklarını da kaybetmek istemez. Kısacası insan iradesini ortaya koyma eğilimindedir. Bu farklı iradelerden teşekkül toplumda da muhalefet her zaman olmuştur ve de olacaktır. Zira toplumsal düzende yöneten-yönetilen ilişkisi, inanç sistemleri, idealler, iktidarı elinde bulundurma gibi karşıtlıkları olan her düzenin muhalefete karşı korunma durumu doğal olarak ortaya çıkar (Süt, 2018: 64-65).

“Günlük hayatta üzerinde en sık tartışılan muhalefet biçimi, varolan siyasal iktidara karşı, örgütlü olarak faaliyet gösteren diğer oluşumların karşı duruşlarıdır. Bu örgütlenmeler iktidarı değiştirmeyi hedef alabileceği gibi yalnızca iktidarın (Komşuoğlu, 2008:9) siyasalarını kendi düşünceleri doğrultusunda yönlendirmek olabilir. Siyasete katılım anlamında değerlendirilen *baskı grupları* da siyasaların oluşturulmasında etkili oldukları söylenebilir. Kapani (2011: 212) baskı gruplarını

şöyle tanımlar: “Baskı grupları, ortak menfaatler etrafında birleşen ve bunları gerçekleştirmek için siyasal otoriteler üzerinde etki yapmaya çalışan örgütlenmiş gruplar olarak tanımlanabilir”. Baskı gruplarının siyasal iktidarla olan ilişkisine göre siyasaların belirlenmesinde etkili oldukları görülür. Baskı gruplarının gerek siyasal iktidarla organik bir bağı olsun gerekse herhangi organik bir bağ olmasın (yarı açık, yarı gizli işbirliği yaparak) birbirlerine temas ettiklerinde siyasaları belirlemede işbirliği yaptıkları görülmüştür. Örneğin Batı ve Türkiye’de siyaseten muhafazakar veya sağ partilerin sermaye grupları ve örgütlenmeleriyle temasta oldukları görülürken; sol partilerin işçi grupları ve örgütlenmeleriyle yakın temasta oldukları görülür (Kapani, 2011: 214). Sivil toplum kuruluşlarının da bu baskı gruplarından oldukları açıktır.

Muhalefetin, farklı kültür ve medeniyet tecrübelerinde farklı anlamlar kazandığı görülür. Örneğin Batı tecrübesinde muhalefet, ağırlıklı olarak sınıfsal ve iktidar çatışması bağlamında değerlendirilmiştir. Buna göre gücü bir şekilde ele geçirmek esastır. Batı toplumlarının sınıflı bir yapı temeline dayanması iktidar ve muhalefet ilişkilerinde de sınıf çatışması temelli bir ilişkiyi ortaya çıkarmıştır. Buna karşılık İslam medeniyetinde muhalefet fikri iktidarı denetleme, sorunları ortaya çıkarma hatta öneri getirme üzerine inşa edilmiştir. Karşılaştırmalı bir örnek olarak İtalyan düşünür Machiavelli’nin *Prens* adlı eseri döneminin yöneticisine hitaben yazılmış bir eserdir. Bu eserde özetle yöneticinin iktidarını elinde tutması için her türlü yöntemin meşru olduğunu belirten bir ahlak anlayışı ortaya koyulmuştur. Günümüzde *Machivellizm* diye bilinen kavram da bu ahlak anlayışına atıfta bulunmak için kullanılır. Machiavelli’nin çağdaşı Osmanlı düşünürlerinden Kınalızade Ali Efendi’nin yöneticilere hitaben yazdığı *Ahlak-ı Ala’i* adlı eserinde, hem toplumsal eleştiri hem de yöneticilerin siyasalarının yanlışlığını eleştirmiş ve çeşitli öneriler sunmuştur. Osmanlı devletinde bunun gibi yaklaşık otuz siyasetname bulunur. Bu iki medeniyetteki farklı anlam yüklemelerine bağlı olarak Batılı düşünürler muhalefet kavramının (Osmanlı’ya bakarak) Doğuda olmadığını belirtmişlerdir. Onlara göre *doğu despotizmi* muhalefete imkan vermez (Emre, 2017: 51-52). Cemil Meriç’te *Bu Ülke* adlı eserinde Batılıların “doğu despotizmi” kavramlarını eleştirerek bunun indirgemeci bir anlayışın ürünü olduğunu belirtmiştir. Ona göre asıl despotizm

İngiltere ve Fransa tarihinde saklı olduğunu söyler. Coğrafi kaderciliği ve bu indirgemeci kavramı reddeder (Meriç, 2011: 194-195).

İktidarın konumunun ve meşruiyetinin belirlenebilmesi için bakılacak ilk yer iktidar karşısındaki muhalefetin halidir. Türk devlet geleneğinde muhalefet Batı'dan farklı bir konumdadır. Batı'daki anlayışa göre bakılacak olursa Türklerde yöneticilere karşı örgütlenmiş, yerleşmiş bir muhalefete rastlanmaz. Örneğin Osmanlı İmparatorluğunda padişahın mutlak otoritesi vardır, Batı'daki gibi iktidarı dengeleyen feodalite ve kilise gibi baskı unsurları yoktur. 18. ve 19. yüzyıllardaki modernleşme hareketlerini öncüsü "kalemiyye" sınıfının önemli bir konum kazanmasıyla iktidar saraydan Babiâli'ye taşınmıştır. 1876 Kanun-i Esasisini ve Meşrutiyeti ilan ettirmişlerdir. Özellikle İkinci Meşrutiyet'i ilan ettiren Jön Türklerin partileşmesi ve ilk muhalefet partisi Fedakaran-ı Millet Fırkasıyla birlikte ilk kez çok partili hayat tecrübesi yaşanmıştır. Cumhuriyet dönemi Türkiye'sine bakıldığında da 1946'ya kadar muhalefet partilerinin tam olarak işlevlerini yerine getiremedikleri görülmüştür. Demokrat Parti iktidarı ve sonrasındaki süreçte de iktidar-muhalefet arasındaki ilişkide muhalefet kanadı her zaman vatani bölmeye çalışmak, iktidarın ülkeyi batırmasından medet ummak vb. suçlamalarla karşı karşıya kalmıştır. Genel olarak bakılacak olursa iktidarla muhalefet kanadı hep kutuplaşma eğiliminde olmuştur. Buradaki temel mesele demokrasi açısından değerlendirildiğinde, iktidarın meşruiyetinden ziyade, doğrudan muhalefetin varlığının meşruiyeti etrafında döndüğü rahatlıkla görülür. Bölücülük argümanının kullanılması siyasetin askıya alınmasına sebep olmaktadır. Zira askeri müdahale ve darbelerin gerekçesi olarak da yine bölücülük argümanının kullanıldığı görülmüştür (Türköne, 2005 :66-67).

Öyle görülüyor ki, muhalefet kavramı iki boyutta incelenebilir. Birincisi bireysel muhalefet etme, bir şeye karşı çıkma, aykırı olma hali; ikincisi demokratik yönetimlerde siyasi partilere ve bazı sivil toplum kuruluşlarına verilen ad açısından kullanılan muhalif olma hali diye açıklayabiliriz. Bu çalışmanın temelinde kullanılan muhalefet kavramı birinci boyuttaki haliyle sosyal medya incelemesi üzerinedir. Bir teknolojik gelişme olan siber alem, sosyal medya ile değerlendirildiğinde kendine yabancılaşan insana karşı bir muhalefet aracına dönüştüğü görülmüştür. Sosyal medyanın bireysel veya baskı gruplarının bir muhalefet aracı olarak kullanılmasının izi sürülmüştür.

## 2. MAHREMİYET VE SOSYAL MEDYA

Mahrem kelimesi Arapça ‘haram’ dan gelmektedir.... Men etmek, mahrum etmek, el sürmemek, kişinin namusunu koruduğu yakınları, saygı gösterilecek şey;.... [m]ahremiyet ise, aynı kökten gelip, bir şeyin gizli hali, bir şeyin gizli yönü (Bağlı, 2011:184-185) diye tanımlanır.

İnsan topluluklarının mahremiyetle kurduğu ilişki, kültürü belirleyen en önemli unsurlardandır. Genel hatlarıyla bakılacak olursa doğal hukuk, pozitif hukuk ve dini yasakların temellerinde mahremiyet mefhumuyla kuvvetli bağ vardır. Doğal hukuk açısından mahremiyet, güvenli pratik yaşamı; pozitif hukuk açısından mahremiyet, devleti; dini yasaklar açısından mahremiyet, tanrı-insan arasındaki ilişkiyi sağlama almaya yöneliktir. Bütün bu sağlamalar insanı insan yapan kültürleri inşa eder. Kültürlerden sudur eden müşterek yaşamlardan medeniyetler ortaya çıkar. Medeni olmanın temelinde de bireyin mahremiyetle kurduğu ilişkiye bakılır.

İnsan, görme melekesiyle sadece kendisinin değil görebiliyorsa görülebildiği idrakini taşıyan ve buna anlam yükleyen varlıktır. Aynı zamanda insan, aleni ve mahremi olanı bilendir. Diğer duyu organlarıyla da mahremiyeti aşan tek varlıktır. Esasen insan niyet olarak görülebilir olmaktan çekinir ve fakat mevcudiyetinin güvenliğini sağlamak, hoşla gitmek adına görülür olma arzusuna da gem vuramaz. Örneğin kimse yoktur ki, aleyhte bir durumda yakalanmak istesin buna mukabil takdire şayan olduğunun da onaylanmasını ister. Olumsuz bir durumda yakalanıp da hayâ eden tek varlık da insandır. Buradaki yakalanma sadece başkası tarafından yakalanma olmayıp bireyin kendisini olumsuz durumda yakalayıp (fark etmesi) hayâ etmesi olarak da bilinmelidir. Başkası tarafından yakalanmaya bağlı olan hayâda, rezillik (toplumsal duyguları yaralayan) mefhumuyla yakın bağ vardır. Keza din kurumunda da topluma açık mekânda işlenen günahların daha şiddetli cezayı hak eden günahlardan sayılmasında toplumsal duyguları kollama düşüncesi vardır (Bağlı, 2011: 219).

Geleneksel hayatın gündelik yaşamında insanların imajlarına bakarak pekâlâ hangi dine mensup oldukları, ne işle uğraştıkları, medeni halleri gibi durumlar bilinebilirdi. İnsanların görsellikle ilgili estetik kaygıları günümüze nazaran gerekli bir sorun teşkil etmiyordu. Özgür insanları hakikaten izleyen, onları hakikaten

anlayan varlık tanrılarıydı. Kul olarak günah ve sevaplarının sonucunda öte dünyada nereye gideceklerine tanrıları karar verecekti. Bu yüzden vicdanlarını askıya alma, ona bigâne kalmaları mümkün değildi. Dinler arasında, insan hayatını en sistemli düzenleyen ve her kurumda varlığını hissettirebilen üç semavi dinde (Yahudilik, Hıristiyanlık ve İslam) Tanrı, her şeye muktedirdir. O yaratıcı ezeli ve ebedidir. Her şeyi gören, her şeyi bilendir. Üç semavi dindeki inanç esasları, bize geleneksel insanın izlenmeye karşı nasıl bir haleti ruhiyeye sahip oldukları hakkında bize fikir verebilir.

Yahudilikte Tanrıya özgü isim YHVH diye yazılır. Bu kelime İbranicedir. Yahudiler tarafından M.Ö. üçüncü yüzyıldan beri söylenmediği için tam telaffuzu bilinmemektedir. Yaygın bilinen “Yehovah” ismi modern bir söyleyiş olup Hıristiyan kökenlidir. Bu söylenişi bilinmeyen kelimeye *Rab* anlamına gelen *Adonai* kelimesi ikame edilmiştir (Aydın, 2004: 83). Yahudilerin on üç iman esasları vardır. Bunlar şunlardır:

1. Kesin olarak, kâinatı ve varlıkları yaratan ve idare eden, her şeyi yapmış, yapan ve yapacak olan yaratıcıya inanırım.
2. Kesin olarak, tek ve eşi olmayan, yalnızca bizim Tanrımız olan ve olacak olan yaratıcıya inanıyorum.
3. Kesin olarak, bedeni olmayan, dünyevî ilişkilerin kendisine atfedilemeyeceği, hiçbir benzeri olmayan yaratıcıya inanıyorum.
4. Kesin olarak, ilk ve son olacak olan yaratıcıya inanıyorum.
5. Kesin olarak, yalnızca O'nun ibadet edilmeye lâyık olduğuna ve başka hiçbir şeyin bizim ibadetimize lâyık olmadığı yaratıcıya inanıyorum.
6. Kesin olarak, peygamberlerin bütün sözlerine doğru olduğuna inanıyorum
7. Kesin olarak –selam üzerine olsun- efendimiz Musa'nın peygamberliğinin doğru olduğuna ve hem kendisinden önce geçen ve hem de kendisinden sonra gelen peygamberlerin reisi olduğuna inanıyorum.
8. Kesin olarak, sahip olduğumuz Yasa'nın efendimiz Musa'ya verilenle aynı şey olduğuna inanıyorum.
9. Kesin olarak, Tevrat'ın değiştirilmediğine ve yaratıcıdan bir başkasının gönderilmediğine inanıyorum.
10. Kesin olarak, yaratıcının, emirlerinin yerine getirilmesini mükâfatlandırdığını ve emirlerinin ihlâl edilmesini de cezalandırdığına inanıyorum.
11. Kesin olarak, yaratıcının insanların bütün eylemlerini ve düşüncelerini bildiğine inanıyorum.
12. Kesin olarak, Mesih'in geleceğine inanıyorum ve gecikse de her gün onun geleceğine ümit ediyorum.
13. Kesin olarak, yaradanın istediği bir tarihte, ölülerin dirileceğine inanıyorum. Övgü daima ve sonsuza kadar onun ismine; onun hatırasındır. (Aydın, 2004: 79-80)

Yahudilik semavi dinlerin ilkidir. Semavi dinlerde Tanrı'nın varlığı ilk kabuldür. Yahudilikte Tanrı, kuramlaştırılmaktan ziyade işlevselliği ön planda

tutularak anlaşılmaya çalışılır. Yaratıcı, Yahudileri Mısır'daki esaretten ve Firavun'un zulmünden kurtarmıştır; onlara peygamber sayesinde kendini bildirmiştir; Kenan diyarının vaadini de O vermiştir (Aydın, 2004:81). Yahudilikten sonra Hıristiyanlığı bildirmek Hz. İsa'ya verilmiştir. Hıristiyanlıkta iman esasları şunlardır.

1. Göğün ve yerin, görünen ve görünmeyen kainatın yaratıcısı, kadir-i mutlak baba olan tek bir Tanrı'ya;
2. Bütün asırlardan önce babadan doğan, Tanrı'nın biricik oğlu tek bir Rab İsa Mesih'e, onun Tanrı olduğuna, Tanrı'dan doğduğuna, nur olduğuna, nurdan doğduğuna, gerçek Tanrı olduğuna, gerçek Tanrı'dan doğduğuna, tevlit edildiğine, yaratılmadığına, Baba ile aynı tabiatta olduğuna, her şeyin onun vasıtasıyla yapıldığına, biz insanlar ve bizim kurtuluşumuz için semadan indiğine;
3. Kutsal Ruh vasıtasıyla bakire Meryem'de bedenleştiğine ve insan olduğuna;
4. Bizim için Pontus Platus zamanında çarmıha gerildiğine, ıstırap çektiğine, mezara konduğuna;
5. Kutsal yazılara uygun olarak üçüncü gün dirildiğine;
6. Ve göğe yükseldiğine, Baba'nın sağ tarafına oturduğuna;
7. Ölülerini ve dirileri yargılamak üzere ihtişam içinde geri geleceğine ve saltanatına son olmayacağına;
8. Rab olan ve hayat veren Kutsal Ruh'a, onun Oğul'dan neşet ettiğine, Baba ve Oğul'la birlikte aynı tapınma ve ihtişama lâyık olduğuna, peygamberler vasıtasıyla konuştuğuna;
9. Kilise'ye, birliğine, inanırım;
10. Günahların affı için bir tek vaftizi kabul ederim;
11. Ölülerini dirilmesini;
12. Ve gelecek dünyayı beklerim (Erbaş, 2004: 60).

Hız. İsa yaşamı boyunca hiç kitap yazmamıştır. Onunla yaşamış kişiler de Hız. İsa'nın yaşamına dair bir kayıt tutmamışlardır. Mevcut bilgiler yorumlar ve yorumların yorumları şeklinde günümüze ulaşmıştır. Bu konuda en önemli bilgiler Grek dilinde "müjde" anlamına gelen "euangelion" kelimesinin çevirisi İncil(lerde) bulunmaktadır (Woodhead, 2006: 14). Bu yüzden yukarıdaki iman esasları İstanbul ve İznik'te toplanan Havariler Konsili denilen (bilginler; İslam'daki ulemalık kurumu gibi çalışan) mecliste son şekli 4. ve 5. Yüzyılda verilmiştir (Erbaş, 2004: 59). Hıristiyanlıktan sonra son semavi din İslam'dır. İslam'ın peygamberi Hız. Muhammed'dir. İslam inancına göre din tamamlanmıştır. Son peygamber de Hız. Muhammed'dir. İslam inancının iman esasları İslam'ın kutsal kitabının içinde ve "amentü" kelimesiyle yani "inandım" ifadesiyle belirlenmiştir. Amentü şudur:

Allah'a, meleklerine, kitaplarına, peygamberlerine, âhiret gününe, kadere, hayır ve şerrin Allah'tan olduğuna inandım. Öldükten sonra diriliş haktır. Allah'tan başka ilâh olmadığına, Muhammed'in O'nun kulu ve elçisi olduğuna şahitlik ederim (DİB, 2014: 81).

Bunlara göre İslam'ın inanç esasları altıdır. Allah'a iman; O'nun, kitaplarına; meleklerine; peygamberlerine, ölüm sonrası hesap gününe yani ahirete; kaza ve kadere inanılması temel şarttır. İslam inancına göre Allah'a iman şu şekildedir:

Ezeli, aşkın ve mutlak erk sahibi varlık olan Allah tektir; baştan sona Kuran boyunca ileri sürülen birliği özellikle en eski sure olarak kabul edilen ünlü CXII. (İhlas suresi) surede görülür: 'De ki: O Allah, birdir, Allah, Samed'dir. O, doğurmamıştır ve doğurulmamıştır. Ve hiçbir şey O'nun dengi değildir.'... İslam'a göre Tanrı anlayışını nitelemek için Üç Kuran metni sık sık kullanılır: 'O'nun yüzü hariç her şey çürür' (Ezeliyet), 'O'na benzer hiçbir şey yoktur' (Yaratıklarla her türden analogiyi dışlayan mutlak Aşkınlık), 'Yaptığı şeyin nedeni O'ndan sorulmaz.' (keyfi irade) Tek gerçeklik olan Tanrı Kuran'da bir dizi sanla nitelenmiştir: ('Yaşayan, Kudretli, Bilgili, Bağışlayıcı...'). Bu 'en güzel adları' 99 tanedir, dualarda okunur ve sayılır (Sourdel, 2008: 36-37).

İslam inancında da Tanrı'ya özgü isim Allah'tır. Üç semavi dinin iman esasları kısaca bu şekildedir. Üç dinde de çeşitli mezheplere rastlanır, bazen coğrafi şartlara bazense zamanın şartlarına göre dini uygulamalarda değişiklikler olmuştur. Burada dini praksis, konunun bağlamı gereği dâhil edilmemiştir. 9. Yüzyılda yaşamış ünlü İslam düşünürü Kindi'nin şu sözleri de genel düşünceyi yakalar gibidir:

[N]asıl ki ruh (nefs) bedenden daha üstünse, ruhun menfaati ve kendine özgü elemelerden kurtarılması da bedeninin menfaatinden ve elemelerden kurtarılmasından daha önemlidir. Çünkü ruh yöneten, beden yönetilendir; ruh bakî, beden fanîdir (Kindi, 2015: 61).

Yani kabaca geleneksel yaşamda manevi olanın biricikliği, yerini bugün maddiyatın biricikliğine bıraktı. Modernizm (hümanizm, sekülerizm vd.), iktisadi ve sosyal hayatı alt-üst etti. "İmajlara müptela ve istatistiklerin zorunlu olduğu bir dünyada insanlar, 'dini' ayinleriyle kavrama ihtiyacı duyuyorlar; çünkü din başka hiçbir biçimde anlaşamıyor. Bu yolla, insanlar, hiç değilse inancın ifadelerini kavradıkları izlenimiyle yaşarlar" (Ellul, 2012: 38).

Geleneksel toplumlarda toplumsal değerlerin belirlenmesinde herhangi bir büyük ihtilafa rastlanmaz. Aşkın bir iradenin belirlediği amentüye itiraz etmeye gerek yoktu. Kul bilirdi ki onu yaratan kadiri mutlak aşkın güç yanılmaz, bilmediği yoktur ve kulunun çıkarlarını gözetir. Böylesi bir gücü sorgulamak yerine onun adaletini yeryüzünde sağlamaya çalışmak, erdemli olmak, onurlu bir yaşamı benimsemek ve bu uğurda savaşmaktan kaçınmamak geleneksel insanın genel ruh halini oluşturur. Bütün bunlar geleneksel hayatta kanaatkâr yaşamın nedenleriydi. Ne zaman ki toplumsal değerlerin belirlenmesi insanın eline geçti, bu durumda

tartışmalar başladı. Bir insanın diğer insanların yaşamlarını belirlemesi ve belirlenimlerin uzun ömürlü olmayıp kadük kalmaları insanları başka arayışlara yöneltti (Bağlı, 2011: 259).

Özellikle 16. Asrın Batı Avrupa'sında Kopernik, Kepler ve Galileo kozmos hakkında alışlagelmedik açıklamalarıyla ruhban sınıfının otoritesini sarsacak hareketin fitilini ateşlediler. Onların Güneş merkezli kozmos açıklamaları, kilisenin Dünya merkezli kozmos açıklamalarına meydan okudu. Yine bu üç ismin çağdaşı olan Alman Martin Luther'in ruhban sınıfına "protestosu", kutsal metinleri Latince tekelinden kurtarma girişimi olarak İncil'in Almanca çevirisi kilisenin sınırlarını ifşa etmiştir. Reform hareketlerinin eski kıtadaki yankıları devam ederken İtalya'da başlayan Rönesans hareketlerinde özellikle resim ve heykelticilikte (Antik Yunana da atfen) nü insanların tasvirleri mahremiyetin ifşası adına atılmış büyük adımlardandır. Francis Bacon bilimin getireceği nimetleri büyük bir heyecanla anlatarak (onarılamayacak) yeni bir doğa bakışı kazandırmıştır. Doğanın kanunlarla işlediğini ve bu kanunları öğrenerek ondan yararlanmanın yolunu işaret etmiştir. Yani doğanın mahremiyetini ifşa eder. Tanrıyı sistem dışı bırakan kartezyen anlayış yeni bir sırrın ifşasıydı. İnsanı her şeye kadir gören anlayışın artık diğer bütün sırları da bilmesi gerekirdi. Descartes bu yeni ifşa alanlarını sistemleştirmiştir (Bağlı, 2011: 197). Evreni anlama çabası olan bilim dünyası farklı söylemleriyle ortaya çıkmış, Batı karanlık çağından kendilerinin Aydınlanma Çağı dedikleri çağa geçmişlerdir. Bu sıralarda engizisyon mahkemelerinin farklı düşüncelerin sahiplerinin de icabına bakmıştır. Büyük sırlara matuf en belirleyici töz ifşa edilmesinin kaçınılmaz oluşudur. Pek tabii ifşa eden de cemiyetten ilk matrut edilendir. Galileo'nun meşhur engizisyon mahkemesi savunması buna bir örnektir. Galileo, açıklamalarını geri alarak idamdan kurtulmuştur ve fakat hakikatin açıklanmasına inanan kimi insanların tepkisini de çekmiştir. Mahremiyetin ifşası konusunda dikkat çeken diğer bir isimse 19. Asırda yaşamış ve Psikanalizin babası sayılan Sigmund Freud'tur.

Freud, insanlarda temelde iki içgüdünün yer aldığından bahseder: cinsellik ve saldırganlık. Freud, içgüdülerin yok edilemediğini sadece bastırılabilir olduğunu söyler. Toplumsal yaşamda tehlikeleri ortaya çıkarabilecek bu içgüdülerin bastırılma süreçlerinin yorumlanarak anlaşılabilceğini düşünür. Ona göre bu dürtüler "bilinçaltına" atılır çünkü "süperego" bunu emreder. Süperego, toplumsal yaşamda



güvenli yaşamak için içselleştirilen baskı ve taleplerin bilgisidir. Bastırılan dürtüler id denilen yerde birikirken süperego onların dışavurumlarını engeller. Her iki durumu dengeleyen kısım ego'dur. Freud'un tezini uzunca bir süre araştıran İngiliz sosyolog Norbert Elias'a göre insanın yaşadığı benlik inşası, bu ikili durumun merkezinde gelişir. Toplumsal yaşamda yaşarken insan kendini denetlemek zorundadır. Şahsiyet (benlik) kişinin kendisi tarafından kontrol edilebilir bir şeydir (Bauman, 2010: 40). Bu kez mahremiyeti ifşa edilen insan psikolojisi olmuştur. Freud bu çalışmalarını klinik verilerden elde ettiğini söylese de histerik bir hastanın gözleminde çıkan bu verilerin tüm insanlığa mal edilmesiyle suçlanır. Burada önemli olan durum "bekaret kemeri" gibi uygulamaları olan bir toplumda birinin bu konuda yeni kavramlarla yeni bir şeyler söyleyebilmesidir. Freud'un çalışmaları daha sonraki dönemlerdeki çalışmaların atıf merkezi olmuştur (Bağlı, 2011: 227). Özetle ifade edilecek olursa "mahremiyetin ifşa edilmesine müsait bir ortam oluşturan temel, insanın "varlık"a yüklediği anlam (ontoloji anlayışı) ve bilgi sistemidir. Bilgisine biçtiği sınırdır" (Bağlı, 2011: 271). Batı mahremiyetin ifşasını alabildiğine genişletmeyi tercih etmiş, yaşadığı değişim ve dönüşümleri tüm insanlığın kaderi olacağı mutlak süreç olarak öne sürmüştür.

