

**İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**GENEL GAZETECİLİK ANABİLİM DALI**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**İKTİDARIN PANOPTİK GÖZÜ OLARAK**  
**SOSYAL MEDYA:**  
**FACEBOOK - CAMBRIDGE ANALYTICA ÖRNEĞİ**

**Mustafa FİDAN**

**2501161153**

**Danışman**

**Doç. Dr. Ayşe Ceyda Ilgaz BÜYÜKBAYKAL**

**İSTANBUL – 2019**



T.C.  
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



YÜKSEK LİSANS  
TEZ ONAYI

ÖĞRENCİNİN;

Adı ve Soyadı : MUSTAFA FİDAN Numarası : 2501161153  
Anabilim Dalı / Anasanat Dalı / Programı : GAZETECİLİK/GENEL  
GAZETECİLİK/ YÜKSEK LİSANS Danışmanı : DOÇ. DR. AYŞE CEYDA ILGAZ  
BÜYÜKBAYKAL  
Tez Savunma Tarihi : 09.12.2019 Saati : 10.00  
Tez Başlığı : İKTİDARIN PANOPTİK GÖZÜ OLARAK SOSYAL MEDYA: FACEBOOK-CAMBRIDGE  
ANALYTİKA ÖRNEĞİ

TEZ SAVUNMA SINAVI, İÜ Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin 36. Maddesi uyarınca yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin KABULÜNE OYBİRLİĞİ / OYÇOKLUĞUYLA karar verilmiştir.

| JÜRİ ÜYESİ                                | İMZA | KANAATI<br>(KABUL / RED / DÜZELTME) |
|---|------|-------------------------------------|
| 1- PROF. DR. ASLI YAPAR GÖNENÇ            |      | Kabul                               |
| 2- DOÇ. DR. A. CEYDA ILGAZ<br>BÜYÜKBAYKAL |      | Kabul                               |
| 3- DR. ÖGR. ÜYESİ OZAN GÜNEL              |      | Kabul                               |

| YEDEK JÜRİ ÜYESİ                | İMZA | KANAATI<br>(KABUL / RED / DÜZELTME) |
|---------------------------------|------|-------------------------------------|
| 1- DR. ÖGR. ÜYESİ ERSİN TURAN   |      |                                     |
| 2- DR. ÖGR. ÜYESİ ALPER DEĞERLİ |      |                                     |

**ÖZ**

**İKTİDARIN PANOPTİK GÖZÜ OLARAK**

**İNTERNET VE SOSYAL MEDYA:**

**FACEBOOK - CAMBRIDGE ANALYTICA SKANDALI ÖRNEĞİ**

**MUSTAFA FİDAN**

Çalışma, iktidarın en sık kullandığı disiplin araçlarından birisi olan gözetimin tarihsel süreç içerisindeki seyri ve işlevini, günümüze dek uzanan örnekleriyle ortaya koymayı amaçlamaktadır. Gözetimin en bilindik model ve kavramsallaştırması olan panoptikon kavramının, Jeremy Bentham ile literatüre girdiği klasik panoptikon halinden, günümüz dijital panoptikon evresine gelene kadarki yol haritası çalışmanın temel konularındandır. Üç bölümden oluşan çalışmanın birinci bölümde iktidarın tanımı ve doğası ile iktidarın işlevi ve türlerine değinilmiştir. Gözetimin tanımı ve panoptikon kavramının tarihsel süreçteki gelişimi ve değişimi, klasik panoptikonda türeyen çeşitli gözetim türleri ve kavramları da birinci bölümün konusu olmuştur. İkinci bölümde internet ve sosyal medyanın gelişimi, sosyal medya kullanımının önemi ve etkileriyle beraber birey-iktidar ve toplum-iktidar ilişkilerine etkisi ele alınmıştır. Sosyal medya platformlarının tanım ve işlevleriyle beraber, sosyal medya olgusu da değerlendirilmiştir. Üçüncü bölümde ise klasik panoptikonun dijital panoptikona evrilmesinin günümüzde en çok konuşulan örneklerinden birisi olan Facebook-Cambridge Analytica örneği etraflıca değerlendirilmiştir. Hastane, hapisane, okul gibi somut mekanlarda bireyin bedeni üzerinden örgütlenen gözetim faaliyetlerinin, internet gibi bireyin sanal varlığının söz konusu olduğu mekanlarda bireyin sanal verileri üzerinden yeniden yapılandırılmasının öyküsü ele alınmıştır.

**Anahtar kelimeler:** iktidar, panoptikon, gözetim, sosyal medya, internet

## **ABSTRACT**

### **SOCIAL MEDIA AS THE PANOPTIC EYE OF POWER :**

#### **FACEBOOK - CAMBRIDGE ANALYTICA**

**MUSTAFA FİDAN**

Surveillance is one of the most frequently used tools of control and disciplinary by power. The study aims to deal with the changes in the historical process of surveillance. The panopticon, first introduced by Jeremy Bentham, is the most well-known model and concept of surveillance. In this study, the change from classical panopticon to digital panopticon is discussed.

In the first part of the study which consists of three parts, the definition and nature of power, the function and types of power. The definition of surveillance and the development and change of the concept of panopticon in the historical process, the various types and concepts of surveillance derived from classical panopticon have been the subject of the first chapter. The definition and function of social media platforms such as Facebook, Twitter, Youtube, Instagram and Periscope and the phenomenon of social media were explained.

The third part includes the transformation of social media practices as surveillance tools. The Facebook - Cambridge Analytica data scandal revealed the intended use of the data today. Surveillance is now taking place in an abstract space like the digital world, rather than concrete spaces such as factory, hospital, school, military. virtual surveillance is provided by individuals' digital movements and social media usage practices, independent of the concrete space. consumption habits and political behavior of individuals are influenced by illegal user data. The relationship between social media, surveillance and politics is discussed with the 'case study' method.

**Keywords:** power, panopticon, surveillance, social media, internet

## ÖNSÖZ

Teknoloji ve iletişim günümüz küresel dünyasının en önemli belirleyicilerinin başında gelmektedir. Dünyanın en uzak noktasındaki gelişmeler bir tıkla kullanıcının önüne saniyelik hızla düşmekte, McLuhan'ın işaret ettiği 'küresel köy' metaforu teknolojinin beslediği kitle iletişim araçları olanaklarıyla mümkün hale gelmektedir. Teknolojisinin sayısız faydasının yanı sıra, özellikle toplumsal yaşam üzerinde bazı olumsuz yönleri söz konusudur.

Teknolojik imkanlar ve dijital işlemler aracılığıyla bireylerin her anı gözetim altına alınabilmekte, kişilerin sosyal medya hesapları ve internet hareketleriyle verileri depolanmaktadır. Kullanıcıların bilgisi dışında oluşturulan veri havuzu aracılığıyla tüketim pratiklerinden siyasal seçim tercihlerine kadar geniş yelpazede kitleler manipüle edilebilmektedir. Çalışma, dijitalleşen gözetim aracılığıyla bireylerin tercihlerine yapılan müdahaleleri, kitlelerin aldıkları kararların manipüle edilmesi ile ortaya çıkan 'demokratik seçim ve bireyin kendi kararlarını kendi alabilmesi gerçekliği var mı?' sorusuna yanıt vermektedir.

Çalışma esnasında yol gösteren, ilgisini ve görüşlerini esirgemeyen danışman hocam Doç. Dr. Ayşe Ceyda Ilgaz BÜYÜKBAYKAL'a, desteği ve görüşleriyle yol gösteren değerli hocamız Prof. Dr. Suat GEZGİN'e, yardımları dolayısı Doç. Dr. Ali Murat KIRIK'a saygılarımı ve teşekkürlerimi sunuyorum.

MUSTAFA FİDAN

İSTANBUL, 2019

## İÇİNDEKİLER

|  |           |
|--|-----------|
| ABSTRACT .....   | iv        |
| ÖNSÖZ.....   | v         |
| İÇİNDEKİLER.....   | iv        |
| GÖRSELLER LİSTESİ .....  | viii      |
| KISALTMALAR LİSTESİ.....   | ix        |
| GİRİŞ .....  | 1         |
| <b>1. İNSAN VE İKTİDAR, İKTİDAR KAVRAMININ TARİHSEL GELİŞİMİ<br/>VE İKTİDAR - GÖZETİM İLİŞKİSİ .....</b> | <b>6</b>  |
| 1.1. İnsan ve İktidar .....  | 6         |
| 1.1.1. İktidarın Tanımı .....  | 8         |
| 1.1.2. Tarihsel Süreçte İnsan ve İktidar İlişkisi .....  | 10        |
| 1.1.3. İktidarın Kaynağı .....   | 14        |
| 1.2. İktidarın Doğası ve Türleri .....   | 15        |
| 1.2.1. Ekonomik İktidar .....  | 17        |
| 1.2.2. İdeolojik İktidar .....   | 18        |
| 1.2.3. Siyasal İktidar .....   | 21        |
| 1.3. İktidar üzerine Tartışmalar .....   | 21        |
| 1.3.1. Weber'in İktidar Anlayışı .....   | 23        |
| 1.3.2. Foucault ve İktidar Anlayışı .....  | 26        |
| 1.3.3. Diğer Görüşler .....  | 30        |
| 1.4. İktidar ve Gözetim.....   | 34        |
| 1.4.1. Gözetimin Yeni Boyutları.....   | 36        |
| <b>2. İKTİDARIN YENİ GÖZETİM ALANI: İNTERNET VE SOSYAL<br/>MEDYA.....</b>                                | <b>51</b> |
| 2.1. Yeni Bir Çağın Temelleri Atılıyor: Bilgisayar ve İnternet.....                                      | 52        |
| 2.2. Yeni Toplumsal ve Siyasal Alan: Sosyal Medya .....  | 56        |
| 2.3. Kitle İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya .....  | 60        |
| 2.4. Sosyal Medyanın / Dijital Dünyanın Ayak İzleri .....  | 65        |
| 2.4.1. Facebook .....  | 68        |
| 2.4.2. Twitter.....  | 71        |
| 2.4.3. Instagram .....   | 72        |
| 2.4.4. YouTube .....   | 74        |
| 2.4.5. Periscope.....  | 75        |
| 2.5. İnternet ve İktidar İlişkisi.....   | 77        |
| 2.6. Panoptik Pencere Olarak Sosyal Medya.....   | 80        |

|  |            |
|--|------------|
| 2.7. Sanal Cemaatler / Postmodern Kabileleşme .....  | 82         |
| 2.8. Haz, Hedonizm ve Sosyal Medya .....   | 86         |
| <b>3. VERİNİN GÖZETİM ARACINA DÖNÜŞMESİ FACEBOOK<br/>CAMBRIDGE ANALYTICA VERİ SKANDALI .....</b> | <b>90</b>  |
| 3.1. Amaç .....  | 90         |
| 3.2. Yöntem .....  | 92         |
| 3.3. Kapsam ve Sınırlılık .....  | 93         |
| 3.4. Problem .....   | 94         |
| 3.5. Kitlel Manipülasyon: Facebook - Cambridge Analytica Skandalı .....                          | 96         |
| 3.5.1. Cambridge Analytica Trinidad ve Tobago’da Neler Yaptı?.....                               | 103        |
| 3.5.2. Cambridge Analytica -Facebook Ortaklığı Verileri Nasıl Topladı?.....                      | 104        |
| 3.5.3. Veri Sızıntısı Skandalının Patlak Vermesi ve Etkileri.....                                | 107        |
| 3.6. Manipülasyonda Yeni Silah: Psikografi.....  | 110        |
| 3.7. ‘Modern Sosyal Mühendislik’ mi, Veri Hırsızlığı mı? .....                                   | 112        |
| <b>SONUÇ VE DEĞERLENDİRME .....</b>  | <b>116</b> |
| <b>KAYNAKÇA .....</b>  | <b>125</b> |

## GÖRSELLER LİSTESİ

- Görsel 1:** Jeremy Bentham'ın mimari panoptikon modeli.....28
- Görsel 2:** Bentham'ın panoptikon hapisane modelinin iç mekan taslağı.....29
- Görsel 3:** Cambridge Analytica şirketinin resmi sitesinde yer alan, dünya genelinde siyasi seçimlere destek sağladıkları ülkelerin haritası.....81
- Görsel 4:** Channel 4'un Cambridge Analytica yöneticileriyle gizli çekimi..... 86





## KISALTMALAR LİSTESİ

|              |   |                              |
|--------------|---|------------------------------|
| <b>ABD</b>   | : | Amerika Birleşik Devletleri  |
| <b>Bkz.</b>  | : | Bakınız                      |
| <b>Bs.</b>   | : | Baskı                        |
| <b>C.</b>    | : | Cilt                         |
| <b>Çev.</b>  | : | Çeviren                      |
| <b>CIA.</b>  | : | Merkezi İstihbarat Teşkilatı |
| <b>Haz.</b>  | : | Hazırlayan                   |
| <b>Prof.</b> | : | Profesör                     |
| <b>s.</b>    | : | Sayfa                        |
| <b>s.y.</b>  | : | Sayfa Yok                    |
| <b>TDK.</b>  | : | Türk Dil Kurumu              |
| <b>vb.</b>   | : | Ve benzeri                   |
| <b>v.d.</b>  | : | Ve Diğerleri                 |
| <b>y.y.</b>  | : | Yüz yıl                      |

## GİRİŞ

İletişim, yalnızca insanlar için değil tüm canlılar için hayati önem taşıyan bir kavramdır. İletişimin boyutlandırılması ise insanı diğer canlılardan ayırmış, sosyalleşmesine ve toplumsallaşmasına zemin hazırlamıştır. Yakılan ateş etrafında toplanan ilk insanların kelimelerinden günümüz dijital kodları arasına işlenmiş insan ilişkilerine dek iletişimin her aşama ve boyutu, toplum-iktidar ilişkisinin merkezinde olmuştur. Topluluğun olduğu her yerde bir iktidar, iktidarın olduğu her yerde ise kaçınılmaz olarak gözetim söz konusudur.

İktidar, toplum ve gözetim üçgeni, her dönemde tüm yönetsel tartışmaların merkezine olmuştur. İktidar demek, en temel tanımıyla, toplumu kontrol altında tutan aygıt demektir. Gözetim ise iktidarın toplumu kontrol altında tutabilmesine yardımcı olan kullanışlı ve en çok başvurulan araçlardan birisidir.

İktidarın toplumu kontrol etme ve denetim altında tutma mekanizmalarından birisi olan gözetim, tarihsel süreç içerisinde iktidar ve iktidar pratikleriyle beraber değişime uğramıştır. Hükümdarın/yöneticinin doğrudan gözetimine ve gözetim sonucu yaptırımına maruz kalınan klasik gözetimde, gözetimin kendisi de yaptırımı da tamamen göz önünde uygulanmaktaydı. Vergilerin ve orduya uygun askerlerin toplanması ve bu doğrultuda sayıma tabi tutulması klasik gözetimin en belirgin örnekleridir. Gözetimin sayma ve toplama gibi göz önünde icrasının yanı sıra, gözetim sonucu cezalandırma da (idam gibi) yine meydanlarda herkesin görebileceği şekilde uygulanmıştır. Gözetimin '*korku*' anlamına geldiği bu klasik pratikten, günümüzde '*kaygı*' konumuna geldiği sürece kadar değişen en önemli özelliği, göz önünde ve iktidarın çıplak gücünü gösterircesine olmaktan sıyrılmış olmasıdır. Modern gözetim iktidarın kaba gücünü sergilemekten vazgeçmiş, denetim ve yaptırımı da herkesin görebileceği meydanlardan alıp adeta kapalı kapılar ardına taşımıştır. Günümüzde birey gözetimden '*korkmak*' yerine, gözetildiğinden '*kaygılanmaktadır*'.

Teknolojideki hızlı gelişim, tüm alanları olduğu gibi iletişim teknolojisi ve medyayı da öngörülemez boyutta etkilemiştir. Toplumsal değişimler nasıl medyayı

etkilemişse, medyanın dinamikleri de toplumu etkilemekten geri kalmamıştır. Kanadalı iletişim bilimci McLuhan'ın dediği gibi, “*Medyanın nasıl çalıştığını öğrenmeden, toplumdaki sosyal ve kültürel değişimleri anlamak olanaksızdır*”. Kitle iletişimi göz önüne alındığında önce gazete, ardından radyo ve televizyon, son olarak da internet ve sosyal medya önemli dönüm noktaları olmuştur. Özellikle internet ve sosyal medyanın yaygınlaşması yalnızca haber alma verme pratiklerini değil, toplumların yaşayışları ve kültürleri üzerinde de önemli değişimlerin fitilini ateşlemiştir. İnternet üzerinden günlük hayattaki tüm hizmetlerin temin edilmesi, sosyal medyanın kişisel ifşa ve toplumsal takip merkezi haline gelmesi, gözetime de yeni bir boyut kazandırmıştır.

1800'lü yıllarda İngiliz toplumbilimci Jeremy Bentham'ın mimari bir model olarak tasarladığı panoptikon modelinde hayat bulan panoptik gözetim, Fransız düşünür Michel Foucault'un sosyal bilimlere kazandırmasıyla önemli bir kavram haline gelmiştir. Pan (bütün) ve optik (gözetlemek) kökünden gelen panoptikon, iktidarın çeşitli araçlar vesilesiyle toplumun bütününün gözetilmesi ve denetim altında tutmasına hizmet etmektedir. Panoptik gözetim de iktidar yapıları ve iktidar pratiklerini destekleyen teknolojik gelişmeler eşliğinde yeni boyutlara erişmiştir. Süper panoptikon, postpanoptikon, sinoptikon, omniptikon, banoptikon gibi yan kavramların da türetildiği panoptik gözetim, günümüz dijital verilerini bir gözetim aracı olarak kullanmasıyla 'dijital panoptikon' kavramına evrilmiştir.

Kişilerin internet üzerinden alışveriş yapması, seyahat bileti alması, resmi işlem başvurularını yapması veya sosyal medya uygulamalarını kendilerini her adımda ifşa edercesine kullanması, kullanıcılar hakkında veri havuzu oluşturulmasını sağlamaktadır. Oluşturulan veri havuzu, bireylerin kişilik haritalarının çıkartılmasında ve psikografik teknikler aracılığıyla davranışlarına psikolojik olarak yön verilmesinde kritik bir rol oynamıştır. Verinin her dönem toplanıyor olması aşıkardır. Fakat çalışmada önemle üzerinde durulan detay şudur ki, veriler artık kişinin psikolojik haritasının çıkartılma ve bireyin tercihlerine müdahale etmede bir araç olarak kullanılmaktadır. Devasa veri havuzlarının tüketim kültürü içerisindeki günümüz toplum ve bireylerini manipüle etmek üzere aktif edilmesinin en çok bilinen örneği, Facebook - Cambridge Analytica veri skandalı olarak kamuoyunda

yer bulan sürecin kendisi olmuştur. Cambridge Analytica şirketi çalışmalarını davranış bilimi, veri analizi ve adreslenebilir reklam gibi üç ana teknik üzerine oturtmuş ve beş faktörlü bir kişilik testi geliştirmiştir. Şirketin veri sızdırma faaliyetleri, başta ABD’de Donald Trump’ı başkanlığa taşıyan seçimler ve Britanya’daki Brexit oylaması olmak üzere, dünyanın birçok ülkesindeki siyasal seçimlere neredeyse doğrudan etki etmiş ve sonucunu tayin etmiştir. Öyle ki, 2016’daki seçimler öncesinde 50 milyon ABD’linin Facebook verileri ele geçirilmişti.