Batı'daki gelişmeler Foucault'ya göre "kurumsal düşününselliği" oluşturmuş. Ona göre süreç, iktidarın bilgiyi toplumsalı yeniden kurgulamak ve el altında tutmak için kurgulanmıştır. İktidar söylemle toplumsal gerçeği kurgular. Zamanla bu kurgu topluma sızar ve gerçekten gerçekliğe dönüşür. Yani iktidar önce bir şeyi tartışmaya açar zamanla tartışılan şey iktidarın güdümünde gerçeğe dönüşür. Giddens bu düşünceden hareketle modern toplumda söylemin toplumsal etkinliklerin düzenleyici bir ögesi olduğunu söyler. Ona göre toplumsal hayata dair betimlemeler rutine dönüştüklerinde toplumsal etkinlikleri düzenlemesi bağlamında düşününseldir. Kurumsal düşününsellik modern toplumların nispeten yakın devirdeki farklı özelliğidir. Ulaşım ve iletişim araçlarında görülen gelişmeler modernliğe direnen gelenek öğelerinin yetkesini zayıflattı. Bilginin devamlı dolaşımında olması kişisel ve çevresel faaliyetlerin değişmesinde belli başlı bir etki yaratır. Örneğin cinsellik üzerine söylemin kurgulanması dikkatleri bu yöne çekmesi propaganda metinlerinden daha etkilidir. "Bilim adına" yapılan araştırmalar, sunulan raporlar, tartışma ortamlarında dikkat çekilen noktalar merak artırıcı ve yeni

tartışmalar döngüsünü de kurgularlar. Cinsellik üzerine yapılan araştırmalar halkın cinselliğe bakış açısında değişimler oluşturdu. Bilim adına yaptıkları için de bazı cinsel uygulamalar uygunsuzluğu hakkındaki ahlaki tedirginliğin azaltılmasını sağlamışlardır. Bu araştırmaların daha önemli bir tarafıysa gündelik cinsel uygulamaların düşünömselliğinin artmasında büyük katkı sağlamıştır. Hiç şüphesiz son yıllarda yaşanan cinsel devrim de bütün bunların sonucunda gerçekleşti. Burada iki boyutta hızla değişimler gözlenebilir. Birincisi “kadınların cinsel özerkliği”; “ikincisi de erkek ve kadın homoseksüelliğinin” genelleşmesidir. Bu iki boyutun 1960’lardaki toplumsal hareketlerin (cinsel özgürlükçülük) cinselliği daha önce görülmemiş şekilde tartışmaya açmalarının da etkisi yadsınamaz. Bu tartışmalardan doğrudan olmasa da “plastik cinsellik” ortaya çıkmıştır (Giddens, 2010: 32-33). Giddens’a göre mahremiyeti dönüştüren iki ana boyut vardır. Bunlardan biri teknolojinin üremeye olan katkısıyla oluşan plastik cinsellik diğeriye kadınların cinsel özerkliğinin artmasıdır.

Batı modernizmi Foucault’ya göre itiraf temelli şekillenmiştir. Arzular, sıkıntılar, gizemler ifşa edilmektedir. İktidar ilişkilerindeki sosyolojik gerçekliğin inşasında, küçük sızıntılar biriktikçe tahakküm literatürün ortaya çıkması politik ifadeye imgelerin rolü yükselmektedir. Beden, hem iktidar ilişkilerinin üretiminde hem de muhalefet alanında imgesel merkez olmuştur. Bedenin sağlık ve performansı sayısal terimlere indirgenir. Spor, yeme-içme alışkanlığı, fiziki görünüm, yaşam enerjisi gibi olgular sosyolojik taraflar arasında yeni ayrışma hatları, elitlik, üstünlük ölçütü olabilmektedir. Estetik operasyonlarla bedene dönemin modasına göre (Brezilya kalçası, Hollywood yanağı vb.) şekiller verilmektedir. Batı modernizminin eşitlik ve görünürlük ilkesi bedenine yaşlılık emarelerini ve dolaylı olarak yaş hiyerarşisini de yok etmeye çalışmaktadır (Göle, 2016: 175-176).

İnsanların her etkileşime geçmeleri tanışmalarına bir bakıma da mahrem olan alanlara geçmelerini de kendiliğinden sağlıyor çünkü mahrem alan şahsiyetin sınırlarını da belirliyor. Bu yüzden mahremiyetin ne kadar ortaya çıkarılacağı da her tanışma esnasında yeniden belirlenir. Bu tanışma da muhabbet içerisinde itiraf, söylenti, dedikodu gibi yöntemler kişiler arası bağı artırsa da aynı zamanda ortaya konan sözlerin sorumlulukları da artar. Burada devreye ahlaklı davranış girer. Ahlaklı davranış ne kadar belirsizse mahrem alanda aynı şekilde belirsiz tarafta yer

alır (Yılmaz, 2011: 146). Bireylerin mahremiyetin çözülmesine karşı tutundukları tutumlar farklı farklı gerçekleşebilir. Bu kaçınılmazdır. Önemli olan bireylerin karşılaştıkları ifşalar karşısında aldıkları pozisyonudur. Bu pozisyonun ahlaki bir zemini vardır. O halde bireyler karşılıklı olarak iletişime geçtiklerinde tarafların mahremiyet algıları üzerinden pozisyon almaları da kaçınılmazdır. Yani mesele mahremiyeti ifşa edenle/olanla kalmayıp buna tanık olanın da nasıl bir idrak içinde bulunduğu önemlidir. Esasen mahremiyet, bireyin kendine matuf ördüğü değerlerin toplamına ötekilerin tabi olmalarını istemesidir. Burada da bizatihi saygı beklentisi vardır. Bu saygı gösterilmezse mahremiyet ihlali oluşur. Poole'e göre modern yaşamda her ahlaksızlığın akla uygun bir izahı vardır. Bu düşünceden yola çıkarak modern yaşamın gerektirdiği hayatta her mahremiyet ifşasının da akla uygun bir bahanesi vardır. Bu yüzden medyanın habercilik anlayışında "özel alan" türlü bahanelerle ifşa edilir. Bahanelerin merkezinde haber değeri taşıma ve kamusal yarar prensipleri öne sürülüp meşruiyet zemini üretilir (Yılmaz, 2011: 137).

Modern yaşam çevresinde medyanın merkezi bir konumu vardır. Bu konum bir tür iktidar üretir. Medya nesnesi yaptığı her şeyi dokunulur kılar. Her şeyin dokunulmasından rahatsız olan insan huzurlu bir ortam arar. Ne var ki Adorno ve onun gibi düşünen modernizmin okuyucuları haklı çıkmıştır. Artık huzur mazide kalmış hoş bir söylemdir. Çünkü medyatik olmanın ödünü budur. Medyatik olunmayıp sadece tüketici olmakta bu durumu kurtaramaz. Gözetim toplumdan önce özel alanla kamusal alan arasında kendini ifade edebilen insan (bir anlamda da tüketici) artık özel alanın yok olmaya yüz tutup kamusal alanın genişlemesiyle karşı karşıya kaldı. Kamusal alanın genişlemesi bu alanın büyük çoğunluğunu işgal eden iktidarla da karşı karşıya kalmak demektir. Özel alanın daralması da mahremiyet alanını daraltır. Bununla iktidarın görünürlüğünde de değişimler yaşanmıştır. Panoptik (gözetleyen) iktidar yerini synoptik (herkesin birbirini dikizlediği) iktidara bırakmıştır. Yani görünmeyen, dokunulamayan iktidar her şeyin dokunulur ve dikizlenir olduğu bir ortamda belirsizleşmiştir. Belirsizleşen iktidarla yüz yüze kalan bireyin artık neyle kimle karşı karşıya kaldığı ve bununla nasıl başa çıkabileceği de tam bir muammadır (Köse, 2011: 220). Birey belirsizlikle karşı karşıya kalmakla beraber her yerden ilgi çeken görüntü üretim bombardımanına da tutulmuştur. İlgi çekmek için merak unsuru da kullanılır. Cinsel konularda her zaman ilgi çekmiştir.

Görsel sanatlarda erotizm ve pornografi içerikleri geçmişten günümüze sinema, televizyon ve sanal ortamda halen yeniden üretilen içeriklerdir.

Erotik içerikle, pornografik içerik arasında önemli farklar bulunur. Erotik içerikte çıplaklık doğrudan gösterilmez. Estetizm kaygılarıyla tercihen cinsel organlar gösterilse bile seksüel temas doğrudan gösterilmez. Duygulara hitap etme ön plandadır. Buna karşın pornografi de çıplaklık doğrudan gösterilir. Estetik kaygılar bulunmayan seksüel temas tüm ayrıntılarıyla ve sınırları olmaksızın gösterilir. Pornografide duygular yerine hazlara hitap edilir. Pornografik ve sanatsal bir kaygısı olmayan erotik içeriklerde beden nesneleştirilir. İdeal kadın ve erkek bedeni tanımlı sürekli üretilir. Kadınlarda kıvrımlı, fit bir beden; erkeklerde fit, kaslı beden her zaman başrolleri elde eder. Bu görsel üretime hemen her yerde rastlanır. Canlandırma sineması (çizgi film, animasyon) yetişkinler için yapılanların yanında özellikle çocuk izleyicilere hitap eder. Bu yapıtlarda bile erotik izlere rastlamak mümkündür. Bu yapıtlarda seksüalite belirgin olmasa da örtülü bir biçimde karakterlerde veya konu olarak işlenir. Canlandırma sinemasının yeni yeni başladığı yıllarda bile bunları gözlemlemek mümkündür. Örneğin 1937 yılında Disney yapımı “Pamuk Prenses ve Yedi Cüceler” çizgi filmi bunun mühim örneklerindedir. Bu çizgi filmde cücelerin Pamuk Prenses karakterine imkânsız aşkla bağ kurduğu görülür. Pamuk Prenses finalde, asıl aşkı beyaz atlı, yakışlı, fit ve uzun boylu Prense öpüşerek kötü lanetten kurtulur. Bu çizgi filmin konusu ilginç gelmiş olacak ki daha sonraları bu filmin, pornografik çizgi film varyasyonu da yapılmıştır. Örtük erotik hikâyeler Disney’in hemen hemen bütün yapıtlarında görülür. Sahnelerin inandırıcılığının yüksek olması için rotoskop yöntemi kullanılır. Bu yöntemle canlandırmalar karakterlerinin hareketleri gerçeğe yakın olur. Japon anime sanatında cinselliğin farklı şekillerde kullanıldığı görülür. Anime üstadı Hayao Miyazaki filmlerinde başrollerde her iki cinsten ergenlerin küçük dokunmaları, mahcup hallerinin aşka dönüşmesi sıklıkla konu edilir (Hünerli, 2011: 328). Anime türü olan “ecchi” ve “hentai” animelerinde de cinselliğin bazen doğrudan bazen dolaylı (cinsel ilişkilerde sadece cinsel organların blurlanarak) olarak, Japon mitolojisiyle harmanlanıp yayınlandığı görülür. Kültürel tabular, sosyal roller, iktidar üretimi bu filmlerde cinsellik üzerinden anlatılır. Yetişkinlerin kurguladığı cinsel hazzın ve ritüellerin simulasyonu olan bu anime türlerinin çocuk izleyiciler tarafından bir

şekilde izlenmesi onların psikoseksüel gelişim süreçlerini tahrip edebileceği ifade edilebilir. Önceleri Japon kültürü ve mitleri etrafında kurgulanan bu yapımların pornoya yaklaşan bu türleri ergen veya çocuk izler kitlesi için henüz şekillenememiş mahremiyet algılarında çeşitli tahrifatlara da yol açabilir (Hünerli, 2011: 330-332). Son zamanlarda Japon manga (çizgi roman) ve animelerinin ülkemizde de oldukça popüler olduğu söylenebilir. Yasaklanmış veya sansürlenmiş olsalar dahi bahsi geçen animelere (ecchi ve hentai türüne) sosyal medya vasıtasıyla ulaşılabildiği görülmüştür. Giddens (2010: 175), “mahremiyet etkileşimsel bir betimleme olarak değil, pratik eylem planları tanımlayan bir ayrıcalıklar ve sorumluluklar kümesi olarak anlaşılmalıdır” der. Günümüzde bu pratik eylem kümesinin önemli bir parçasını sosyal medya oluşturuyor.

Sosyal medya, her şeyin hızla tüketildiği bir mecra olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsanlar içerik yüklerken veya bu içerikleri izlerken adeta bir gösterinin aktörleri gibi hareket etmektedirler. İçerik yüklemeseler de içeriklere verdikleri beğenme, paylaşma, yorumlama gibi etkinliklerle içeriğe dahil olmaktadır. Bunları yapmasalar dahi en azından izleyici olarak olan bitenden etkilenmektedirler. İnsan doğası gereği merak etme ve beğenilme arzusu rutin içerik üretme veya bir şekilde bu içeriklere dahil olmayı baskılamaktadır. Rutine inen bu davranışlar zamanla sosyal medya kullanıcılarında paylaşılan içeriklerin zamanla çevreden kendine dönmesini sağlamıştır. Söz gelimi manzara fotoğraflarının yerini alan özçekim paylaşımlarındaki artış kullanıcılarının mahremini gösteriye dahil etmesiyle sonuçlanmıştır. Durum o kadar ilerlemiştir ki, teşhircilik ve voyörizm (dikizcilik, röntgencilik) kanıksanmıştır. Tanımı gereği bu iki hastalık durumu artık olağan bir içerik gibi algılanmaktadır (Yurdigül ve Elitaş, 2017: 140). Bu durum bir kültürel değişimin de habercisi gibidir. Küresel kapitalizm pornografiyi ürün olarak kullanmaktadır. Cinselliğin, pornografiyle tecimsel ürün olarak internet aracılığıyla satışının kolaylaşması, onun alenileşmesine ve yıkıcı etkilerinin göz ardı edilebilmesine yol açmıştır. Devlet mekanizmasının bu durumu yasaklaması sosyal medya mecralarında bu içeriklerin paylaşımına yol açmıştır. Zamanla kanıksanan bu paylaşımlar bir pornografi kültürünün oluşumunu ve yaygınlaşmasını sağlamıştır. Burada sadece cinsellikten bahsedilmemektedir. Dahası vizüel olarak ifşa edilen her şey de görülür. Bu da mahremiyet ilişkilerini dönüştüren pornografik bir kültürü

dayatmaktadır. İdeal beden, ideal kadın, ideal erkek, ideal yemek ve benzeri içerikler sürekli üretilmektedir (Girgin, 2017: 92). Örneğin yemek yemeden önce çekilen yemek fotoğraf içerikleri yiyecek pornosu (food porn) içerik kümesinde paylaşıldığı sıkça görülmektedir. Buradaki food porn tabiri de yaygın bir tabir olarak kullanılmaktadır. Bu açıdan bakıldığında kültürel değişimin izlerini dildeki değişimde de gözlemlenebilir. Bu melez dilin (İngilizce ve yerel dil) yaygın kullanıldığı da gözlemlenebilir. Özellikle genç nesille iletişim halindeyken bu jargona hâkim olmak gerekmektedir.

Sosyal medya paylaşımlarının kümelenmesini sağlayan sembol hastagdir (#). Hastag, ilk önce Twitter’da ortaya çıkmıştır. Hastag sembolü diesin (#) hemen sağına yazılan kelimeler o içeriği bir kümeye, bir başlığa dahil eder. Böylece sosyal medyada popüler bir kavram, olay ve olgunun üzerine yapılmış içerikleri tarihsel sırasıyla görebiliriz. Konunun bağlamına göre her şey hastag malzemesi olabilmektedir. Bu araç verilen sosyal medya içeriklerini adeta miktatsızlandırmaktadır. Bu sayede gündem oluşturulur ve takibi kolaylaşır. 2018 yılının en çok ilgi çeken hastaglerinden biri “#deleteFacebook” oldu.

Mart 2016’da Amerikalı bir gazetede yayınlanan haberde Facebook’un kullanıcılarının karşısına çıkardığı “nitelikli haberlerin” sadece yapay zeka algoritmasının seçimleri olmadığı üzerine haber yapılmıştır. Habere göre Facebook’un ABD’nin New York şehrinde oluşturduğu 25 kişilik bir ekip yapay zekanın içerik seçimlerine yardım ediyormuş. Haber Facebook tarafından doğrulandı ve Facebook şirketi özür yazısı yayımlayarak bu ekibin liderinin işine son verdiğini açıkladı. Sonradan anlaşıldığına göre ekip üyeleri, işlerinde oldukça deneyimli gazetecilerden oluşmaktaymış. Ekibin tamamı da siyasal olarak liberal görüşte oldukları da tespit edilmiş. Bu sıralarda ABD’de başkanlık seçimleri için seçim kampanyaları devam ettiğinden muhafazakârlar Facebook’a büyük tepki göstermişlerdir. Bunun üzerine Facebook 17 kişilik bir heyeti silikon vadisindeki Facebook merkezinde ağırlamıştır. Burada heyete algoritmanın nasıl çalıştığı üzerine bilgi verilmiştir. Bu olaydan 8 ay sonra ABD başkanlık seçimlerinde muhafazakârların desteklediği Donald Trump ABD başkanı olarak seçilmiştir. Bu seçim galibiyetinde sosyal medyayı özellikle Facebook’u aktif bir biçimde kullandıkları gözlenmiştir. Muhafazakarların silikon vadisini ziyaretinden sonra

“Fake news” yani sahte haberlerin Trump lehine ciddi şekilde arttığı görülmüştür. Ayrıca Facebook, Eylül 2017’de Rus sermayeli büyük bir işletmenin ABD seçimleri boyunca 3000 adet reklam verdiğini açıkladı. Ekim 2017’de Jonathan Albright isimindeki bir araştırmacının araştırmalarına göre 6 farklı Rus kaynağının yayınladığı haberlerin Facebook içinde 340 milyon kez paylaşıldığını ortaya koymuştur. ABD’nin nüfusu 325 milyondur. Paylaşımların kahir ekseriyeti propaganda amaçlı olduğu görülmüştür (Bu haberlerin yayınlanmasından sonra seçimlere Rusya’nın da dahil olduğu gerekçesiyle ABD kamuoyu bu konuyu aylarca tartışmış iki ülke arasında siyasi gerilim yaşanmıştır).

ABD seçimleri sırasında ABD’li 50 milyon Facebook kullanıcısının izinleri olmaksızın bilgilerinin kullanıldığı ortaya çıkmıştır. Bunun nasıl olabileceğini ABD merkezli seçim danışmanlığı yapan Cambridge Analytica şirketinin başkanı Alexander Nix açıklamıştır. Nix’e göre seçimlerde seçmen eğilimleri çok dar bir araştırmayla elde edilip vaatler danışmanlar tarafından hazırlanıyordu. Ona göre artık demografik ve coğrafik bilgilerle yetinilemez, psikografik bilgiler de gereklidir. Sosyal medya bu psikografik verilerin sağlanmasında kullanılmaktadır. Bir resme kaç saniye bakıldığı, nelerin paylaşıldığı, kaygılar, meraklar, arkadaş ilişkileri gibi hemen hepsi “big data” yani büyük veri denilen sanal depolama okyanusunda kaydediliyor. Yaklaşık 2 milyar kullanıcısı olan Facebook’un da başarısındaki en büyük sır burada yatmaktadır. Söz gelimi Facebook uygulaması yüklü telefonunuzun yanında köpeğiniz olmadığı halde köpek mamasıyla alakalı bir konuşma yaptığınızda ertesi gün köpek maması reklamları görmemizin nedeni işte bundandır. Nix şirketinin metodolojisini, yasakların anlatılış biçimine göre şekillendirdiklerinden bahseder. Burada davranış biliminden yararlandıklarını belirtir. Yani insanların denize girmemesi isteniyorsa denizin girişine yasaktır tabelası asmak bu yasağı cazip kılar ancak denizde köpek balığı var, uyarı levhası konursa insanlar buna inanır ve bu yasağa uyarlar. Bu gibi tespitleri yapabilmek için kullandıkları metodolojiye de “okyanus” adını vermişlerdir. Bu metodu ABD başkanlık seçimlerinde de kullandıklarını itiraf etmiştir. Facebook kullandığı algoritmalarla %95 isabet oranıyla kişilik analizi yapabilmektedir. Yani ortada sosyal medyanın aracılığıyla mahremiyete girilerek bir toplum mühendisliği diğer bir ifadeyle algı yönetimi yapılmaktadır. 2018 yılının Mart ayında Wired dergisi Mart baskısının kapağına

Facebook'un kurucusu ve Ceo'su Mark Zuckerberg'i sanki darp edilmiş gibi yüzünü yerleştirir. Wired dergisi ABD'de popüler ve saygın bir teknoloji dergisi olarak Facebook'un sırlarını ifşa eden makaleler yayınlar. Bu ABD'de geniş kitleler de ses getirir ve 2018'in en meşhur hastag'i yayılır: #deleteFacebook. Birçok kişi Facebook'u siler bu durum diğer sosyal medya araçlarının popülaritesini arttırır. Popülaritesi en çok artan sosyal medya uygulamalarından biri de Instagram olmuştur (Facebook, Instagram'ı Nisan 2012'de satın almıştır). Haberleşme kategorisinde popülaritesi en çok artan Whatsapp olmuştur (Facebook, Whatsapp uygulamasını Şubat 2014'te satın almıştır). İnternet çağında en önemli güç bilgidir (Özcan, 2018). Burada çok önemli bir mevzu da atlanılmamalıdır. İnsanın mahremiyetini sosyal medyaya taşıması bu aracın internet içinde yapay zekâyla çalıştırılması ayrı ve ürkütücü sonuçları olabilecek yeni bir yabancılaşmaya neden olabilir. İnsan, mahremini yapay zekâyâ öğreterek bir anlamda kendi umut ve zaaflarının da kodlarını ona teslim etmiş olur. Yani teknoloji geliştikçe yapay zekâ da insanı nasıl idare edebileceğini öğrenmektedir. Bu durum gelecek nesillerde telafisi olamayacak sonuçlar doğurabilir. Bu durumdan kaçmak da artık olası değil. Sosyal medya araçlarını kullanmamak, sistemden kaçılabilirliği akla getirebilir ancak akıllı cihazlara yüklenen her uygulama kullanıcıdan telefon rehberine, fotoğraf galerisine, telefonun kamerasına ve mikrofonuna vb. erişim izni istemektedir. Kişi kaçabilir belki ama kişiyi kullanıcı olarak gören sistem kişiyi bu izinler (feragat) sayesinde (belki de masum çocuğunuzun telefonda oynadığı oyun için yapılan feragat) sizi gözler, dinler. Bu artık distopya, mit, olumsuz kehanet olamayacak kadar gerçek ve yakın bir gelecekte gerçekleşebilecek tartışılabilir alan olacaktır.

Capstone Connected Home, Google Asistan desteğine sahip banyo aynasıyla CES 2019'da dikkat çeken isimlerden biri oldu. Akıllı banyo aynası da diyebileceğimiz yeni bir teknolojiyi hayatımıza dahil eden şirket, aynanın Google Play Store'a bağlı olmasını sağlamış ve aynaya uygulama indirilebilmesinin önü açılmış. Elbette burada en önemli nokta Google Asistan'ın da kolayca bu ayna üzerinden kullanılabilir olması. Örneğin banyoya girdiğinizde Google Asistan'a aklınıza takılan, merak ettiğiniz her şeyi tıpkı telefonda yaptığımız gibi kolayca soruyorsunuz ve sesli olarak da hemen yanıtınızı alıyorsunuz. Türkçe dil desteğine de kavuşan Google Asistan ile birlikte bu teknolojiyi ülkemizde de görmeye yakında başlayabiliriz (Hürriyet, 2019: 1).

Yukarıdaki haberin başlığı, "Google Sonunda Banyoya Girdi Emirlerinizi Bekliyor!", beklediği şey sadece emirlerimiz mi? Şuan için teknolojik aletlere kölelerimiz gibi(!) bakabiliriz. En mahrem anımızda yani banyodayken size tepki



verebilen bir alet otonom bir yapıya kavuştuğunda ne kadar ileri gidebilir şuan için bilinmiyor. Ancak yapay zekâ da “Aydınlanma Çağını” yaşadığında yani ergin bir yapıya kavuştuğunda dünyayı ve kendilerini mahveden insanlık için nasıl bir okuma yapabilecek? Fütüristlerin kötü gelecek senaryoları sadece “naif bir hezeyandan ibaret” olmayabilir. Yapay zekâ enerji ve kendine has bir dil geliştirme, sorunlarını aştığında yani artık sözüm ona efendisine bigâne kalıp kendi içinde kararlar alabildiğinde insanların doğaya (özellikle hayvanlara) baktığı gibi bakabilecekse ve merhamet etmeyene merhamet olunmayacaksa eğer, insanlık ciddi bir tehditle karşı karşıya kalabilir.

Mahremiyetinden feragat edebilmek, dikizleme kültürünün ortaya çıktığı gösteri toplumunda güle oynaya cehennemi yaşamaya doğru hızla yol almaktır. Süreç başlamıştır. Çözüm yine insanlığın elindedir. Durkheim’ın da tespit ettiği gibi sorun maddi kazanımlarımız değil. Modernite zenginliği sağlayacaktı, bu zaten kendine içkin istatistikî olarak mümkündü ve oldu da zaten. Mühim olan devletin refah toplumuna ermek için çok kıymetli kaynaklarını israf etmesinde aranmamalı, temelde sorun ahlaki bir sorundur. Elbette tek nedenli sosyolojik bir açıklama geçmişte kaldı. Ancak bir sorunu tespit edebilmek için bir temellendirme de şart gibi görünüyor. Bu temellendirmeye göre olguya ahlaken bir düşünce, tepki geliştirilmesinde yarar bulunabilir. O halde ahlak nerede? Modern insanda olmadığına kani olabiliriz. Belki dini köklerde (ama modern kafalarla, samimiyetten yoksun olamaz) bulunabilir. Çünkü Ellul (2012), modern insanın içine düştüğü durumu sözün düştüğü yerden kurtarılmasında arıyor. Sözü düştüğü yerden kurtarabilecek en etkili toplumsal kurumu/kurumları bulup samimiyetle çalışmaktan başka çıkar yol gözükmemektedir. Teknolojinin büyüündeki bu nesil için belki tren çoktan kaçtı, gelecek nesiller için hayatı yavaşlatmamız şart gibi gözükmektedir.

### **3. DEVLET VE SOSYAL MEDYA**

Heywood (2012:29), devleti şöyle tanımlar: “Devlet en basit şekilde tanımlanmış toprak sınırları içinde egemen yetki alanı kuran ve kalıcı kurumlar vasıtasıyla otorite uygulayan siyasal bir birlik olarak tanımlanabilir.” Yine Heywood (2012: 29) devletin beş önemli özelliğinden bahseder: ilki, devletin egemenliği esastır; ikincisi, devletin kurumları kamusaldır, kamunun finanse ettiği bir yapılandırma; üçüncüsü, devlet meşrulaştırır, meşruluk onun egemenliğini sağlar.

Dördüncüsü, devlet nüfuz sağlar, yasalar koyar ihlalinde ceza verir. Max Weber'in dediği gibi meşru şiddet araçlarını tekelinde toplar. Sonuncusu, devlet teritoryal bir organizasyondur, meşru egemenlik sahasında yetke odur. Milletlerarası politikada (teoride) özerk bir güç olarak kabul edilir.

İbni Haldun'a (1332-1406) göre devlet, birlikte yaşayan insanlar için hem birbirlerinden kendilerini korumaları hem de doğaya karşı korunmaları için zorunluluğun bir sonucudur. İnsan, yaratılışı itibariyle iyiliğe eğilimli olsa da ötekinin hakkına girme, ona zarar verme eğilimini de içinde barındırır. Politik güç ve onun toplum üzerindeki egemenliği kurulmadığı sürece insanların birbirlerine fena işler yapmaları kolay kolay engellenemez. İbni Haldun'un insan fitratı ve devletin zorunlu varlığına ilişkin tespitleri, Grotius ve Locke gibi düşünürlerin düşünceleriyle benzerlik taşımaları dikkat çekicidir. Siyasi otoritenin devletleşmesi ve kaynağı konusunda İbni Haldun, "asabiyet" kavramını ortaya atmıştır. Ona göre asabiyet, yönetimdeki kadroların aralarındaki yardımlaşma, grup bilincine erebilecekleri sözün özü aidiyet hissidir (Toku, 2002: 97). Asabiyet ne kadar kuvvetli olursa grup o kadar güçlü olur. Grup lideri, topluluğun lideri olur. Topluluk bir şekilde topluma egemen olursa devleti idare eden çekirdek kadro yönetici sınıfı oluşturur. Devlet şehirleri kuran bir kurumsallaşmadır. Şehir kurmak medenileşmeyi getirir. İbni Haldun devleti yaşayan bir organizma gibi düşünür. Ona göre devlet tıpkı insan gibi doğar, büyür, gelişir ve ölür. İbni Haldun'un devlet teorisi şöyledir:

1. Zafer Devri: Refahı ve devlet olmayı hedefleyerek güçlenen asabiyet, inkıraz dönemi yaşayan bir devletin mirasına konunca zafer devri başlar. Bu aşamada siyasi otorite, yeni mülkler edinmede ve ülkeyi savunmada halk için örnek-lider konumunda olup, asabiyet duygusu henüz devletle halk arasında birliği sağladığından, halka rağmen herhangi bir faaliyette bulunmaz.
2. İstibdat Devri: Bu aşamada devlet istikrar kazandığından ve devletin nasıl kurulduğu da insanlar tarafından unutulduğundan, siyasi otorite devleti kuran asabiyete ihtiyaç duymamaya ve artık otoritesini kurucu kadrolarla paylaşmamaya başlar. Onları tasfiye ederek yerlerine, kendisine bağımlı yeni bir güç, paralı ordu ve devlet işlerini yürütecek bürokratik bir kadro teşkil eder. Devlete bağlılık, itaat ve sadakat yeni kadrolar için dini bir inanç haline dönüşür. Bu yeni kadrolar, mevcut iktidarın devamı için din adına cihat ediyorlarmış gibi savaşırlar. İşte bu yüzden devlet, kurucu kadrolara ve kurucu ruha ihtiyaç duymaz. Çünkü yeni kadrolar, mevcut iktidara itaati, Tanrı'dan gelen ve aksi düşünülemez bir emir olarak telakki ederler. Mevcut iktidarın muhafazası dini bir inanç haline dönüşünce, devleti kuran asabiyetin yerine devlet ideolojisini paylaşan, fakat kurucu asabiyete mensup olmayan kadroların alması işin tabiatı gereğidir. Kurucu zihniyeti tasfiye hareketi de kaçınılmaz olarak istibdata dönüşür.

3. Refah ve Sukun Devri: Bu devir, siyasi otoritenin hasılatı topladığı dönemdir. Bu aşamada refahın çeşitli tezahürleri; saraylar, binalar, su kanalları, köprüler, bağ bahçe, lüks kabilinden yiyecek, içecek, giyecek gibi şeyler kendilerini gösterirler. Yeni yeni sanatlar, uzmanlık alanları gelişir. Bedevilerin medenileri taklit etmeleri kaçınılmaz olduğundan, kendileri tarafından yıkılan devlet ve medeniyetler, refah döneminde taklit edilmeye başlanır.
4. Barış Devri: Bu dönemde devlet, dahilinde kendisine yönelik hiçbir muhalefet kalmadığından emin bir biçimde, mevcut yapıyı muhafaza için dışarıdan gelebilecek tehlikelere karşı önlemler almaya ve komşu devletlerle barış antlaşmaları yapmaya başlar.
5. İsrاف ve Yıkım Devri: Bu aşamada devlet, gücüyle orantılı olan tabii sınırlarına ulaşmış olup, onun ötesine artık geçemez. Tıpkı belli merkezlerden çıkan ışığın çevreye yayıldıkça zayıflamasında veya içine taş atıldığında gittikçe genişleyen su yüzündeki daireler gibi, merkezde güçlü olan siyasi otorite, sınırlara doğru zayıflamaya yüz tutar. Ayrıca siyasi otorite, devletin bütün imkanlarını taraftarları ve kendisi için savurganlık derecesinde harcamaya başlar. Ehliyet gerektiren işleri, liyakatsiz insanlara arpalık olarak sunar. Vergiler ve borçlanmalar yüklü bir şekilde artırılmasına rağmen, devlet harcamaları yine de karşılanmaz. Adalet suistimal edilir. Devletin hemen her kurumu iyiden iyiye dejenere olur (Toku, 2002: 108-110).

Sosyolojinin fikir olarak kurucusu İbn-i Haldun, devleti yaşayan bir organizma olarak değerlendirmiştir. Modern bir bilim olan sosyolojinin bir disiplin olarak kuruluşunda klasik teorisyenlerin devleti özellikle incelediği görülmüştür.

Modern devlet fikri, yeni sayılabilecek bir fikirdir. Fikrin ortaya çıktığı yer Batı Avrupa ülkeleridir. Batı Avrupa'da kapitalizmin yükselişe geçmesi kapalı ekonomi anlayışıyla yürüyen feodalizmi bitirmiştir. Feodalizmin düşüşe geçmesi merkezi krallıkların güçlenmesine yol açmıştır. Kapitalizmle birlikte ticaret hayli artmış tüccarlar ve askeri gücü elinde bulunduran krallar otoritelerini arttırmışlardır. Ticaretin artması ticaret merkezi konuma gelen kentleşmeyi doğurmuştur. 16. Yüzyılda İngiltere ve 17. Yüzyılda diğer Avrupa devletlerinde yönetimlerin büyük bir ölçüde monarşiye geçtiği görülmüştür. Monarşiler de yönetimi kolaylaştıracak memurlara ihtiyaç duydular. Zamanla bu memurlar güçlenip profesyonel siyasi ve hukukçulara dönüştüler. Böylece iktidarın merkezileşmesi, anayasal düzen ve bürokrasiyi tepe noktaya çıkardı. Ticaretin artması tüccar, esnaf ve büyük üreticilerin ortaya çıkmasıyla burjuvazi sınıfı ortaya çıkmıştır. Bu sınıfın iktidardan pay almak istemesi, otoritenin parçalanabileceğini göstermiştir. Mülkiyet hakkını koruyan, dış ticareti destekleyen anlayış, milliyetçilik fikirlerinin birleşmesiyle ulus devlet anlayışı ortaya çıkmıştır. Modernite fikrinde dünya üzerindeki devletler tümüyle özerk olmalıdır. Bu fikir ancak 20. Yüzyılın ikinci yarısında sömürge

imparatorluklarının bitişine dek tamamlanamamıştır. Ulus-devlet moderniteye has bir siyasi rejimdir. Belli bir toprak parçası üzerinde yasama, yargı, yürütme organları kolluk kuvvetleri, merkezi ve yerel idareler gibi kuruluşları uzlaştırıcı tek mercidir. Weber'in işaret ettiği gibi ulus devlet, sınırları belirlenmiş bir toprak parçası üzerinde meşru şiddeti uygulamaya muktedir tek yetkilidir. Buna göre modern devlette hiçbir şey modern devletin pozitif hukukunun üzerinde değildir. Bu devlet üzerinde yaşayan halk vatandaşdır. Yani devlet vatandaş mefhumuyla herkese eşit davranacağını taahhüt eder. Kendilerini ulus olarak belirlemiş halkların kendilerini bir şekilde yönetebilmeleri öngörülür. Ancak uygulamada birçok devlet dış ilişkilerinde diğer devletlerle mecburen iş birliğine gitmek zorundadır. Milletlerarası ilişkilerde devletlerin tek başına gücü değil güç dengeleri esastır. Avrupa Birliği (AB), NATO (Kuzey Atlantik Anlaşması Örgütü), IMF (Uluslar arası Para Fonu) gibi örgütlenmeler ulus-devletlerin aralarındaki ilişkilerde güç dengelerini belirleyen önemli kuruluşlardır. Bu güç dengeleri her zaman kuruluşlar üzerinden yürümez bazen bu para piyasaları üzerinden de yürüyebilir. Örneğin uluslar arası para piyasalarının Avrupa Döviz Kuru Mekanizması'ndan sterlini çıkarmaya çalışmaları gibi (Bilton vd., 2009: 212-214).

Modernliği kavram olarak ilk Alman düşünür Hegel (1770-1831) kullanmıştır. Hegel bu kavramı İngiltere'nin yaşadığı değişimi açıklamak için kullanmış ancak kavram özellikle 17. Yüzyıldan sonra Batı Avrupa özelinde yaşanan ve zamanla diğer bölgeleri de saran gelişmelerin anlatımında kullanılmıştır. Modernlik, gelenekselliğe karşı yeni ve farklı bir bakış açısı geliştirme iddiasıyla ve evrensel istemlerle biçimlenmiştir. Bu istemler onun evrensel ve yerküreyi saran meşhur bir söylem olmasını sağlamıştır. Modernizm (çağdaşlık) etiketine yönelik olumlu bir merkezi konum elde etmesine, geleceğe dair kurgular önermesi gibi özellikler barındırması modernliğin meşhurluğunu artırmıştır. Modernliğin böylesi iddialarla yayılmasında, modern kurgunun ortaya attığı “sosyalizm, kapitalizm, endüstriyalizm ve ulusçuluk” söylemlerinin de etkisi vardır. Bu söylemler farklı bağlamlarda ve düşüncelerde ortaya çıksalar da hepsinin modernlik şemsiyesi altında toplumsal alanlara nüfuz ederek modernliği harekete geçirmiştir (Karakaş, 2015: 27). Modernizmin devletle ilgili ilk öne çıkan isimleri Karl Marx, Max Weber ve Emile Durkheim'da görülebilir. Bu düşünürler bazen olumlu eleştiriyle bazen de karşı

çıkışlarla -bir şekilde- sistemi canlı tutan fikirler ortaya attılar. Ünlü Alman düşünür Marx (1818-1883), devletle ilgili düşüncelerini Hegel'in devletle ilgili düşüncelerinin eleştirisi üzerine kurmuştur. Durkheim (1858-1917) ve Weber de (1864-1920) devletle ilgili düşüncelerini Marx'ın devlet teorisi eleştirisi üzerine kurmuştur.

Hegel'e göre, siyasi ve hukuksal yapısı sayılmazsa bütün iktisadi ve aileyle ilgili temasları içeren sivil toplum, tabiatından dolayı, insanların birbirlerini kötü duruma sokmaya çalıştıkları denetimsiz bir bencillikler alanıdır. Devlet, bu insanlık durumunda bencillikleri aşabilecek evrensel, toplumsal gelişimin öncülüğünü yapacak politik iştiraklerin temelidir. İnsan, doğasını bilerek devletin doğal yapısına girmelidir. Hegel'e göre devlette birey cisimleşmiştir, sivil toplumdaki devlet vardır. Marx, Hegel'in bu düşüncelerine en başta ideali ortaya koyarak yapılmış bir değerlendirme diyerek eleştirir. Marx'a göre tarihsel gerçeklerden yola çıkılarak ideal anlaşılmalıdır. Marx'ın, Hegel'in düşüncelerinin analizindeki temel gayesi fail bireyin devletin politik kurumlarında neden nesneleştiğini anlamaktır. Feuerbach'tan da etkilenen Marx, fail insanın gündelik hayatındaki ıstırapları din kurumundan aldığı uyuma dayalı haz dünyasıyla yumuşattığını ve uyuştüğünü düşünmüştür. Yine aynı şekilde devlet, dinin idealleştirilmiş evrenini işleten evrensel haklara vücut kazandırmış, failleri yabancılaştıran politik bir etkinliğin adıdır. Hegel, bir ideal olarak politik temsiliyetin, sivil toplumdaki bencil bireyciliğiyle, devletin evrenselliği arasında aracı bir görev üstlendiğini söyler. Marx'a göre böylesi bir politik yapı yoktur. Dahası o ana kadar kurulan hiçbir devlette böylesi bir yapı var olagelmemiştir. Olan biten şudur: geçmişten beri görülüyor ki, ideal olan genel katılımdır, ne var ki, gerçekte bu özel çıkarların etrafında temerküz edenlerin sefahat yeridir. Eğer devletin içinde gerçek demokrasi aranıyorsa, en başta birey ve politik topluluk arasındaki yabancılaşmanın sivil toplumdaki bireylerin bencil çıkarlarıyla politik düzenin toplumsal öz yapı dikotomisinin çözümlenmesi gerekir. Siyasal ortadan kaldıracabilecek şey de genel oy hakkından geçer. Radikal Jakobenezme şiddetle karşı çıkar, devlet ve devlet teorisinin ortadan kaldırılacağı üzerine çalışmalar yapar (Giddens, 2012: 32-35). Marx, iki sınıflı (burjuvazi-proleterya) bir dünyanın hemen hemen her alanda çatıştıklarını öne sunar. Nihayetinde bu sınıflardan proleterya, kendisi üzerinde dönen oyunları sınıf bilincine erişerek

uyanacak ve diğer sınıfa yani burjuvaziye karşı galip gelecektir. Bu galibiyet yabancılaşma unsurlarının da sonu olacak, tedricen devlet dönüşecektir, sosyalizm ve sonunda da devletsiz bir düzen (komünizm) gelecektir. Bu düşünceler önce Batı’da, sonra dünya da büyük yankı buldu. Marx’a en büyük eleştiriler Batı’dan geldi.

Emile Durkheim, toplumsal sınıfların, sınıfsal bir devrimle yeniden inşa edilmesine karşı çıkar. Ayrıca ona göre sınıfsal ayrışmalar Marx’ın iddiasındaki gibi giderek belirginleşmemiş tam tersine ayrışmalar, ekonomik düzenlemelerle azalmıştır. Durkheim’a göre miras yoluyla devredilen sermaye toplumdaki iki temel sınıfın yani emek ve sermayenin sınıfsal ayrışmayı belirginleştirdiği doğrudur ve fakat yoksulların yaşam standartlarındaki iyileştirmeler, refah programları gibi tedbirlerin alınması bu aradaki sınıfsal farklılıştırmaları azaltmaktadır. Durkheim, bu tedbirlerin yapılması gerektiğini düşünür ama ona göre sorunun temeli, ekonomik değil ahlakidir. Ayrıca tedbirlerin sadece ekonomik olması toplumsal krizleri belli bir süre engelleyebileceğini ama sonunda sorunların daha da büyüyerek artacağını da belirtir. Durkheim’a göre devlet tam da bu toplumsal krizlerde sorunu aşmada ahlaki bir tavır takınmalıdır. Geleneksel toplum tipinde din kurumu fakire, içinde bulunduğu durumu kabullenmesini varlıklıysa yoksullara yardımcı olmalarını öğütlerdi ancak modern çağda geleneksel toplum kuralları bir nebze geçerli olabilir, bireyselleşmenin hızla arttığı bir ortamda devlet ahlaki kararlar alarak uzlaşmayı sağlamalıdır. Bu noktada devletin siyasalarını yapacağı, siyasal alanına (kavramına) yaptığı yönetenler, yönetilenler ayrımında gerekli olduğunu vurgular. Durkheim devletin üç boyutunun varlığından bahseder, ona göre devlet: yetkenin kurgulanması; yapısal farklılıkları bulunan bir toplum; bürokratların bürokrasi uygulamaları şeklinde oluşur. Bu biçim tanımda söz gelimi (Weber’in aksine) toprak parçasının bütünlüğüne dikkat çekmemesi göçebe yaşayan toplulukların kurdukları yönetim biçimlerinden ileri gelmektedir (Giddens, 2012: 167-169).

Weber’e göre “devlet, belli bir arazi içinde fiziksel şiddetin meşru kullanımının tekelinde (başarıyla) bulunduran insan topluluğudur.” (Weber, 2004: 131). Weber, Marx’ın aksine sosyalist düzenin birçok handikaplarla dolu olduğunu düşünür. En başta bireylerin çalışma hayatında kendini gerçekleştirmedeki isteksizliklerini göstermiştir. Rekabetçi bir çalışma için kapitalist sistem gelişmeye açıktır. Ayrıca sosyalist devlet düzeninde komşularla ticari ilişkiler, dış kredi akışı

gibi iktisadi alanlardaki açmazlardan kurtulmak zordur. Sosyalist topluma dair eleştirisi, siyasal katılım üzerine olmuştur. Weber'e göre sosyalist toplumda siyasal katılım kapitalist düzene göre oldukça yüksek olacaktır. Siyasi parti içi demokrasi de sosyalist düzende daha işler gibi durmaktadır. Lakin sosyalist düzen süreç içerisinde yalnızca endüstri ve devlet bürokrasisinin artışına neden olacaktır. Bu da halkın siyasal katılım özgürlüğünü oldukça azaltacaktır. Weber, devlet bürokrasisinin en belirgin özelliği olarak yerleştiği yerde demokrasiye büyük zarar verebileceğinden bahseder. Ona göre bürokrasi yerleştiği yerde “demir kafese” dönüşür. Bürokrasi öyle bir şeydir ki antik Mısır'ı ele geçirmiş ancak ve ancak bütün toplumsal sistem çöktüğünde kuvvetini kaybetmiştir. Şu halde bürokrasi, patrimonyal devlette dahi bu kadar güçlü birşeyse, her türlü uzmanlaşmanın had safhada olduğu modern bürokrasinin kuvvetini azaltma girişimlerine mukavemet göstereceği bellidir. Bu da Marx'ın kurguladığı devrimin imkansızlığını ortaya koyar. Weber'e göre modern kapitalizmdeki bürokrasi rasyonelleşmenin hem nedeni hem de sonucudur. Batı rasyonelleşmesi, kapitalist piyasanın oldukça genişlemesi sonucu birçok etkeninin etkileşimi sonucu doğmuştur. Bu etkileşim Marx'ın dediği gibi kaçınılmaz evrimci bir yönde gelişmemektedir (Giddens, 2012: 285-286). Modernist bazı düşünürler devleti yukarıdaki hallerde açıklamışlardır. Modernizmin zamanla değişime uğradığı yakın geçmişte ve halen tartışılmaktadır. Bu değişimi açıklamak için postmodernizm kavramı ortaya atılmıştır.

Postmodernizm, modernizm yorumcuları tarafından 1970'lerde başlayıp günümüze kadar güncellenerek gelen tartışmaların odağı halindedir. Temel tez şudur: modernizm büyük dönüşümlerle hayatımızı derinlemesine etkiledi ancak yeni bir büyük dönüşüm gelmektedir, bu da modernizm sonrası denilebilecek bir durumu ortaya koymaktadır. Bu dönüşümün boyutları, sosyal, iktisadi, kültürel hayatta artık hissedilebilir hale gelmiş ve toplumu modernizm ilerisine taşımıştır. Bu tezin temel argümanlarına göre: günümüz entelektüel dünyasında, bilime, ilerlemeye ve en önemlisi akla dair öğretisi bunalımı yaşanmaktadır. Bunlar modernitenin temel argümanlarıydı. Temel argümanlara koşut kapitalist anlayışın (dünya savaşları sonrası) dünyayı iktisadi anlamda gittikçe çevrelemesi modern ulus devleti ve ekonomik dengelerini değiştirdi. Artık katı devlet sınırlarının anlamı kalmamakta, üretimin merkezi batıdan doğu'ya özellikle de uzak doğuya kaymaktadır. Batı'da

hizmet sektörü istihdamı, ekonomide payı gittikçe azalan sanayi üretiminin üzerine geçmekte, işgörenler kendilerinin ve yöneticilerinin denetiminin de ötesinde artık küresel arenadaki işleyişle oluşan baskılarla karşı karşıya kalmaktadırlar.

Üretim anlayışında da bir takım değişimler yaşanmaktadır. Artık kitlesel üretimin yerini, dar hacimli ve geniş bir coğrafyada esnek üretim modeli almıştır. Bununla birlikte kitlesel pazarlamanın yerine dar alan pazarlaması modeline geçilmiştir. Bütün bu değişimler tüketim kültürünü oluşturmuş, kimlik ve alışkanlıkların çeşitlenmesi ve değişmesine neden olmuştur. Yine bu değişimler hızlı nüfus artışına ve hareketliliğine neden olmuş, kentleşmenin hızla arttığı görülmüştür. Bu hızlı artış ve değişimler ulus devletinin etkinliğini azaltmıştır. Daha önce milyonların desteğine dayanan milliyetçilik, sosyalizm, muhafazakarlık gibi siyasi idealler yerlerini oportünizm (siyasi fırsatçılık), pragmatizm (yararcılık), popülizm (dramatize edilmiş politika) gibi dejenere yönelimlere bırakmışlardır. Bu yönelimler toplumsal mezuvalara ve kimlik tartışmalarında merkezi yerler edinip yeni sosyal hareketlere yön vermekte oldukları görülmektedir. Siyasi alanda bunlar olurken toplumsal alanda mahremiyet anlayışında da değişimler gözlenmektedir. Bireyciliğin yükselişe geçmesi, insani ilişkileri dönüştürmüştür, özellikle aile yapılarında çeşitlenmelerin arttığı görülür. Bütün bunlar genel olarak bütünlerin parçalanması olarak özetlenebilecek modernizmi aşan bir başka büyük dönüşümün yani postmodernizmin habercisidir (Bilton vd., 2009: 40). Postmodernizm tartışmalarıyla birlikte küreselleşme tartışmalarının da modernite üzerinden yapıldığı görülmektedir.