Bireylerin sosyal medya verileri şirket eliyle bir veri havuzunda depolanmış, adreslenebilir reklam veya seçim mesajı/sloganı olarak gönderilmek üzere elde tutulmuştur. ‘*Dark post*’ olarak literatüre giren bu kişiye özel Facebook reklamları, kişiyi hassas olduğu konularda motive ya da tahrik ederek sandığa gitme ya da oy kullanmayı reddetme aşamasında karar vermeye sevk etmiştir. Facebook ve beğeni butonu, çağımızın simgesel tanımlayanlarından birisi haline gelerek, Byung-Chun Han’ın “*olumluluk toplumu like toplumdur*” cümlesindeki boşluğu doldurmuştur (Chul Han, 2017:29). Veri skandalı sürecinde adı sıkça duyulan psikolog Michal Kosinski, Facebook algoritmasının kullanıcının kişiliğini tahmin etme konusunda son derece başarılı olduğunu belirtip, 11 beğeninın iş arkadaşlarından, 100 beğeninın yakın arkadaşlarından ve aile bireylerinden, 250 beğeninın ise eşinden daha iyi tahminde bulunduğuna işaret etmiştir (Kosinski, 2017).

Gözetimin yeni bir boyutu olan sosyal medya verileri yalnızca bireyin kişilik haritasının çıkartılmasında değil, önceki gözetim modellerinin ötesine geçerek onu yeni davranış biçimlerine sevk etmesi aşamasında da etkili olmuştur. Veri denen ölgünün önemini, Cambridge Analytica şirketi adına hem Brexit kampanyasında hem de Donald Trump’ın başkanlık seçimi sürecinde çalışan ve sonra itirafçı olan Kaiser’in ifade ettiği gibi, “Dünyanın en değerli serveti veri. Çünkü verinin değeri, petrol değerini aştı” (The Great Hack, 2019)

Sosyal medya mecralarında çevrimiçi yayılan sahte haberler, manipülasyon ya da mikro hedefleler, şirketin çalışma yürüttüğü ülkelerdeki kararsız ve de seçimin kaderini tayin edecek seçmen üzerinde önemli bir etki bırakmıştır. ABD’de

seçimlerini kaderini 3 eyaletteki 70 bin oy belirlemişti. Bir diğer çarpıcı örnek olan Hint ve Afrika kökenli insanların büyük çoğunluğunu oluşturduğu Trinidad ve Tobaco'daki başkanlık seçimleri olmuştu. Hint ve Afrika kökenli halkı temsil eden ve yaklaşık yüzde kırklık oranlara sahip olan adaylardan Hint kökenli olanına zaferi kazandıran, Cambridge Analytica şirketinin seçim çalışmalarına dahil olması olmuştur. 'Do So' kampanyası ile gençlere 'sandığa gitmeyin' mesajı verip seçimi protesto etmeyi öğütleyen şirket, amacına tam olarak ulaşmıştır. Gençler arasında seçim gününe dek hemen Hint kökenli hem de Afrika kökenli gençler arasında büyük rağbet gören kampanya, seçim günü Hint kökenli gençlerin tutucu aile geleneklerinden dolayı tüm kampanyalara rağmen sandığa gidip oy kullanmasıyla meyvesini vermişti. Görece özgürlüğüne daha düşkün olan Afrika kökenli gençler kampanyanın etkisinde kalarak sandığa gitmemişti. Yüzde 40'ar oy potansiyeline sahip adaylardan Hintli aday Paula-Mae Weekes'e seçimi kazandıran, sandığa gitmeyen Afrika kökenli gençlerden açılan yüzde 6'lık oran olmuştur.

Verilerin psikografi yönetimiyle işlenip kişilik testleri aracılığıyla bireylerin psikolojik haritalarının çıkartılması, elde edilen sonuçların ise davranış modeli oluşturmada kullanılması kritik bir eşiktir. Bugüne kadar veri her zaman elde edilmiş ve depolanmıştır. Fakat Cambridge Analytica şirketinin Facebook kullanıcı verilerini elde ederek kişilik setleri olarak işlemesi, günümüz dünyasını yeni bir sorunsalla yüz yüze getirmiştir.

Üç bölümden oluşan çalışma, son yıllarda gündemin önemli konularından olan verinin kişisel tüketim alışkanlığı, siyasal tercih gibi noktalarda manipülasyon amaçlı kullanılmasına odaklanmaktadır. Verinin psikolojik bir enstrümana dönüşmesi ve bu amaçla kullanılmasının en bariz örneklerinden olan Facebook-Cambridge Analytica veri skandalının akademik çalışmalarda kendisine yer bulamamasının yarattığı boşluk, çalışma ile giderilmeye çalışılmıştır.

Çalışmanın birinci bölümünde iktidar kavramına, iktidarın ne olduğu ve türlerine, iktidar toplum ilişkisi tarihsel gelişimine değinilmiştir. İktidar üzerine tartışmalar başlığında Marx Weber ve Micheal Foucault'nun iktidar tanımlarına yer verilmiş, iktidar ve gözetim ana başlığı altında da tezin önemli kavramı panoptikon

ve türevi olan süper panoptikon, postpanoptikon, sinoptikon, omniptikon, banoptikon gibi kavramlar ele alınmıştır.

İkinci bölümde internet ve sosyal medyanın teknik anlamda tarihsel gelişimine yer verilmiştir. İnternet iktidar ilişkisi, sosyal medyanın ayak izleri ve Facebook, Twitter, Instagram, Youtube ve Periscope gibi sosyal medya mecraları detaylıca ele alınmıştır.

Üçüncü ve son bölümde çalışmanın amacı, yöntemi, kapsamı ve sınırlılığıyla beraber dünya kamuoyunda büyük yankı uyandıran ve hem sosyal medyanın kendisini hem demokrasiye olan güveni tartışmaya açan Facebook Cambridge Analytica veri sızıntısı etrafında ele alınmıştır.

Çalışmanın yöntemi, vaka incelemesidir. Özellikle sosyal medya hesapları üzerinden elde edilen kişisel ve psikolojik veriler, seçim kampanyaları ve reklam çalışmalarında kullanılmak üzere şirketlere ve seçim kampanyası ekiplerine satılmaktadır. Bu veri sızıntılarından en büyüğü olarak dikkat çeken Facebook Cambridge Analytica skandalı, izinsiz elde edilen kişisel verilerin bireyleri ve kararlarını nasıl manipüle ettiğini özetler bir örnek vaka olarak olay incelemesi olan çalışmamıza konu olmuştur.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### İNSAN VE İKTİDAR, İKTİDAR KAVRAMININ TARİHSEL GELİŞİMİ VE İKTİDAR - GÖZETİM İLİŞKİSİ

İnsanlığın tarihi kadar eski olan iktidarın tarihini ve kökenini, iktidar tartışmaları ve türleri üzerinden ele almak, iktidarın tanımına giden yolda çalışmaya katkı sağlayacaktır. İktidar-gözetim ilişkisini açıklanmasında Micheal Foucault ve Max Weber'e göre iktidar tanımları ele alınmıştır.

İktidarın doğası ve türleri ele alındığında siyasal iktidar, ekonomik iktidar ve ideolojik iktidar gibi ayrımlar ortaya çıkmaktadır. İktidar ve gözetim ilişkisi bağlamında ortaya çıkan panoptikon kavramı çalışmanın temel kavramlarından. Panoptikon kavramının özellikle dijital yenilikler sonrası çeşitlenen türlerinde karşımıza süperpanoptikon, postpanoptikon, sinoptikon, omniptikon ve banoptikon gibi kavramlar gözetimin yeni boyutları olarak literatürde kendisine yer bulmuştur.

#### 1.1. İnsan ve İktidar

İktidar, siyasi literatürün temel kavramlarından birisidir. Aynı zamanda toplumsal yaşamdaki en temel süreçlerden birisi, hatta en önemlisidir. Bilinçli bir varlık olan insanın bulunduğu her yerde yöneten ve yönetilen ilişkisinden, bir iktidar yapısından söz etmek mümkündür. İnsanı odağına alan sosyal bilimlerin en temel kavramı iktidardır. Russel bu ilişkiyi “*İktidar sosyal bilimlerde temel bir kavramdır, tıpkı enerjinin fizikte temel bir kavram olması gibi*” sözleriyle ifade eder (Russel, 1990:12). Sözcük anlamı olarak iktidar kelimesi ise farklı anlamlara gelir. Türkçe'ye Arapça ‘*kdr*’ kökünden geçmiş olan iktidar kelimesi, aynı kökten türetilen kudret kavramı ile eş anlamlılık gösterir. Türk Dil Kurumu (TDK) sözlüğünde iktidara dair, “*bir işi yapabilme gücü, erk, kudret; bir işi başarabilme yetki ve yeteneği; devlet yönetimini elinde bulundurma ve devlet gücünü kullanma yetkisi; bir yetkiyi elinde bulunduran kişi ve kuruluşlar*” (TDK) gibi tanımlar bulunmaktadır. Aynı şekilde İngilizce'deki ‘*power*’ kelimesi de yine çeşitli anlamlara gelmekte ve sözlükte şu şekilde yer almaktadır; “*...halkı ve olayları kontrol etme yeteneği, doğal bir hüner; güç ve gücü gücü kontrol etme; gücü kontrol eden kişi*” (Cambridge Dictionary).

İktidarın tanımına yönelik bu anlam çeşitliliği, iktidarın tek bir tanımının olmadığını ve çeşitli anlamlara geldiğini göstermektedir.

Şüphesiz ki iktidar kavramının güç ile olan yakın ilişkisi, ele alınacak en yaygın kullanım biçimi olacaktır. Çünkü güç iktidarı görünür hale getirir, somut varlığını birey ve toplumlar üzerinde perçinler. İktidarın güce oranla daha törensel olduğundan söz eden Elias Canetti, gücün kendisine zaman tanındığında iktidara dönüştüğünü fakat soft haldeki bu gücün kriz anları ya da karar alma durumunda tekrar çıplak güce dönüştüğünü söyler (Canetti, 2006:284). Sözcük anlamı itibariyle de görülmektedir ki iktidar demek kudret demek, güç demektir. Fakat sadece gücün olması iktidarın olması anlamına da gelmez. Bir gücün iktidar olarak kendisini kanıtlayabilmesi için tehdit unsuru olmadığı durumlarda dahi kendisine itaat edecek kitlelerin bulunması gerekmektedir. (Adolf Berle, akt. Nihat Bulut: 2003: 24). Bu tanımdan yola çıkarak denilebilir ki, iktidar hem baskı hem rızadır. İktidarın meşruluğunun işareti olan egemenlik ise, Max Weber'e göre '*belli bir kaynaktan çıkan emirlere, belli bir grup bireyin uyma ihtimali*' olarak tarif edilmiştir (Weber, 2005: 43).

Özgür iradesiyle diğer canlılardan kendisini ayıran ve doğanın ekolojik sınıflandırmasının ötesine geçerek kendine yeni bir sınıf atfeden insanın ikinci adımı, insanlar arasında bir sınıflandırmayı inşa etme olmuştur. İktidarın amacı varlık sebebine uygun davranmak ve aynı zamanda varlığını sürdürebilmek için politika üretmektir. Politikanın amacı ise, toplumdaki her bireyin yaşam standardını en üst seviyeye taşıyabilmektir (Russell, 2010: 8). Tarihsel süreç içerisinde çeşitli iktidar türleri ve ilişkileri varlık göstermiş olsa da, genel anlamda iktidarın iki önemli ayağı, yöneten ve yönetilendir. Geleneksel anlamda iktidar; dini, ekonomik ya da çeşitli sebeplerle ayrıcalık kazanmış bir kişi ya da zümrenin toplumun geneli üzerinde tahakküm oluşturması olarak tanımlansa da; Foucault gibi düşünürlerin dile getirdiği geleneksel iktidar yapılarının ötesinde, devlette odaklanmayan şekilsiz iktidar biçimlerinden de söz edilebilmektedir (Akay, 2016:11).



### 1.1.2 İktidarın Tanımı

İktidar; bir işi yapabilme, o işe gücü yetme anlamına gelmektedir. Arapçaki ‘kdr’ kökünden türetilen iktidar kavramı, yine aynı kökten türetilen kudret kavramı ile eş kökenlidir. Etimolojik olarak da iktidar demek, kudret sahibi olmak demektir. Güç ve iktidar kavramları birbirleriyle iç içedir. Güç kendisine zaman tanındığında iktidar haline gelir (Canetti, 2006: 285). İktidar, yani bir başka deyişle güç, Türkçe etimolojisinde de güç kullanmaya tekabül etmektedir. Uygur yazılı metinlerinde ilk örneği görülen güç kelimesi, ‘-küç’, ‘-kü’ fiilinden türemiştir. Kü- ise ‘zorlamak, zor göstermek’ anlamında kullanılmaktadır. İktidar bu bakımdan gücü içerisinde barındıran ve gücün kontrollü kullanımıyla erişilen bir nokta konumundadır. İktidar ve kuvvet/şiddet kullanma ilişkisi o kadar iç içedir ki, klasik politik görüşün önemli isimlerinden Machiavelli bu duruma düşüncelerini dile getirirken sık sık yer vermiştir. Şehirler ve toplumlar üzerinde hakimiyet sağlamanın anahtarı olarak o şehri yakıp yıkmaktan başka seçenek sunmayan Machiavelli; özgür yaşamaya alışmış bir şehre/devlete hakim olan ve onu yok etmeyen prensin/yöneticinin sonunu, o şehir tarafından yutulmak olarak işaret etmiştir (Machiavelli, 2014: 27).

İktidar, genel tanımı itibarıyla; bir kişi ya da grubun, diğer kişi ya da grupları kendi arzusu ve düşüncesi doğrultusunda etkileyip yönlendirmesi biçiminde tanımlanmaktadır. İkili ilişkilerden toplumun en küçük birimi aile ilişkilerine kadar, toplumsal gruplardan kurumsal ilişkilere kadar her aşamada iktidar ile karşılaşmak mümkündür. İktidar, egemenlik kurma alanıdır. Geleneksel kökene sahip toplumlarda iktidarın varlığını, şeklini ve keskin çizgilerini daha net görmek mümkündür. Elias Canetti, Kitle ve İktidar kitabında *“Tanrı’ya inanan herkes sürekli onun iktidarı altında olduğuna inanır. Ve bu iktidarla kendi tarzında anlaşır”* (Canetti, 2006:285) diyerek, iktidar kaynağı ve biçimlerinin toplumsal özelliklere göre çeşitlilik göstereceğini belirtir. Söz konusu egemenlik ise insanın insan üzerine kurduğu egemenliktir. Bir devletin/iktidarın varlığından söz edilecekse, toplumun bu otoritenin egemenliğine itaat etmesi gerekmektedir. Bu otoriteye itaat etme kimi zaman ilahi bir güce atıf yapılarak kimi zamansa aklın yarasını tasarlayıp kurallara uymayı ceza/ödül yöntemiyle öğütleyerek mümkün olmuştur. Fransız filozof Michel Foucault, devleti yasalar bütünü olarak görürken (Foucault, 2013:229), yeri

geldiğinde devletin bu yasalardan üstün bir zarureti olduğuna işaret eder; *‘Adına ‘devlet akli’ denen, devlete has olan bu aklın yasası, devletin selametinin her tür başka şeyden daha önemli olmasıdır’*. Manuel Castells’e göre iktidar, *“üretim ya da deneyim temelinde, bazı bireylerin isteklerini fiziksel ya da sembolik olarak potansiyel ya da fiziki şiddet kullanarak diğerine dayatan özneler arası ilişkidir”* (Castells, 2008: 18).

Her iktidar ilişkisinden siyasal iktidar olarak söz etmek mümkün değildir. Ekonomik iktidar, ideolojik iktidar ya da güce dayalı kaba iktidardan da söz edilebilir. Fakat siyasal iktidarın etki değeri ve diğer iktidarlara üzerindeki baskınlığı, öne çıkmasına zemin hazırlar. Bireysel ilişkiler etrafında ya da toplumsal etkileşimler esnasında da iktidar biçimleri oluşabilmektedir. Bir kişi ya da grubun, diğer kişi ya da gruplar üzerinde etki ve yaptırım gücü uyandırması, iktidarın o ilişki içerisinde varlığını doğurmaktadır. Aile içerisinde baba figürü iktidarı temsil ederken, siyasal bir iktidar niteliği taşımaktadır. Bu noktada iktidar ilişkisinin doğduğu etkileşimleri siyasal iktidar hüviyetine erdiren husus, bu iktidar gücünün toplumu ilgilendiren konularda genele yönelik karar alma sürecini etkileyecek olması durumudur. Siyasal iktidarın, belli bir ülkede yaşayan toplumun bütünü üzerinde işleyen iktidardır, yönündeki tanımı da bu açıklamaya denk düşmektedir. Toplumun temelini kapsamaması, diğer alt iktidar birimlerine karşı üstünlük özelliği göstermesi ve gerekli durumlarda iktidarının devamlılığı için zor kullanma tekeli elinde bulundurması siyasal iktidarın ayırt edici özelliklerindedir.

Siyaset nedir, sorusu antik dünyada da günümüz modern dünyasında da en çok sorulan ve yanıtına yönelik düşünceler geliştirilen sorulardan birisi olmuştur. Farklı çevreler çeşitli yaklaşımlarla açıklık getirmeye çalışsa da siyaseti genel anlamda, yasa ve uygulama ilişkisinin bir diğer adı olarak görmek mümkündür (Akal, 1998:15). Siyasetin uygulayıcısı olarak, bünyesinde siyasete ve siyasetin doğma sebebi olan topluma yer veren devlet öne çıkmaktadır. Devleti devlet yapan ve siyaset üretmesini, yani yasa çıkarıp bunları uygulamasını sağlayan ise bu iktidar yapısının tekliğidir. Thomas Hobbes’un çevresindeki her şeyi yutan ve ancak midesinde olanların güvende olduğunu ima ettiği *‘leviathan’* canavarı da devletin/kralın bu tekliğine işaret etmektedir. Devlet tek egemen güç olmalı, devletin

dışındaki oluşumlar ise bu azametten korunmak için devletin içinde yer almalıdır. Hobbes'un bu devlet tanımına göre devletin dışındaki güç odakları, devletin egemenliğini tanımadığı sürece bertaraf olacaklardır (Akad, 1974:573). Tıpkı iktidar olma potansiyelindeki erkler gibi, toplumu oluşturan bireyler de irade ve özgürlüklerini gönüllü olarak krala/devlete devretmek zorundadır. Özgürlüklerin bir kısmı bile halka bırakılması, John Locke ve Thomas Hobbes'un altını çizdiği gibi, sürekli çatışma ve savaş ortamının çıkması an meselesi olacaktır.