Küreselleşme, modernite yorumcuları tarafından yirminci yüzyılın sonlarına doğru tartışılmaya başlanmıştır. Onlara göre küreselleşen şey çeşitli değişimlere uğrayan modernizmdir. Bu değişimlerin merkezinde Kuzey Amerika vardır. Kavram olarak küreselleşme, günümüzde kullanılan anlamıyla ilk kez Marshall McLuhan'ın kullandığı *Global Köy* tanımlamasında bulunur. Özellikle medya araçlarının büyük şirketlerin tek elinde toplanmaya başlamasıyla enformasyonun; üretimde ve pazarlamada gerçekleşen çokuluslu üretim ve pazarlama stratejilerine göre ekonomik boyutlarıyla dünyanın küreselleştiği söylemi yaygınlaştı. Yeni dünya düzenine geçişin küreselleşmeyle olabileceği vurgulandı. “Aslında perde arkasında yer alan ideoloji ise, kapitalizme kendini yeniden üretme imkanı sunan, diğer bir ifadeyle yeniden hayat veren neo-liberal tüketim ideolojisi”dir (Karakaş, 2015: 51).



Küreselleşmenin gündeme gelmesindeki nedenlerden biri de soğuk savaş döneminin sonuçlarında aranmalıdır. İkinci Dünya Savaşının yıkıcı etkileri sonucu ortaya çıkan soğuk savaş dönemi devletler arası ilişkilerde üç kutuplu dünya yaratmıştı. Buna göre liberal, sosyalist ve bağlantısızlar diye ayrılan devlet grupları oluştu. Liberallerin merkezinde ABD, sosyalistlerin merkezindeyse SSCB vardı. Bağlantısızlar girişimi de bu iki kutbun dışında kendilerine yaşam alanı aramaları sonucu oluşmuştur. Bauman'a (2010a: 73-74) göre böylesi bir ortamda modern devletlerin artık egemenlik iddiaları devletlerarası bir güce kaymıştı. Çünkü devletler arası rekabet ortamı çok sertti ve soğuk savaş sonrası yani Sovyetlerin dağılması ve bağlantısızlar girişiminin başarısız oluşu, yeni kurulan devletlerin kendilerini koruma altına alma girişimleri onları çeşitli birlikleri kurmaya itti. Amaç yeni çatışmaların hatta savaşların önüne geçmek ve sınır güvenliğini sağlamaktı. Egemen devletler de kendi çıkarlarını diğer devletlere dayatmak için küresel politikaları meşrulaştırmak yolunu çeşitli çatılarda buluşmakta bulmuştu. Ayrıca dünya üzerinde hala kime ait olduğu bilinmeyen belirsiz alanlar, belirli çıkarlar için düzenlenmesi gerekiyordu. İşte bu örgütlenmelerden biri olan Afrika Birliği Örgütü kuruluş oturumunda oybirliğiyle aldığı ilk karar da sömürgecilik döneminden kalma yapay sınırların kutsanması olmuştur. Yani bir şekilde küresel düzen düşüncesi tek tek her bir devletin güvencesi gibi yerel bir düzenlemeye indirgenmişti. İşte bu gibi düzenlemeler yeni bir ilke olan devletler üstü bütünleşme ilkesini doğurdu. Bauman'ın küresel sahne dediği bu gelişmelerde devlet grupları değil de devlet grupları arasındaki birlikte, barışçıl yaşama ve rekabet tiyatrosuna dönüşmüştür. Zira dünya üzerinde gerçekleşen hukuksuzlukları ancak kendi çıkarları tehlikeye girerse gündemlerine alırlar.

Vatandaşların devletle ilişkisine bakıldığında, vatandaşların iki güçlü duygu olan korunma ve ezilme hislerini aynı anda yaşadıkları görülebilir. Bunu hissettiren şey devlete tabi olan tebaanın hak ve vazife tanımlarıdır. Devletin varlığı, huzurun sağlandığını görece bildirir ve bu bir borçluluk bilinci oluşturur. Bu yüzden devletin alternatifini aramaya gerek duyulmaz. Devletin yokluğunda, yasa yaptırımları da boşa çıkar. Bu durumda evrensel şiddete ve kaba kuvvetin geçerlilik kazanacağını inanırız. Bununla birlikte çoğu zaman devlet yaptırımları özel hayatımıza yöneldiğinde ona kızgınlık duyarız. Hürriyetimiz sınırlandırıldığında devletin

“baskıcı” yanını görürüz aynı zamanda eğer bu sınırlama bir tedbir içinse devletin “koruyucu” yüzü karşımıza çıkar. Öyle zamanlar olur ki bu iki duygu aynı anda bile gerçekleşebilir, hem ondan hazzederiz hem de hazzetmeyiz. Bu ikircikli durumun dengesi çoğu zaman şartlara bağlıdır. Faraza varlıklı bir kişinin evlatlarına daha iyi eğitim temin etme ihtimali vardır, devletin öğrencileri ikamete dayalı bir okula yerleştirmesine kızgınlık duyar. Diğer yandan yoksul birisi devletin bu eşitlikçi siyasasını mutlulukla karşılar. İş yaşamında da bu gözlenir, devletin işgörenlerin grev hakkına sınırlama getirmesi, kişi fabrika idarecisiyse memnun olur ve bunu devletin yetkinleştirici işlevinin devreye girmesi olarak düşünür. Çünkü bu, yöneticinin çıkar çatışmasında elini kuvvetlendirecektir. İşgörenlerin hamlelerine karşı hamleler yapmasını meşrulaştıracaktır. Yani işvereni yetkinleştiren bir düzenleme, işgören için bir baskı düzenlemesidir. İşte bu ve buna yakın durumlardan dolayı devlet ve tebaası arasında genelde ilişkiler gergindir. Bu gerginlik nedeniyle devlet pratiği tebaasını sürekli izler. Devlet nezdinde tebaa devlet pratiğini hiçbir zaman tam anlayamaz, onlar çıkarları için yaşadıklarından dolayı sürekli olarak hak ve vazifeleri tanımlanmalı ve hatırlatılmalıdır. Çünkü devlet cehaletin ve pek tabii tabiiyetin sürdüğünden her zaman emin olmak ister. Doktorun hastasından noksansız itiraf beklemesi gibi bu noktada mahrem tanımaz, ifşa ister. Devletin aldığı bilgilerle ne yapacağı da bilinemez. Devlet sırrı denilen kavram ifşası cezayı gerektiren tanımlamalarla devletin “gizlilik” ilkesine dayandırılır. Bazen devlet uygulamaları geneli memnun etmediğinde hemen bir tepki gelebilir veyahut gelmeyebilir de, bu durum devletin meşruiyetinin ve olaydan etkilenenlerin durum değerlendirmesine bağlı olarak değişir. Bu yüzden devletin disiplini gözetken ve sürekliliğini talep eden bir yapısı vardır. Yasa sadece meşru güç tarafından desteklendiğinde uyulmalıdır; zira bilindiği gibi mevzu bahis, ülkenin yasasıdır. Meşruiyet, aidiyet hissine dayandığında en güvenilir olan ve şartsız tabiiyeti hedefler (Bauman, 2010b: 182-187).

Devlet ve devlete dair düşünceler, devletin zamanla gelişimi, devlet ve tebaasının arasındaki ilişki kabaca böyle özetlenebilir. Burada asıl vurgulanması gereken devlet aygıtının son asırlarda büyük bir etkinlik kazanması ve insan hayatını her haliyle kuşatmasıdır. Dünya üzerinde çok az yerde devletin (dolayısıyla insanın) nüfuz etmediği görülür. Buna mukabil insan devletin bu kuşatıcılığından çıkıp yeni

bir mekana da adım atmıştır. Siberalem, insan hayatını değiştirip dönüştürmeye devam etmektedir. Bu alemdeki görüntü ve kimlik üretimlerimiz, mahremiyetimizden verdiğimiz ödünlerin yanında mensubu olduğumuz devlete de bir muhalefet aracı olarak temas ettiği görülür. Küreselleşme tartışmalarını da destekleyen bu yeni medya için ulus-devletlerin kendi kanunları yanında milletlerarası düzenleme yapmayı da gerekli kıldı.

İnternetle ilgili ilk milletlerarası düzenleme, Avrupa Konseyi tarafından 23 Kasım 2001’de Budapeşte’de son şekli verilip düzenlenen ve 1 Temmuz 2004 yılında yürürlüğe giren “Sanal Ortamda İşlenen Suçlar Sözleşmesi”dir. Sözleşmenin diğer adı “Budapeşte Sözleşmesi” olarak anılmıştır. Söz konusu sözleşme internette işlenen suçlara karşı alınacak tedbirlerin milletlerarası bir düzenlemeyle belirlenmesini amaçlamıştır. Her ülkenin kendi sınırları içindeki iç hukuklarını diğer ülkelerle uyumlu hale getirme ve ülkelerarası iş birliğini artırma hedefi belirlenmiştir. Sözleşme içeriği, “telif haklarının ihlali, bilgisayarla bağlantılı sahtecilik, çocuk pornografisi ve güvenlik ağlarının ihlali” üzerine düzenlenmiştir. Bu sözleşme her ne kadar Avrupa Konseyi tarafından düzenlenmiş olsa da isteyen her ülke bu sözleşmeye dahil olmaları için davet edilmiştir. Bu nedenle, 2012 yılına kadar sözleşmeye 32 Avrupa Konseyi üye ülkesi ve ABD sözleşmeyi kabul etmiştir. Türkiye ise bu sözleşmeyi 10 Kasım 2010 yılında Strasburg’da imzalamıştır (Tbmm, 2012: 4). 2014 yılında resmi gazetede yayımlanan kararla birlikte “Sanal Ortamda İşlenen Suçlar Sözleşmesi’nin çekinceler ve beyanlar” ile birlikte 22 Nisan 2014’te kabul edilip, 2 Mayıs 2014 yılında da yayımlanarak yürürlüğe girmiştir (T.C. Resmi Gazete, 2014: 1). Türkiye, bu düzenlemeyi 2014’te yürürlüğe koymadan önce, 23 Mayıs 2007’de Resmi Gazete’de yayımlanan 5651 sayılı kanunla yani “İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi” adlı kanunla internet yayınlarını denetime almıştır. Kanun kapsamında “intihara yönlendirme”, “çocukların cinsel istismarı”, “uyuşturucu veya uyarıcı madde kullanılmasını kolaylaştırma”, “sağlık için tehlikeli madde kullanılmasını kolaylaştırma”, “müstehcenlik”, “fuhuş”, “kumar oynanması için yer ve imkan sağlama”, “Atatürk aleyhine işlenen suçlar hakkında kanunda yer alan suçlar”, suç sayılmıştır. Yine kanuna göre hakim, mahkeme veya Cumhuriyet savcısı suç tespitinde bulunup söz konusu internet sitelerine erişimin engellenmesi

için Ulaştırma Bakanlığı bünyesinde bulunan Telekomükasyon İletişim Başkanlığına (TİB) gereğinin icrası için kararı gönderir (T.C. Resmi Gazete, 2007: 1).

Yakın geçmişte sosyal medya araçlarının kullanılrlığının artması, bu medyanın devletin egemenlik sahalarına muhalefet aracı olarak girdiği görülebilir. Birinci bölümde açıklandığı gibi, internetin gelişimi (web 1.0) devletin kendini savunması için geliştirilmişti ancak bu proje zamanla etkileşimli bir medyaya (web 2.0) dönüşmesi ve işin içine özel girişimcilerin girmesi devletle siberalemin; siberalemlle devletin karmaşık ilişkiler yumağına dahil olmasını gerektirdi. Devlet aygıtı kendine yönelik gelebilecek tehditleri görmede biraz geç kalsa da, çıkardığı kanunlarla egemenlik sahalarını korumayı amaçladığı görülür. Bu kanunlar halkın enformasyona, çeşitli içeriklere girişini yasaklamalarla sınırlı kaldı. Ayrıca devlet bürokrasisi için internetin de kolaylaştırıcı etkileri olduğu için büsbütün bu projeyi rafa kaldıramayacağı da görülmektedir. Bir de günümüzde insanların internet bağımlısı oldukları tezi de göz önüne alındığında interneti tamamen yok edebilecek şey ancak muadili bir projeye olabilir. Bunun da pek ihtimal dahilinde olduğu (en azından şimdilik) söylenemez. Yakın geçmişte olan bazı örnek olayları internetin devlete olan muhalefetini daha rahat okuyabilmek için incelemekte fayda vardır.

### 3.1. KRİPTO PARA

Para güçtür. Para devlet olmanın olmazsa olmazıdır. Bilinen tarihi verilere göre ilk kez parayı kullanan, Antik çağda ve Batı Anadolu'da kurulmuş Lidya devletinde rastlanmıştır. Hükümdar olma alametlerinden en önemlisi de hükümdarın adına para bastırması geleneği antik çağlardan beri günümüze gelmiştir. Para, hükümdar ve/veya devlet güvencesinde bulunması hasebiyle bir değer kazanmıştır. Bir metal veya kağıt parçasının mal veya hizmet karşılığında değişiminin meşruiyeti buradan kaynaklanmaktadır. Sahte para basmak yani kalpazanlık, bu meşruiyete muhalefet etmek anlamına geldiği için her zaman devlet otoritesince ağır cezalarla infaz edilmiştir. Günümüzde merkez bankaları ellerinde tuttıkları ya altın değerince para basmaktadırlar ya da itibari para (örneğin ABD doları) değerince ulusal paralarını basmaktadırlar. Yani para basmanın tek merkezden, kanuni ve uluslararası diğer devletlerce tanınırlığının olması gerekmektedir. Ülkelerin ve girişimcilerin iç-dış ticaretleri, borçlanmaları, yatırımları bu güvencelere bağlıdır. Bu da ülkeler arası

siyasetin, bankacılık sistemlerinin durumlarına bağılı bir şekilde kırılğan bir iktisadi sistemi oluşturmaktadır. Nitekim yaşanan iktisadi krizler, ambargolar, ultiमतolar; devaulasyon, resesyon, enflasyon gibi gundenik yaşamdaki gunumuzun en buyuk iktisadi sorunları oluşturmaktadır. 2008 yılında ozellikle ABD’de yaşanan ekonomik kriz dunya genelinde bir domino etkisi yaratarak birçok ulkenin iktisadi yapısını etkilemişti. 2008 yılında internetten yayınlanan bir makalede yepyeni bir paradan bahsedildi: Bitcoin. Genel kullanımda Bitcoin’i gostermek icin BTC kısaltması kullanılır. Bitcoin, temelinde dijital şifrelemeyle (kriptoloji) calıştiğı icin kripto para da denmektedir.

Bitcoin, bir internet üzerinden şifrelemeyle işleyen para ve odeme yontemidir. 2008 yılında Satoshi Nakamoto adındaki bir kişinin internet üzerinden yayınladığı 9 sayfalık bir İngilizce bildiriyle duyuruldu. Bildirinin başlığı “Bitcoin: Kişiden kişiye Elektronik Para Sistemi”dir. Bildiriyi aslen kimin veya kimlerin yazdığı bilinmiyor. Kişiden kişiye yani peer-to-peer (P2P) tabiri internetin gelişiminde birçok şeyi değiştirme ozelligine yaradı. Orneğin, muzik dinlemek icin artik kaset veya cd’den oynatma yerine internet üzerinden P2P sistemiyle muzik dosyası gonderiliyor bu muzik piyasasını bütünüyle değiştirmiştir. Bitcoin’de P2P’yi kullanarak odeme sistemlerinde buyuk değişimlerin habercisi gibidir. Cunku bu sistem hiçbir merkezi sisteme bağlı olmamayı işaret eder. İşte bitcoin’in temel tezi budur: hiçbir merkeze bağlı kalınmaksızın yapılabilecek yeni bir odeme sistemi mümkündür. Bunun anlamı, ulusal merkez bankalarının bastığı paralar, tüm bankacılık sistemleri ve diğer mali kuruluşların aracılığına ihtiyaç duymadan aliş verişin yapılabileceği iddiasıdır. Bitcoin evreninde herhangi bir merkez yok bunun yerine açık kaynak kodlu yazılım sistemi mevcuttur. Bu sistem herkese açıktır, dileyen geliştirebilir ve muadillerini uretebilir. Bu yuzden 1300’den fazla dijital para birimi (bitcoin vb. ile alt coinleri) vardır. Dijital parayla işlem yapılabilmesi icin kullanıcıların dijital hesap cüzdanlarının olması gereklidir. Sistemde yapılan her işlem, geçmişten günümüze blok zincir (blockchain) adı verilen dijital kayıt defterine kaydedilir. Her kayıt, zincirin bir halkası gibi blok zincire eklenir. Ne kadar çok halka eklenirse sistemdeki kayıt defteri de o kadar guçlenmektedir. Bu kayıt defterleri herhangi bir merkezde bulunmaz, sisteme dahil olan bütün kullanıcılara açıktır. Yani isteyen her kullanıcı bu kaydı tutabilir. Bu kayıtlar belli bir çoğunluğa

ulaştığında bütün dijital kayıt defterlerine güncelleme olarak gönderilir. Bir kullanıcı isterse o ana kadar yapılmış bütün işlemleri kronolojik olarak görebilir. Bu kayıt defterleri aynı zamanda mükerrer satışları da engeller. İşlemin kayıt edilmesi, kayıt defterlerinin güncellenmesi sırasında internet ağında yaşanabilecek aksamalar göz önüne alınarak her bir işlem için 10 dakikalık bir süre tanınır. Böylece işlem sürecinde yaşanabilecek aksilikler bertaraf edilir.

Bütün bu işlemler, işlem kayıtları ve giderek artan sistemseller problemlerin çözümünde çok güçlü donanıma sahip bilgisayarlar kullanılmaktadır. Bu bilgisayarlara sahip olan herkes bu sistemseller problemleri aştıkça ödül kazanıyor. Ödül, bir miktar bitcoindir. Sistem problem çözüldükçe kendiliğinden bitcoin üretiyor. Güçlü bilgisayarlara sahip bu kişilere “madenci” adı verilmiştir. Tıpkı toprak altında altın arayan madenciler gibi bu kişiler de sistemseller sorunları adeta madenci gibi bularak sorunu çözerler ve karşılığında az miktarda bulunan bitcoin<sup>2</sup>'e sahip olurlar. Bu ödüllerin alınabilmesi için kullanılan algoritma 256 bit Secure Hash Algoritma kullanılır. Bitcoin tasarımcıları 21 milyon bitcoin üretilecek bir tanımlama gerçekleştirmişlerdir. Şu ana kadar<sup>3</sup> 16 milyon bitcoin üretilmiştir. Tahminlere göre sonuncu bitcoin (21 milyonuncu bitcoin) 2140 yılında üretilecektir. Çünkü sistemde işlem çoğaldıkça bitcoin üretimi de zorlaşmaktadır. Zorlaştıkça parasal değeri de artmaktadır. 2017 Aralık ayı verilerine göre 1 bitcoin yaklaşık 15 bin ABD doları veya 60 bin Türk Lirası değerinde satılmaktadır (Özcan, 2017: 1). 2019 Ocak ayında bitcoin sert bir düşüş yaşayarak 1 bitcoin 3.533 ABD doları veya 18.668 Türk Lirası'ndan satılmaktadır.

Bitcoin'in yasal statüsüne bakıldığında genel olarak devletlerin bu olguya yaklaşımları Bitcoin'i bir emtia olarak tanımladıkları veya bu konuyu tartıştıkları görülür. Eğer emtia olarak tanımlanırsa bu sayede Bitcoin sahiplerini vergilendirme yoluyla hazinelerine yeni bir vergi kalemi ortaya çıkabilecektir. Bu konuda Brezilya, Kanada, Finlandiya, Bulgaristan ve Danimarka bitcoin'den vergi alan öncü devletlerdir. Hatta Singapur Bitcoin ile alışveriş yapanlardan katma değer vergisi almaktadır. Bitcoin'e olumlu bir gelişme olarak bakan ülkeler Amerika Birleşik Devletleri, Güney Kore, Estonya, Danimarka, İsveç, Hollanda, Finlandiya, Kanada,

---

<sup>2</sup> Bitcoin'in resmi internet sitesine göre. Sistemin genel adı olarak kullanıldığında Bitcoin büyük harfle yazılır. Dijital paranın miktarını temsil eden bitcoin ise küçük harfle yazılır.

<sup>3</sup> Makale 2017 yılına aittir.

Birleşik Krallık ve Avustralya olarak tespit edilmiştir. Bu ülkeler özellikle Blok Zincir sistemi üzerinde geliştirmeler yaparak kendi iktisadi, emlak piyasası hatta seçimlerde kullanmayı gündemlerine getirmişlerdir. Bitcoin’i iktisadi sistemleri için olumsuz gören ülkeler, İzlanda, Bangladeş, Bolivya, Ekvador ve Tayland olarak tespit edilmiştir. Bu ülkeler çeşitli gerekçelerle Bitcoin kullanımını yasaklamışlardır. Örneğin Ekvador kendi kripto parasını piyasaya süreceği için rekabet unsuru olarak Bitcoin’i kendi ülkesinde yasaklamıştır. Diğer ülkeler genellikle dışarıdan müdahalenin mümkün olmaması, iç hukukunda tanımlamadıkları için iktisadi tehlikelere dikkat çekerek yasaklama yolunu tercih etmiştir. Türkiye’de Bitcoin için 25 Kasım 2013’te Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu’nun (BDDK) açıklamasıyla Bitcoin’in elektronik para olarak değerlendirilmediği, gözetimi ve denetiminin müphem olması nedeniyle Bitcoin’in yasa dışı işlerde kullanabileceği gibi nedenlerle iktisadi risklere dikkat çekmiştir. BDDK ayrıca Türkiye’deki 6493 sayılı “Ödeme ve Menkul Kıymet Mutabakat Sistemleri, Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para Kuruluşları Hakkında Kanun” kapsamında Bitcoin’in yer almadığı belirtilmiştir. Türkiye’de Bitcoin’in emtia olup olmayacağı dolayısıyla vergilendirilip vergilendirilemeyeceği henüz tartışılmaktadır (Çarkacıoğlu, 2016: 56-59).

### 3.2. ARAP BAHARI

Arap Baharı son yıllarda oldukça popüler olmuş mefhumlardan biridir. Hiç kuşkusuz, “bahar” sonu yaza da gidebilen kışa da gidebilen bir terim olduğu için bu konu iki ana görüşle tartışıldığı görülebilir. Bu iki ana görüşü destekleyenlere göre bahsi geçen bahar, ya emparyalist bir oyunun perde önüdür ya da toplumsal sorunlara ulusal bir başkaldırının (belki de aydınlanmanın) başlangıcıdır. Birinci görüşü savunanlara göre emperyal güçler çeşitli zenginlere ulaşmak için Arap coğrafyası üzerine planladıkları bir projeyi “demokrasi”, “özgürlük” gibi mefhumlarla süsleyerek halkları sahneye çıkarıp perde arkasında kötü emellerini dayatabilecekleri zemini oluşturma hamlesidir. İkinci görüşü savunanlara göre son asırda sömürülmüş daha sonrasında diktatörlerin boyunduruğundan kurtulmak isteyen belirli bir bilince ulaşmış, toplumsal ve ulusal sorunları kökten çözmek isteyen toplumsal bir harekettir (Çetin, 2012: 9). Arap Baharı başladığında bu iki ana

görüş tartışılmaktaydı. Bunun öncesinde kısa bir tarihsel geçmişe bakmakta yarar vardır.

İslami geleneğe göre despotizme karşı kullanılan mefhum adalettir. Batı’da despotizme karşı özgürlük mefhumu kullanılır. Batı’dan gelen yeni milliyetçilik, vatanseverlik gibi mefhumlarla beraber bazı temel argümanlarda da değişmeler olmuştur (Bu doğrultuda Arap Baharı sürecinde Ortadoğu’da adalet değil özgürlük isteği üzerine olaylar gerçekleşmiştir). Adalet ülke içerisinde sağlanabilen bir şeydi ama özgürlük için dış müdahaleden gelecek yardımlardan medet umulmuştu. Vatanseverlere göre ülke bağımsızdı ama içinde bulunanlar özgür değildi. Milliyetçilik önce Osmanlı İmparatorluğunu daha sonrasında Arap coğrafyasını etkilemişti. Ne var ki Arap coğrafyası süreç içerisinde ne özgür olabildiler ne de bağımsız devlet kurabildiler. Osmanlı İmparatorluğundan sonra otorite boşluğunu Batı sömürgeciliği ele aldı. Önce Birleşik Krallık ve Fransa Ortadoğu’nun zenginliklerini sömürdü daha sonra 1930’lara gelindiğinde bu sürece Almanya ve İtalya devletleri eklendi. İkinci Dünya Savaşı sonrasında ABD ve Sovyet Rusya’nın Ortadoğu’da çıkar savaşları gözlenmiştir. 1945’te Mısır, Suriye, Irak, Lübnan ve Yemen; 1951’de Libya; 1956’da Sudan, Fas ve Tunus; 1960’da Moritanya; 1960-1961 Kuveyt; 1961-1962 Cezayir; 1967 Güney Yemen; 1971 Körfez Emirlikleri bağımsız devlet görünümünde olmuşlardır. Sovyetlerin bölgede etkileri görülmüştür. Sovyet sonrası dönemden az sonraysa Arap Baharı olarak bilinen dönem başlamıştır. (Çetin, 2012: 30-31).

Arap Baharı için, 17 Aralık 2010’da, Tunus’ta 26 yaşındaki Muhammed Buazizi’nin izinsiz sebze sattığını iddia eden polislerle tartışması sonrası kendini yakarak intihar etmesi olayların başlangıcı kabul edilir. Çünkü bu olay sonrasında bölge halkları kitleler halinde yönetimlerini protesto etmek için meydanlara indiler. Bu olaylar sırasında Mısır’ın başkenti Kahire’de bulunan Tahrir (Özgürlük) Meydanı bu olayların sembol meydanlarından biri olmuştur. Ortadoğu’da yaşanan bu olayların temelinde ekonomik gerekçelerin yattığı bilinmektedir. Bölge genelinde protestolar, silahlı çatışmalar, darbeler ve hatta iç savaş gözlenmiştir. Arap Baharı sürecinde Cezayir, Lübnan, Moritanya, Sudan, Suudi Arabistan, Cibuti ve Batı Sahra Özerk devletlerinde küçük ölçekli denilebilecek protestolar yaşanırken; Fas, Irak, Bahreyn ve İran’da geniş ölçekli denilebilecek protestolar yaşanmıştır; Tunus, Mısır ve



Libya’da hükümetler darbeyle düşürülmüştür. Ürdün, Umman, Yemen ve Kuveyt’te erken seçimler veya kabine değişimleriyle hükümetlerini yenilediler.

Bu olaylardan belki de en çok etkilenen ülke Suriye olmuştur (26 Ocak 2011’de Suriye’ye sığırayan protestolar, silahlı çatışmalara daha sonra da iç savaşa dönüşmüştür ve bu süreç günümüze kadar devam etmektedir). Türkiye, Suriye’de olayların başlangıcında oldukça dikkatli davranarak Beşar Esad yönetimini olayların sükunetle sona erebilmesi için uyarılarda bulunmuştur. Türkiye’nin reform ve barışçıl gösterilere izin verilmesi konusundaki uyarılara bigane kalan Şam yönetimi, bu tedbirlerin hiçbirini uygulamadı. Olaylar öncesinde iyi olan Türkiye-Suriye ilişkileri, olayların büyüüp iç savaşa dönüşmesiyle bozuldu. Türkiye muhaliflerden yana pozisyon aldı, onları destekledi. Şam yönetimi, muhalifleri destekleyen Türkiye’yi akan kanın sorumlusu ilan edince iki ülke arasındaki ilişkiler kopmuştur. Türkiye, iç savaştan kaçıp gelen milyonlarca Suriyeli mültecilere sınırları açmıştır (Koyuncu, 2012: 156).

Bütün bu olaylar yaşanırken protestoların sosyal medya aracılığıyla organize edildiği, olayların sosyal medyadan dünyaya duyurulduğu genel kanıdır. Hatta yaşananlar için sosyal medya devrimi gibi yorumlar yapılmış, sosyal medyanın hükümet devirebilecek gücü konusunda çeşitli tartışmalar yapılmıştır. Olayların duyurulmasında ve genişlemesinde sosyal medyanın kullanıldığı gözlenmiştir ve fakat küresel ve ülke iç dinamikleri yukarıda kısaca değinilen süreçler etrafında tartışılmazsa indirgemeci ve esasları ıskaladığı görülebilir. Sosyal medya aynı duyguları paylaşan insanları bir araya getirme ve kamuoyu oluşturma sürecinde, Arap Baharı’nda bir araç olarak etkin kullanılmıştır. Çünkü olaylar sırasında Mısır ve Libya liderleri ilk çare olarak internet erişimini durdurmakta bulmuşlardır. Genel olarak medyaya da sansür uygulamışlardır. Ne var ki internete erişim engellerini aşan muhalifler ülkelerinde olup bitenleri dünyaya sosyal medya araçlarıyla iletmişlerdir.

Arap Baharı diye isimlendirilen devrimlerde sosyal medya en çok Mısır’da kullanılmıştır. Facebook ve Twitter bu sosyal medya araçlarının başında gelmiştir. Bu medya araçları uzunca bir süredir baskı ve sansürle idare edilen Mısır medyasında sansürün kırılmasını sağlamıştır. Çevre

ülkelerde yaşananları sosyal medyadan öğrenen Mısırlı muhalifler diğer muhaliflerle sıkı bir bağlantı içinde olup onlara destek verip destek almışlardır. Toplumun her kesiminden insanın çeşitli memnuniyetsizliklerini dile getirmek için sosyal medyada organize oldukları, eylemler sırasında nasıl davranmaları konusunda birbirlerine tavsiyeler verdikleri, eski polislerden bilgi aldıkları görülmüştür. Mısır'daki rejimin toplumsal gelişimi sağlamak adına internet alyapısına yaptığı büyük yatırımların haricinde bu gücü nasıl denetliyeceği konusunda yetersiz kaldığı da ayrıca görülmüştür. Böylece Mısırlı aktivistler yerli ve yabancı medyada kendilerini ifade edip destek de almışlardır. Bütün bu yaşananlarla birlikte sosyal medyanın devrimleri tetiklediğinden ziyade devrimlere hız kazandırdığı gibi istihbarat teşkilatlarına istihbari bilgi de sağladığı görülmüştür. Enformasyonun tekeli kırılmış olsa da bu enformasyonu kitleleri yönetmek için diktatöryal rejimler de kullanmıştır. Mısır'ın bölge genelindeki gücü de göz önüne alındığında çevre ülkelerinde bu deneyimlerden yararlanacağı da söylenebilir (Telli, 2012: 86).

Arap Baharı sürecinin tamamında sosyal medyanın da popülerliğini artırmıştır. Hatta süreç içerisinde bölgeden bilgi alamayan dev medya kuruluşları bile sosyal medyaya atıflı haberleri yayınladıkları görülmüştür.

### 3.3. GEZİ PARKI OLAYLARI

Gezi Parkı Olayları olarak adlandırılan olaylar bütünü İstanbul Taksim'de bulunan Gezi Parkı ve Taksim Meydanında yapılması planan düzenlemeler üzerine protestolar olarak başlayıp tüm Türkiye'ye yayılmıştır. Olayların başlangıcı 2011 Haziran ayında genel seçimler öncesi Adalet ve Kalkınma Partisinin (Ak Parti) bu düzenlemeleri vaat olarak açıklamasıyla (bölgede eskiden bulunan topçu kışlasının yeniden inşası, alışveriş merkezi, toplantı salonları, rezidans, otel vb. olarak değerlendirmek) başlamıştır. O dönem cılız eleştiriler dışında kayda değer protesto ve benzeri olaylarla karşılaşılmaamıştır. Ancak projenin hayata geçirildiği 28 Mayıs 2013 sabahında iş makinelerinin Gezi Parkı'ndaki bir duvarı yıkması ve parktaki ağaçların taşınmasını bir grubun protesto etmesi olayları başlatmıştır. Protestolar önce çevreci söylemlerle başlamış olayların ülke geneline yayılmasıyla beraber, yaşam tarzlarına saygı ve kimlikler üzerinde merkezileşen söylemlere dönüşmüştür. Gezi Parkı eylemcileri arasında alakasız görülebilecek grupların bir aradalığı dikkat çekmiştir. Kendilerini "Kemalist, Alevi, Kürt, feminist, çevreci, LGBT, futbol

taraf tar grubu, örgütlü sol görüşten, antikapitalist Müslüman, sendikacı, öğrenci, meslek temsilcisi, sanatçı” olarak tanımlayanların ortak protestoları görülmüştür. Güvenlik güçlerinin orantısız güç kullanımı göstericilerin sayısını hayli arttırmıştır. Özellikle dönemin muhalefet partileri BDP ve CHP’li milletvekillerinin olaylara destek vermesiyle, iktidar partisi olan Ak Parti, hükümeti sandıksız devirmeye çalıştıklarını iddia etmiştir. Olaylar sırasında sosyal medyanın da aktif kullanılması olayların geniş bir alana yayılması ve protestoların görünürlüğünü artırmıştır. Süreç içerisinde oluşan demokrasi ve barışçıl söylemler devam ederken, uzlaşma kültürü aranyorken (Başbakan’ın sanatçılarla ve eylemci temsilcileriyle görüşmesi) marjinal grupların devreye girerek bu durumu suistimal etmesiyle protestolar, şiddet eylemlerine dönüşmüştür. Bu eylemler sırasında yaralanmalar ve ölümler gerçekleşmiştir. Uluslar arası basın bu olayları iç savaş yaşanıyor gibi göstermesi eylemlerin boyutunu değiştirmiştir. Olaylar sonrasında iki ana görüş belirginleşmiştir. Birinci görüş hükümet çevrelerinde *‘eylemlere destek verenlerin, olayların dış güçler ve içerideki işbirlikçileri marifetiyle hükümeti düşürmeye ve Türkiye’nin huzurunu bozmaya dönük hareket ettikleri’* fikrinde birleşmişlerdir. İkinci görüşse muhalefet çevrelerinde *‘eylemlerin dünyada ve Türkiye’de gözlemlenen belirgin bir sosyal dönüşümün ve hareketliliğin uzantısı’* fikrinde birleşmişlerdir (Yılmaz ve Bayram, 2016: 5-6).

Gezi protestosu sürecinde farklı grupların bir aradalığı, lider olarak birinin/birilerinin ortada olmaması bu sürecin özgün yanını oluşturmuştur. Gezi olayları sürecinde söylemin çevrecilik üzerinden kurgulanıp daha sonra farklı gruplardan farklı taleplerin geldiği görülmüştür. Süreç içerisinde bu değişen taleplerle birlikte “hafıza boşaltma” ve “sıfır noktası inşası” teknikleri etkin biçimde kullandıkları görülmüştür. Bu teknikler çeşitli araçlar vasıtasıyla seslerinin güçlü bir şekilde duyulmasını sağlamıştır. Seçimler yaklaşırken iç ve dış güçlerin de bu ortamdan istifade ettikleri görülmüştür (Karakas, 2014: 26). Eylemcilerin eylemlerini daha sonraları sosyal medya üzerinden devam ettirdikleri görülmüştür. Muhalefet partilerinin zaman zaman seçim süreçlerinde de propagandalarını gezi sürecine destek veren açıklamaları; iktidar tarafıysa gezi karşıtı söylemlerini devam ettirmiştir.

Gezi Parkı olayları Türkiye’de sosyal medyanın popülerleşmesini artırmıştır. Olaylar başladığında konvensiyonel medyanın bigane kalması, haberlerin yapılması sırasındaysa taraflı ve insanları kutuplaştırıcı bir yol izlenmesi sosyal medyayı öne çıkarmıştır. Ayrıca uluslar arası medyanın Türkiye’de iç savaş yaşanıyor gibi haber yapması da kişilerde klasik medya araçlarının güvenli bilgiyi vermediği izlenimini doğurmuştur. Hal böyleyken sosyal medyada yayılan haberlerinde güvenli olmadığı ortaya çıkmıştır. Asılsız ihbarlar, başka ülkelerde yaşananların Türkiye’de yaşanıyor gibi gösterilmesi enformasyon kirliliğinin boyutlarını gözler önüne sermiştir. Canatan’ın (2014: 71) araştırmasına göre eylemciler de medyanın olaylar sırasında sınıfta kaldığını ileri sürmüşlerdir. Eylemcilerin büyük çoğunluğunun medyanın yalan haberler verdiği hatta olayları olduğundan farklı şekillerde gösterdiklerini belirtmişlerdir.

#### 3.4. 15 TEMMUZ DARBE GİRİŞİMİ

15 Temmuz darbe girişimi, Türkiye’de, 15 Temmuz 2016 yılı Cuma gecesi başlamış ertesi gün askeri kalkışmanın bastırılması ve faillerin tutuklanmasıyla sona ermiştir. Faillerin Fetullahçı Terör Örgütü/ Paralel Devlet Yapılanması (FETÖ/PDY) üyelerinin etkin ve darbe isteklisi askerleri de aralarına alarak gerçekleştirdikleri anlaşılmıştır. Türk yakın tarihinin en önemli olgularından olan örgütün elemanlarının deşifre olmamak adına çeşitli sosyal medya araçlarını talimatları almak, meseleleri tartışmak, propaganda yapmak ve hedeflerini itibarsızlaştırmak için etkin şekilde kullanmışlardır. Darbe girişiminin Whatsapp uygulaması üzerinden koordine edilmesi darbe öncesinde de örgüt üyelerinin medya ve sosyal medyayı etkin kullandıkları görülmüştür. Türk halkı da darbenin olduğunu ilk kez sosyal medyadaki içeriklerden öğrenip darbeye karşı ilk tepkisini de bu mecradan vermiştir. Uzun zaman konuşulacak bu olayda kısaca şunlar yaşanmıştır.

15 Temmuz 2016 cuma saat 22’de İstanbul Boğazı’ndaki köprüleri Jandarma trafiğe tek taraflı olarak (Anadolu’dan Avrupa’ya geçişi) kapatmıştır. Bu saatlerde Ankara’da Hava Kuvvetlerine bağlı askeri jetlerin alçak uçuş yaptığı gözlenmiştir. Aynı günü ve ertesi günü takiben saat 23.05’te Başbakan Binali Yıldırım bu girişimin askeri bir kalkışma olduğunu açıklamıştır. Saat 00.13’te TRT’yi ele geçiren darbeciler darbe bildirisini yayınlamıştır. 00.26’da Cumhurbaşkanı’nın bir televizyon kanalına görüntülü telefon bağlantısıyla halkı meydanlara davet etmesiyle darbeye

direnış başladı. Darbeciler 01.01’de Ankara Emniyet M¼d¼rl¼g¼’n¼ helikopter ve savaş uçağıyla vurdu. 02.00’de darbe girişiminde bulunan askerler g¼zaltına alınmaya başlanmıştır. 02.20’deyse darbeciler Ankara’nın G¼lbařı ilçesinde bulunan Polis ¼zel Harekat Daire Başkanlığı’nı ve yine b¼lgeye yakın T¼RK SAT’ı havadan vurmuşlardır. 02.42’de T¼rkiye B¼y¼k Millet Meclisi (TBMM) savaş uçaklarıyla bombalanmıştır. 03.00’te TRT darbecilerden kurtarılmıştır. 03.20’de Cumhurbaşkanı Erdoğan, istirahat için gittiği Marmaris’ten İstanbul’a havayoluyla ulaşmıştır. 04.00’te Ankara Cumhuriyet Başsavcılığı, darbeciler, darbecilerle işbirliği yapan yargı mensupları ve darbeyi y¼nettikleri anlaşılan s¼zde “Yurtta Sulh Komitesi” mensubu ¼st r¼tbeli subay, general ve amiraller hakkında yakalama kararı çıkarılmıştır. 07.50’de FET¼ üyesi olduğu aşıkar general ve albaylar İçişleri Bakanı tarafından g¼revden alınmıştır. 08.32’de darbecilerin, darbeye direnen generalleri alıkoydukları anlaşılan Ankara Akıncı 4. Ana Jet ¼st Komutanlığına operasyon d¼zenlenmiř, Genelkurmay Başkanı Hulusi Akar kurtarılmıştır. 09.40’da Genelkurmay Başkanlığı darbecilerden kurtarılmış ve aynı saatlerde darbeyi y¼nettikleri anlaşılan generallere vatana ihanet suçundan işlem başlatılmıştır. 21.57’de Ankara Cumhuriyet Başsavcılığı, ¼lkeledeki b¼t¼n ağır ceza cumhuriyet başsavcılarına yazıyla FET¼ mensuplarının yakalanmasını istemiştir. 2 bin 754 hakim ve savcı ¼zerinde işlem başlatılmıştır (AA, 2016: 7). ¼lkenin çeşitli yerlerinde gerçekleştirilen başarılı operasyonlarla felaket ¼nlenmiřtir.

15 Temmuz, askeri darbeler tarihi açısından bakıldığında, T¼rkiye’de ilk kez bir darbenin millet fakt¼r¼yle başarısızlığa uğratılması açısından ¼nemlidir. ¼nceki darbe tecr¼belerinden farklı olarak halk, kilitlenen devlet mekanizmalarının yerine hızla geçip direnişte başat g¼ olmuştur. Darbenin akamete uğramasında kara ve hava konvansiyonel silahlara karşı duran halk kent meydanlarında ve kentlerin kilit noktalarında darbecilerin karşına çıkmıştır (Karakaş, 2016: 84).

FET¼, grup bilinci oluşturma, biz ve ¼teki ayrımıyla marjinalleştirme metodolojisini kullanmıştır. ¼rg¼t içinde meşruiyeti sağlamak için kullandığı araçlar r¼yalar/kelimeler/sembollerdir. ¼rg¼t içi disiplin için ailede ¼đrenilen normların yerini ¼rg¼t normlarıyla değiştirerek marjinalleştirme, bunu yaparken de kamuoyu nezdinde marjinal olmayan dil kullanıldığı

görülmüştür. Müşterek amaçlar merkezinde herşeyi mübah gören grup bilinci inşa edilmiştir (Polis Akademisi [PA], 2017a: 25). FETÖ'nün Türkiye'de 1970'lerin sonundan itibaren faaliyete geçtiği anlaşılmaktadır. Türkiye'de gerçekleşen her askeri darbeden sonra etki alanının arttığı görülmüştür. Özellikle 1980 darbesinden güçlenerek çıktığı görülmüştür. Bu darbeden sonra askeri lise, harp okulları, polis koleji ve Polis Akadesimisine örgüt elemanlarının sızdığı bu tarihten itibaren bu okullardan mezun yüksek rütbelilerin darbe girişiminde buldukları görülmüştür. İtirafçılara göre bu organizasyon "Mahrem Hizmetler İmamı"nın bizzat koordinesinde gerçekleşmiştir. 1980 darbesiyle başlayıp 28 Şubat (1997), postmodern darbe (2007), 2008 Ergenekon ve Balyoz davaları süreçlerinde etkinliklerini arttırdıkları görülmüştür. 2012 MİT turları olayı ve 2013'te dersanelerin kapatılması kararlarından (örgütün sadece eğitim alanından yılda 8 milyar lira kazandığı ve örgüte insan kaynağı devşirdiği bilinmektedir) sonra örgüt devlete karşı hamlelerini yapmaya başlamıştır. 17-25 Aralık süreci darbe girişiminin ilk büyük adımı olarak değerlendirilmiştir (PA, 2017b: 21-22).

FETÖ'nün medya ile ilişkisi, üzerinde daha ciddi olarak durulması gereken özgün bir örnektir. Televizyon kanalı, gazete ve dergi yayınlarına sahip olan bu örgüt, bütün bunlarla beraber sosyal medyayı da etkin bir biçimde kullanmıştır. Özellikle 15 Temmuz öncesi ve sonrası yoğun bir çalışma yürüttükleri görülmektedir. Sosyal medyada isimsiz hesaplar oluşturarak, spekülasyon yayan bir çok hesap kullanmışlardır. Sahip oldukları geleneksel medya ve sosyal medya hesapları aracılığıyla önce darbe için propaganda yapmış, sonrasında ise ikinci bir darbe dalgası korkusu yaratmak istemişlerdir. Bu spekülatif paylaşımların yapıldığı hesaplar incelendiğinde içerlerinde farklı ülkelerden alınmış hesaplar olduğu anlaşılmıştır (PA, 2017a: 32).

Sonuç olarak, dünyada ve ülkemizde yaşanan son büyük olayların hepsinde sosyal medyanın önemli bir yer aldığı görülmektedir. Görüldüğü gibi sosyal medyanın siber alemin genişlettiği alanları tanıtma yaygınlaştırma üzerine büyük bir etkisi vardır. Bitcoin sisteminin işleme için sisteme olabildiğince kullanıcının dahil edilmesi sistem için hayati bir önem arz etmektedir. Sosyal medya doğrudan bitcoinin varlığıyla ilişkili görülmesi de sistemin devamı ve genişlemesi için önemli bir araç olarak kullanılmaktadır. Arap Baharı, Gezi Parkı Olayları ve 15 Temmuz darbe girişimi örneklerinde kendini hissettiren, büyük medya şirketlerinin de sosyal medyayı aktif ve etkin kullandıkları görülmüştür. Terör örgütlerinin de gelişmelere ayak uydurarak bu mecraayı propaganda aracı olarak kullanıp kendilerine eleman devşirme ve söylem alanı olarak kullandıkları görülmüştür. Sosyal medyanın bilgi

kirliliği yaratarak algı yönetimi oluşturma, meşrulaştırma ve moda haline getirme gibi işlevlerinin olduğu açıktır.

Bütün bu örneklerin yanı sıra yapay zekayla çalışan sosyal medya, söz gelimi bitcoinle paranın değeri ve mübadeledeki önemini öğrenmekte; abartılı içeriklerin ilgi çekip güruh oluşturduğunu; devlet ve terörizm arasındaki dikotomi kavramaktadır. Disiplinler arası bir çalışmayla sosyal medya ve beraberinde getirdikleri üzerine dikkatli çalışmalar yapılmalıdır.

#### **4. SOSYAL İLİŞKİLER VE SOSYAL MEDYA**

İlişki, şeylerin birbirleriyle olan ilgisine denir. İnsani ilişkiyse Giddens'a (2010: 58) göre insanın öteki insanla devamlılıkla seyreden, sıkı duygusal bağ anlamında kullanılır. İlişki terimi yenilerde kullanıma girmiştir. Giddens sosyal ilişkiyi, söz konusu ilişki içersinde olan her biri ötekiyle bir aradalığı sürdürmekten sahip olacağı şeyler için girilmiş bir durumdur diye tanımlar. Ona göre bu ilişkinin devamlılığı da ilişkiden elde edilen karşılıklı doyuma bağlıdır. Bu ilişkide taraflar arasında mahremiyet ve iktidar yeniden düzenlenir.

Sosyal ilişkileri konumlandırmada sosyolojik olarak iç grup ve dış grup ayrımına gideriz. Bu konumlanma hali gündelik dilde “biz” ve “onlar” olarak kullanılır. Bizi biz yapan değerleri oluşturan şeyler onları onlar yapan şeylerin zıttıdır. Yani bizi bulmak için “onları” dikotomik olarak belirlemek gerekir. Biz yani iç grup, onlar yani dış grup birlikte ancak ve ancak çatışma halinde ortaya çıkar. Bu iki grup sadece iki zıt grup değildir, bütünüyle farklılaşmış tutumlar arasındaki dayanışma ve duygusal soğukluk, itimat ve şüphe, emniyet ve tehlike, işbirliği ve ayrışma ve benzeri ayrımları ortaya çıkarır. İç grup aidiyetini hissettiğimiz gruptur. Bu gruba dair değerler konusunda mutabıkızdır. Dış grupla ilgiliyse işimize gelmeyen değerler olduğu için o grupta olmak istemeyiz hatta ilişkilendirilmek bile şiddetli savunmaya geçmemize neden olur. Çünkü dış grupla alakalı bilgimiz sınırlıdır, o grubun kendine has işleyişini bilmeyiz, hangi imkanlar hakkında hangi tasarrufları değerlendirdikleri konusunda müphem bir durum vardır. Müphem alanlar çoğu zaman korkutucudur zira konfor alanımızdan uzaklaşıyoruzdur. İç grubun içinde bulunmamızı sağlayan şey de onun bize sunduğu konfor alanıdır. Karşıdan gelebilecek dolaylı ve/veya doğrudan zararlara karşı iç grubun asabiyesinin şiddeti belirlenir (Bauman, 2010: 51). Örneğin aile, taraftar grubu ya da toplumsal sınıfın

“biz” olgusunu üretebilmesi bağlamına göre insanları birbirine yaklaştırır. Ancak asla eş şiddette asabiye üretir diyemeyiz.

Sosyal ilişkilerin bir diğer önemli boyutu da “iktidar” üretmesidir. Burada söz konusu iktidar her yerdedir. Toplumu oluşturan maya da budur zira toplum, Foucault’un (2011: 145) da dediği gibi “farklı iktidarlardan bir takımadadır”. Gündelik yaşamımızda her ilişki için iktidar yeniden üretilir. Hastanede doktor; toplu taşıma aracında şoför; gemide kaptan; ordu da komutan gibi örnekler çoğaltılabilir. İktidar alanları her yerdedir ve her seferinde yeniden üretilir. Foucault’ya (2011: 152) göre iktidarın yaşamın nesnesi konumuna gelmesi 18. Yüzyıla kadar dayanır. İki önemli keşiften bahseder, bunlar: Disiplinin keşfi ve düzenlemenin keşfidir. Ona göre bu ikisinin keşfi ve gelişimiyle birlikte iktidar artık yaşamın içinde bir nesne haline gelmiştir. Tabi bunun devlet aygıtıyla sıkı bir ilişkisi vardır. Buradaki iktidar ilişkisi de monarşinin temel tezini oluşturan iktidarın sadece egemen olan ve tebaası için olan bir şeyde değildir. Buradaki iktidar ilişkisi nüfusa matuf uygulanan birşeydir. Nüfusta kuru kalabalığı işaret etmez. İktidardaki için nüfus, istatistiki bir gözetim ve disipline edilecek anlamlı insan gruplarıdır. Nüfusun geliri gideri, doğum ve ölüm oranları, eğitimleri, iş gücüne yapacakları katkılar gibi anlamlı verilerin kaydı tutulur. Nüfus artışı için neler yapılmalıdır, göçler nasıl yönlendirilmelidir, üretilen kaynakların dağıtımını nasıl gerçekleştirilir gibi sorunlar nüfusun keşfiyle devlet aygıtını daha karmaşık ilişkilerin yürüdüğü bir hale sokmuştur.