### **1.2.2. Tarihsel Süreçte İnsan ve İktidar İlişkisi**

İnsan-toplum ilişkilerinin ilk örneklerinin rastlanabileceği avcı-toplayıcı topluluklara bakıldığında, iktidar yapısından söz etmek pek mümkün değildir. “Devlet, geçimi sağlama alanında başvurulan, ‘siyasal yolların’ bir örgütüdür” diyen Franz Oppenheimer da, ilkel avcı toplulukların bu sebeple bir devletin olmadığını altını çizer (Oppenheimer, 1984:54). İktidarın doğuşu, özel mülkiyet anlayışının başlaması ve bunun korunması ihtiyacıyla mümkün olmuştur. İlkel toplumlarda ise toplumdan ziyade topluluğun lideri olma, alfası konumunda bulunma söz konusudur. İnsanların belli bir arazide tarım yapması ve hayvan sürülerine sahip olması ile birlikte özel mülkiyet kavramı ortaya çıkmış; zengin ve fakir tabakası oluşmaya başlamıştır. İşte bu noktada zenginleşme ve zenginin çıkarlarını korumak üzere bir iktidarın varlığı elzem duruma gelmiştir (Simith, 2018: 55) Yine aynı noktada görüşünü dile getiren Adam Smith, yönetimin doğuşunda iki önemli prensip bulunduğunu ve bunların *otorite ile yararlılık* olduğunu işaret eder (Simith: 2018:52). İnsanın kendi içerisinde toplumsal tahakküm yaratısından önceki evrede gerçekleşmiş olan, insanın doğadaki diğer canlılara karşı üstünlük sağlayacak pratikleri geliştirmiş olmasıdır. Homo habilis olarak adlandırılan ilkel insanların, fil derisini dahi kesecek keskinlikteki avlanma aletleri, doğada savunmasız olan insana diğer hayvanlar karşısında önemli bir üstünlük sağlamıştır (Pointing, 2011:19) Toplumsallaşma ya da toplumsal norm kavramlarından henüz bahsedilemeyeceği bu dönemde, avcılık konusunda en iyi olan ve bileğe dayalı güç konusunda kendisini kanıtlayan, klanının yöneticisi ve yol göstericisi konumuna gelmekteydi. Hayvan

grupları arasındaki hiyerarşik anlayış avcı-toplayıcı insan için de geçerliydi. Yerleşik hayata ve ardışık biçimde tarım toplumuna geçilmesiyle birlikte insani unsurlar grup içi/toplumsal hiyerarşinin şekillenmesinde rol oynamaya başlamıştır.

Fransız düşünür Jean Jacques Rousseau, ilk toplumlardan bahsederken buna örnek olarak aileyi verir ve toplumların “*en eskisi ve tek doğal olanı ailedir*”, der (Rousseau, 2012:4). Çocuğun babaya gereksinimi bitene kadar doğal bir yapı olarak varlığını sürdüren aile, bu an itibarıyla bir sözleşme gereğince bir arada kalmayı sürdürebilir. Bu noktada Rousseau, aile ile devleti karşılaştırıp baba ile devlet figürünü birbirine benzetir (Rousseau, 2012:5).

İktidar denildiğinde ilk etapta çağrışım yapan siyasal iktidar anlayışı, sözünü ettiğimiz tarım toplumu öncesi topluluklarda kendisine tam anlamıyla karşılık bulamamaktadır. Bu dönemlerde iktidar demek, topluluğun avlanma ve yaşamını göçebe olarak idame ettirme konusundaki pratiklerinin, grubun en güçlü kişisi nezdinde toplanması ve sürdürülmesi esasına dayanıyordu. Küçük grupların bir araya gelmesiyle oluşan klanlarda ortak güvenlik için gruplar anlaşsa da birbirlerine karşı bariz bir üstünlükleri, yani iktidarlara söz konusu değildir. Dolayısıyla avcı toplum üyeleri bir iktidara ya da yönetime tabi değillerdi ve doğa yasalarına göre yaşarlardı (Simith: 2018:55). Yine aynı şekilde, klanın lideri olma gücünü doğrudan bilek gücünden alan yöneticinin sonunu getirecek olan da, bilek gücünü kanıtlayan bir başka grup üyesinin ona meydan okuması olmuştur. Herhangi bir soyluluk ya da elit zümreye üye olma yahut halk egemenliğine dayalı bir anlayışla halk çoğunluğunun desteğini sağlama esasına dayalı olmayan bu toplumsal düzen, yerleşik hayata geçilmesi ve tarım toplumunun yapısal varlık kazanması ile birlikte geçerliliğini yitirmiştir. Tarım yapılan alanların şahıslara ait olduğunu belirten çitlerle çevrilmesi ve hayvan sürülerinin evcilleştirilip şahsileştirilmesi ile ilk özel mülkiyet anlayışı doğmuştur. İktidar anlayışının günümüz anlamıyla doğması açısından bu dönem tarihsel bir kırılma noktası görevi görmektedir. Doğada komün biçiminde yaşayan avcı toplayıcıların yerini, yerleşik hayata geçen ve doğa şartlarına uymak yerine doğa şartlarını kendine uyduran tarım toplulukları almıştır. Bu durum da özel mülkiyetlerin korunması içgüdüleri ile iktidar yapılarının doğmasına ön ayak olmuştur. Tarihsel dönem olarak bakıldığında üç önemli dönem ilkel insanın

gelişimine eşlik ederek onu modern döneme taşımıştır. Yaklaşık iki milyon yıl sürmüş olan paleolitik ve mezolitik dönemlerde yiyecek ve besinler avcılık yoluyla temin edilirken, on bin yıl öncesine tarihlendirilen neolitik dönemde hayvanlar evcilleştirilmiş ve tarım kültürüne geçilmiştir (Güvenç, 1991:212). Bu kültürel devrim son derece önemlidir. Çünkü önceki bin yıllarda doğa şartlarına göre hareket eden ve yaşam kültürü geliştirmek zorunda kalan insan, neolitikte döneme adım attığı tarım kültürü ile beraber yerleşik hayata geçmiş, hem hayvanları hem de bitkileri evcilleştirerek hâkimi konumuna gelmiştir. Tarımsal üretim ve üretim fazlası, iktidar kavramının doğmasında ve devlet denen aygıtın icadında önemli rol oynamıştır (Güvenç, 1991: 212). Bu artı ürünün kontrolü ve dağıtımı kentler, devletler ve imparatorlukları yaratmıştır. İktidardaki zümreyi kudret sahibi kılan artı ürünün belli miktarını bu kontrol ve koruma karşılığında devletin hazinesine alma, korumayı sağlamak için ordular kurup asker besleme ve üretim-tüketim-dağıtım üçgenindeki hesabı tutmak olmuştur. Bilgi de söz konusu kişi ya da grubun elinde olduğu sürece onu iktidar olarak var etmiştir. İlk örneği Sümer kent devletinde görülen yazı da yine üretimin hesabının tutulmasına yönelik ihtiyaçtan doğmuş, üretim hasadına dair mevsimsel hesaplamalar da Antik Mısır'da matematik ve geometrinin doğmasına ön ayak olmuştur. Bilginin toplanması ve saklanması toplum ilişkilerde gücün oluşması ve elde tutulmasının ana kaynağıdır (Dolgun, 2005: 13).

Üretim öncesi insanın doğa karşısındaki tutumu edilgeni. Doğa şartlarına uyum sağlayıp, doğanın verdiğiyle yetinmek zorunda olan ilkel insan doğaya hükmedecek konuma gelene dek bu rol dağılımı içerisinde sürüklenmiştir. Ateşin bulunması ile ateş çevresinde kümelenen insan, geceleri vahşi hayvanlardan kendisini ateşin varlığıyla korurken; aynı zamanda hiç farkında olmadıkları bir devrimsel eşikten de adımını atmış oluyordu. Yakılan ateşin etrafında toplanan insanlar hem bir mekâna bağlı kalma pratiği geliştirip, hem de aynı mekânda uzun süre yüz yüze kalmanın getirisi olarak sosyal ilişkiler ve düşünceler geliştirmeye başlamıştır. İnsanı doğa karşısında edilgen konumdan alıp, hem insanın insana hem de insanın doğaya karşı tahakküm oluşturacak niteliğe erişmesini sağlayan, ateşi bulması ve yerleşik yaşama geçme denemeleri olmuştur. Ateşin bu önemli rolü zamanla şekillenmeye başlayan ilkel inançlarda da kendisini göstermiştir. Öyle ki

semavi ve semavi olmayan birçok inanışta ateş en önemli cezalandırıcı ve cehennem kültürünün kaynağı olarak gösterilirken, ilkel İran inancı Zerdüştlükte de (MÖ 7.yy başları) tanrı Ahura Mazda ile iletişime geçmenin yolu olarak inancın merkezinde almıştır (Özcan, 2016: 215).

Avcı-toplayıcı topluluktan, çeşitli hayvan ve bitkilerin evcilleştirilmesi ile tarım toplumuna geçen insanın doğa karşısındaki edilgen konumu da ortadan kalkmıştır. Tarım yapma pratikleri insana doğayı tanıma, doğa olaylarının sıklığı ve etkilerini öğrenme, doğa olaylarının temelindeki neden-sonuç ilişkisini kavrama ya da kavramaya yönelik açıklamalar geliştirme güdüsü kazandırmıştır. Toplumların gelişmesiyle çeşitlenen iktidar pratiklerine paralel olarak gerek içerisinde bulunan çağın düşünürleri gerek günümüz düşünürleri çeşitli iktidar tanımları ve iktidar üzerine çeşitli tezler geliştirmiştir. İktidar nedir, nasıl olmalıdır gibi sorularının cevabı zamana ve mekâna göre değişmiştir. Toplumların yaşayış biçimleri, gelenek ve görenekleri, gücü algılama ve kullanma biçimleri, doğa ile ilişkileri iktidarın yapısının oluşumunda ve karakterinde benzerlik olarak kendisini göstermiştir.

İktidarın doğasını tanımlamak için de birçok düşünür yine insanın doğasını baz almıştır. İbn Rüşd insanı 'yardımlaşan bir varlık' olarak tanımlayıp 'insan medeni bir canlıdır' derken (İbn Rüşd, 2017:5); evrimsel süreç teorisinden bahseden İngiliz doğabilimci Charles Darwin insanı doğadaki mücadelenin parçası gibi görüp, acımasız bir rekabetin öznesi olarak konumlamıştır. Antik Yunan siyaset felsefesinin temsilcisi olan İbn Rüşd'ün görüşünde de, Antik Yunan görüşünde de insanın 'erdemli bir canlı' olduğu, toplumun da tıpkı doğa gibi çatışma değil uyum içerisinde varlığını sürdüren birlikteliği vurgulanır. Tam tersi bir bakış açısı ile insanın doğasını açıklayan evrimci görüş ise, Yunan doğa bilimci Anaksimandros'tan modern dönemde Fransız doğa bilimci Jean-Baptiste Lamarck ve evrim teorisi kuramcısı Charlese Darwin'e dek birçok isim insanı dayanışma ve yardımlaşmanın değil, aksine acımasız bir rekabet ve bireyselliğin var ettiğini dile getirir. Yine aynı görüş toplumu açıklarken, toplumların giderek karmaşık bir hal alan yapılarında sürekli düzenlemeler yaparak çevreleri ve diğer toplumlarla mücadelesinde bunu olumlu edinim olarak kullandığına işaret eder. Tıpkı bireyin doğadaki yalın mücadele ve çatışma örneklerinde olduğu gibi, toplumlar da mücadele, uyum ve çatışma

çemberinde varlıklarını sonraki süreçlere aktarmaya çalışırlar (Poggi, 2016:118). Bu iki farklı bölüğü arasında çeşitli fraksiyonlardaki açıklama ve görüşlerden de söz etmek mümkündür. Dolayısıyla insanın doğasını tanımlarken ortaya atılan onlarca farklı görüş, iktidarın doğasını tanımlarken de kendisini gösterir.

### **1.1.3. İktidarın Kaynağı**

İnsan ilişkilerinin toplumsallaşmaya başlamasıyla daha görünür bir hal alan iktidar yapılarına yönelik tartışmalar, iktidarın kaynağı konusunda da çeşitlilik göstermektedir. Antik dönemden beri iktidarın kaynağı olarak kimi zaman bilek gücü, kimi zaman bilinmeyen varlıklar/ruhlar, gök cisimleri ya da tanrısal referanslar dile getirilmiştir.

President de Brosses gibi kimi düşünürler de iktidarın kaynağı olarak dini, dinin kökeni olarak da fetişizmi gösterir. Augustine Comte'un ele alıp açıklık getirdiği üzere fetişizm ise Batı Afrika kıyılarında yaşayan yerlilerin hayvanlara ve cansız nesnelere karşı geliştirip uyguladığı bir kültü. Bu kültürün gelişmesi önce çoktanrıçılığa, ardından da tektanrıçılığa zemin hazırlamıştır (Edward-Evans, 1998:27).

Tarih boyunca bu doğrultuda iktidarın kaynağı ruhani varlıklara, gök cisimlerine, mitolojik karakterlere, semavi dinlerde tanrının kendisine, ilerleyen dönemlerinde tanrının elçileri ve gölgesi olarak kendisini tanımlayan yöneticilere kadar çeşitli noktalara dayandırılmıştır. Modern dönemde aklın ön plana çıkması ile beraber iktidarın kaynağı insan ve insan aklı olmuştur. İktidarın ve toplumsal yaşamın sınırları insan iradesi tarafından şekillendirilmiştir, hukuk bu çerçevede toplumsal yaşamın zemini olarak ortaya çıkmıştır. Hukuk kuralları da insan iradesi tarafından koyulan (Gözler, 2012:29) ve insanın davranışını düzenleyen kurallar olarak insanın iktidarını pekiştiren olguların en önemlilerinden birisi olmuştur. Michel Foucault'ya göre modern dönem ile birlikte iktidar insan bedenini şiddet ve ölüm ile terbiye etmek yerine, bedeni daha verimli hale getirip üretime katılımını sağladığı, normlara uyan bir normalizasyon toplumunu inşa etmiştir (Foucault, 2004:15).

## 1.2. İktidarın Doğası ve Türleri

Daha çok politik iktidar kimliği ile öne çıkan ve kendisine devletin içerisinde yer bulan iktidar kavramının tarihsel kökenine baktığımızda çeşitli tartışmaları beraberinde getirdiğini görürüz. Bazı düşünürler iktidarı siyasetten ayrı düşünemezken, Zygmunt Bauman gibi bazı isimler ise küreselleşme ile birlikte gücün/iktidarın siyasetten ayrıldığını belirtir (Bauman, 2000:199). Birçok düşünür, iktidar ile devletin aynı şey olup olmadığı yönünde önemli tezler ileri sürmüştür. Kimi düşünürlere göre insanın toplumsal bir anlam ifade ettiği ilk andan itibaren devletin varlığı da doğmuştur. Yani ilk kabile yapılanmaları devletin de ilk örneklerindedir. Bu görüşe katılmayan kimi düşünürler ise yönetim erkinin söz konusu olduğu ve yöneten-yönetilen birimlerinin bulunduğu bu tür topluluk ve idari biçimlerinden devlet olarak bahsetmenin mümkün olmadığını dile getirir. Bunu yalnızca yönetim olarak adlandırırılar. Onlara göre devletin doğuşu, modern dönemde tüm yetkileri bünyesinde tutan ve kendisinden başka meşru güç tanımayan ulus devletler ile olmuştur.

İktidarı kullanma biçimi de iktidarlara yeni bir tür hüviyeti kazandırır. Gücün tek elde toplandığı, gelenekselci ve otoriter yapıya sahip iktidarlar *merkezileşmiş iktidar* olarak anılırken; gücün toplumun çeşitli kademelerine çeşitli yöntemlerle dağıtıldığı ve merkezin yok edildiği iktidar türleri *dağıtılmış iktidar* olarak siyaset bilimi literatüründe yer edinir (Karaismailoğlu, 2006:9). Platon'un, Thomas Hobbes'un, Machiavelli'nin, Max Weber'i devleti merkezileşmiş iktidar devletleridir. Bu otoriter iktidar anlayışlarının karşıtı olarak kendisini inşa eden dağıtılmış iktidar anlayışı ise Michel Foucault'nun ağların iktidarı tanımında hayat bulur.

Aristoteles insanı zoon politikon/politik bir hayvan olarak tanımlar. İnsanı bilinçsiz bir hayvandan ayıran ve ona toplumsallık atfeden özelliği, insanın düşünen politik bir canlı olması ve sadece toplumsal birliktelik içerisinde kendisine var edebilmesi olarak işaret eder. Antik Yunan'daki kent devletlerinde hâkim olan bu insan ve devlet tanımı, modern dönemde kendisine zıt karşılıklar bulmuştur. 17.yy'da yaşamış olan İngiliz felsefeci Thomas Hobbes *homo hominu lupus* tanımlamasını ortaya atarak, *insan insanın kurdudur* demiştir. İnsan toplumsal bir



varlık olarak dünyaya gelmez, diyen Hobbes, akli merkezine koyduğu insanın ilk önce kendisini güvende kılma amacı güttüğünü dile getirir (Akal, 2012:571). İnsan toplumsal bir sözleşmeye göre değil, kendisini düşünerek kendi çıkarları için ne gerekiyorsa onu elde etmeye yönelik hareket eder.

İktidarın doğası insanın önce zihninde, sonra ise eylemlerinde şekillenir. Bireyler arası ilişkiler ve birey-doğa ilişkisi, insanın yarattığı iktidar ilişkilerinin de doğasını belirler.

Gianfranco Poggi iktidar konusunu irdelerken, İtalyan siyaset bilimci Bobbio'nun üç başlık altında sınırladığını iktidar kavramından bahseder; ekonomik iktidar, ideolojik iktidar ve siyasal iktidar. İktidarın kendisine alan yarattığı ve toplumsal yapıyı bünyesinde sabitlediği devlet olgusu ise siyasal iktidar ile alakalıdır.

İktidar güç demektir ve gücün olduğu bir yerde o gücü kullanmak, kontrol etmek isteyen zümreler her zamandır var olmaktadır. İktidarı elinde bulundurmamak isteyen kişi ya da zümreler, iktidarın kaynağını referans göstererek onu kullanma hakkını elinde bulundurmaya çalışmıştır. İktidarın kaynağı ise dönemlere göre sürekli çeşitlilik göstermekle birlikte dönem dönem doğanın bilinmezliği, açıklanamayan doğa olayları, gök cisimleri, tanrı inancı, tanrının temsilcisi olma ve modern döneme yakın zamanlarla birlikte din, ulus ve milliyet gibi unsurlara dayalı olarak kendisini göstermiştir. Demokrasi ise günümüze dek uzanırken tarihsel kökünü Antik Yunan'da, özel ile kamusal olanın arasına bir sınır çizen ve aynı zamanda da onları birleştiren meydanlar olan 'agora'ya bağlar (Bauman, 2013:17).

İktidarın kaynakları arasındaki farklılık, iktidarın görünümüne de farklılık olarak yansır. İktidarın iki farklı ucu olarak zor kullanma ve otoriteden bahsedebiliriz. Bir tarafta iktidar yaptırımlarını uygulayabilmek ve toplumu bu doğrultuda yönlendirebilmek için fiziksel güç kullanır. Diğer yanda ise sembolik kaynaklar ile temin edilmiş iktidar biçimi uyarınca; propaganda, manipülasyon ve endoktrinasyon ile empoze edilen kabul edilmiş iktidar/otorite kendisini gösterir. İtaat kendiliğindedir ve otorite karşısında kendisini gösteren bir durumdur.

### 1.2.1. Ekonomik İktidar

İktidar denildiğinde ön plana çıkan gücün en önemli unsurlarından birisi ekonomik yetkinliktir. Ekonomik iktidar çoğu zaman siyasi iktidarı şekillendirmektedir. Kimi düşünürlere göre kendisi doğrudan bir güç merkezi olan ekonomik iktidar, başta Max Weber olmak üzere kimi düşünürlere göre ise bir başka iktidar türünün devamı niteliğinde türeme bir iktidardır. İnsanların öncelikle siyasal iktidar iktidar peşinde koştuğunu belirten Weber, salt güç ya da ekonomik iktidarın bu onur mücadelesinin getirisi olduğunu ifade eder (Weber, 2004: 269).