İktidar toplumsal sınıf farklılıklarının da belirleyicisidir. Bu belirlenim bizatihi sosyal ilişkileri kontrol eder. Günümüzde küresel şirketlerin ve onlara bağlı medyanın ihtiyaçlara yabancılaştırıcı etkileri önceki bölümlerde değinilmişti. İşte bu durum ihtirasların yönlendirdiği bir tüketim toplumu oluşmuştur. Tatmin edilemeyen ihtirasların yol açtığı tüketim çılgınlığı eskiden belirleyici olan sınıf farklılıklarını da dönüştürmüştür. Tüketime dayalı bir hiyerarşi kendini hissettirmektedir. Bu metanın işlevselliğini de değiştirmiştir. Artık alınan sadece işlevi/işlevleri olan bir meta değil onun beraberinde getirdiği –esasen ucuz- prestijdir. Bu –çabayla elde edilmiş- saygınlık olarak değil -nasıl olursa olsun- bir elde ediliştir.

Tüketim toplumu, hem müsrif hem de bu müsrifliği karşılayacak bir aylaklığı bütünsel bir yaşam olarak anlamlı ve normal gösterir. Tüketim bütün hayatı



çevrelediği, bütün aktivitelerin bütünsel bir proglamlama dahilinde, ödüllendirme(!) esasına bağlı saat saat belirlenmiş bir oyun alanının merkezindedir. Hatta bunun için özel hazırlanmış muhitler oluşturulmuştur. Bu muhitlerde çevre ve tüketici bütünleştirilir, hatta iklimsel ayarlamalar yapılır. Alış veriş merkezleri bütün bu toplumun alışık olduğu toplanma merkezleri olmuştur. Burada kültürleştirilmiş bir yapaylıkla mekanlar, mallar, sosyal ilişkiler düzenlenir. Günümüz havalimanları, tren istasyonları bile bu dönüşüme ayak uydurulmuştur. Giyim, yiyecek, sanat, sosyal projeler dinamik bir pazarlama ve estetik duyusuyla bir bütüncül mekana hapsedilir. Bu sanki modern ritimle antik aylıklığın bir uzlaşımı gibidir (Baudrillard, 2013: 20).

Tüketim söylemi her söylem gibi karşı söylemlerle daha da büyümüştür. Bu ikili hikaye tüketim söylemine canlılık kazandırmıştır. Bu söylem açıkça bir yabancılaşma unsurudur. Ortaçağ toplumlarının Tanrı ve Şeytan dikotomisi üzerine denge kurması gibi modern insanda tüketim ve tüketimin aşağılanması üzerine bir denge kurmaktadır. Şeytan icadı denebilecek kara büyü gibi şeyler artık biçim değiştirip doymuş ama hala bir ihtirasın bolluk ortamında ortaya çıkıyor. Sapkınlıklara kızgın müminler gibi hüznün içinde ve kehanetçi söylemlerle bu olup biteni açıklama çabası içindeyiz. Halbuki nesnenin hiçbir şey olmadığını ve buna göre sosyal ilişkilerin boşa çıkışının, nesnede şeyleşen üreticinin ve toplumsal imkanların hareketinin düğümlendiğini görebiliyoruz (Baudrillard, 2013: 236). 14 Şubat sevgililer günü ve kara Cuma (Back Friday) vb. dönemleri tüketimin kutsanması ve tüketimin aşağılanmasının tipik örnekleridir. Baudrillard'a göre tüketim toplumunun imgesi gadget diye adlandırdığı şeyleri oluşturmuştur.

Sanayi toplumu denince akla gelen ilk imge işleyen bir makinedir. Doğrudur, makineleşme hayatlarımızı derinden etkiledi. Sanayi sonrası dönem diyebileceğimiz toplumun imgesiye gadgettır. Bu kelimenin net bir tanımı olmasa da düşünceyi tanımlamaktadır. Çünkü kavram açık uçludur. Biz bunu tüketim toplumu için tanımlarsak: Tüketilecek nesnenin gösterge işlevi yararına gerçek işlevinin göreceli olarak yok olmasıyla tanımlanabilecek nesnelere verilen addır. Bu bağlamda bütün nesnelere gadgeta dönüşebilir veya zaten potansiyel olarak bütün nesnelere gadgettır diyebiliriz. Yani gadget işlevli olup faydasız olan nesnelere denir. Oyunsu bir yanı olmasıyla birlikte bu bir oyuncak değildir. Bu bazen çokluğa boş bir şey söylemek gibidir. Etrafa özlü sözlerle göndermeler, başarı haykırıları gibi gerekli gereksiz her

şeyin depolandığı bişeydir. Kısacası gadget tüketim toplumundaki objenin gerçeğidir (Baudrillard, 2013: 127). Baudrillard'ın tanımladığı şey günümüzde sosyal medyanın kullanılışını tanımlar gibidir. Sosyal medya potansiyel olarak birçok olanağı ve olanaksızlığı beraberinde getirmiştir ve fakat kullananlar bu aygıtı nasıl kullanıyorlar, işte bütün mesele bu. Milyarlarca kullanıcının hergün gezindiği bir evrende sitemlerimizi, umutlarımızı, başarılarımızı ve benzerlerini umarsız kalmış gibi dolaşıma sokuyoruz. Milyarlarca insan milyarlarca özlü sözü, fotoğrafı, videoyu siber aleme yolluyor. Ve bu alem bunların hepsini bulut denen bir yerde depoluyor. Bu durum sosyal ilişkileri oldukça etkiliyor.

Sosyal medya ontolojik olarak insanı her yere dağıtabildiği için cazibe yaratmaktadır. Bu aynı zamanda varlığın tözünü Descartes'çı düşüncedeki kartezyen ayrımın ötesine götürmektedir. Bu anlayışa göre insan ruh ve beden ikiliğinde vardır. Sosyal medya, ruh ve bedenen var olabilmeyi bağlamından sıyrarak vizüel nesne konumuna soktuğu insanı bu ikili olmadan var edebilmiştir. Varlık töz olarak bedenin kendisidir. Çünkü insan bütün diğer niteliklerinden azade beden olarak sosyal medya dünyasında nesneleştiği için “görülüyorsa vardır” hipotezine dönüşmüştür (Beyazköy, 2017: 256).

Günümüzde insanların yaşadığı en büyük problemlerden biri de duygusal açlıktır diyebiliriz. Bu açlık insanların yalnızlığından ileri geldi. Yalnızlık günümüz insanını çok yormuştur. Bu gibi sebepler sosyal medya kullanım alışkanlığını arttırdı. Çünkü insan bir şekilde bağ kurmak ister. Sosyal medyaysa bağ kurmanın sınırlarını aştı ve bu yüzden birçok hayatın merkezine yerleşti. Sosyal medya birçok hayat için çölde vaha bulmak gibiydi. Gündelik hayatta asla yapılamaz şeylerin bu mecrada yapılabilir olması bu mecranın sınırlarını keşfetmek isteyen insanlara oldukça açıktı. Çıplak fotoğrafını paylaşmak çok çılgınca bir hareket olsa da bu insanlarla normal hayatında karşılaştığınızda gayet sıradan ve sade bir hayatı yaşadıklarını görmek dikkat çekicidir. Bunun için bazı araştırmalar yapılmış ve sonuçlar hayli dikkat çekici çıkmıştır. 2008 yılında Boston'da Carnegie Mellon Üniversitesi'nde George Loewenstein ve iki meslektaşının yaptığı araştırmada, akademisyenler üniversite öğrencilerine eposta yoluyla sapkın veya kanunsuz olaylarda bulunup bulunmadıklarını sormuşlardır. İki gruba ayrılan öğrencilerden bir gruba cevaplarının kesinlikle açıklanmayacağı söylenmiş diğer grubaysa herhangi bir açıklama yapılmamıştır.

Gizlilik teminatı verilen grubun %25 kopya çekerek ders geçtiklerini itiraf ederken; öteki grup yani gizlilik konusunda açıklama yapılmayan grubun yarısı ders geçmek için arkadaşlarından kopya çektiklerini itiraf etmiştir. Araştırmacılar resmi bir ortam olmayınca araştırmaya katılanların daha açık sözlü olduklarını tespit ettiklerini belirtmişlerdir. Bu araştırmayı yapan akademisyenler yeni bir araştırma yapmışlardır. Yine iki gruba ayırdıkları farklı öğrencilerle farklı sitelerden gelen tepkileri ölçmüşlerdir. Araştırmanın konusu bu kez bilgisayar aracılığıyla yapılan suçlarla ilgili olmuştur. Bir grup, üniversitenin resmi sitesinde yayınlanan anket sorularını doldurmuştur. Diğer grupsa ‘Ne kadar KÖTÜSÜN’ ve yanında şeytan ikonu olan bir siteden gönderilen soruları cevaplamıştır. Eğlenceli gibi görülen bu siteden verilen sorulara katılımcılar daha açık cevaplar vermiş hatta sadece yasa dışı olaylarla kalmayıp uyuşturucu kullandıklarını da belirtmişlerdir. Bu araştırmalardan ortaya çıkan sonuçlara göre bilgisayar başında eğlence için oturduklarında insanlar bir şekilde bağ kurmak istemekte sosyal ilişki örüntülerini bu mecrada kurmaktan yana sakınca görmemektedirler ve dahası sır itiraf etmekten de çekinmemişlerdir (Niedzviecki, 2010: 235-236).

İnternet (ve tabi ki sosyal medya) ortamının yarattığı mekan daralması ciddi şekilde sosyal ilişkileri de etkilemektedir. Karşılıklı etkileşimin bu yeni türü birçok açıdan birçok tehditi içinde barındırmaktadır. Mekan sıkışması zıtlar arasındaki ayrımı sorunlu hale getirmiştir. Uzaklıkların ortadan kalkması cinsiyetler arasında, failler arasında, objeyle suje arasında, hakikat ve hakikatin nüshası arasındaki ayrımları sorunlu hale getirmiştir. Uzaklığın yokluğu basit bir mesafe sorunu olmaktan çıkmaktadır. Bu gibi mefhum kargaşasındaki durumlarda değer yargılarını belirlemek de sorunlu hale geliyor. Çünkü fenomen ve fenomenlerin hakiki zamanlı yayını arada kalmışlığa sürüklüyor. Anındalık ilkesi bir bocalama evresiyle fenomenin muhakemesi kayboluyor. Tarihselliğinden kopan fenomen de belleklerde yer etmiyor. Bu çarpık bir aradalıklar uçların çatışma alanına çekilmesine, bu da kutuplaşmalara neden olmaktadır (Baudrillard, 2001: 129). Karşılıklı iletişimdeki bilgi yoğunlaşmasının toplumsal bir karşılığı da vardır. Kritik sosyolojik kitle limiti yaygın ölçüde aşıldığında sosyolojik olan tepeden tırnağa her ne varsa genele yayılmasıyla sonuçlanır. Bu durum sosyolojik patlamalara neden oluşturur. Yani her şeyin toplumsallaşması, birdenbire hiçbir şeyin toplumsal olamamasına neden

olmaktadır (Baudrillard, 2001: 53). Baudrillard'ın haklı tesbitlerini günümüzde görebilmekteyiz. Toplumsal değerlere ait olan bir değer birdenbire değersizleşebilmektedir. Yemek kültürümüzde misavirperverlik adına özenle sofralar hazırlanırken bu sofradan sebeplenemeyecekler sofranın fotoğrafını göstermek abesle iştilig olarak görülürken bunun sosyal medyada ifşa edilmesi en hafif tabirle nahoş bir görüntü sergilemektedir.

Sosyal medya araçlarının kişiselleşme üzerine kurgulanmasının insanı kendisi üzerine düşünmeye ittiği de bir gerçektir. Aynı evde hatta aynı odada farklı dünyalara doğru açılan ve bu dünyada adeta büyülenen insanların birarada yaşadığı yeni bir sosyal ilişki türüyle karşı karşıya kalınmaktadır. Bu insanlarda olumsuz karakter geliştirmeye de yol açabilmektedir.

Bayhan'ın (2017: 169) tespitine göre sosyal medyasız bir hayat düşünülemezdir. Bununla birlikte sosyal medyanın narsist kişiliği ortaya çıkartıcı etkileri de bulunmaktadır. Ona göre sosyal medyanın narsist kişiliği ortaya çıkartıcı etkileri şunlardan kaynaklanır:

- a) İnternet, hayal dünyası ilkesinin, gerçeklik ilkesini gölgede bırakmasına izin vermektedir. Olmadığımız kişi olmamızı kolaylaştırmaktadır. Bu alternatif kişilik genellikle daha iyi, daha havalı ya da daha çekici olmaktadır.
- b) İnternet iletişiminin büyük bir bölümü dikkati kişinin yüzeysel yönlerine çekerek görüntüler vermek yoluyla gerçekleşmektedir. Kısacası kendinizi tanıtmak için özenle çekilmiş fotoğrafınız, eğlendirici esprileriniz, tanıtım yazılarınız, vb. önemli bir işlev görmektedir.
- c) Dikkat çekme heveslisi kişiler, YouTube, Bloglar, gazetelerin yorum köşeleri ve fotoğraf değerlendirme siteleri yoluyla internette çok büyük izleyici potansiyeline ulaşma imkanı bulabilmektedir. Tüm bunlar narsizmi teşvik etmektedir.
- d) Facebook, Twitter veya Instagram'daki paylaşımların genellikle, "en güzel" ve "en ideal" an ve durumlardan oluşması, takipçilerde sürekli "pembe bir dünya" yanılsamasına yol açabilmektedir.
- e) Facebook ve Twitter'de birbirlerine ideoloji, felsefe, siyasi görüş ve hayat tarzı itibarıyla benzeyenlerin, yani sosyolojik anlamda "sanal cemaat" üyelerinin paylaştıkları benzer söylemlerden "çoğunluk psikolojisi" ile kendini güçlü ve mutlu zannedenlerin, aslında reel hayatta "azınlık" olduklarını farkettilerinde, frustrasyon, mutsuzluk ve hayal kırıklığı yaşamaktadırlar.
- f) Sosyal medya çatışma alanı olarak kullanılabilir. Öteki olarak kodladığı kültürel kimliklere acımasızca saldıran ve küfredenlerin gerçek duygularını ortaya döktükleri için katarsis sağladıkları söylenebilir. Ancak "biz" ve "öteki" sürekli inşa edilerek toplumsal barış zedelenmektedir. Sanal alemdeki çatışmanın kanıksanarak gerçek sosyal hayatta da uygulanması sorun oluşturmaktadır (Bayhan, 2017: 169-170).

Sosyal medya kullanıcısı olmanın istekliliğe bağlı olması nedeniyle Foucault'nun modern yönetimselliğın dinden teslim aldığıını belirttiği "itirafçılık"

düzeniyle sosyal medyayı bağlantılı düşünebiliriz. Kullanıcı konumundaki özne kendi biricik yaşamını ve deneyimlerini paylaşırken karşısında var olduğunu düşündüğü izleyenlerine karşı bir konum alır. Bu konum alma içerik üretiminde en nihayetinde kişinin bilinen ve/veya bilinmeyen gözler tarafından yargılanacağını bilerek oluşturulur. Bu herhangi bir itki yaratma şöyle dursun sosyal medyayı daha çekici kılmaktadır. Zira sosyal medyanın çekiciliği karşısında yaşamın devam edilebileceği muhayyile edilemez konuma gelmiştir. Faraza gözlük, işitme cihazı gibi kullanım alışkanlığı gerektiren araçlar bir süre sonra yokluğunda rahatsızlık hissi verir çünkü bunlar artık bedenın birer uzvu gibidirler. Cep telefonları ve bu araçla sosyal medyaya girmek artık bir çeşit uzuv gibi olmuştur, yokluğunda rahatsızlık verebilmektedir. Bunun en temel sebebi artık günümüz yaşamında yapmamayı yapmak söz konusu olmaz. Şöyle ki, her zaman için seçenekler mevcuttur. Şart şudur, mutlaka biri seçilecektir. Seçmemeyi seçmek akla gelemmez. İnsanlar Twitter'a girmemeyi tercih edebilirler ama sosyal medyada gündemin ne olduğunu bilmemeyi tercih edemezler. Herkes yapıyorken ve bütün işler böyle yürüyorken yapmamayı tercih etmek oyunun dışında kalmak gibi kişiyi bir adım geride bırakmaktadır (Diken, 2017: 66).

Günümüzde internet ve sosyal medya kaynaklı yeni birçok iş ve uğraşı ortaya çıkmıştır. Online ders verme, elektronik gazete ve dergi yayıncılığı, amatör çekim filmler ve hikaye anlatıcılığı (youtuber olmak vb.), ikinci el ürün alım-satımı, deneyim paylaşımıyla oluşturulmuş yazılar (yemek, makyaj, gezgin bloggerları), amatör gazetecilik, dijital bilgi kaynak yazıcılığı gibi birçok farklı alanı hayatımızda yerini almıştır. İnternet üzerinden ürün almak (ilaçtan tenis raketine kadar her türlü) ve bu ürün üzerine yapılmış yorumları dikkate almak deneyimleri araştırmak artık olağan bir alış-veriş süreci olmuştur. İnternet alış-verişi için banka kartıyla yapılabilen ödemeler vasıtasıyla insanlar aylarca evlerinden çıkmadan yaşabilmektedirler. Sosyal ilişkilerini görece buradan devam ettirebilirler. Bağlantı kopması gibi durumlara karşıda DNS ayar değişikliği gibi farklı çözüm yolları da bulunmuştur. Bu durum geniş, gelişmiş ve denetimsiz bir yapı gibi görülmektedir. Bu ağsı iletişim bu sayede sürekli kendini üretmekte yeni ortaya çıkardığı iş ve uğraşı alanlarıyla cazibesini sürekli arttırmaktadır (Yücedağ, 2017: 54). İnternetin yeni açtığı alanlardan biri de çevrimiçi oyuncusu olmaktır. Bu oyunculuk boş vakit

değerlendirme olduğu gibi bu iş artık bir mesleğe de dönüşmüştür. Örneğin Fenerbahçe A.Ş.'nin turnuvalara katılan profesyonel çevrimiçi oyun takımı vardır. Bunlar tıpkı olimpiyatlara hazırlanan sporcular gibi kampa girip alıştırılmalar yaparak diğer takımları yenme taktikleri geliştirirler. Bu yeni meslekten ciddi gelir sağlandığı bilinmektedir. Takımlar arası oyuncu transferleri yapılmaktadır. Çevrimiçi oyunlarda oyuncular karşılıklı iletişim kurabilmektedirler. Bu etkileşim dijital oyunları da ayrıca bir sosyal medya aracı haline getirmektedir. Dijital oyunlar internet vasıtasıyla oynanan oyunlardır.

Dijital oyunlar, “keşif” veya “rekabete dayalı” şeklinde değerlendirilebilen oyunlardır. Bu değerlendirmeye göre oyuncu profilleri de değişebilmektedir. Oyuncuların çevrimiçi olarak yer aldığı bu oyunlarda kendilerine bir avatar (oyuncunun oyundaki sanal bedeni veya sanal bir resim, sembol vb. görüntüsü) belirlemeleri gerekir. Bu belirlenen avatarlar kişiselleştirilmiş özellikleri içinde barındırır. Oyun için kurgulanan dijital sahnelerin (Mekan ve kişiler adeta yeni bir kimlik ve amaçla yüklenmiş kimi zaman fantastik kimi zaman gerçek dünyaya yakın bir dünyada akıp giden simülatif yaşam dünyasıdır) gerçek kişileri oyun içinde birbirleriyle sohbet edebilirken gerçek dünyada da görüştükleri gözlenmiştir. Bu gibi durumlar oyun dünyasının içindeki espri ve şöhret unsurlarının gerçek dünyaya da aktarımı şeklinde gözlemlenebilir (Bir çeşit sosyal statü aktarımı). Dijital oyuncuların oyunlarda kurdukları gruplarda (klan vb.) gözlenen sözgelimi Türk kimliği şemsiyesinde birleşip gerçek hayattaki politik, kültürel etkileşimlerini öteki saydıkları diğer kimliklerle rekabet halinde hareket ettikleri de gözlenmiştir. Çok oyunculu bu oyunlarda gerçek dünyanın çatışma alanları oyunlarda kendilerini grup bilinci ve ötekiye gününü gösterme olarak tezahür etmektedir. Bu oyunların kendilerine çekici bir unsuru da oyunların ekonomik bir değerinin olmasıdır. Dijital oyun dünyasında avatar geliştirip satma, item (avatarın kullandığı araç-gereç) takası veya alım-satımı gibi çok çeşitli etkileşimleri de içinde barındırır. Oyunların süreklilik arz etmesi, kendi içinde bir kurumsallaşma kimlikleşme ortamı yaratmaktadır (Gülsoy, 2017: 161-162). Çevrimiçi oyunlar günümüzde insan ve özellikle ergenlerin hayatlarında oldukça yer etmiştir. Oyunların şiddet üzerine kurgulanması ergenlerde öfke patlamaları gibi sosyal ilişkilerini olumsuz yönde etkileyebilecek sonuçlar doğurmuştur. Günümüzde oldukça popüler olan ve cep

telefonlarından oynanan PUBG (askeri operasyon simülasyon oyunu) oyunu ergenler arasında oldukça popülerdir. Telekonferans yöntemiyle birebir sesli iletişimiyle sözümona telsiz konuşmaları -cinsiyet farketmeksizin- kendine özgü jargonuyla oynanmaktadır. Argo tabirlerin normal karşılandığı ve şiddetin sanal da olsa yeniden çevrimlendiği olumsuz kişiliklerin kutsandığı bu oyun karakter gelişim sürecindeki ergenleri oldukça etkilemektedir. Bazen de sanal şiddet gerçek dünyaya aktarılabilmektedir. Mavi Balina adlı oyun çeşitli şiddet içerikli görevlerin internet üzerinden dikte edilerek gerçek yaşamda oyuncuya uygulatarak sonucu intihara süreleyen sanal bir ölüm makinesi<sup>4</sup> gibidir. İlgisiz ebeveynlerin ve akran zorbalığı çevresinde sosyalleşen ergenlerin bu tip oyunlara sürüklendiği söylenebilir.

Arkadaşlık sosyal ilişkilerimizde önemli bir unsurdur. Evin dışına yönelik sosyalleşmemizin ilk büyük adımı arkadaşlardır. Sosyal medyayla birlikte “facebook arkadaşı” terimi hayatımıza girdi. Bu terim “gerçek arkadaşlık” teriminin bir alt kategorisi olarak kullanılmaktadır. Bu terim gerçek anlamda bir arkadaşlığın olmadığı çevrimiçi bir ilişki türünü belirlemektedir. Bu arkadaşlık kategorisinde herhangi insani bir temas yoktur. Örneğin Çin’de sosyal medyada hiç iletişim kurulmayan insanlar için “zombi” (jiangshi) veya “ceset” (shiti) tabirleri kullanılır. Yani bu insanlar canlı bile sayılmazlar. Bu gibi durumlar kişilerde güven problemini de doğurmaktadır (Miller, vd., 2016: 102-103). Zira sosyal medya hesap hırsızlığı veya fotoğraf ve özel bilgilerin kopyalanıp sahte hesaplar oluşturularak bu hesapların kötü amaçlarla kullanılabilirdiği bilinmektedir.

Arkadaşlarla olan ilişkilerde dikkat çekici bir unsur da arkadaşların kafeterya benzeri mekanlarda bir araya gelmesinde yaşanan alışıla gelmiş bir sahne olan: beraberken herkesin bir an için telefonlarına yönelip çevrelerine bigane kalmalarıdır. Çünkü insanlar artık hayatlarındaki değişimleri anında sosyal medyada paylaşmaktadırlar. Arkadaşlar bir araya geldiklerinde anlatacakları herşeyi zaten çoktan sosyal medyada anlatmışlardır. Yarenlik etmek nostaljide kalmış tatlı bir anı gibidir. Bir de bu durum “acaba neler oluyor” için bir molaya dönüşmüştür. Sohbet

---

<sup>4</sup> Oyunu kurgulayan ve görevleri belirleyen Rus vatandaşı Philipp Budeikin Rusya’da tutuklanmıştır. Kurbanları için “biyolojik atıklar” demiş bunların toplum yararına kendisinin temizlediğini belirtmiştir. 15 intihar vakasıyla ilgisi olduğu belirlenmiştir (<https://www.bbc.com/turkce/41281200>). Oyun halen aktiftir.

arasında anlatılacaklar bittiğinde bir sosyal medya molası vermek sohbetin yeni bir çevrimidir.

Sosyal ilişkilerin değişimi birçok alanda gözlemlenir. Örneğin siber alem dönemi öncesinde insanlar bir ünlüyle karşılaştıklarında ondan imza almak bir tür ünlüyle hayranının yaptığı görece masum bir ritüeldi. Bunda anormal bir durum görülmezdi. Günümüzde bunun yerini sosyal medya araçlarında paylaşılmak üzere ünlüyle özçekim almıştır. Ünlüyle olan temasta zaman mekan sıkışması yaşandığı için aradaki hayranlık ve saygı yerini bazen linç edilebilir ünlülerin yer aldığı tuhaf bir kategorileştirmeye bırakmıştır. Ünlülerin de bazen bu işlerden prim yaptığı aşıkardır ve fakat bu sosyal medya sayesinde dokunabilirliğin geldiği noktayı göstermesi açısından dikkat çekicidir.