Ekonomik iktidar, ekonomik çıkarı en üst seviyeye taşıma temeli üzerinde şekillenir. Kapitalizmin evrildiği neoliberal politikalara bakıldığında, ekonomik akışın sekteye uğramaması için devletin, yani siyasi iktidarın etkisinin en aza indirilme çabası da (Fukuyama, bu tanımı destekler niteliktedir).

Ekonomik iktidarın kökenini ilkel kaba güce ya da askeri iktidarlara dayandırılan Russell ise ekonomik iktidarın bir hükümetin kuvvetine bağlı bulunduğunu, onun denetiminde yer aldığını belirtir. Fakat aynı zamanda ekonomik iktidarın kolayca bağımsızlığını kazanabileceğinin altını da çizer (McLellan, 2012: 29). Coğrafi keşifler ve ardından gelen endüstri devrimi ile birlikte ekonomik gelişme ve gelişmeler toplumsal ve siyasal yaşamda belirleyici rol oynamaya başlamıştır. Üretim biçimi mutlak denilecek bir değişime uğramış, tarımsal ve atölyeye dayalı üretim yerini fabrikaların

Sosyolog Max Weber, Karl Marx'ın sınıf savaşının tarihselliği belirlemedeki önemini reddederken, bunun öneminin bahsedildiğinde daha az olduğunu altını çizip; toplumsal dönüşümlerde düşünce ve inançlarla birlikte esas rolün ekonomik faktörlerde olduğunu belirtir (Giddens, 2012:52).

Siyaset insan ve toplum yaşamını şekillendiren ve yönlendiren en önemli olgu iken, siyaseti de şekillendiren ve yönlendiren önemli unsurlar söz konusudur. Bu unsurların başında elbette ekonomik faktörler gelmektedir. Ekonomik gelişmeler çoğu zaman toplumsal yapı ve siyaset biçimini değiştirmekle birlikte, tarihsel süreçlerde kırılma noktası oluşturan dönemsel/devrimsel değişimlerin de tetikçisi olmuştur. Ahmet İnsel, ekonominin tarihsel gelişimini el alırken dile getirdiği

*‘İktisadi bütünleşmeler tarih boyunca siyasal oluşumların hareket alanlarını kısıtlamıştır’* (İnsel, 2014:138) görüşüyle, ekonomik gelişmelerin siyaset ve siyasi oluşumlara rol biçme konusunda ne denli önemli olduğuna vurgu yapmıştır.

### **1.2.2. İdeolojik İktidar**

İdeoloji sosyal bilimlerin en tartışmalı kavramlarından birisidir. Temel düzeyde ideolojinin tanımına dair her yeni görüş karşıt ideolojilere karşıt bir söylem üretme zemini sunar. Böylesi kaygan bir ortamda ideolojiye dair yapılan tüm tartışmalar, bizzat ideolojinin doğası itibariyle ciddi anlaşmazlıklara yol açmaktadır. Genel tanım itibariyle ideoloji; düşünsel, toplumsal ya da siyasi bir öğreti oluşturan, ülkü olarak da benimsenebilen, kişi ve kurumların davranışlarına yön veren düşünceler bütünüdür.

İdeolojik görüş ve tutumların her çağda varolmasına rağmen, ideoloji tanımı ve kavramsallaştırmasının görece yakın bir tarihi olduğu söylenebilir. İdeoloji kavramını ilk kez Fransız ideolog Destutt de Tracy tarafından 1799 yılında kullanıldı ve *‘herkese doğru düşünme imkanları sağlamak için kullanılan fikir bilimi’* olarak ifade edildi (Mardin, 1992: 11). İtalyan kuramcı Antonio Gramsci’ye göre ideoloji (Hall, Lubble, McLennan, 1985: 10), toplumsal bloğu yapıştırma ve birleştirme hizmeti görmektedir. Louis Althusser İdeolojiden bahsederken ‘kendilerini özne olarak gören insanların gerçeklik ile aralarındaki ilişkiyi kurma aracı’ ifadesini kullanır (Althusser, 2014: 12). Karl Mannheim ise kendisini ideolojiye endeksleyen tutumun doğum yerini, politikanın günlük yaşam pratikleri içerisindeki deneyimleri olarak gösterir (Mannheim, 2002: 80). Terry Eagleton’a göre ise ideoloji, insanların birbirilerini tanıya ya da böcek katına koymaya yol açan bir şeydi (Eagleton, 1997: 16). Terry Eagleton ile değinilen ideoloji olumsuzlama pratiği Marx ve Engels’in tanımlarında da kendisine yer bulur. Onlara göre ideoloji, yanlış inşa edilmiş bir dünyanın zehirli meyvesidir ve ‘dünyayı baş aşağı oturttuğu’ için reddedilmeye değerdir (Bauman, 2000:121)

Etkinliği ve etki değeri ideolojileri çeşitli grupların iktidar yolundaki enerjisi haline getirirken, devletin de bir ideolojisi ve çeşitli ideolojik aygıtları olduğu gerçekliğini ön plana çıkarmaktadır.

*'Her görüş esasında bir ideolojidir'* yönündeki söyleme karşı çıkan siyaset kuramı profesörü David McLellan, *İdeoloji* adlı kitabında böyle bir varsayımın olası sakıncalarından şu şekilde bahseder,

*“Tüm görüşlerin ideolojik olduğu düşüncesi iki zorluğu beraberinde getirir. Birincisi, ideoloji kavramının kapsamı böylesine genişleyip adeta içerisi boşalınca kendimizi bir boşlukta buluruz. İkincisi ve daha tehlikelisi, bütün Giritlilerin yalancı olduğunu söyleyen Giritli Epimenides’in düştüğü mantıksal saçmalığa düşeriz.” (McLellan, 2012 :3)*

Toplum, iktidar ve devlet gibi unsurların içerisini dolduran ideoloji kavramı, sanıldığı kadar aksine bu unsurlar kadar köklü bir geçmişe sahip değildir. İdeoloji, Aydınlanma Çağı ve Sanayi Devrimi gibi toplumsal alt üst oluşlar ve demokrasi fikrinin yaygınlık kazanıp kitlelerin siyasete girmesi ile öne çıkmıştır. Marksist düşünür Louis Pierre Althusser ideoloji kavramının fikirlerin (-ideo) teorisi (-loji) kökünden geldiğini ve ilk olarak Fransız filozof Destutt de Tracy tarafından kullanıldığını söyler (Althusser, 2014: 97). Sistemli bir ideolojik anlayış, birçok görüşün içerisini doldurarak ideolojiler çağının yaşanmasına zemin hazırlamıştır. İktidarların birer ideolojisi olduğu gibi, esas olarak iktidar karşıtı grupların iktidara karşı belli ideolojiler etrafında kümelenildiği ve kenetlendiği gerçekliği, ideolojinin daha doğru tanımını vermektedir.

İdeoloji kavramı Fransızca kökenli olmakla beraber, ideoloji denildiğinde iki önemli ekolden bahsetmek gerekir (McLellan, 2012: 22-23). Birincisi, McLellan'a göre ideoloji terimini ilk kez kullanan de Tracy ve çevresinin takip ettiği Fransız rasyonalist yaklaşımıdır. İkincisi ise Alman köklere sahip olan, Hegel ve öğrencisi Marx ile ilişkilendirilen Mannheim'ın takibinde eleştirel teorinin önemli isimlerinden Habermas'a kadar uzanan ekoldür. İdeoloji tanımının tüm karmaşasına rağmen ideoloji bu iki hat çevresinde gruplanmıştır.

Louise Althusser, devletin aygıtları ve devletin ideolojik aygıtları sınıflandırması ile iktidarın da ideolojiye ve ideolojik aygıtlara ihtiyaç duyduğunun altını çizer (Althusser, 2014: 52). Devlet ve ideolojinin içiçeliğini incelediği

kitabında Althusser'e göre devlet demek ideoloji demektir. İnsan ise ideolojinin uygulandığı edilgen bir alandır ve tek işlevi mevcut ideolojiyi sonraki nesillere aktarmaktır. Althusser egemen bir ideolojinin hegemonyasının üretilmesinde 'ideolojik devlet aygıtlarının' etkinliğinden söz ederken, okul aygıtının kapitalist toplumun oluşumunda iktidar tarafından kullanılan egemen ideolojik aygıt olduğunun altını çizer. Devletin baskı aygıtları ve devletin ideolojik aygıtları, devlet yönetimine talip olmuş olan kişi ya da grubun elindeki önemli iki silahtır. Devletin (baskı) aygıtları; siyasi erk, yönetim, ordu, mahkeme, kolluk kuvvetleri gibi baskı ve kaba güce dayalı birimlerken; devletin ideolojik aygıtları; okul (eğitim), din, aile, gelenek-görenekler gibi bireyin içerisinde doğduğu ve büyüyüp toplumun bir parçası olduğu aşamalarıdır. Birey ideolojik aygıt aşamalarının birisinden çıkıp diğerine geçer ve ideolojiye sürekli olarak tabi tutularak onun taşıyıcılığını yapar. İktidarın/devletin hâkim ideolojisini birey önce ailede olmak üzere okul, kışla, fabrika gibi iktidar erkinin hâkimiyet sürdüğü alanlarda edinir ve bunun dışına çıkamaz. Hiçbir kişi ya da grup/sınıf da devletin ideolojik aygıtlarının üzerinde kendi hegemonyasını kurmadan iktidarı elde edemez (Althusser, 2014: 52).

Çağdaş toplumlarda ideolojinin işleyişi daha örtük süreçler izleyebilmektedir. Geniş meydanlarda kitlelere yönelik söylevler ile ideoloji aktarma süreci yerini bir reklam filmine, bir sinema filmi ya da tüketilen bir ürünün sloganına kadar ince ayrıntılara inebilmektedir.

Toplumda iktidarın örgütlenmesi, devam ettirilmesi ve dönüştürülmesi ideoloji aracılığıyla olur. İdeolojik biçimler kendi başına felsefe, bilim, hukuk veya sanat değildirler ve kendi başına bunların gördüğü işi göremezler. Fakat tüm ideolojik biçimlendirmelerden doğar ve ideolojik olarak işlev görürler.

Francis Fukuyama, *The End of History and Last Man* (Tarihin Sonu ve Son İnsan) adlı kitabında liberalizmin zaferi ile sadece belli bir tarihsel sürecin değil, bilindik anlamdaki tarihin sonunun geldiğini belirtir. İnsanın ideolojik evriminin son noktasına ulaşılmıştır ve insan ürünü yönetim biçimlerinin son tarzı olarak batılı demokrasi dünya genelinde kendisini kabul ettirmiştir (Fukuyama, 1992: 347-362).

### 1.2.3. Siyasal İktidar

İtalyan düşünür Gianfranco Poggi'nin önemli eseri olan Devlet'te dile getirdiği ve üç kısımda ele aldığı iktidar biçimlerinin en önemlisi siyasal iktidardır. Siyasi iktidar ve siyasi iktidar erki devletin yönetimini, çoğunluk olarak ekonomik iktidarı ve din, eğitim, hapisane, hastane gibi çeşitli kurumları sayesinde de ideolojik iktidarı 0elinde bulundurur. Maurice Duverger'a göre siyasal iktidar, toplumun tümünü örgütleyen, koruyan, geliştiren ve başkalarına karşı savunan iktidardır (Duverger, 1982: 134). İktidara dair zamana ve biçime göre çeşitli tanımlar olsa da, siyasal iktidar için altı çizilecek nitelikte sabit tanımlar söz konusudur. Öncelikle siyasal iktidarın rıza dâhilinde kullanımına dikkat çekerek, rıza yoksa iktidar da yoktur; sadece kaba güç vardır demek mümkündür. Siyasal iktidar, yasayla uyum içinde ve yasa adına kullanılan güçtür (Bulut, 2003: 22).

Siyasal iktidarın kapsama alanı tarihsel koşullara göre önemli derecede farklılıklar gösterir (Poggi, 2016: 19). Adam Smith 'Yönetimin doğuşundaki ilk prensipler' başlıklı yazısında (Smith, 2018: 78) toplumların iktidar gereksinimlerinde iki prensibin etkin rol oynadığını bahseder; otorite ve yararlılık. Yine aynı yazısında her toplum ve cemiyetin başında güçlü ve üstün yeteneklere sahip birisinin bulunduğu altını çizer. Göçebe ve savaşçı toplumlarda bu yönetici kaba güce sahip kişi olarak öne çıkarken, yerleşik ve kibar toplumlarda ise üstün zihni kapasitesi ile dikkat çekmektedir. Her halükarda toplumu oluşturan bireyleri bu iktidar yapılarına itaat etmeye yönlendiren/zorlayan şey otorite ve yararlılık ilkelerinin kamuoyu nezdinde kendisini hissettirmesidir. Devlet ile toplum arasında arabulucu bir işlev gören kavram olarak kamuoyu ise bireylerin toplumsallaşması ve toplumsallaşan bireylerin ortak bilinç etrafında varlık göstermesi olarak ortaya çıkar. Alman düşünür Kant'a göre kamuoyu, kamusal siyaset ve ahlakın uzlaşmasıdır (Habermas, 2014:198)

### 1.3. İktidar üzerine Tartışmalar

İktidarın kendisi kadar tartışılan bir diğer konu da iktidar türleridir. Kaç çeşit iktidar vardır? İktidarı türlere ayıran etkenler nedir? Çeşitli disiplinlerden farklı isimler bu soruların cevabına yönelik açıklamalarını dile getirmiştir. Erken dönem

yazılarında Orta Çağ ve Roma ekonomik sistemi üzerine eğilen Max Weber'in çalışmalarında, Marksist ilginin yoğunlaştığı kapitalizmin karakteri, oluşumu ve gelişimi gibi alanlara odaklandığı görülür (Giddens, 2012:204).

İktidarın çeşitlilik gösteren yönünü belirleyen etkenler temel anlamda coğrafya, toplumsal yapı, siyasi anlayış ya da zaman ve mekana bağlı yaşanan gelişmelerdir. Daha mikro düzeyde iktidara ve iktidarın politikasına halkın katılımını sağlayan, politik olanla kamusal olanı bir araya getiren ise çeşitli kamusal alanların yaratılması olmuştur. Kamusal alanın çeşitli tanımlarını harmanlayan Dacheux, ondan "*Politikanın meşrulaştırılma yeri, politik cemaatin temeli ve politikanın görünürlük kazandığı yer*" olarak söz eder (Decheux, 2012:21). İnsanlık tarihi, tarihsel süreç içerisinde belli dönemlere bağlı olarak çeşitli siyasi yapıların içerisine girmiş, ihtiyaç hasıl olan bir diğer siyasi anlayışla karşı karşıya kaldıklarında ise içerisinde buldukları iktidar yapısını terk etmişlerdir. Bu noktada iktidarın ne olduğuna yönelik tanımlar kadar, iktidarın ne olmadığı hususundaki görüşler de önem arz etmektedir. *Özne ve İktidar* adlı eserinde bu noktaya değinen Michel Foucault şu ifadeleri kullanır (Foucault, 2016:73):

*"İktidarın rıza gösterme ile bir ilgisi yoktur. İktidar, kendi başına özgürlükten vazgeçilmesi, hakların devredilmesi, tek tek herkesin sahip olduğu iktidarın birkaç kişiye emanet edilmesi değildir; iktidar ilişkileri önceden var olan ya da durmadan yinelenen bir rızanın ürünü olabilir; ama kendi doğası gereği, bir konsensüsün dışavurumu değildir."*

Siyasi anlamda iktidar yapısı kendisini avcı toplayıcı topluluktan tarım toplumuna geçişin ardından mülkiyet anlayışı ile göstermiştir. Site devletleri halinde varlık gösteren siyasal iktidar zamanla devletlere, ardından imparatorluk gibi geniş coğrafya ve çeşitli insan unsurlarını içerisinde barındıran yapılara evrilmiştir. Modern dönem ile birlikte imparatorluklar zayıflarken, ulus devlet dönemin yaygın siyasi yapılanması olarak öne çıkmıştır. Tarihsel dönemlerdeki bu siyasi örgütlenme ve iktidar biçimlerinin ortak noktası ise, mekan olarak farklı olsa da zaman olarak neredeyse bilinen tüm dünya genelinde eş zamanlılık göstermesidir. Site devletlerinin Mezopotamya'da doğması ve yaygınlaşması, çevre bölgelerde de site

devletlerinin varlığına eşlik etmiştir. Askeri güce dayalı devletlerin kurulması ise site devletlerinin birleşmesi ve tek bir devlete dönüşmesine zemin hazırlamıştır. Herhangi bir devletin baskın işleyişi çevre devlet ve halkları içerisine almasıyla imparatorlukların doğuşunu sağlarken, bu siyasi örgütlenmenin karşısında yine aynı imparatorluk tarzı siyasi örgütlenmeleri dizmiştir. İmparatorluklar çağında site devleti ya da askeri güce dayalı devlet örgütlenmesi ile varlık göstermek ve bu varlığı sürdürmek mümkün olmamıştır. Tıpkı ulus devletlerinin doğuşunun, imparatorlukların mezarını kazarak onları tarihin derinliklerine gömmesi gibi. Neoliberal politikaların etkin olduğu günümüzde ise Francis Fukuyama'nın 'Tarihin sonu mu geldi?' sorusuna (Fukuyama, 1992:180) eşlik ederek tartıştığı ulus devletlerin sonunun geldiği görüşü ise, bu tarihsel sürekliliğin evrimsel zincirine eklenmiş bir halka niteliği taşımaktadır.

Çalışmaya konu olan yönüyle ele alacağımız önemli iki düşünürden birisi Almanya'da yaşamış olan ve sosyolojinin temellerini atan, toplumu tanımlarken iktidar kavramına yönelik de bakış açısı geliştiren Max Weber'dir. Yürütme gücünü elde eden iktidarın egemenliğini sürdürme biçimini üç başlık altında ele alan Weber, bunları; Geleneksel egemenlik, karizmatik egemenlik biçimi, rasyonel ve hukuksal egemenlik biçiminde sıralar (Weber, 2005: 39).

Max Weber bürokrasi üzerinden toplumsalcı bakış ile değerlendirme yaparken, Michel Foucault bireyselci bir nosyona sahiptir. Weber iktidarı siyaset bilimi anlamında ele alırken Foucault bireysellik ve bireyin kendini gerçekleştirme bağlamında ele almıştır. Yine aynı şekilde Weber'in iktidarı rasyonalizme dayanır ve bireyler de bir küme içerisinde yönetilen bireylerdir. Marx için olduğu gibi Weber için de iktidar toplumun olduğu yerde bir gerekliliktir. Ve tahakküm, bürokrasi, çatışma, manipülasyon, şiddet gibi kavramlar da iktidar ve iktidar tartışmalarına dair gözden çıkartılamaz unsurlardır.

### **1.3.1. Weber'in İktidar Anlayışı**

Alman düşünür ve sosyolog Max Weber, iktidar kavramı üzerine önemli çalışmalar yapmıştır. Modern antipozitivist anlayışın kurucusu olan Weber, deney ve



araştırmalara dayalı sonuçlar yerine bireysel değerleri baz aldığı insan faktörüne önem verir.

Max Weber'e yalnızca sosyolog demek, bütünden daha azını görmek olur. Zengin bir akademik yaşamı olan düşünürün çalışmaları hukuk, felsefe, ekonomi, sosyoloji ve karşılaştırmalı tarih gibi konuları içermektedir (Giddens, 2012: 51). Modern toplumların önceki toplumlardan ve modern öncesi toplumsal örgütlenmelerden hangi özellikleri ile ayrıldığı üzerinde duran Weber, modern kapitalizmin gelişmesini de çalışmalarının temel konusu haline getirmiştir. Weber tarihin evrensel yasalarla değil, tekil olaylarla ilgilendiğini ama aynı zamanda da nedensel açıklamalara önem verdiğini belirtir (Popper, 1989: 341), iktidar ve iktidarın yapılanmasında insan etkisinin önemine vurgu yapar. İktisadi ve kültürel durgunlaşmaya yol açacak olan bürokratik tahakkümün kemikleşmesinin önüne geçecek olan unsur olarak, dinamik bir potansiyele sahip politik ve kültürel güç olan karizmatik lideri işaret eder (Schroeder, :175).

İnsani düşünce, değer ve inanışları ile belli doğrultudaki insani güdünün değişimlerin itici gücü olduğunu belirten Weber, bu sebepten dolayı sosyolojinin çeşitli yapılardan ziyade toplumsal eylemler üzerine eğilmesi gerektiğini düşünür. Karl Marx'ın düşüncelerinden etkilenmekle beraber bazı konularda görüşlerini eleştiren Weber, üzerinde önemle durduğu kapitalizmin doğuşundaki önemli etkenin Marx'ın belirttiği gibi yalnızca ekonomik etkenler olmadığını; Hristiyan inançlarının belirli yönleriyle toplumu etkilediği ve etkilenin toplumu yönlendirdiğinin altını çizer (Giddens, 2012: 53).

Modernliğin teorik kurucularından olan Weber'in modernlik tanımı 'modernlik demir kafestir' yönündedir (Kaplan, 2016:673). Toplumbilimin Marx ve Durkheim ile beraber üç kurucusundan birisi olarak gösterilen Weber, modernliğe bu üç isim arasında en karamsar bakan isimdir. Modern dünyada maddi bir edinimi sağlamanın yolu olarak bireysel yaratıcılığı ve kişisel özerkliği tamamen ezen bürokratik bir yapının gerekliliğini (Giddens, 1994:15) işaret eden Weber, karamsarlığını da bu bakış açısıyla izah etmektedir.

Weber modern iktidar ile gözetim arasında sıkı bir ilişki kurarak, gözetimin ulus devlet içerisinde bürokratlar ve onların fişlemesi ile gerçekleştiğine vurgu yapar. *“Modern devletlerde gözetleme mekanizması; modern örgütler ile devlet idaresindeki yöneticilerin, bireyleri ve topluluğu fişlemeye yönelik dosyalar tutması paralelinde, kişisel bilgileri içeren veri saklama tekniklerini ve bu verileri çağırma araçlarını geliştirdikleri bir yöntemi ifade eden bürokrasi ile çevrilidir”* (aktaran: Dolgun, 2008: 98-99).

Weber’e göre ne iktidardan ne de iktidarın/devletin yönetim işlevini yerine getiren bürokrasiden vazgeçmek mümkündür. Çalışmalarında ve iktidara dair çözümlerinde bürokrasiyi önemli bir yere koyar. Yasal otoritenin en saf uygulamasının bürokratik yürütme memurlarının çalıştığı durum (Weber, 2005: 41) olduğuna işaret eden Max Weber’in anlayışına göre, iktidarların otoriter meşrulukları üç temel üzerinde şekillenir (Weber, 2005: 39):

#### **1.3.1.1. Rasyonel ve hukuksal temeller**

Normatif kuralların tek geçerli meşruluk ölçütü olduğuna inanılan ve egemenlerin bu normlar dâhilinde emir verme yetkisi olduğu görüşünün benimsendiği otoriter temeldir. Egemenlik öncelikle güçler ayrılığı ilkesine dayanır ve de halkın egemenliğidir. Yöneticileri bu egemenlik biçiminde güç ve yetkilerini yazılı hukuk kuralları ve ilkelerden alırlar. Geleneksel ya da tanrısal referansların geçerliliğini yitirdiği bu yapıda egemenlik güçler ayrılığı ilkesine dayanır ve millet adına millet için kullanılır. Rasyonel ve hukuksal egemenlik biçimini demokratik ve meşru yapan ayrıntı, egemenliği kullanan yöneticilerin halk tarafından seçiliyor olmasıdır

#### **1.3.1.2. Geleneksel Temeller**

Geçmişten beri gelen geleneksel kuralların kutsal olduğu ve bu kutsal gücü elinde bulunduranların meşru kabul edildiği otorite türüdür. Bu yapıdaki iktidar türünde iktidarın kaynağı toplumdaki gelenek ve göreneklerdir. Egemenliğin sürdürülmesini sağlayan kurallar yazılı hukuki metinlere değil, toplumun örf ve adetlerine dayanmaktadır. Bu tür egemenlik biçimleri daha çok imparatorluk türü

siyasi yapılanmaların hüküm sürdüğü feodal toplumlarda görülürken, siyasi ve toplumsal değişimin oldukça yavaş olduğu dikkat çeken özelliğidir.

### **1.3.1.3. Karizmatik Temeller**

Karizmatik lider kültü etrafında gelişen bu egemenlik türünde saltanat söz konusu değildir. Karizmatik liderin kutsallığı, kahramanlığı ile açıkladığı ya da emrettiği normlar bütününe itaat etrafında şekillenen otorite türüdür. Lider gücünü geleneksel anlamda tanrısal güçlerden aldığını iddia ederek gücünü oluşturur ve pekiştirir. Modern dönemde ise karizmatik liderlerin dayanak noktası milliyetçilik ve ulusal söylemler olmuştur. Antik Mısır'ın tanrı krallarından modern dönemin en kült karizmatik liderleri Adolf Hitler ve Benito Mussolini'ye dek tarihsel süreç içerisinde pek çok örneğine rastlanır.

Karizmatik liderlik anlayışı, karizmatik bir güce sahip olduğu düşünülen liderin olağanüstü niteliklerine bağlı kalarak gelişir. Kimi bu olağanüstü niteliğini tanrısal güce, kimisi kültürel ve milli motivasyona, kimisi propaganda potansiyeline bağlı olarak şekillendirirken; lider kültü etrafında toplanan insanları yasalar ya da geleneklerden ziyade, kendi karizması ve kendisine duydukları inanç doğrultusunda etkilerler.

### **1.3.2. Foucault ve İktidar Anlayışı**

Fransız düşünür Michel Foucault, alışılmışın aksine iktidar yapılarının tek bir gücün elinde tekel halinde bulunmadığını; toplumsal yapı içerisine sinmiş olan çeşitli iktidar yapılarının olduğunu ve bunların günlük hayatı bir ağ gibi sardığını dile getirir. Michel Foucault'u diğerlerinden ayıran özellik, iktidarı geleneksel yaklaşım doğrultusunda devlet teorisi üzerinden değil, öznelerin bedenleri üzerinde inşa edilmesi ve hayat tarzlarının en ince noktalarına nüfuz etmesi üzerinden tanımlanmış olmasıdır (Agamben; 2013:13). Foucault'ya göre insanın öznesi olarak deneyimlediği eylemlerin söylemsel ya da söylemsel olmayan pratiklerinin merkezinde bir iktidar alanı yer alır (Foucault: 2004: 18). Fakat geleneksel söylemin aksine Foucault iktidar kavramına negatif bir anlam yüklemeyiz. Ve yine Foucault egemen iktidarı, iktidar olarak görmez (Lemke, 2014:85). Foucault iktidarın hücrel

yapıdaki mikrofiziğinden bahşeder ve onu; Kurumlarda, örgütlerde kendisine yer bulan toplumun geneline yayılan, öznelere resmi görevler ile gayriresmi saldırganlıklar ile sıkı şekilde örölü bir çerçevenin içine hapsedilmiş olarak tanımlar (Castells, 2008:18). Foucault'nun bu görüşüne katılmayan İspanyol sosyolog Manuel Castells'e göre ise iktidarın temelinde devlet ve devletin kurumsallaşmış şiddet tekeli vardır (Castells, 2008:18).

Geleneksel anlamdaki iktidarı hukuksal-söylemsel iktidar olarak adlandıran Foucault, bu yapının negatif ve sınırlayıcı oluşundan bahisle, hükümdarın insanların yaşama hakkı üzerinde söz sahibi olmasına değinir. Foucault, modern devletin son yıllarda toprağa dayalı devlet anlayışından nüfusa dayalı devlet anlayışına geçtiğini, bu esnada da insanın ve ulusun sağlık ve biyolojik hayatının önem kazandığına değinir (Agamben; 2013:12). Böylece '*insanın yönetimi*' de kolaylaşmış olur.

Pozitif olarak tanımladığı ve biyo-iktidar adını verdiği yeni iktidar biçimi ise üretken, yaşamın sağladığı güçleri azaltan değil artıran ve yaşamı destekleyen bir yapıdadır (Foucault: 2014: 18). Biyo-iktidar, insan yaşamına dokunmaktan ve üzerinde denetim kurmaktan geri durmaz. Biyo-iktidar insan yaşamına iki biçimde müdahale eder; birincisi '*bedenin anatomi-politiği*' yani disipline edici bir iktidar anlayışı ile insan bedenine bir makine muamelesi yapan; insan bedenini disipline ederek yeteneklerini geliştirmek, günümüz sosyo ekonomik şartlarına uygun hale getirmek ve sistemin işlerliğine kazandırmak gibi amaçları olan müdahale biçimidir. İkincisi ise bireyi aşan '*nüfusun biyo-politiğidir*'dir. Bu yönü ile de nüfus üzerinde denetleyici bir işlev görür (Foucault, 2004: 19). On yedi ve on sekizinci yüzyıl sonrasını yeni bir iktidar yapısı ile izah eden Michel Foucault'ya göre biyo-politika, burjuva toplumunun dinamikleri ile doğan ve kapitalizmin gelişmesinde etkin rol oynayan bir anlayıştır.

Geleneksel iktidar anlayışlarının cezalandırma yöntemi olan bedeni yok etme ve toplu ölümlerle ortadan kaldırma, yeni dönem ile birlikte yerini biyoiktidar pratiklerine bırakmıştır. Foucault'a göre biyoiktidar; toplumsal hayata müdahale ederek değil, onun gözlemleyip özümseyerek ve yeniden eklemleyip baştan yaratarak toplumsal iktidarını içten içe ören iktidardır (Hardt-Negri, 2003:48). Bedenin aleni

cezalandırması ya da ölümlerle terbiye edildiği disiplin toplumundan, beden iktidarın işine yarayacak şekilde tasarlandığı kontrol toplumuna geçişte söz konusu biyoiktidar paradigması gerçekleşir ve kendisine bu boşlukta yer bulur (Hardt-Negri, 2003:48). Biyoiktidar pratikleri de bireyler üzerinde tahakküm ve hegemonya kurmayı öngörür; fakat bunu negatif ve sınırlandırıcı anlamda bedensel şiddete başvuracak şekilde yapmaz. Çünkü birey ve biyolojik varlığı sistemin işlerliği konusunda yaşamsal öneme sahiptir. Yok etmek yerine daha da güçlendirdiği bedeni çeşitli gözetim pratikleri eşliğinde örgütlemek ve denetlemek durumundadır. Foucault'ya göre biyopolitikanın doğuşu nüfus üzerine geliştirilen yönetsel pratikler ile ortaya çıkmıştır (Foucault, 2015: 42).

Foucault'nun yanı sıra biyoiktidar/biyopolitikaya dair çalışmalar yapan İtalyan filozof Giorgio Agamben'e göre biyopolitika 'ölüm iktidarındır' ve toplama kamplarını Batı'nın biyopolitika paradigması olarak tanımlar (Lemke, 2014 :77-85). Foucault ile Agamben'in biyopolitika tanımı arasındaki fark da bu noktada oluşur; Foucault egemen iktidarın artık iktidar olmadığını belirtirken, Agamben ise biyopolitik pratikler üzerinden iktidarın çıplak hayat üzerinde tam tahakküm kurmak suretiyle var olmaya devam ettiğini vurgular. Politika alanında çalışan ve *Biyopolitics* adlı eseri kaleme alan Ferenc Feher ve Agnes Heller da Michel Foucault'nun biyopolitika tanımından farklı bir tanım ile konuya açıklık getirir. Feher ve Heller'e göre biyopolitika politik olan değil, politik olandan bir geri çekilmedir. Aynı zamanda biyopolitikayı Foucault'nun dile getirdiği gibi modernitenin bir getirisi olarak değil, daha ziyade moderniteye karşı bir tez olarak görürler (Lemke, 2014: 107).

*Hapishanenin Doğuşu* adlı kitabında Avrupa Ortaçağ'ı itibariyle iktidar yapısının geçirdiği değişim ve dönüşümleri ele alan Foucault, gücü elinde bulunduran iktidarın yaptırımlarını fiziksel güç yoluyla uygulanmaktan vazgeçip, psikolojik dayatmalar ile gerçekleştirmeye başladığını dile getirir. Ve bu ayrımı da, sık sık bahis konusu ettiği modern iktidar kavramının başlangıcı olarak gösterir. Modern iktidar anlayışında iktidar yapısı fiziksel güç ve dayatma ile kendisini kanıtlamak yerine, her daim varlığını bireye hissettirecek bir bireysel özdenetim

kurma yolunu seçmiştir. Foucault bu anlayışı kavramlaştırırken, Jeremy Bentham'ın mimari bir model olarak geliştirdiği 'panoptikon' kavramını kullanır.

Bentham'ın mimari panoptik modelini modern dönem iktidarının gözetim biçimine evrildiğini dile getiren Foucault, panoptikon kavramını sosyal bilimlere kazandırmıştır. Hapishanenin Doğuşu (1975) adlı kitabında Bentham'ın panoptik modeline değinen Foucault, şu ifadeleri kullanmıştır;

*“Bentham'm Panopticon'u bu düzenlemenin mimari biçimidir. Bunun ilkesi bilinmektedir: çevrede halka halinde bir bina, merkezde bir kule; bu kulenin halkanın iç cephesine bakan geniş pencereleri vardır; çevre bina hücrelere bölünmüştür, bunlardan her biri binanın tüm kalınlığını kat etmektedir; bunların, biri içeri bakan ve kuleninkilere karşı gelen, diğeri de dışarı bakan ve ışığın hücreye girmesine olanak veren ikişer pencereleri vardır . Bu durumda merkezi kuleye tek bir gözetmen ve her bir hücreye tek bir deli, bir hasta, bir mahkûm, bir işçi veya bir okul çocuğu kapatmak yeterlidir. Geride gelen ışık sayesinde, çevre binadaki hücrelerin içine kapatılmış küçük silüetleri olduğu gibi kavramak mümkündür. Ne kadar kafes varsa, o kadar küçük tiyatro vardır, bu tiyatrolarda her oyuncu tek başınadır, tamamen bireyselleşmiştir ve sürekli olarak görülebilir durumdadır. Görülmeden gözetim altında tutmaya olanak veren düzenleme, sürekli görmeye ve hemen tanımaya olanak veren mekânsal birimler oluşturmaktadır. Sonuç olarak, hücre ilkesi tersine döndürülmekte veya daha doğrusu onun üç işlevi -kapatmak, ışıktan yoksun bırakmak ve saklamak- ters yüz edilmektedir, bunlardan yalnızca birincisi korunmakta, diğeri ikisi kaldırılmaktadır. Tam ışık altında olma ve bir gözetmenin bakışı, aslında koruyucu olan karanlıktan daha fazla yakalayıcıdır. Görünürlük bir tuzaktır” (Foucault, 1992:281)*

Hapishanenin doğuşundan önce Orta Çağ siyasetinde hapishaneler bir geçiş alanı olarak kullanıldığını belirten Foucault; hapishaneler veya hücre/zindanların ölüme gönderme ya da fidye karşılığı ölümden kurtarma kararının alınma

aşamasında bekletilme odası görevi gördüğüne işaret eder (Foucault, 2011: 219). Yatay iktidar kurumları olan ve gözetleme işlevi de gören polis, kolluk kuvvetleri, hapisane, hastane, ıslahevleri, psikolojik ya da psikiyatrik kurumlar ise suçluyu cezalandırma işlevinden ziyade suçluluk potansiyellerini ıslah etme işlevi görürler (Foucault, 2011 :223).

Micheal Foucault, iktidarın uygulanış biçimlerine değinerek *abluka disiplini* ve *mekanizma disiplini* kavramlarından bahseder. Abluka disiplini despot iktidar anlayışından, yasaklardan, mesafe koymalar ve iletişim kopukluklarından oluşurken; mekanizma disiplini gözetimin denetimin en önemli aracı olduğu, çok sayıda gözetim tekniğinin kullanıldığı ve bu gözetimlerin birey tarafından içselleştirilmesini sağlayan aygıtlardan oluşmaktadır (Mattelart, 2003:77). Modern dönemi de, paniktik gözetimin hakimiyetindeki gözetim tekniklerinin disiplini sağladığı *mekanizma disiplini* ile açıklar.

Bireyin öznelliğini kaybedip nesneleşmesine giden yolda iktidarın rolünden bahseden Foucault, düzenleyici bir araç olarak bireylerin hayatları üzerindeki müdahalesine işaret eder. Günümüz iktidarını günlük hayatın her alanına el atan ve düzenleme ihtiyacı güden iktidar olarak tanımlayan Foucault, bireylerin kendi tasarladığı hayat taslağına uygun yaşayıp yaşamadıklarını denetler.

### 1.3.3. Diğer Görüşler

Siyaset sadece iktidarın uygulanması olmadığı gibi (Ranciere, 2006:139), iktidar da sadece yöneten demek değildir. İktidar, yöneten ile tabi olan arasındaki ilişkidir. İktidar kavramı tanımlanırken, tabi olan yani iktidarın taşıyıcısı olan yönetilenler konuya dâhil edilir. Fredrich Nietzsche ve Micheal Foucault gibi isimler iktidarı, iktidarın taşıyıcı olan bireyler üzerinden tanımlarken; Karl Marks ve Max Weber gibi isimler tanımlarını iktidar üzerinden şekillendirir ve bireyleri iktidara maruz kalan kitleler kefesine koyarlar. Marks'a göre devlet, din, metalaşma gibi unsurlar insan emeğinin ve insanın kendisine yabancılaşmasıyla ortaya çıkar (Althusser, 2002:275). İktidarın kendisi kadar karmaşık olan ve çeşitlilik gösteren iktidarın tanımı konusunda da farklı fraksiyonlardan farklı tanımlar dile getirilmiştir.

Çalışmaya esas oluşturması açısından ele alınan Max Weber ve Michel Foucault'nun iktidara bakış açısının yanı sıra, ideolojik temeller üzerinde farklılık gösteren iktidar tanımlarından bahsetmek de mümkündür.

İktidara dair düşünürlerin görüşleri ele alınırken, devletin ve dolayısıyla iktidarın kaynağına ilişkin üç temel başlıktan bahsetmek gerekir. İktidarın insanları doğadaki tehlikelerden ve birbirine karşı yaratacakları potansiyel tehlikeden korumak üzere ortaya çıktığını dile getiren '*korunma ihtiyacı*' görüşünü Platon, Aristoteles ve İbn-i Haldun gibi isimler dile getirip savunmuştur. İkinci görüş ise iktidarın kaynağını '*tanrı*' olarak görür ve temsilcileri Gazali, St. Augustinus gibi isimlerdir. Gazali hikmet ilmi dediği bilme eylemini ikiye ayırır ve varlıkların mahiyetine dair bilginin insan nefislerinde kendiliğinden oluşagelen bilgi olduğuna işaret eder (Gazali, 2002:108). Üçüncü ve günümüz modern siyasetine zemin hazırlayan görüş ise iktidarın kaynağını '*ortak irade*' olarak işaret eder ve toplumun karmaşayı önlemek ve düzeni tesis etmek adına bir araya gelip sözleşme yapıp yöneticilerini seçmelerini ifade eder. Devletin yapay bir kurum olarak görüldüğü bu görüşte, toplumun olduğu yerde düzenin sağlanması gerektiği ve düzeni sağlayacak yegane aracın da devlet olduğu görüşü hâkimdir. Temsilcileri Thomas Hobbes, Jean Jacques Rousseau ve John Locke gibi modern siyaset kuramcılarının.