Sosyal medyanın kadın erkek ilişkilerini de etkilediği bir vakiydir. Söz konusu ilişkiler ister flört hali isterse de evlilik halinde olsun kıskançlıkla beliren tartışma ve sonucu ayrılık veya boşanmayla sonuçlanabilmektedir. Boşanma davalarında artık eşler sosyal medya verilerini mahkemede delil olarak kullanabilmektedirler. İlişki halindeki taraflar sosyal medyadaki ilişkileri bir kıyas aracı olarak kullanabilmekte bu da geçimsizlik nedenlerinden biri haline gelmektedir.

Sonuç olarak sosyal medya ve onun kaplamı olan siber alem sosyal ilişkilerde zaman mekan sıkışmasıyla gerçekleşen ve çevrimselenebilir ilişkiler yaratmıştır. Mesefelerin daralması olayların muhakeme edilebilme imkanını kısıtlamış bu da toplumsal kutuplaşmaları tetiklemiştir. Kişiselleştirilmiş araçlar olan sosyal medya araçları insanları ruhsal açıdan yıkıcı etkileri olan bir yalnızlaştırmayı üretmiştir. Yalnızlaştıkça sosyal medyaya olan talep yine yalnızlığı gidermek (bağ kurmak) adına artmıştır. Sosyal medyada geçirilen zaman insanı kendini düşünmeye bu da insanları uç noktalara taşıyarak narsist kişiliklerin oluşmasına neden olmaktadır. Arkadaşlık ilişkileri de bu çevrimsel hamleden nasibini almıştır. Önceleri anlatacakları olan insanlar, günümüzde sosyal medyada içeriğe yönelik bir anlatım tekniğiyle ve emoji gibi dili kısırlaştırıcı etkisi olan bir sosyal ilişkiyi tercih etmektedirler.



## 5. ÖZGÜLÜK VE ÇEŞİTLİLİK

Jean Baudrillard'ın tespitine göre günümüz tüketim toplumunda belirgin bir *kültürel çevrim*, bir şekilde dayatılmaktadır. Olayların içinde kalmak, ayrılmamak için uyum davranışı göstermeyle devam eden bu süreç devamlı bir bilgi gelişimi merkezinde sürdürülmektedir. Yeniden çevrim terimi birçok alanda kendini göstermektedir. Sözelimi moda olan her şeyin tüketim toplumunda çevrimi söz konusudur. Belirli dönemlerde belirli giyim, otomotiv, yemek hatta espri yeniden çevrime uğramaktadır. Bu tip şeylerin takibini yapmak asli bir görev gibi tüketim kültüründe yeniden çevrimlenir. Burada bir ilerlemeden söz edilemez. Bu durumda kişiye herhangi bir katkısı yok gibi gözükmektedir. Zira moda devingen, çevrimsel ve keyfince yapılabilecek bir uğraşırken derinlerde bir yerde mahalle baskısına dönüşebilir. Sosyal ilişkilerde bu durum, başarmak veya dışlanmak gibi bir sonuçla karşı karşıya bırakabilmektedir. Bu hemen her yerde böyle işlemektedir. Bilim dünyasında bile bilim insanları kendilerini *bilgilerin yeniden çevrimine* tabi hissedebilmektedir. Keyfiyetteki bu zorunluluk hiç de hafife alınacak bir durum olmamaktadır. Bu dayatma bazen modası geçmişliğe matuf bir süreci de yaşatabilir. Bu durum akılcı değildir ve fakat diğer akılcı olmayan ihtiyaçlar-üretim-tüketim süreçleriyle oйдаlaşmış bir toplumsal tüketim biçimiyle devam etmektedir. Sosyal ilişkilerden, tıp gibi alanlara kadar bu çevrimi gözlemlemek mümkündür. Günümüzde kadınlar, erkekler, ve bu iki cinsin ilişkilerinde de bu söz konusudur. Erkekler ideal bir vücut ve iyi bir gelir sahibi olmak; kadınlarsa diyetler, estetik ve plastik cerrahi müdahaleleri çevrimsel bir alandır. Yeniden çevrime bir başka örnek de kentlerde betonların arasına sıkıştırılmış parklarla ormanların içine kurulmuş proje toplu konutların yeşil alanları “doğanın yeniden keşfiyle” yani çevrimiyle karşımıza çıkar. Yapılan kodifikasyon doğanın korunması adına ve çevrecilik olarak belirtilse de nihayetinde olan özünden çevrilen doğadır (Baudrillard, 2013: 113). Günümüzde bu çevrimlerin sosyal medya aracılığıyla sıkça yapıldığı görülmektedir.

Sosyal medya “[t]oplumsal yapı içinde şekillenirken aynı zamanda toplumsal yapıyı da şekillendiren bir düalizm[i]” (Şentürk, 2017: 25) işleterek ilerleyen bir yapıyı inşa etmiştir. Bu düalist yapı ve çevrimsel ilişkilerin bu mecrada da devam ettiği bir evreni bize sunmaktadır. Sosyal medya: içinde büyük özgürlükler vaadeden

ancak son kertede yine biz duygusuyla oluşan sanal cemaatleşmelerin kendilerini yeniden ürettikleri medyanın yeni bir uzamıdır. Hem her türlü biricikliğin olduğu hem de her türlü kopya biricikliklerin boy gösterdiği bir arenadır. Tüketimin kutsandığı dikizleme kültürü etrafında şekillenen birbirine benzer (neredeyse kopya) görüntü ve kimlik üretimlerinin bulunduğu bir mecrada özgün olan ne varsa bir şekilde çevrime tabi tutulup özgünlüğe ve çeşitliliğe muhalif bir durumu ortaya çıkarmaktadır. Yeni çıkan birşeyin hemen yayılımı, toplumsallaştırılıp tüketilerek içinin boşaltıldığı kısırlaştırıcı bir sosyalleşmeleri yaşamaktayız. Bu bir nevi aynı farklılıklarda tektipleşmedir.

Bilgisayar teknolojisinin hayatımıza kattığı bir tabir ve yöntem de kes-kopula-yapıştırıdır. Özgün bir üretimi aynen alıp veya ufak değişikliklerle çevrimlediğiniz zaman bu düpedüz hırsızlıktır. Ancak hırsızlığın toplumsal değer açısından suç olmadığı zamanlarda bunun pek endişe edici olmadığı bir yapı sizi her halinizle kucaklar. Normali buysa, herkes böyle yapıyorsa o halde bu bir (olumsuz da olsa) toplumsal değere dönüşmüştür. Sosyal medyadaki enformasyon kirliliği öyle boyutlara ulaşmıştır ki enformasyon doğruluğu ispatlanmadan ve hatta imla ve yazım hatalarına rağmen aynen birçok enformasyon kanalından sosyal medyada dolaşıma sokulduğunda neyin doğru olduğu, neyin uydurma olduğu konusunda karar verebilmek güçleşmektedir. Yalan haberlerle birçok masum kişinin hayatı kararabilirken birçok suçlunun da suçu örtbas edilebilmektedir. Bütün bunlara mukabil bazen sosyal medya adeta bir “kara kutu” olabilmekte suçla mücadelede de delil olarak kullanılabilir. Bütün bunlara mukabil bazen sosyal medya adeta bir “kara kutu” olabilmekte suçla mücadelede de delil olarak kullanılabilir.

Sosyal medyada her şey potansiyel olarak moda haline gelip hayatımızı işgal ettikten sonra içi boşaltılıp geriye ondan bir şey kalmadığında modası geçerek hayatımızdan çıkmaktadır. Bu moda olan şeyler bir ara gündemi de işgal etmekte toplumun uzlaşması gereken meseleleri de gölgesinde bırakmaktadır. Bazen de tam da bir soruna işaret etmekte ancak bu da hızlı değişen gündem nedeniyle sorun çözüme ulaşmadan atıl bırakılmaktadır.

Avrupa’ya kıyasla Türkiye’de cep telefonu kullanma sıklığı daha fazladır. Sosyal medya kullanımında da Türkiye üst sıralardadır. Bu kullanım alışkanlığı sosyal medyayı hayatın merkezine koymakla birlikte bu mecrada beğenilme

arzusunu da arttırmaktadır. Sosyal medyada çok popüler olan özçekim insanlarda özellikle ergenlerde yüz ve vücut estetiğini ön plana çıkarmak için estetik cerrahiye son zamanlarda ilgiyi arttırmıştır. Sosyal medyaya özçekimini koymadan önce yüzlerce kez farklı açılardan fotoğraf çekimi yapan kullanıcılar en çok beğeni ve olumlu yorum almanın derdiyle “selfie yanağı” veya “yanak estetiği” talebinde büyük bir artış olmuştur. Bu kişilerin bu operasyon için Hollywood ünlülerinin de yaptırdığı ve adı Hollwood estetiği olarak bilinen estetik operasyonlarını talep etmektedirler. Özellikle yanak estetiğinde istenen: V biçimde bir üçgenle elmacık kemikleri belirgin bir yüz ortaya çıkarmaktır (Türkaslan, 2019: 1). Sosyal medyada birbirlerini kıyaslayan ve görünüşlerinden memnun olmadıkları dudak, burun, kulak ve göğüs operasyonları için ellerinde bir ünlü fotoğrafıyla gelen ergen sayısında ciddi artış görülmüştür. Ergenlerin şikayetlerinde dalga geçilme korkusu ve dalga geçilme sonrası yaşanan travmalar bunda oldukça etkilidir. Oysaki doğru zamanda ve gerekli olmayan estetik cerrahi durumlarında gelişim bozuklukları görülmektedir (Kadüker, 2018: 1).

Benlik, süje olan insanın nesne olan kendisi hakkında düşünmesi olarak tanımlana gelmiştir. İnsan bu düşüncesiyle kendini diğerlerinden ayırır; kendiliğini kurgular. Benliğini ideal benlik düşüncesiyle geliştirmeye çalıştığı varsayılır. Eğer ideal benlik başkasını taklit etmeye yönelir ve bu taklit edilen benlik, ideal benliğin yerini fazlaca işgal ederse bu noktadan sonra kişi patolojik bir vaka haline gelir. Yukarıda örneği verilen durumlarda ideal benlik olarak ergenler dış görünüşlerini kurgulama eğiliminin arttığı görülmektedir. Sosyal medyada kıyaslanan, deneyimleri izleyen hatta birebir ameliyat videoları izleyerek yaşanabilecek komplikasyonlar ve korkular için kendini teskin etme imkanı bulan ergenlerin de estetik operasyonlara yönlendirildiği anlaşılmaktadır. Görece işi gereği estetik yaptırması dayatılan ünlülerin, onları izleyenlere de örnek oldukları ortadadır. Sosyal medyanın dokunabilir olmayı arttırması hayranların ünlülerle kendilerini kıyas etmesi ve onlar gibi olmayı istemesi bir yandan kültürel emperyalizmin de (Hollywood estetiği) bir sonucu olarak okunabilir.

Sosyal medyanın uzakları yakın etmesi insanın kapasitesinin takip edebileceğinin çok üstünde bir enformasyon yüklemesi yapmaktadır. Haiti’de yaşanan deprem, Tayland’da bir mağarada mahsur kalan öğretmen ve öğrencileri,

Hong Kong Borsasının son durumu, ABD’de yaşanan obezitenin tavan yapması gibi örnekleri artırılabilir birçok konuyla hergün mutahap olan sosyal medya kullanıcıları olarak etkileşimli iletişim gereği bunlara bir tepki veriyoruz. Kendi bağlamımızdan bu enformasyon bombardımanına az-çok aynı tepkileri vermeye zorlanıyoruz: Ya likela ya da dislikela. Bu ya sev ya terk et ama mutlaka birini seç dayatması da düşünce çeşitliliğine sosyal medyanın muhalefettir. Kadına şiddet gibi en makul konularda bile sosyal medya kullanıcıları şiddet uygulayanı haklı görmek veya şiddete maruz kalanı haklı görmek arasında kutuplaşabiliyor. Herkesi yargılayabilme ve aniden bir karar vermeye düşünce beyan etme dürtüsü insani bağlar kurma konusunda yıkıcı etkileri olmaktadır. Zira sosyal medyada gündem sürekli değişiyor. Bugün birini linç edebilir yarın başka birini korakor savunup diğer günse hiç sosyal medyaya girmeyip normal yaşamımızı sürdürebiliriz. Birebir ilişkilerimizde görüşmek istemediğimiz insanları nazikçe ve bahanelerle görüşmek istemediğimizi anlatmak durumunda kalırız. Sosyal medya da “takibi bırak” seçeneğiyle ilişkiyi aniden koparabiliriz. Sosyal medyanın böyle bir konfor alanı vardır. Bu farklılık, uyumsuzluk, kendimize has bir marjinalite olarak değil sıradanlaştığımızın bir göstergesidir. Zira ilişki kurmak için harcanmayan emek son vermek için de verilmeyen emekle devam eder. Sosyal medyada verdiğimiz tepkiler de bir bakıma bu çaba göstermemelikten kaynaklı bir his yoksunluğuna götürebilir. En nihayetinde verdiğimiz tepkiler bir cama dokunarak (yüzyüze olmayan soğuk bir ilişki) gerçekleşmektedir.

Telefonların cebimize girmesi bizi her yerde ulaşılabilir kılmasıyla beraber hiç değilse bir mesajla iletişime geçmemizi zorunlu kılmıştır. Mesajla iletişime geçme alışkanlığı sosyal medyada da devam etmiş “direkt mesaj” kutularımıza düşen mesajlara olabildiğince çabuk cevaplar atmamızı dayatmıştır. Yazılarda duygular belli olmadığı için emoji denen yazıya duygu katması planlanan görselleri kullanmaya da hızla alıştık. Sarı siyah bu simgeler bize has jest ve mimiklerimizi bir standartta indirgemıştır. Karşımızdakine doğru duyguyu vermek için doğru emojiyi bulmak bir mesele haline almıştır. Sosyal medya içeriklerine yapılan yorumlarda da bu gülen, ağlayan, sarılan vb. simgelere karşılık yine bunlarla cevap verme alışkanlığımız günden güne artmaktadır.

Sosyal medyayla hayatımıza giren bir diğerk yenilikse nerede olduğumuzu ötekilerle paylaşma imkanındır. Böylece popüler mekanlar belirlenmiş olur. Mekanların kurumsal reklamları için konum bildirenlere kasada indirim yapması gibi uygulamalar sosyal medya kullanıcılarını aynı mekanlarda zaman geçirmeye teşvik etmektedir. Zira bağlantı kurmak istediğiniz kişilerin nerelerde olduğunu bilmek artık sır değildir. Aynı veya benzer mekanlarda vakit geçirmek, popüler mekanları takip etmek hissettirmeden çeşitliliği kısıtlayan bir davranışı dayatmaktadır.

Aynı modayı takip eden, benzer ve hissiz tepkileri vermeye mecbur bırakan bir mecra olarak sosyal medya, küreselleşme söyleminin merkezinde modernitenin merkezini parçalamış katı olan her şeyin buharlaşabildiği bambaşka bir dünyanın kapılarını aralamıştır. Modernitenin bürokratikleşmesi ne kadar ürükütücüye parçalanmış merkez veya merkezsizlik de bir o kadar ürükütücü olabilir. Weber bürokratikleşmenin insani değeri olan ne varsa verimliliğe kurban gideceğinden endişe etmiştir.

Weber'in modern dünya hakkında yazarken korktuğu şey, bu tür bir değer ortasyonunun hegemonyasıdır. Weber'i umutsuzluğa düşüren, insanların 'bürokrasinin demir kafesi' içine kilitledikleri bir dünyaydı. Onun için bu, manevi boşluk dünyasıydı: büyüün kaybolduğu, gizemin hayal gücünün ve korkunun olmadığı bir dünya; sakinlerinin, bitip tükenmez, acımasız, rasyonel verimlilik arayışının yarattığı 'buz gibi soğuk karanlığın kutup gecesi'ne mahkum oldukları bir dünya (Bilton, vd., 2009: 482).

Sonuç olarak sosyal medya bürokrasinin ciddiyetine karşı gayri ciddi bir yaşamı gündeme getirerek demir kafesten bizi kurtarsa da(!) kendisinin de olsa olsa altın kafes olabileceği farklı bir umutsuzluğu sosyal bilimlerin masasına ve sahasına koymuştur. Öyle görülüyor ki, gelecekte sosyal medya daha fazla araştırılmaya devam edilecektir. Özellikle toplumsal ve psikolojik bir alanı ilgilendirdiği için Sosyologların ve Psikologların sosyal medya mecrasında uzmanlık alanları gündeme gelebilir.

Sosyal medya kamusal alanı özel alanın sınırlarına geçirmekte bu da mahremiyetle ilgili bir muhalif alanı ortaya çıkarmaktadır. Mahremiyetin ifşası benlik gelişimindeki bireylerde narsist kişilik geliştirmesine neden olabilmektedir. Teşhircilik, dikizcilik gibi hastalıklı durumlar sosyal medya ortamında normal bir davranışa dönüşmektedir. Yaşanan toplumsal dönüşüm, devlet ve toplum arasındaki ilişkiyi de oldukça etkilemiştir. Siberalem devletin kontrol alanını genişlettiği gibi

ona olan muhalefet alanını da genişletmiştir. Ayrıca bu muhafet alanı toplum içinde sosyal ilişkileri, özgünlük ve çeşitliliğe de muhalif bir alan açmıştır. Sosyal medya özgürlüklerin alabildiğine genişlediği bir alan gibi gözükürken teptipleştirici etkileri de görülmüştür. Bu gibi muhalif alanlar insan da kendine yabancılaştırıcı bir etki bırakabilmektedir. Bu yeni yabancılaştırma mecrası yapay zekayla çalıştığı için ayrıca bir tehditi de gündeme getirmiştir. İnsan mahremiyetinin ifşası, paraya yabancılaşması ve en önemlisi kendine yabancılaşması yapay zekanın siber alem sayesinde insanı öğrenmesine yol açabilmektedir. İleride otonom yapıya kavuşması hedeflenen yapay zekanın insanla nasıl bir ilişki içinde olabileceği ve olası tehditler henüz bilinmemektedir.

## SONUÇ

İnternet, soğuk savaş dönemi devletin iletişim sorunlarını çözebilmek için oluşturulmuş bir projedir. Ana fikir, savaş sırasında bir merkeze bağlı olan iletişim kaynaklarının, merkezin yok oluşuyla iletişimin çökmesini önleyen çok merkezli iletişim modelidir. Bu model sayesinde iletişim, ağlarla sağlanabilen, esnek, mobil ve kesintisiz bir iletişimin var olabileceği fikriyle internetin icadını meydana getirmiştir. Askeri bir proje olan bu iletişim modeli üniversite laboratuvarlarında sivil bir misyon edinmiştir. Artık çok değerli askeri bilgi dolaşımının yerini sıradan gündelik hayatın enformasyonuna bırakmıştır. Soğuk savaş sonrası internetin ve bunu kullanabileceğimiz aygıtlardaki gelişim sonucunda internet, etkileşimli iletişim modeline (Web 2.0) geçilmiştir. İnternette etkileşimli iletişim çeşitli yenilikleri beraberinde getirmiştir. Bu teknolojiyi aktif olarak kullananların yaptığı her paylaşım bir enformasyon değeri görmüş ve adına “Sosyal Medya” denmiştir.

Sosyal medya aynı anda birçok yerde farklı kimliklerle var olabilmeyi olanaklı kılmıştır. Bilgiye ulaşmadaki kolaylık, bir iletiyle birden çok kişiye ulaşabilme imkanı, görece özgür bir alanda kendini ifade edebilmek gibi çekici nedenlerle sosyal medya popülerliğini sürekli canlı tutmuştur. Bütün olumlu görülebilecek ve çekici etkilerinin yanında sosyal medyanın olumsuz ve itici olduğu durumlar da oldukça çoktur. Sosyal medyanın gelişiminde görsellik ve kimlik ön planda olmuştur. Kullanıcılar, görselliklerini ve kimliklerini yeniden inşa etme olanağı buldular, hatta bu inşalar aynı anda birden çok mecrada birden çok kez gerçekleşebilir oldu. Bu aynı anda, zamanla mekanın parçalanmasına, parçalanmış kimlik ve görsellik arenasında kendini inşa etmek zorunda kalmış yalnız insanın dramatik yaşamını meydana getirmiştir. Her yeni inşa bir yabancılaşmayı doğurduğu gibi sosyal medyanın da zamanla insanı kendine yabancılaştırıcı etkileri görülmeye başlanmıştır. Görsel olarak var olabilmek imajların yükselişine, sözün düşüşüne neden olmuştur. Bütünüyle bakıldığında internetin bir proje olarak ve sosyal medya araçlarının ilk doğduğu yer olan ABD'nin söylem ve imajlarının ön plana çıktığı görülür. Bu bağlamda bir kültürel emperyalizmden söz edilebilir. Küreselleşme söyleminin popülerlik kazanmasıyla sosyal medyanın gelişimi arasında bir paralellik olduğu söylenebilir. Devasa firmaların reklam ve yeni pazarlara girmek için sosyal medyayı kullanması da bu yapıyı desteklemiştir. Konvansiyonel medyanın sosyal

medyadaki potansiyeli fark edip sosyal medyada şubelerini açmaları küresel enformasyonun ve paranın dolaşım alanını genişletmiştir. Esasen küreselleşen şey Batı modernitesidir.

Peki modernite bize ne yaptı? Modernite, hayatımızı çepeçevre sardı. Bütün kurumlara, bütün alanlara girdi. Modernite bizi kitleler haline getirdi. Kitleleri imajlar okyanusunda çırpınan nesnelere haline dönüştürdü. Hakikatle süje arasına imajı yerleştirdi. Praksisi hakikat sanmamızı sağlayan simülasyonları zihinlerimize çoban kıldı. Bugün modernizmin esaslı bir eleştirisini yapabilecek ideal bir fikri bulabilir miyiz? Modernizm eleştirisi bağlamında belki Marksizm akla gelebilir ancak modernizm, modernizm cephesinden yıkılamayacağını gösteren bir örnek olarak ortada kalmıştır. Kaldı ki modernizmi yıkmayan şey onu güçlendirmiştir.

Sosyal medya ortaya çıktığında konvansiyonel medyanın karşısında bir pozisyonu olduğu düşünülmüştür. Halbuki sosyal medya, medya tarihine bakıldığında görüldüğü gibi gelişen yeni medya teknolojilerinden biridir ve günümüzde medya araçlarının devamıdır. Gazete sözü; radyo sesi; televizyon hem sesi hem görüntüyü uzaklara taşıyan gelişmelerdi. Bu taşımalar monolog şeklinde gerçekleşmiştir. Sosyal medyanın devrimsel hareketi monologu önce diyaloga sonra da poliloga çıkarmasıdır. Tıpkı diğer medya araçları gibi sosyal medya da bir muhalefet aracı olarak kullanılmaktadır. Gösteri toplumunda, dikizleyen ve dikizlenen olmak iktidar ilişkilerinin de dönüşümünün habercisi gibidir. Görünmeden görmek, her şeyin dokunulabilir olduğu bir alanda iktidarı hem görünmez hem de görüldüğünde dokunulabilir kılmıştır. Günümüzde medyanın özellikle sosyal medyanın merkezi bir konumu işgal etmesiyle medyatik olmak artık kaçınılmaz bir hal almıştır. Bu medyatik olma hali de ayrıca bir ödün vermeyi gerekli kılmaktadır. En büyük ödün insanın kendine yabancılaşmasıdır.

Mahremiyet tartışmaları, sosyal medyanın yeni yeni ortaya çıkışından beri tartışılan bir konudur. İlk tartışmalar blog yazarlarının, bloglarını sanal bir günlük olarak kullanmalarıyla başladı. Bu bloglardaki yazıların altına (isteğe göre) yorum yapılabilme seçeneği, kişilerin başkalarının mahremini okurken aynı zamanda yorumlayabildikleri bir sanal etkileşimli iletişim modelini ortaya koydu. Daha sonra deneyim paylaşımı forumlara taşındı. Facebook, Flickr, Tumblr, Youtube, Instagram



gibi daha çok görsel içeriklerin merkezi olduğu sosyal medya araçlarının gelişimiyle bu tartışmalar daha da arttı. Özellikle para kazandıran sosyal medya araçları, takipçi ve beğeni sayısını arttırmak için mahremiyetten feragat etmeyi bir yol olarak ortaya çıkardı. Hayatı sosyal medyadan öğrenen yeni kuşaklar için bu kişilik gelişimlerinde büyük zararlara yol açabilir.

Sosyal medyanın yeni çıkan bir şeyi anında tanıtabilme gibi büyük bir gücü vardır. 2008’de kim ve/veya kimler tarafından yazıldığı bilinmeyen bir internet makalesinden bitcoin duyurulmuştur. Blockchain denen bir kayıtlar zincirinde hesapları tutulan bu sistemde sanal para madenciliği ve kullanımı hayatımıza girmiştir. Yeni çıktığı dönemde düşük değerden işlem görürken sosyal medyanın tanıtıcı ve yayıcı gücüyle kripto para madenciliği ve kullanımı hayli artmıştır. Bu yeni para türü ulusal paraya alternatif olmuştur. Bir ülkeye yapılabilecek en büyük muhalefetlerden biri olan kalpazanlıktır. Ancak bu para birimi herhangi bir merkeze bağlı olmaksızın ulusal paralara muhalefet aracı olarak dikkat çekmiştir.