Kuşkusuz modern siyaset tarihinden bahsederken Marksizmi ilk sıraya almak gerekir. Aklın ve bilimin gücüne inanan fakat burjuva iktidarını olumsuzlayan Karl Marks'ın kişiliğinde hayat bulan Marksist görüş, işçi sınıfının devrimci bir eylem ile kapitalist sınıfın elindeki iktidarı ele geçireceğini inanıyordu (Bilgi, 1992:335). Marks, Kapital'de öngördüğü sosyalist devrimin de ancak İngiltere gibi burjuva toplumunun zirvesine çıkmış, parçalanacak kadar olgun hale geldiği toplumlarda meydana geleceğini ifade eder (Karatani, 2006:38)

Fikirleri felsefi anlamda Hegel'den, siyasi anlamda Adam Smith ve James Mill gibi isimlerden etkilenen ve şekillenen Marks'ın iktidar tanımına emek, toplumsal sınıf, yabancılaşma ve sınıf çatışması gibi kavramlar eşlik etmektedir. Hegel'in diyalektik materyalizmini tersine çeviren Marks, tarihsel materyalizme giden yolu açar ve "*düşünce dünyasındaki değişimleri, madde dünyasındaki*



*değişimler tetikler*” der. Louis Althusser, Marks’ın bu doğrultuda yeni bir bilimin temellerini attığını belirtir ve bunun *‘tarih bilimi’* olduğunu ifade eder (Althusser, 2003:212) İnsanlığı tarihi, der Marks, sınıf çatışmalarının tarihidir. Hegel felsefe ve dini, toplumları ve kültürü belirleyenler olarak görürken; Hegelci felsefeden yola çıkan Marks, bu görüşün aksi olarak üretim ilişkileri ve ekonominin toplumu ve kültürü belirleyen/şekillendiren mefhumlar olduğuna işaret eder. Marks’a göre dünyayı dönüştüren ve biçimlendiren güç *kapitalizmdir* (Giddens, 1994:18). Toplumbilimciler özelinden bakıldığında dünyanın genel bir dönüşüm içerisinde olduğu görüşünde hemfikir olan isimlerin, bu dönüşümün dinamiğini açıklarken farklı referanslara başvurduğu görülür. Bu durum Max Weber’de bürokrasiyi temeline alan *rasyonalizasyon* iken, Durkheim’de kapitalizmi de besleyen daha geniş bir süreç olan *endüstriyalizmdir*, Marks’ta ise *kapitalizmin* ta kendisidir (Giddens, 1994:18).

Yaşadığı dönem İspanya’nın İngiltere’yi işgal etmek üzere donanma hazırlaması gibi kaotik bir döneme denk gelen İngiliz felsefeci Thomas Hobbes, yazılarına da tema oluşturan kral ile parlamento arasındaki egemenlik mücadelesine değinerek ‘demokratik deliliklerden vazgeçilmesi gerektiği’ (Zelyüt, 2010:15) konusunda uyarıda bulunmaktadır. Bu uyarı ve demokrasiye bakış açısı, Hobbes’un görüşleri hakkında da doyurucu bir ipucu vermektedir. Hobbes’un politik felsefesinden bahsetmeden önce, politik felsefe hakkındaki sözlerine değinmek gerekir. Hobbes, *“Politik felsefenin geçmişi, De Cive kitabımdan daha eski değildir”* diyerek Leviathan eserinin öncesi olan De Cive kitabına dönüm noktası anlamı yükler (Zelyüt, 2010:35).

Hobbes’un tanımıyla doğa durumunda ‘iğrenç, hayvani ve kısa’ bir yaşam süreceği işaret edilen insanı (Giddens, 1994: 97) çıplak doğada öldürme özgürlüğünden alıkoyan şey, özgürce yaşama arzusu ve ölüm korkusudur. Bu ölüm korkusu insanı barış şartlarını geliştirme yoluna götürür. Aklın öncülüğünde gidilen bu barış şartlarına Hobbes *doğa yasaları* adını verir (Zelyüt, 2010: 36). İnsanların bir araya gelip anlaştıkları doğa yasalarının kullanımını devrettikleri olguyu da devlet olarak tanımlar. Bu noktada devleti/Leviathan’ı tek güç olarak işaret eden, Leviathan’ın dışında bir gücün söz konusu olamayacağını belirten Thomas Hobbes’a

göre, insanların güvende olabilecekleri tek yer, İbranice metinlerdeki devden türeterek kavramsallaştırdığı Leviathan adlı canavarın midesi, yani devletin içerisidir. Hobbes, Leviathan'ı bir toplumsal sözleşmenin ürünü olarak sunarken, siyaseti de tanrısal kattan alıp insan katına indirir ve modern ulus devlet anlayışının temellerini atar (Hobbes, 2007:11).

Modern politikanın tanımlanmasında önemli bir diğer isim olan Montesquieu güçler ayrılığı ilkesinden bahseder ve yasama-yürütme-yargıyı iktidarın müdahale alanın dışında tutarak, birbirlerine müdahale etmedikleri sürece birbirlerini güçlendirdiğini ifade eder. Bu noktada Hobbes'un tüm haklar ve güçleri elinde bulunduran Leviathan'ı ile zıtlık oluşturur.

Liberalizmin kurucularından birisi olarak işaret edilen ve ampirik felsefenin babası sayılan İngiliz liberal filozof John Locke, esasında mülkiyet teorisyeni olarak gösterilir. Bireysellik ve bireysel mülkiyete sık sık atıfta bulun Locke, politik görüş olarak hem teokrasi hem de monarşi ile çatışırken kendisine *aklı* öncü alır. Locke'a göre insan doğuştan bir bilgiyle gelmez ya da yaşamsal bilgisini aşkın bir varlıktan almaz; duyum ve deneyimlerinden edindiğini vurgular (Eagleton, 1996:101) Kişilerin mülkiyet edinme hakkının teminatı olarak iktidar ya da devleti görmez, mülkiyet hakkının tüm bunlardan önce geldiğine işaret eder. Mülk edinme, mülkü biriktirme ve mülkü miras bırakma hakkını birey için meşru gören Locke'a göre devletin gerekliliği ve gereksinimi de, bu mülkü koruma durumunda ortaya çıkmaktadır (Zelyüt, 2010:74). Thomas Hobbes'un aksine John Locke'un iktidar anlayışı mutlakiyetçi değil, çeşitli kurumlarca paylaşılabilir ve müdahale edilebilirdir niteliktedir.

Otoriter yönetimi öngören düşünürlerden bir diğer olan Machiavelli ünlü kitabı Prens'te, iktidarda kalmak isteyen bir prensin/yöneticinin sık sık kötülük yapmasını öğütler (Machiavelli, 2014:95). Çünkü buyruğu altında bulunan kişileri memnun etmeye çalışması ve iyilik yapması onun zayıflığı olur, ondan nefret edilmesine neden olur, der. Ortaçağ Avrupa'sının skolastik düşünce dünyasına sert bir yumruk vuran Prens/Hükümdar adlı eseri, döneminde şeytanın kitabı olarak da adlandırılmıştır.

Bazı isimler, Machiavelli'in Prens'i bir taşlamadır, kastettiği şeyle söylediği şey aynı değildir (Zelyüt, 2014:52) derken; kimi isimler de Söylevler'in yazarı Machiavelli ile Prens'in yazarı olan Machiavelli'nin iki farklı Machiavelli olduğunu iddia eder (Yılmaz, 2014:44). Enzim Baldini'nin işaret ettiği üzere Makyavelizm terimi, iktidarın devlet adına yararlı gördüğü her hareketi, özellikle de başka ülkelere karşı yapılıyorsa, haklı göstermeyi şiar edinen bir siyasi bakış açısıdır (Baldini, 2014:15). Baldini aynı zamanda, Thomas Hobbes ile birlikte Machiavelli'nin modern iktidarın kurucusu olarak görmüş, dünyevi olanla uhrevi olan arasında kesin bir uçurumun yaratıcı olarak addetmişti (Baldini, 2014:21). Cemal Baki Akal ise modern olmanın modern meşruiyetin kendine has düşüncesiyle yoğrulmak olduğunu işaret ederek, Machiavelli'nin bir modern olmadığını belirtir (Akal, 2014:38).

#### **1.4. İktidar ve Gözetim**

Görme eylemi ile iktidar arasında sıkı bir karşılıklılık ilişkisi vardır. Foucault bu ilişkiyi '*Gören mi iktidardır, görülmeyen mi, yoksa görülmeden gören mi?*' sorusuyla ele almıştır. Fransız düşünür, iktidar olmanın zeminine görülmeden görme ayrıcalığını koymuştur. Bu durumu da mimariden ödünç aldığı panoptikon kavramıyla açıklamıştır. Michel Foucault'da panoptikon, gözün iktidar mekanına dönüşümünü temsil eder (Sartori, 2006:9). On yedinci yüzyıl sonlarından itibaren batının hukuksal-söylemsel iktidar biçimini temsil eden iktidar biçimi ortadan kalkmaya başlamıştır. Foucault'nun negatif ve insan hayatını sınırlayıcı etkiye sahip hükümdarın varlığını yaşatmaya dayalı modelin yerini, daha pozitif ve üretken, yaşamın sağladığı güçleri kısıtlamayı değil artırmayı hedefleyen iktidar almıştır (Foucault, 2015:16). Bu noktadan itibaren, bir tebaa, bir topluluk olarak değerlendirilen ve birey bazında önem arz etmeyen insanlar, iktidarın tek tek özne olarak önemsediği ve ilgilendiği bireye dönüşmüştür. Gözetim teknikleri ve pratikleri de bu bağlamda değişiklik göstermiş, bireyin her anının gözetim ve denetim altında tutulması iktidar için elzem olmuştur. İktidarını bireyin bedeni üzerine kuran bu iktidarı Foucault 'biyoiktidar' olarak adlandırır (Foucault, 2015:16).

Foucault'nun biyoiktidarı, bireyi bir makina gibi değerlendirip disipline eden 'disiplinci' biçimi ve toplumu biçimlendiren 'nüfusun biyopolitiği' olmak üzere

yaşama iki şekilde müdahale eder (Foucault, 2015:17). İktidar, 18.yy itibariyle topluma dair karşılaştığı ırk, yaşam süresi, doğum oranı, sağlık gibi sorunları akılsallaştırma yoluna giderken, Foucault bu akılsallığı ‘liberalizm’ olarak açıklamıştır (Foucault, 2014:263). Biyopolitik çözümleme, aynı zamanda liberalizmi doğuran politik rasyonelleşmeyi içeren bir çözümlemedir (Revel, 2012:31). İktidar için önem arz eden konuma gelen bireyi denetim altında tutmanın en önemli araçlarından birisi olan gözetim de bu yeni iktidar modeli ile beraber yükselişe geçmiştir.

İtalyan siyaset bilimci Giovanni Sartori *Gözün İktidarı* adlı eserinde, yazılı kültür ürünü homo sapiens’in (bilen insan) yerini görüntü çağının ürünü homo videns’in (gören insan) aldığını belirterek görmenin üstünlüğüne işaret etmiştir.

İktidarın gücü kullanma yönteminde modern döneme geçişle birlikte gösterinin yerini gözetleme almıştır. Disipline edici güç olan iktidarın gücünü, haşmetini, zenginliğini göstermek için sergilediği gösteri, hem korku salarak hem de kudretiyle büyüleyerek yönetimi altındaki yurttaşların zihnine kazanmaktaydı. Modern dönem ile birlikte gücün kendisi gösteri alanından çekilerek, uyrukları tarafından seyredilmek yerine kenara çekilip onları seyretmeyi/gözetim altında tutmayı tercih etmiştir (Bauman, 2012: 58).

İktidarların toplumu kontrol etme ve yönlendirme etkinlikleri arasında gözetim pratiklerinin yeri yadsınamaz. Tarihsel süreç içerisinde iktidarın olduğu her yerde, iktidarın en önemli teknik araçlarından birisi de gözetim olmuştur. Gözetime dair süreç içerisinde değişen ise yalnızca gözetim pratiklerinin mahiyetidir. Endüstri devrimi ile birlikte günümüz anlamında kentlerin oluşmasıyla iktidarlar kent ile kırsal arasına kalın bir çizgi çekmiştir. Vergi ödeyen vatandaş ve ödenen vergileri gözetim altında tutmak isteyen iktidar kır ile kente ait olanı birbirinden tüm hatlarıyla ayırma ihtiyacı duymuştur (Hobsbawn, 2004: 22). İlerleyen dönemlerde ütopyik düzeyde görünen şehir planlamaları da, örneğin Jane Jacobs’un modernist şehir planlaması, gerekli görülen güvenliğin sağlanabilmesi için iktidarlara gözetim ve denetim aygıtlarını elinde bulundurma ve kullanma hakkını tanımıştır (Harvey, 2008:202) Değişen gözetim pratiklerini görmek adına teknoloji çağını yaşayan

günümüze bakıldığında ise bireyleri gözetim altında tutmanın artık birçok yolunun olduğu görülebilir. Bireylerin alışveriş tercihleri, sanal harcamaları, banka ve kredi kartlarına kayıtlı veriler birer ayak izi olarak sisteme kaydedilmektedir. Bireyler hakkında elde edilen veriler tek havuzda toplanarak kitlesel gözetimin önu açılmıştır (Harvey, 2008:317).

Günümüz gözetim modelleri ele alındığında panoptikon, süperpanoptikon ve sinoptikon öne çıkmaktadır. Panoptikon bu modeller arasında klasik ve en eski olanı olsa da, günümüz gözetim pratikleri ve türlerini açıklamakta artık yetersiz kalmaktadır. Panoptikon görünmeden gözetlemeyi temsil ederken; süperpanoptikon alışveriş ve kredi kartı kayıtları üzerinden elektronikleşmiş panoptikonu; sinoptikon ise panoptikondaki gözetleyen-gözetlenen ilişkisinin yer değiştirip çoğunluğun azınlığı izliyor olmasını ifade etmektedir. Zygmunt Bauman'ın söz ettiği ve panoptik gözetimin akışkan ve esnek hal kazanmasını ifade eden postpanoptikon (Bauman, 2012:58-80) ile tehlikeli olarak fişlenmek üzere gözetim altında tutulan istenmeyen kitleleri kategorilerilemeyi amaçlayan banoptikon da gözetim teknikleri ve ihtiyaçları hâsılinda ortaya çıkan alt başlıklar olmuştur.

#### **1.4.1. Gözetimin Yeni Boyutları**

Görme eyleminin icrası olan gözetim, içerisinde bulunulan döneme göre şekil değiştirerek varlığını sürdürür. Gözetim, iktidarlar için toplumsal denetimin en önemli aracıdır. Gerek gerçek dünyada gerek olası gerçek dünyanın izdüşümü olan ütopyalarda gözetim demek denetlemek demek olmuştur. George Orwell'ın 1984 romanında *'Big Brother Watching You'* sloganı ile sık sık dile getirilen ve gerçekliği muamma olan bir iktidarın/büyük biraderin görüyor olması ile yarattığı iktidar baskısının vurgu yapan pasajlar, görme-hükmetme ilişkisini vurucu olarak hissettirir. Aynı şekilde dini metinler ve tanrının her an her yeri görüyor olması vurgusu da bu bağlamda önemli bir örnek teşkil etmektedir.

Modern dönem ile birlikte insanlar gözetim faaliyetlerinin birer metası haline gelmiştir. Gözetimin tarihi insanlığın tarihi kadar eski olmasına rağmen neden modern dönem ile ilişkilendirilir? Gözetimini sanki modern dönem ile keşfedilmiş

bir pratik gibi sunma alışkanlığı birçok kez tartışma konusu olmuştur. Bu konuda iletişim bilimci Uğur Dolgun şu açıklamayı yapmaktadır;

*“Modern toplum içerisindeki gözetim pratikleri, çeşitli düşünürler tarafından teknik gözetim olarak adlandırılır. Tarım toplumundan modern topluma geçişte, fabrikalar simgesel bir mekan karakteri kazanmıştır. Tarım toplumunun doğaya ve gün ışığı, mevsimsel koşullar, ürünlerin hasat ve yetiştirme dönemi gibi doğal süreçlere bağlı üretim biçimi yerini fabrikaların zamana uyarlanmış ve diğer doğa şartlarından arındırılmış temposuna bırakmıştır. Kapitalist sistemin simgesel mekanı fabrikalar, gözetimi de doğal gözetimden teknik gözetime taşımıştır.” (Dolgun, 2005:60-73).<sup>i</sup>*

Ortaçağ imparatorluklarının alenen uyguladığı doğal gözetimin yerini alan sanayi dönemi fabrika modeline uygun teknik gözetim, teknoloji çağı ile birlikte yerini teknolojik gözetime bırakmıştır. Modern gözetim, Micheal Foucault tarafından panoptik kavramsallaştırması ile özdeşleştirilmiştir. Teknolojik yenilik ve iletişim teknolojilerinin çeşitlenmesi ile yeni kavramlar panoptik gözetim anlayışını yeni boyutlara taşımıştır. İletişim bilimciler, bireyleri iktidarın nesnesine dönüştüren ve kullanılmak üzere depolanmış birer veriye indirgeyen tavrı panoptikon, süper-panoptikon, sinoptikon, postpanoptikon ve banoptikon gibi kavramlar ile adlandırmışlardır.

#### **1.4.1.1. Panoptikon**

Günümüz sanal toplumunda birey-iktidar ilişkisini tanımlamada önemli bir referans olan panoptikon kavramı, Yunanca pan (bütün) ve optic (görme) kelimelerini birleşmesiyle meydana gelmiştir. ‘Bütünü görme, bütünü gözetleme’ anlamları taşıyan panoptikon kavramının yaratıcısı İngiliz düşünür ve toplumbilimci Jeremy Bentham’dır.

18. yy itibarıyla dönüşüm yaşayan batı dünyasında iktidarlar yeni modeller, yeni uygulamalara ihtiyaç duymuştur. Panoptikon kavramının fikir babası, yaşadığı dönemdeki geniş kitleleri kontrol altına almayı amaçlayan bir felsefeye öncülük

etmek isteyen İngiliz Jeremy Bentham'dır. 1785 yılında mimar, Jeremy Bentham'ın mimar olan kardeşi Samuel Bentham'dan bir yapı tasarlanması istenir. Samuel Bentham'ın mimari tasarımı olan panoptikon sisteminin temellendiren düşünce ise Jeremy Bentham'a aittir. Ortak ürünleri olan ve sosyal bilimlere panoptikon kavramını kazandıran bu çalışmadan yıllar sonra Jeremy Bentham şu şekilde bahsedecektir,

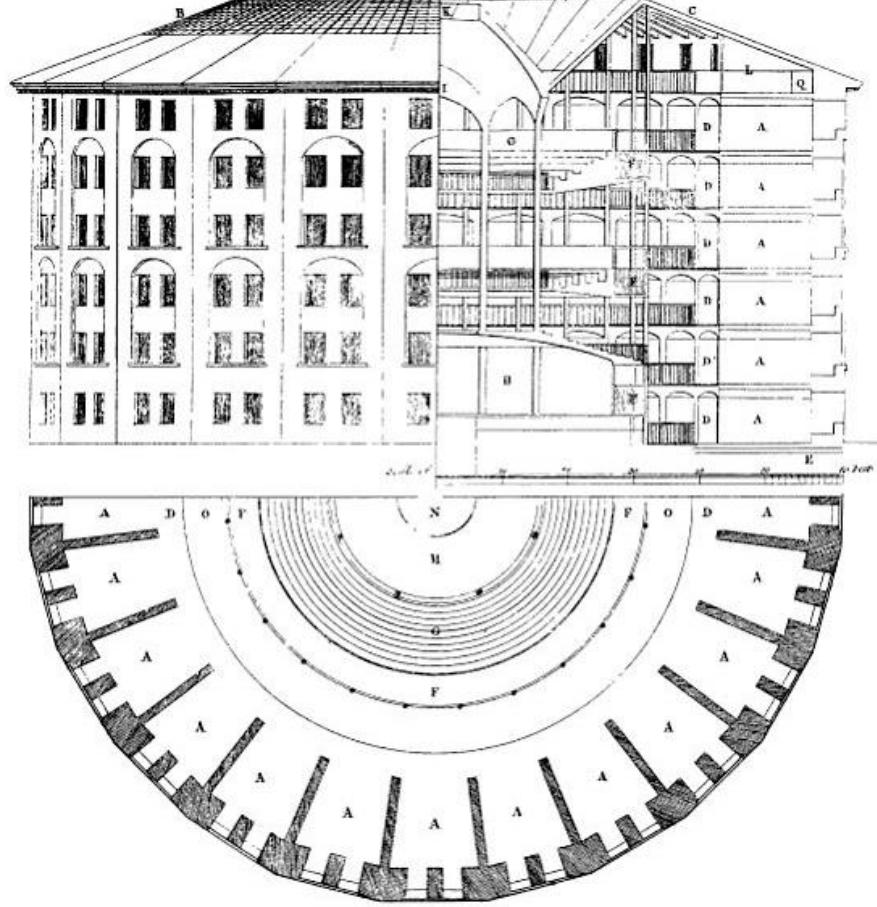
*“Tasarımı yapılan Panoptikon'da en önemli temel ihtiyaç karşılayan yan, çok sayıda insanın gözetim altında tutulmasının amaçlandığı binalar marifetiyle, çevrelenemeyecek ya da denetlenemeyecek kadar geniş mekâna sahip olmayan, istisnasız bütün kurumlara uygulanabilir olduğu kabul edilecektir.”*

Samuel Bentham'ın tasarladığı panoptikon, gözetleyip gözetlenmediğini bilemeyen mahkumları, gözlemcinin gözetim ve denetim altında tutmasını sağlayan bir dairesel tasarım olarak tarif edilirken, kardeşi Jeremy Bentham'ın bu mimari yapıya politik ve teknolojik bir anlam kazandırdığı da ifade edilir (Romele: 2017:205)

Hapsetme, tecrit etme, gözaltında tutma, zorla çalıştırma veya eğitim gibi pek çok işlevi yerine getirecek olan panoptikonun, Bentham'a göre en önemli işlevi otoriter odaklı olmasıdır. Bu mimari gözetleme planının en önemli iki noktasından birisi ve de özü olan husus, 'görünmeden gözetleme' düsturuna uygun olmasıydı. En etkin gözetleme biçimi olan 'görünmeden gözetleme' gözetim yapana merkezde olma fırsatı da verir (Özdel, 2012: 24)

Jeremy Bentham, yaşadığı dönem ve öncesinde uygulanan denetimin tek bir amacı olduğunu ve bu amacın da ceza tehdidini sürekli kılarak bireyleri kontrol altında tutma olduğuna işaret eder. Bireyler/yurttaşlar, kendilerini gözetim altında tutan gücün görüş alanından asla kaçamayacaklarını ve hiçbir suçun cezasız kalmayacağını kendilerine dikte eden bir öğrenilmiş çaresizliğin içerisinde hapsedilmişlerdir. Bu yüzden Bentham'ın panoptikonunda özel mekana yer yoktur. Toplumsal yapıyı bozan geçimsizlerin kendine ait bir mahrem mekanı yoktur, daimi olarak gözetim altındadır ya da gözetim altında olduğu hissini baskısı altındadır (Bauman, 2012: 53). Bu noktada iktidarın elindeki 'görünmeden gözetleme' silahını

olan panoptik bakış, görünürlüğü bireyler için bir tuzak haline getirir (Dolgun, 2005: 89)

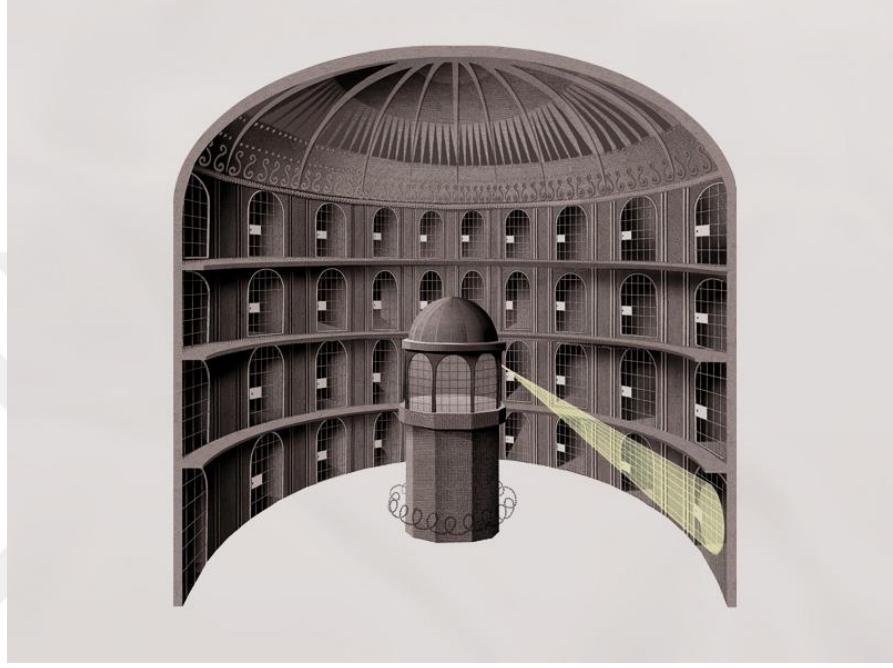


**Görsel 1:** *Jeremy Bentham'ın mimari panoptikon modeli*

İktidara/gardiyanaya görünmeden gözetleme imkanı veren bu çok katlı bu yapı, çok sayıda odaya/hücreye sahiptir. Yuvarlak bir biçimde tasarlanan bu konseptte, ortadaki yuvarlağın çevresinde hücreler yer almaktadır. Dış kısmında birer pencere yer alan hücrelerin iç kısmı yapının ortasındaki kuleye bakmaktadır. Fakat bu kuleyi mahpusların görmesi mümkün değildir. Kuledeki nöbetçi/gözetleyen ise hücrelerin tümünü görecektir fiziksel konum ve anayasa sahiptir. Mahpustakiler gözetleyen nöbetçiyi görememektedir. Buna karşın, panoptikon modelin en başat özelliği olduğu üzere, nöbetçiler hücrenin dış tarafından gelen ışığın yardımıyla her bir hücredeki mahkumu/kapatılanı yansıyan silüeti üzerinden görmek ve takip edebilmektedir.



Bentham bu noktada şunu öngörmektedir; her an gözlemlendiğini bilen, yaptığı yanlış hareketler sonucunda cezalandırılacağını farkında olan mahkum, ceza almamak için gözlemlendiğini göremiyor da olsa davranışlarına çeki düzen verecek ve düzene uygun davranacaktır.



**Görsel 2:** *Jeremy Bentham'ın panoptikon hapisane modelinin iç mekan taslağı*

Bentham'ın mimari anlamdaki panoptikon tasarımını sosyal bilimlere kazandıran Michel Foucault'a göre "*Panoptikon kavramı, öz disiplinli modern toplum ve yönetimlerin doğuşunu açıklama konusunda kilit bir noktayı temsil etmektedir*" (Bauman-Lyon, 2013: 58).

Jeremy Bentham'ın kavramsallaştırmasını yeni bir yorum getiren Fransız düşünür Micheal Foucault panoptikon ile hem modern dönüşümü, hem de denetim ve denetimi kontrolünde tutan iktidarın modern döneme uyarlanmasını ifade etmeye çalışmıştır. Foucault'a göre modern dönem liberal yönetiminin de esas formülü olan panoptikon, modernitenin aynasıdır. (Foucault, 2004:58)

Panoptikon kavramını modernize ederek günümüz modern iktidarını tanımlamaya çalışan Foucault, diğer yandan panoptik gözetim kavramının görüldüğü gibi doğrudan moderniteye değil daha eski zamanlara dayandığını ifade eder. "*Panoptiğin en eski hükümlerinin en eski rüyası olduğu söylenebilir*" ifadesini

kullanan Foucault'ya göre panoptik mekanizma (Foucault, 2013:60), iktidarı var eden aygıtları barındıran uyrukları tümüne uygulanabilecek bir bakış, bir gözdür. Dolayısıyla panoptikonun tarihi, insanın ve iktidarın tarihi kadar eskidir.

*"Modern iktidar, çocuğu okulla, hastayı hastaneyle, deliyi tımarhaneyle, askeri orduyla, suçluyu hapishaneyle kuşatarak bireyselleştirmiş, kayıt altına almış, sayısal hale getirmiş, böylece egemen olmuştur. Her kişi bir yerde kayıtlı hale gelince, herkes denetim altında olacak, gözetim altında tutulacaktır "* (Foucault, 1992:396)

Panoptikon '*verimlilik ve güvenlik modeli*' olarak hem kapitalist sistemin devam ettirilmesinde hem de mevcut sistem içerisindeki iktidar ve güç odaklarının egemenliğini pekiştirmesinde önemli rol oynamaktadır (Çoban, 2008:159).

Modern liberal toplumun yücelttiği 'bireyin biricikliğine' rağmen, toplumun baskılama ve yaptırım gücü her zamanki gibi ağırlığını korumaktadır. Bireyin tek tipleşmesine, herkesle aynı düşünerek herkesleşmesine sebep olan toplumsal baskıya Foucault '*dinamik normalleştirme*' adını vermektedir. Bu dinamik normalleştirme, dinamik toplum yapısının farklı olanı, çoğunluktan daha farklı bir şey söyleyeni ya da 'aykırı' olanı baskı altına alarak gerektiğinde cezalandırarak veya dışlayarak normalleştirmesini, toplum normaline indirgemesini temsil etmektedir. Bu durum ise bireylerin farklı düşünmesine engel olup, üretken düşünce ve fillerden kaçınmasına neden olur. Yine Foucault'un deyişiyle, "*Bir yerde herkes birbirine benziyorsa, orada kimse yok denektir*".

Foucault bu noktada panoptikon kavramını kullanır ve panoptik gözetimin toplumu ve bireyleri dinamik normalleştirmeye ittiğini, yani herkesin aynılaşmasına neden olduğunu belirtir. Gözetlendiğinin ve beklenen davranışların dışında davranış sergilediğinde cezalandırılacağına farkında olan birey, çoğunluğun/iktidarın beklediği davranışları sergilemek zorunda hisseder kendisini.

İktidarın tek bir yapı olarak, yönetici/hükümdar simgesiyle tek bir merkezde yer aldığı dönemin geride kaldığını belirten Foucault, iktidarın ağlar şeklinde toplumun her bir noktasına en ince ayrıntısına kadar sirayet ettiğinin altını çizer. Tüm kurum ve yapılarda iktidarın olduğunu belirten Foucault, bu durumu şöyle izah etmektedir;

*“İktidar her yerdedir. Hapishanede, tımarhanede, hastanede, okulda, bilgide, bilimde ve iş yerindedir. İktidar; kodlamada, kapatılmada, yasaklamada, baskıda, gözetlemede, denetlemede ve yönetmededir. Okulda okuduğumuz kitapta, evde karşılaştığımız baskıda, gönderildiğimiz odamızda, kilitlendiğimiz tuvalette, sokakta gördüğümüz şiddette, yediğimiz tokatta, tekmede, coptadır. Hastanede yediğimiz sakinleştirici iğnededir, klinikte bilinçaltımıza ulaşmaya çalışılan sözcüklerdedir iktidar. Politikacıların nutukları, anne ve babanın tavsiyeleri, öğretmenin cetveli ve komutanın sana verdiği tüfektedir iktidar. Aynı giydiğimiz önlükte, üniformada, takım elbisede, tulumdadır. İş yerinde kadın yöneticinin yere vuran uzun topuğunda, askerde rütbelinin botlarının parlaklığındadır. İktidar yönetmekte ve yönetilmektedir. İktidar yalnızca baskı uygulamaktan, bastırmaktan, engel çıkarmaktan, cezalandırmaktan ibaret olmadığını; arzuyu yaratarak, zevki kışkırtarak, bilgiyi üreterek; bundan daha derine nüfuz ettiğini de göstermektedir. İktidar bedeni çalıştırır, davranışa nüfuz eder, arzu ve zevkle iç içe girer.”*  
(Foucault, YouTube -Eğitim Hayatı)

Foucault, panoptikon kavramının yanı sıra biyoiktidar yapısından da bahseder. Toplum için ‘normal’ olan bireyleri yaratmak adına her yerde olan, her şeyi bilen ve bireyler üzerinde hem biyolojik hem ideolojik iktidar kuran iktidarı hem disipline edici hem de denetimci iktidar olarak tanımlar (Lemke, 2014:54). Bu aşamada Foucault biyo-iktidarın kurulması esnasında panoptikonu ‘iktidarın laboratuvarı’ olarak tanımlar; panoptik gözetim bireyler üzerinde her an her yerde gözetleniyor hissi vererek, ödüllendirme/cezalandırma esasına dayalı bir iktidar tahayyülünü zihinlere işlemektedir. Panoptikonda gözetleyenler için, iktidar her şeye muktedir olandır.

David Lyon *Akışkan Gözetim*’de, Loic Wacquant’ın panoptiğin bir başka türevidir sosyal panoptisizmden bahsettiğini aktarır ve hükümetlerin yoksul bölgelerin refahını yükseltme parolası ile çıktığı yolda onları adeta ceza niteliğinde bir gözetime mahkum ettiğine işaret eder (Bauman-Lyon, 2013: 65). Yönetimler yoksulluğu yönetirken, sosyal yardım programı adı altında yoksul kesimlerdeki ‘işe yaramaz ve sistem için zararlı’ olanları tespit ve ıslah etmektedir. Yine aynı şekilde John Gilliom, *Overseers of the Poor (Yoksulların Gözetmenleri)* adlı çalışmasında benzer

bir noktaya değinir. Gilliom, ihtiyaç sahibi insanların sosyal yardımlar için başvurduklarında bir sosyal hizmet ağı pençesine düştüklerini, bu ağı da hayatlarını çepeçevre sardığını ifade eder.

Kendisine daha çok Loic Wacquant'ın çalışmalarında yer bulan sosyal panoptisizmin icra ve gözlem alanı daha çok kuzeyin refah toplumlarındaki yoksul mahaller olmakla beraber yoksulluğun hakim olduğu güneyin geneli olmaktadır. Sosyal yardım söylemiyle yoksulluk hem kontrol altında tutulmakta hem de tehlikeli bir boyuta evrilmesinin önü alınmaktadır.

Zygmunt Bauman'a göre panoptikon, bir metafor olarak güç ve kontrolün modern bir boyut kazanmasını izah etmektedir (Bauman, 2012: 56). Amacı, sağlanan denetim doğrultusunda mahkumların/gözetim altındakilerin davranışlarını belli bir kalıba sokmaktır.

Panoptikon, modernitenin bir yüzüdür. Modernite ise varlığını mekanı kontrol etme ve kolonizasyon üzerine kurmuştur. Panoptikon bu görevi devralarak, gözetim bağlamında mekanı ve mekanla birlikte var olan insanı kontrol altına almıştır.

Jeremy Bentham'ın bahsettiği panoptikon ve yaptırım gücü, cezalandırma veya dışlamaya dayanmaktaydı. Günümüz elektronik ve sanal panoptikonunda ise yaptırım gücü kendisini hissettirme gereği duymamaktadır. Çünkü bireyler bu gözetim dünyasının panoptik bakışına kendisini gönüllü olarak teslim etmektedir. Kişiyi kendi kendisinin gardiyanı yapan panoptikon, bireyleri seyirlik nesne haline getirir.

*'Panoptikon zengin ve çok yönlü bir içeriğe sahiptir. Ve panoptikonun bazı etkilerinden tarihsel süreçte de bugün de kaçınamayız'* diyen David Lyon, *'Aydınlanma yolunda görmenin ayrıcalığı aynı zamanda yönetme ve kontrol anlamına geliyordu'* (Lyon, 2006:5) ifadesini kullanırken iktidarların tarihsel süreç içerisinde gözetimle her daim iç içe olduğunu ve görenin de bilgiye ulaşabildiğini, bileğiydi kontrol edenin de iktidarı kontrol edebildiğini vurgulamıştır.

David Lyon aynı şekilde, *'görmenin çeşitli diyalektikleri bugün hala düzenleme ve yönetme konusunda iktidar yaptırımlarının merkezinde bulunmaktadır'* diyerek

'*surveillance*' (gözetim) kavramını '*dataveillance*' kavramıyla yer değiştirdiğini kabul etmektedir (Lyon, 2006:6).

Panoptikon saldırgan ve rahatsız edicidir. Foucault'nun, Bentham'ın mimari modeline getirdiği panoptik yorum, gücün/bilginin negatif bir tezahürü olarak bugün hala ayakta durmaktadır. Fakat bir tuğla ve harçtan ibaret yapısal gözetim olmayan panoptikonun saldırganlığının da bugün çok farklı anlama geldiğini altını çizen Haggerty, panoptikonu günümüzde kuramsal bir bilgi, gözetim analizlerine dair bir metafor olarak tanımlar (Haggerty, 2006:24) Saldırganlığı dinginlerden panoptikonun, modern toplumlarda sosyal kontrolü sağlayan bir mekanizmaya dönüştüğü de kavrama dair yorumlardan birisidir (Bogard, 2006:106).

#### **1.4.1.2. Süperpanoptikon**

Panoptikon kavramının bir başka evresi olan süperpanoptikon, veritabanında toplanan verilerin kullanıma hazır birer enformasyona dönüştürülmesi ile oluşur. Süperpanoptikon ile panoptikon arasındaki temel farka değinmek gerekirse; panoptikonda sağlanan verilerin gözetim aracılığıyla bireylerin bilgi ve rızası dışında elde edilirken, süperpanoptikonda veritabanına işlenen verilerin birincil kaynağının bireylerin eğlence, alışveriş, kredi kartı kullanımı gibi tercihlerinin olması ve yine bireylerin gönüllü veri sağlayıcılar olması sonucu meydana geldiği görülebilir (Bauman, 2012: 57). Bireyler kendileri hakkında sistemin depolayacağı bilgileri/verileri kendileri gönüllü olarak sunmakta, gönüllü gözetimin bir parçası olmaktadır.