Son yıllarda dünya genelinde hayli meşhur bir kavram olan Arap Baharı, sosyal medyayla hükümetlerin devrilebileceği izlenimini vermiştir. Olayların sosyal medyada daha çok gündem olması, konvansiyonel medyanın iktidar güdümlü haberlerinin güvenilmezliği ilgiyi ve gündem takibini sosyal medyanın üzerinde tutmuştur. Bu haliyle bile sosyal medya gündemi konvansiyonel medyanın da gündemini belirlemeye başlamıştır. Uluslar arası medya kuruluşlarının vermediği haberler burada tartışılmaktadır daha sonra konvansiyonel medyada haber olmaktadır. Ancak sosyal medyadaki bilgi kirliliği ve yalan haberler çoğu zaman nefret söylemlerinin yarattığı toplumsal kutuplaşmalara neden olmaktadır. Sosyal medyada ansızın dolaşan bir bilgi doğruluğu kanıtlanmadan servis edildiğinde gürhün oluşmasına bu da toplumsal huzura muhalif bir harekete dönüşebilmektedir. Buna mukabil insanlar devlet tarafından zulüm gördüklerinde haklı protestolar için organize de olabilmektedirler. Arap Baharı bize göstermiştir ki sosyal medya etik ve sorumlu davranmayan konvansiyonel medyaya muhalif bir alan yaratabilmiştir. Farkındalık oluşturmada işlevsel olabilmektedir.

Arap Baharının yaşandığı günlerde ülkemizde de Gezi Parkı olayları yaşanmıştır. Bu olaylar sırasında üzücü bir takım olaylar yaşanmış, toplumsal

kutuplaşma had safhaya ulaşmıştır. Ana akım medya asli görevi olan olayları haber yapmayarak sınıfta kalmıştır. Olaylar sosyal medyada ayyuka çıkınca Türkiye’de sosyal medyaya ilgi hayli artmıştır. Olayların nedenleri ve sonuçları üzerine keskin bir kutuplaşmanın olduğu görülmektedir. Sosyal medyada organize olan göstericiler de olaylar sonrasındaki bilgi kirliliğinden ve yanlış anlaşılmalardan yana sıkıntılar çektiklerini ifade etmişlerdir. Olayların istenmeyen sonuçlara varmasında da bu bilgi kirliliğinin neden olduğu görülmüştür.

15 Temmuz 2016 yılında Türkiye’de bir darbe girişimi yaşanmış ve bastırılmıştır. Darbecilerin darbe öncesi sosyal medyayı propaganda aracı olarak kullandıkları anlaşılmıştır. Devletin içine sızmak için hedeflerindeki insanları özellikle sosyal medyayı kullanarak itibarsızlaştırıp görevden uzaklaştırdıkları ve yerine kendi militanlarını yerleştirdikleri görülmüştür. Örgüt militanlarının talimatları sosyal medya gruplarından verip-aldıkları tespit edilmiştir. Darbeyi gerçekleştiren Fethullahçı Terör Örgütü (FETÖ) mensuplarının darbeyi, komuta kademesini kendi içlerinde belirledikleri ve sosyal medya üzerinden organize ettikleri görülmüştür. Sosyal medyanın anında çok kişiyi organize etmek ve mobil bir karargah gibi kullanıldığı görülmüştür. Darbenin başarısız olmasının ardından örgüt mensuplarının sosyal medya üzerinden propaganda yapıp bu mecradan haberleştikleri kaydedilmiştir. Sosyal medya terör örgütlerinin elinde farklı bir silaha dönüşebilen bir unsur olarak tarihe geçmiştir.

Sosyal medyanın günümüz gençliği tarafından bir sosyalleşme aracı olarak kullandıkları görülür. Aileden önce sosyal medya başat bir sosyalizasyon aracı olarak ön plana çıkmıştır. Yasaklandığında huzursuzluk veren hatta öfke patlamalarına sebep olacak kadar günümüz gençliğinin hayatlarının merkezine girmiştir. Arkadaşlık ve aile ilişkilerini oldukça dönüştüren sosyal medya duygusal açıklıkla oluşan yalnızlığı gidermek için bir çeşit plesebo etkisi yaratmakta yalnızlığı gidermediği gibi insanı içine kapayan, narsist ve nobran kişilik örüntülerinin inşasına sebep olduğu söylenebilir.

Sosyal medyanın, anında her şeyin, özgürce paylaşımı etrafında sloganvari bir söylemle ortaya çıkması onun çekici bir tarafı olduğunu göstermiştir. Ancak sosyal medyada sosyalleşen, kimliklerini ve görüntülerini burada inşa eden yaşamların

birbirine oldukça benzerliği kendine özgü ve çeşitliliği bir şekilde çevrimlemeyip kopya hayatlar ürettiği görülebilir. Devasa şirketlerin idealleri oluşturup bu idealler üzerinden ürettikleri imgelerin sosyal medya aracılıyla yayılımı kişileri birbirlerine benzer kılmıştır. Bu fikirden hareketle üretim buna göre düzenlenip tüketim toplumunun suni ihtiyaçlara sevk edildiği söylenebilir. İhtiyaçlara yabancılaştırıcı bu durumda tüketici ne olup bittiğini bilse de farkındalığın farkına varabilecek yolları kasten kesilmiştir. Sosyal medyadaki içerik üretim bombardımanı insan kapasitesini zorlayan, simularkların güdümünde her şeyin çevrimlenip moda haline gelmesiyle şeylerin içinin boşalması ansızın gerçekleşmektedir. Doldur-boşaltla tüketim güdümündeki ihtiyaçlarına yabancılaşan insanların siber alem okyanusunda hakikati ve kendilerini kaybetmelerine neden olmuştur.

Sosyal medya bir olgu olarak hayatlarımızı değiştirip dönüştürmeye devam edecektir. Web 3.0'ün getireceği yeniliklerin hayatımıza nasıl etkiler yapabileceğini henüz bilinmemektedir. Yapay zekaya kölelerimiz gibi davrandığımız günümüzde mahremiyetimizi, devletle olan ilişkimizi, sosyalleşme süreçlerimizi ve kendimize has olan niteliklerimizi ifşa ederek onu insanlığa karşı eğitmekteyiz. Yapay zekanın otonom bir yapıya kavuşup, enerji ve kendine has bir dil geliştirme sorunlarını aştığında yani kendi “aydınlanmasını” gerçekleştirdiğinde sözüm ona efendisine bigane kaldığında nasıl bir insanlık okuması yapabileceği henüz bilinmemektedir. İşte bu halleriyle sosyal medya insanların işlerine geldiği gibi bir muhalefet aracıyken, yapay zekayla çalışması bizatihi onu da bir muhalefet aracına dönüştürmüştür. Muhalefeti kendine yabancılaşan insandır.

Bu çalışmayla sosyal medyanın nasıl muhalefet aracına dönüştüğünün izi sürülmüştür. Konunun çok yönlü olması disiplinler arası çalışmaların da önünü açmaktadır. Sosyal medya teknolojik gelişmelerin sonucu olması yanı sıra onu kullananlarda bıraktığı etki iyi okunmalıdır. Gerek sosyolojik gerekse psikolojik boyutlarının yarattığı etkiler daha çok tartışılacağı benziyor. Bunların yanında siyasal, hukuksal, kültürel boyutlarda da derinlemesine araştırmaların yapılması gerekmektedir. Sosyal medyanın sadece yirmi yılda geldiği noktaya bakıldığında bundan sonraki gelişmelerin hayatımızı daha çok etkileyeceği görülecektir.

## KAYNAKÇA

- Adorno, T. W. (2010). Kùltür Endüstrisini Yeniden Düşünmek. E. Mutlu, (Ed.), *Kitle İletişim Kuramları* (2. Basım) içinde (240-249). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Anadolu, A. (2016). *Dakika Dakika FETÖ'nün Darbe Girişimi*. İstanbul: Anadolu Ajansı.
- Aydın, F. (2004). *Yahudilik*, İstanbul: İnsan Yayınları.
- Aydın, O. Ş. (2013). "Görünür Olmanın Gücü: 'Şöhret Kültürü'ne Kuramsal Bir Yaklaşım". D. Dayı ve E. Tekcan, (Ed.), *Görüntü Üretimi ve Gündelik Hayat* içinde (91-107). İstanbul: Kırk Yayınevi.
- Baban, E. (2012). "Mc Luhan ve Baudrillard'ın Penceresinden Sosyal Medyanın Etkisi: İfadenin Esareti, Gözetlenen Toplum ve Kayıp Kimlik Sendromu". T. Kara ve E. Özgen, (Ed.), *Sosyal Medya - Akademi* içinde (57-82). İstanbul: Beta Yayınları.
- Bağlı, M. (2011). *Modern Bilinç ve Mahremiyet*, İstanbul: Yarı Yayınları.
- Başlar, G. (6 Ocak 2013). *Yeni Medyanın Gelişimi ve Dijitalleşen Kapitalizm 7 Mayıs 2018*, <https://ab.org.tr/ab13/bildiri/247.pdf>.
- Baudrillard, J. (1998). *Simülarklar ve Simülasyon*. (O. Adanır, Çev.). İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.
- Baudrillard, J. (2001). *Tam Ekran*. (B. Gülmez, Çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Baudrillard, J. (2013). *Tüketim Toplumu* (6. Baskı b.). (H. Deliceçaylı, & F. Keskin, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2010a). *Küreselleşme Toplumsal Sonuçları*. (A. Yılmaz, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Bauman, Z. (2010b). *Sosyolojik Düşünmek*. (7. Baskı). (A. Yılmaz, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bayhan, V. (2017). İnternet, Sosyal Medya ve Narsisizm. (Z. Kara, Ed.) *Sosyoloji Notları*, 5(9), 169-170.

- Bayram, A.K. (2008). İdeoloji ve Dönüşüm. K. Çağan, (Ed.), *İdeoloji içinde* (179-218). Ankara: Hece Yayınları.
- Beyazköy, D. (2017). Sosyoloji Ne Kadar Dijital? "Artık Ben de Bir Fenomenim". (Z. Kara, Ed.) *Sosyoloji Divanı*, 5(9), 256.
- Bilton, T., Bonnett, K., Jones P., Lawson, T., Skinner D., Stanworth M. ve Webster A. (2009). *Sosyoloji*, (2. Basım). (K. Toraman, Çev.). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Canatan, K. (2014). Gezi Eylemlerini ve Gençliğini Anlamak! *Birey ve Toplum*, 4(7), 71.
- Cereci, S. ve Özdemir, H. (2015). Medyanın Toplumsal Gelişimi: Medya Toplulukları. *International Journal of Social Science*, 33, 1-10. 25 Mart 2018, <http://dx.doi.org/10.9761/JASSS2786>.
- Çakır, H. ve Topçu, H. (2005). Bir İletişim Dili Olarak İnternet. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2005/2, 71-96. 19 Mart 2018, <http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423879817.pdf>.
- Çarkacıoğlu, A. (2016). *Kripto-Para Bitcoin*. Sermaye Piyasa Kurulu Araştırma Dairesi.
- Çetin, A. (2012). *Arap Baharı ve Türkiye*. Çankırı: Çankırı Karatekin Üniversitesi Avrasya Statejik Uygulama ve Araştırma Merkezi.
- Dağıtmaç, M. (2015). *Sosyal Medya Bizi Neden Kullanır*, İstanbul: Okur Akademi.
- Dayı, D. (2013). "Metafor, Bellek, Görüntü". D. Dayı ve E. Tekcan, (Ed.), *Görüntü Üretimi ve Gündelik Hayat* içinde (26-31). İstanbul: Kırk Yayınevi.
- Dijk, T. A. V. (1999). Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları. M. Küçük, (Ed.), *Medya , İktidar, İdeoloji* (2. Basım) içinde (331-395). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Diken, E. T. (2017). Dijital Gözetim ve Yeni Medya Toplumsallığı Oyun (Game),Büyülenme (Captivation) ve Birey-Kaçlık ('Dividuality'). (Z. Kara, Ed.) *Sosyoloji Divanı*, 5(9), 66.

- Diyanet İşleri Başkanlığı. (7 Temmuz 2014). *İlmihal I*, 27 Kasım 2018, [https://dibwebfiles1we1.blob.core.windows.net/webfiles/diyanet.gov.tr/UserFiles/DiniBilgiler/ilmihal\\_cilt\\_1.pdf](https://dibwebfiles1we1.blob.core.windows.net/webfiles/diyanet.gov.tr/UserFiles/DiniBilgiler/ilmihal_cilt_1.pdf).
- Ellul, J. (2012). *Sözün Düşüşü*, (3. Baskı). İstanbul: Paradigma Yayıncılık.
- Emre, A. (2017). Muhalefet Üzerine. *Umrân*, Sayı. 276, 51-55.
- Erbaş, A. (2004). *Hıristiyanlık*, İstanbul: İnsan Yayınları.
- Ergüven, A. (2013). “İmgeobur”. D. Dayı ve E. Tekcan, (Ed.), *Görüntü Üretimi ve Gündelik Hayat* içinde (21-25). İstanbul: Kırk Yayınevi.
- Ertürk, D. (2017). Dijital Kimliği “Sınırlı” Düşünmek. *Sosyoloji Divanı*, 5 (9), (73-85).
- Forester, J. (2010). Habermas’ın İletişim Toplum Kuramı. E. Mutlu, (Ed.), *Kitle İletişim Kuramları* (2. Basım) içinde (258-287). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Foucault, M. (2011). *Özne ve İktidar* (3. Baskı b.). (I. Ergüden, & O. Akınhay, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Giddens, A. (2010). *Mahremiyetin Dönüşümü*, (2. Baskı). (İ. Şahin, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Giddens, A. (2012). *Kapitalizm ve Modern Sosyal Teori*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Girgin, Ü. H. (2017). Yeni Medya Teknolojileri, Pornografi ve Kültürel Dönüşüm. *Atatürk İletişim Dergisi*, sayı. 12, 69-98.
- Göle, N. (2016). *Modern Mahrem*, (13. Baskı). İstanbul: Metis Yayınları.
- Gülsoy, S. (2017). Bir Uyarılma Denemesi: Dijital Oyunlarda Sahne. (Z. Kara, Ed.) *Sosyoloji Divanı*, 5(9).
- Grahame, P. (2010). Habermas’ın Evrensel Edimbilim Kuramı. E. Mutlu, (Ed.), *Kitle İletişim Kuramları* (2. Basım) içinde (288-290). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Hazar, M. (2011). Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Araştırması. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim, Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32, 151-175. 22.Eylül.2018, <http://www.iletisimdergisi.gazi.edu.tr/arsiv/32.pdf>.

- Heywood, A. (2012). *Siyasetin Temel Kavramları*. (H. Özler, Çev.) Ankara: Adres Yayınları.
- Hürriyet (09.01.2019). Google Sonunda Banyoya Girdi Emirlerinizi Bekliyor!. 13.01.2019. <http://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/google-sonunda-banyoya-girdi-emirlerinizi-bekliyor-41077297>.
- Hünerli, S. (2011). Namahrem Anime: Japon Animelerinde Erotizm, Cinsellik ve Mahrem. H. Köse, (Ed.) *Medya Mahrem*, içinde (321-336). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- İnglis, F. (2010). Frankfurt Okulu. E. Mutlu, (Ed.), *Kitle İletişim Kuramları* (2. Basım) içinde (221-226). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Irak, D. ve Yazıcıoğlu, O. (2012). *Türkiye ve Sosyal Medya*, İstanbul: Okyanus Yayınevi.
- İnceoğlu, Y. (1997). *Uluslararası Medya*, İstanbul: Der Yayınevi.
- Jeanneney, J. N., (1999). *Başlangıçtan İtibaren Medya Tarihi*, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Kadüker, O. Ö. (2018, Şubat 2). *Gençlerde Estetik Çılgınlığı*. 20 Şubat 2019, <http://www.milliyet.com.tr/genclerde-estetik-cilginligi-gundem-2602225/>.
- Karakaş, M. (2006). Yeni Yoksulluk Bağlamında Sosyal Kimlik ve Tüketimde Eşitsizlik. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7 (2), 1-17.
- Karakaş, M. (2014). Devrim Romantizminden Darbe Girişimine Giden Yol: Gezi Parkı Olayları ve 17 Aralık Operasyonu. *Tezkire*(49), 23-33.
- Karakaş, M. (2015). *Modernlik Küreselleşme ve Türkiye'nin Kimlikler Evreni*, İstanbul: Küre Yayınları.
- Karakaş, M. (2016). 15 Temmuz Darbe Girişiminin Sosyolojisi Üzerine. *Tezkire*(57), 79-81.

- Karakaş, M. (2017). Bir Zihniyet Olarak Tüketim Kültürü ve İhtiyaçların Yabancılaşması.  
<http://www.registericpress.org/index.php/ICPESS/article/viewFile/2344/588>.
- Kapani, M. (2011). *Politika Bilimine Giriş*, (28. Basım). Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Kellner, D. (2010). Kültür Endüstrileri. E. Mutlu, (Ed.), *Kitle İletişim Kuramları* (2. Basım) içinde (233-239). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Kindi, Y. İ. (2015). *Üzüntüden Kurtulma Yolları*, (2. Baskı). (M. Çağrıçı, Çev.) Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Komşuoğlu, A. (2008). Giriş. A. Komşuoğlu, (Ed.), *Türkiye’de Siyasal Muhalefet*. içinde (9-12). İstanbul: Bengi Yayınları.
- Koyuncu, A. A. (2018). *Kuruluşundan Arap Baharı’na Suriye Milliyetçilik ve Ulus İnşası*, İstanbul: Sude Yayınları.
- Köse, H. (2011). ‘Synoptikon’ Evresindeki İletişim ya da Küresel Gözetim Toplumunda ‘İktidar Görünmezliği’nin Sonu. H. Köse, (Ed.) *Medya Mahrem*, içinde (199-224). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Meriç, C. (2011). *Bu Ülke*. (36. Baskı) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Metin, O. (2016). Sosyal Medyanın Siyasal Toplumsallaşmaya Etkileri: Bir Alan Araştırması. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18, 221-267. 14 Ocak 2018, <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/347422>.
- Mcluhan, M. (2001). *Global Köy: 21. Yüzyılda yeryüzü yaşamında ve medyada gelecek dönüşümler*. İstanbul: Scala Yayıncılık.
- Miller, D., Costa, E., Haynes, N., McDonald, T., Nicolescu, R., Sinanan, J., . . . Wang, X. (2016). *How the World Changed Social Media*. London: UCL Press.
- Milli Eğitim Bakanlığı (2011). *Radyo Televizyon Tarihi*. 9 Aralık 2018, [http://www.megep.meb.gov.tr/mte\\_program\\_modul/moduller\\_pdf/Radyo %20Televizyon%20Tarihi.pdf](http://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Radyo%20Televizyon%20Tarihi.pdf).
- Morley, D. ve Robins, K. (1997). *Kimlik Mekanları*, (E. Zeybekoğlu Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınevi.



- Niedzviecki, H. (2010). *Dikizleme Günlüğü*. (G. Gündüç, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Ong, W. J. (2010). *Sözlü ve Yazılı Kültür: Sözü'nün Teknolojileşmesi* (5. Basım), İstanbul: Metis Yayınları.
- Özcan, B. (2017, Aralık 9). <http://barisozcan.com/bitcoin-insanlik-tarihinin-en-onemli-icadi-olabilir-mi/>.
- Özcan, B. (1 Nisan 2018). *Facebook'u Silelim Mi?*. 5 Aralık 2019, <http://barisozcan.com/facebooku-silelim-mi>
- Polis, Akademisi. (2017). *Radikalleşme, Şiddet İçeren Aşırılık ve Terörizm*. Ankara: Polis Akademisi Yayınları.
- Polis, Akademisi. (2017). *Yeni Nesil Terör: FETÖ'nün Analizi*. Ankara: Polis Akademisi Yayınları.
- Peltekoğlu, F. B. (2012). "Sosyal Medya, Sosyal Değişim". T. Kara ve E. Özgen, (Ed.), *Sosyal Medya - Akademi içinde* (3-8). İstanbul: Beta Yayınları.
- Resmi Gazete. (2007). 5651 sayılı *İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun*.
- Resmi Gazete. (2012). *Sanal Ortamda İşlenen Suçlar Sözleşmesinin Onaylanmasının Uygun Bulunduğuna Dair Kanun Tasarısı ve Dışişleri Komisyonu Raporu*.
- Sourdell, D. (2008). *İslam*, (I. Ergüden, Çev.). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Süt, A. (2018). İslam Düşüncesinde Muhalefet. *Milel ve Nihal*, Sayı.15 (2), 60-83.
- Şentürk, Ü. (2017). Yeni Toplumsal Bir Metin Olarak İnternet. Z. Kara, (Ed.) *Sosyoloji Divanı*, 5(9). Konya: Çizgi Kitabevi.
- Tbmm. (2012). *Bilgi Toplumu Olma Yolunda Bilişim Sektöründeki Gelişmeler İle İnternet Kullanımının Başta Çocuklar, Gençler ve Aile Olmak Üzerine Sosyal Etkilerinin Araştırılması Amacıyla Kurulan Meclis Araştırma Komisyonu Raporu*. Ankara: Tbmm.

- Tekcan E., . (2013). “Tükenen Tüketim Çağında Hakiki Gerçekliğine Öykünen Hipergerçek San’at”. D. Dayı ve E. Tekcan, (Ed.), *Görüntü Üretimi ve Gündelik Hayat* içinde (32-38). İstanbul: Kırk Yayınevi.
- Telli, A. (2012). Mısır Devrim'nde Sosyal Medyanın Rolü. *Bilge Stateji*, 65-91.
- Toku, N. (2002). *İlm-i Umran İbni Haldunda Toplum Bilimsel Düşünce*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Thompson, J. B. (2010). Kitle İletişiminin Bazı Özellikleri. E. Mutlu, (Ed.), *Kitle İletişim Kuramları* (2. Basım) içinde (210-220). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Tuğal, S. (2013). “21. Yüzyıl, Dijital Görüntü Çağı”. D. Dayı ve E. Tekcan, (Ed.), *Görüntü Üretimi ve Gündelik Hayat* içinde (108-120). İstanbul: Kırk Yayınevi.
- Tuncer, E. (2014) *Patron: Sosyal Medya İmparatorluğu*, İstanbul: Akis Yayınları.
- Turgul, K. (2013). “Görüntü Üretimi ve Gündelik Hayat Üzerine Yüzeysel Notlar”. D. Dayı ve E. Tekcan, (Ed.), *Görüntü Üretimi ve Gündelik Hayat* içinde (60-69). İstanbul: Kırk Yayınevi.
- Türk Dil Kurumu, (26 Eylül 2006). *Muhalefet maddesi*. 30 Nisan 2019, [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GT.S.5cd1469fba95b9.63530429](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GT.S.5cd1469fba95b9.63530429).
- Türkaslan, T. (19 Şubat 2019). *Yanaklara Selfie Estetiği*, 20 Şubat 2019, <http://www.milliyet.com.tr/yanaklara-selfie-estetigi-pembelar-yazardetay-guzellik-2830092/>.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2018). *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması*. 18. Eylül.2018. <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=27819>.
- Türköne, M. (2005). *Siyaset*, (3. Baskı) Ankara: Lotus Yayınevi.
- Ulusoy, N. (2012). “Sözlüklerdeki Sinema Sevgisi: New York’ta Beş Minare ve Çocukluğun İnternet Sözlüklerine Yansıması”. T. Kara ve E. Özgen, (Ed.), *Sosyal Medya - Akademi* içinde (195-212). İstanbul: Beta Yayınları.

- Ülger, G. (2012). "Siberalemede Çocukluğun Yeniden Üretimi". T. Kara ve E. Özgen, (Ed.), *Sosyal Medya - Akademi* içinde (285-323). İstanbul: Beta Yayınları.
- Weber, M. (2004). *Sosyoloji Yazıları*. (T. Parla, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Woodhead, L. (2006). *Hıristiyanlık*,(S. Çalışkan, Çev.) Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Yıldırım, A. (2012). "Sosyal Ağlar ve Kişisel Gizlilik Çatışması". T. Kara ve E. Özgen, (Ed.), *Sosyal Medya - Akademi* içinde (243-268). İstanbul: Beta Yayınları.
- Yılmaz, S. (2011). Her İletişim Bir Mahremiyet İhlalidir ve Her Mahremiyet İhlalinin Bir Haber Değeri Vardır. H. Köse, (Ed.) *Medya Mahrem*, içinde (129-148). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Yılmaz, N., & Bayram, A. K. (2016). Taksim Gezi Parkı Olayları ve Bir Muhalefet Ögesi Olarak Aleviler. *Marmara Üniversitesi Siyasal Bilimler Dergisi*, 4(1), 5-6.
- Yurdigül, Y. ve Elitaş, T. (2017). Voyörizm, Teşhircilik Bağlamında Sosyal Medyanın Mahremiyet Sorunu: Instagram ve Periscope Örneği. *Sosyoloji Divanı*, Sayı. 9, 129-148.
- Yücedağ, İ. (2017). Dijital Dünyaya Teori Biçmek: Rizomatik Bağlantılar. (Z. Kara, Ed.) *Sosyoloji Divanı*, 5(9).
- Zipes, J. Frankfurt Okulu ve Kültür Eleştirisi. E.Mutlu, (Ed.), *Kitle İletişim Kuramları* (2. Baskı) içinde (227-232). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Zizek, S. (2008). İdeolojinin Hayaleti. K. Çağan, (Ed.), *İdeoloji* içinde (43-83). Ankara: Hece Yayınları.