Superpanoptikonun üç işlevi vardır: tanımlama, sınıflandırma ve değerlendirme (Öztürk, 2013:140) Süperpanoptikonda fiziksel mekanların sınırlarını aşan bir içerik vardır. İnsanları görmek, sınıflandırmak, yönetmek, yönlendirmek ve pazarlamak için artık devletin kapalı mekanlar üzerine dizayn edilmiş kurumları ve bu alanları kontrol eden panoptik gözüne ihtiyaç yoktur. Mark Poster'ın ortaya attığı kavramı, David Lyon geliştirmiş ve *akışkan dünyayı* tanımlayan kavramlardan birisi haline getirmiştir.

Gözetim toplumunun enformasyon teknolojilerinin artması ile daha da hissedilir bir seviyeye ulaştığını belirten David Lyon'a göre; bireyler artık vatandaş

değil 'kodlanmış numara ve harf dizinleri'dir. Ve aynı bireyler şirketler ile devletlerin veri tabanına kayıtlı kullanılmaya hazır veriden ibarettir (Bauman-Lyon, 2013: 13).

Süperpanoptikon, panoptikonun aksine insanları bir yerlere sabitleme ve o alanda gözetime hapsetmeyi değil; veritabanına kaydedilen verilere göre bireyleri dünya vatandaşı statüsüne layık görerek hareketliliğini sağlamayı ve nereye giderse gitsinler orayı kendi evi gibi hissetmelerini öngörür (Bauman, 2012: 58). Çünkü veritabanı/süperpanoptikon, küreselleri el üstünde tutup yerelleri eleyen bir ayıklama, ayrıştırma ve dışlama aracıdır (Bauman, 2012: 58). Panoptikonda amaç bireyi gözlemleyip gözetim alanı dışına çıkmasına engel olmak iken, günümüzde internet ile özdeşleştirilmesi mümkün olan süperpanoptikonda ise amaç veritabanına uygun vasıfları sağlamayan bireyleri ayıklamak ve onların söz konusu alana girişini engellemektir (Aydoğan, 2013:193).

Süperpanoptikonda gözetleyen iktidarın ve gözetleme zamanının belirsizliğine bir de gözetleme mekanının belirsizliği eklenmiştir (Gücüyener, 2011: 58). Birey nerede, ne zaman, kim tarafından gözetlendiğinin farkına varacak bir zeminden yoksundur.

Panoptikonda yerel olan bir diğer yerel olanı gözlemlerken/seyrederken, süperpanoptikonda yerel olan küresel olanı seyreder (Aydoğan, 2013:191). Bu sebeple küresel olan gıpta edilen, özenilen ve arzulanana olarak kendisini sunar. Birey okuduğu gazeteden, tercih ettiği tüketim ürününe, yaptığı internet alışverişinden aldığı uçak biletine kadar çeşitli veriler ile sınıflandırılır ve bu süperpanoptik sınıflandırmanın ardından ait olduğu küresel bir sınıfa yerleşmeye hak kazanır. Aksi takdirde süperpanoptik ayrıştırmanın yapıldığı siber mekanlarda küresel olana gıpta ile bakmaya devam edecektir.

### **1.4.1.3. Sinoptikon**

Sinoptikon, panoptikondaki gözetleyen ile gözetlenenin yer değiştirmesi ile ortaya çıkan bir kavramdır. Gözetim altında olan çoğunluk değildir. Panoptikondaki çoğunluğu gözetleyen azınlık, sinoptikon ile ekran karşısına geçerek çoğunluğun gözetimine maruz kalacağı ortamı tesis etmiştir. Sinoptikon kavramından ilk olarak

Norveçli sosyolog Thomas Mathiesen bahseder. Özellikle televizyon izleme eylemi, azınlığın gösterisini çoğunluğun gözetimi hizmetine sunmaktadır. 1984'ün görünmeyen mekanında tüm olan biteni bir ekran aracılığıyla izleyen Big Brother'ı, sinoptikon ile çoğunluğun/kitlenin rolü olmuştur. Panoptikondaki yerel gözetim sinoptikon ile yerini küresel bir gözetime bırakır.

Sosyolog Thomas Mathiesen'in panoptikon kavramına karşı ürettiği sinoptikon söylemini değerlendiren Zygmunt Bauman, sinoptikondan ciddi anlamda değiştirilmiş bir panoptikon olarak bahşeder. Bauman bu konuda sözlerini "Sinoptikon, bir tür 'kendin yap panoptikonudur'. Gözetimcisi olmayan bir gözetimdir" diyerek tamamlamaktadır (Bauman, 2013:75).

Televizyon ile izleyiciyi sinoptik gözetleyici haline getiren süreç, aynı zamanda her bir bireye de bir gün sinoptik gözetimin bir objesi olma, yani çoğunluk tarafından izlenmeye/gözetlenmeye maruz kalma arzusunu da aşmıştır. "*Medya, temel olarak sinoptik bir karaktere sahiptir; yani panoptiğin tersine çoğunluğun azınlığı gözetlediği bir sistemdir, televizyon ile birlikte bu artmıştır*" (Şener-Kuş, 2015:59)

Günümüz sosyal medya kullanıcılarına '*görünme*' tutkusunu veren, toplumu ise '*işşa toplumu*' haline getiren dinamiğin kökenlerini bu noktaya bağlamak mümkündür.

Sinoptikonu tanımlarken sık sık referans alınan panoptikon kavramı bireyleri belli mekanlara hapsedip o duvarlar içerisinde gözetime tabi tutarken, sinoptikon sınırların kaldırıldığı günümüz dünyasında gözetime yeni bir çehre kazandırmaktadır. Bireyleri artık somut mekanlara hapsedip gözlemek ve yönlendirmek mümkün olmadığından dolayı bireyler akışkan dünya içerisinde akışkan bir eylemselliğe doğru serbest bırakılmıştır. Bireyler artık sınırların olmadığı günlük hayatta gözetim altından olmaktan çok, gözetim yapan konumuna geçmiştir. Televizyon, sinema, internet ve sosyal medya çoğunluğun azınlık olanı izlediği, gözetime maruz bıraktığı alanlar olmuştur. İktidar, çoğunluğu yönetmek ve yönlendirmek yerine çoğunluğa doğrudan müdahale etmeden dokunmanın yolunu bulmuştur. Ekran arkasında topluma rol model olarak sunulan '*azınlık*' iktidar

tarafından tasarlanmakta, çoğunluğun olması istenilen yönlerle, çoğunluğun yakın gözetimi altındaki bu azınlık modifiye edilmektedir. Böylece iktidar çoğunluğa hükmetmek ve bu zorlu riski almak yerine, çoğunluğun 7/24 izlediği, takip ettiği ve kendisine ne olmak istediği ya da ne olmaması gerektiği konusunda referans aldığı ekran fenomenleri ile çoğunluğun hayatına dokunmaktadır.

Panoptikonun gözetlenenini olan çoğunluk sinoptikon ile gözetleyen konumuna geçmiş fakat bu etkin değil daha çok edilgen gözetim olmuştur. Çünkü iktidar gözetiminin üzerindeki bir gözetim gücü, iktidarın elindeki gücü kaybetmesine yol açan bir süreci doğurabilir. Bunun farkında olan iktidar, gözetleyeni de gözetleyen bir mekanizma kurarak gücünü pekiştirmiştir. Gözetleyen çoğunluğu gözetleyen göz ise, sinoptikona konu olan çoğunluğun izlediği iktidar tasarımı azınlıktır.

#### **1.4.1.4. Postpanoptikon**

Zygmunt Bauman panoptik-sonrası dönemden akışkan gözetim dönemi olarak bahseder. Gözetim pratiklerindeki esnekliğini tanımlayan bu ifade, herhangi bir amaçla toplanan verinin bir başka amaçla da kullanıma açık olduğuna işaret eder. Aynı zamanda bu verilerin de bireylerin kendi tercih, kullanım, eğlence yöntemleri, vakit geçirme eylemleri esnasında gönüllü olarak ifşa ettikleri bilgilerden elde edildiğinin altını çizer (Bauman, 2013:21). Akışkan modernitenin bireyleri her gün bilerek ve hatta isteyerek kendi mahremiyetine dair bilgileri gözetim mekanizmalarına birer veri olarak sunmaktadır.

Postpanoptik dönemde gözetim akışkandır ve elde edilen veriler net bir kullanım için depolanıp arşive atılmak yerine, akışkan şekilde rastgele başka gözetim pratiklerinde kullanılmak üzere hazırda tutulur. Bireyin sosyal medyadaki politik paylaşımı bir iş başvurusu esnasında CV bilgisi değeri taşıırken, aynı paylaşım seçim döneminde seçmen analizinde bireyi kategorize eden bir veriye dönüşür. *Multidata* olarak adlandırabileceğimiz bu kavram, gözetimin çok boyutluluğunu verinin de çok boyutlu ve çok yönlü oluşunu ekler.

Bauman, veri paylaşımı ve dolaşımının birincil olarak tedirginlik yaratan unsurunun mahremiyete yönelik değil, aynı zamanda toplumsal sınıflandırmaya yönelik olduğunun da altını çizer. *'Günümüz gözetim mekanizmalarının tesis ettiği*



*şey şu ya da bu şekilde toplumsal sınıflandırmalardır'* (Bauman, 2013: 21) diyen Bauman, gözetime veri sağlayan akışkan modernite fenomenlerinin rastgele görünse de aslında çeşitli veri ve istatistiklerlerin birer sonucu olduğuna değinir.

Post panoptikonda iktidar adına gözetleyen insan ya da kurumlar değil, makinelerdir artık (Baştürk, 2016:198). Hedef belirli bir nesne değildir, yani insanın bedeninin gözetimine odaklanmaz. Sürekli olarak gözetime tabi tutmak yerine, bireyi çevresinde gelişen şeyler dahilinde (sosyal medya hesapları, siyasal tercihleri, alışverişleri vs) bir arada görme ve analiz etme, buradan çıkan ortalama sonuç ile bireyi gözetim altında tutma metodu etkindir. Postpanoptikon olanı gözlemlemekten çok, olabilme ihtimalini hesaplamaya odaklıdır.

Klasik panoptikonda insanı gözlemek için mekanı sınırlı tutmak yeterliydi. İnsan faktörünü yerini makinenin aldığı postpanoptikonda ise sınırlı bir mekan değil, sınırsız bir uzam yaratılması esastır (Baştürk, 2016:199). Günümüz dijital toplumunda bireyin yerelleşmesi ve teknolojiden uzak durması değil, süperpanoptikon uyarınca dünya vatandaşı olması ve dijital dünyaya tam olarak entegre olup gerekli verileri teknolojik ayak izleri bırakarak veri havuzunu doldurması beklenir.

#### **1.4.1.5. Banoptikon**

Panoptikon kavramı, her geçen gün gelişen teknolojik imkanlar ve politik pratikler ile beraber yeni kavramsallaştırmalara kavuşmaktadır. Michel Foucault'nun panoptikonu bireyleri onların rızası dışında gözetleyerek belli mekanlara hapsedip o mekanların kurallarına itaat etmeyi öngörürken; banoptikon kavramı ise toplumlar için tehlike potansiyeli taşıyan kişilerin gözetlenmesi ve profilinin çıkarılması esnasında kendisini göstermektedir (Bauman-Lyon, 2013: 66). Banoptik gözetimin çalışma alanı küreselleşen dünyanın özellikle savaşlar ve işgaller sonrası açığa çıkan ve mekansız kalan kitleleridir. Bir azınlığın ya da kitlenin profilini 'istenmeyen' olarak çıkararak banoptik gözetim, profili belirlenen bu kitleyi dışlarken, diğer yandan da dışlanmayan geniş kitleyi olumlayan bir profil çizer. İstenmeyi *'içeride tutma'* dedik, *'uzak tutma'* esasına dayanmaktadır.

Banoptikon diğerk kavramların aksine seçmek için değil, belirlemek ve temizlemek için vardır (Bauman, 2012:125). Devlet ve iktidarlar toplumsal yapılanma için banoptik uygulamaları kullanırken, tüketim kültüründen beslenen odaklar miskin ve sisteme uygun olmayan tüketiciyi ayıklamak için kullanır.

Genel itibariyle her ne kadar ulus-devlet aşırı küresel mekanlarda görünürlük kazanan bir kavram olsa da, Çin hükümetinin özerk Uygur bölgesinde uygulamaya koyduğu *'teknolojik gözaltı toplumu'* uygulaması durumun yerel boyutuyla beraber endişe verici boyutunu da göstermektedir (www.uyghurcongress.org, 09.01.2018). Yaklaşık 170 milyon güvenlik kamerasının bulunduğu Çin'de genişletilen gözetim faaliyetleri için 400 milyon güvenlik kamerasının daha devreye sokulması gündemde. Yapay zeka teknolojisine sahip güvenlik kameralarının bazıları yüz tanıma sistemi ile şüpheli kişiyi tanıırken, bazıları da yaş, ırk, cinsiyet ve ten rengi gibi tanımlama ve tahminlerde bulunabiliyor. BBC muhabiri John Sudworth *'teknolojik gözaltı toplumu'* yaratma projesi olarak adlandırılan bu durumu test etmek için 2017 yılında Çin'in Guiyang eyaletinde şüpheli hareketler yaparak dolaşmıştır. Devasa gözetleme ağının güvenlik kameralarına yansıyan ve kontrol odasına şüpheli olarak bildirilen Sudworth'un yakalanması Çin polisinin sadece 7 dakikasını almıştır (BBC News, 12.12.2017). BBC muhabirinin yaptığı röportajda ilgili teknolojiye dair konuşan bir Çinli yetkili *'Her yüzü bir kimlikle eşleştiriyoruz. Ve bir kişinin bir hafta boyunca attığı tüm adımları izleyebiliyorsunuz. Yüzünüzü kullandığımız araçta eşleştirebiliyor, ayrıca akrabalarınızı ve görüştüğünüz kişileri de belirleyebiliyoruz'* açıklamasını yapıyor. Çinli güvenlik birimi üyesi ise *'verilerin büyük veri depolarında saklandığını ve ihtiyaç duyulmadığı sürece kullanılmadığını'* (BBC News, 12.12.2017) ifade ediyor.

#### **1.4.1.6. Omniptikon**

Panoptikonun, özellikle televizyonların evlere girmesiyle nasıl sinoptikona dönüştüğünden bahsetmiştik. İktidardaki azınlığın çoğunluğu izlemesi (panoptikon), çoğunluğun azınlığı izlemesine (sinoptikon) doğru evrim geçirirken bu evrim zinciri son aşamasını sosyal medyanın yaygınlaşması ile çoğunluğun çoğunluğu izlemesi evresinde omniptikon kavramsallaşmasıyla yaşamaktadır.

Kitle iletişim araçlarının gelişim gösterdiği her bir evre Michel Foucault'nun panoptikon kavramına yeni bir hüviyet kazandırmış, değişen gözetleme ve gözlemlene ilişkisi yeni kavramların ortaya çıkmasına önayak olmuştur. Facebook, Twitter, İnstagram, Periscope gibi dijital mecralar aracılığıyla çoğunluğun çoğunluğu, yani herkesin herkesi gözlemlediği bir ortam oluşmuştur. Omniptikon, içten gelen ve görünür olmaktan haz alınan gönüllü gözetim olarak kendini göstermektedir.

İfşa toplumu haline gelen ve gözetimin nesnesi olmak için adeta birbiriyle yarış içerisine giren günümüz toplumunda bireyler, sosyal ağlar aracılığıyla birbirinin hayatını gözetim altında tutmakta hiç bir sakınca görmemektedir (Binark vd. 2012:33).

## İKİNCİ BÖLÜM

### İKTİDARIN YENİ GÖZETİM ALANI: İNTERNET VE SOSYAL MEDYA

İnternetin gelişimi ile yeni bir toplumsal çağın da kapıları aralandı. İletişim alanındaki bu yeni ve hızlı gelişme, iletişimle beraber tüm küresel etkileşimleri de olağanüstü hızlı hale getirmiştir.

İnternetin etki etkinliği en önemli alanlardan birisi medya alanı olmuştur. Yalnızca iletişimin teknolojileri ve araçlarının değil, iletişimin ve haberin dili ve mahiyeti de büyük bir değişime uğramıştır. Geleneksel medyanın tek yönlü iletişim modeli, internet ile beraber çift yönlü, yani etkileşimli haberciliği ve iletişimi de beraberinde getirdi. Bireyler artık verilen alan ve iletişim kanalının şekillendirdiği biçimiyle mesaja vakıf olabilen okur/izleyici konumundan çıkmış; istediği mecrayı ve içeriği seçebilen, farklı mesajları olan metinlerden kendisine uygun mesajı seçebilen taraf haline gelmiştir. Etkileşim artık çift yönlüdür. İletişim gerçek anlamını geleneksel medya sonrası gelişen dijital medya aracılığıyla bir nebze olsun yakalayabilmişti. Çünkü mesajı oluşturan medya ile mesajın iletildiği okur arasında tek yönlü değil, çift yönlü iletişim iletişim oluşturmaktadır. Okur/izleyici, beğeni ve yorumlarıyla mesajı sağlayana geri dönüş yapabilmekte, mesajı ve içeriği yeniden tasarlama konusunda etki etme gücünü elinde tutabilmektedir.

Çalışmanın ikinci bölümünde, yeni medya ile dönüşen iletişimin yapısını ve kitle iletişim aracı olarak internetin rolü ve mahiyetini ele alınacaktır. Web 3.0 teknolojisiyle hayatımıza giren sosyal medyanın, internet gazeteciliğini bir adım öteye taşıyarak, okur/izleyiciyi de bir içerik üretici haline getirmesi yeni bir sürecin kapısını aralamıştır. Şüphesizdir ki sosyal medya, yeni teknolojik gelişmelerle beraber hiç çıkmamak üzere insan hayatına girmiştir. Andreas Kaplan ve Michael Haenlein sosyal medyayı “*Web 2.0 üzerindeki ideolojik ve teknolojik içeriklerin, yapılanmaların kullanıcı merkezli bir şekilde üretilmesine ve geliştirilmesine izin veren internet tabanlı uygulamaların bütünüdür*” şeklinde tanımlamaktadır (akt. Telli, 2012:68). Eren ve Aydın ise kaleme aldıkları makalede sosyal medyayı “*Kullanıcılara enformasyon, düşünce, ilgi ve bilgi paylaşma imkanı tanıyarak*

*karşılıklı etkileşim yaratın çevrimiçi araçlar ve web siteleri için ortak kullanılan bir terimdir''* şeklinde tanımlamaktadır (Eren-Aydın, 2014: 198). Sosyal medya bireylere sınırsız paylaşım ve keşfetme imkanı sağlamaktadır.

Sosyal medyanın eğlence mekanıyla beraber bir haber mecrasına dönüşmesi, iktidarın söylem alanı dışında bireylerin söylem üretme alanı olması dikkat çeken gelişmeler olmuştur. Yeni medyanın bu şekilde dönüşümüne eş zamanlı olarak iktidarların da bu alanı keşfetmesi gecikmemiştir. Geleneksel medyayı hemen hemen kontrolü altında bulunduran iktidara tepki olarak doğma misyonunu da taşıyan sosyal medyanın, iktidarların da alanı haline gelmesi fazla gecikmedi. Bu süreç sonrasında sosyal medyanın panoptik bir pencere olarak işlev görmesi çalışmanın ikinci bölümüne geniş şekilde konu olacaktır.

Sosyal medya kullanımının yarattığı ifşa toplumu, panoptik veri olacak kullanıcı içeriklerini iktidarlara gönüllü şekilde sunulması ve depolanmasının önünü açmıştır. İktidar ve sosyal medya ilişkisi ele alınacak olduğunda 'rıza mühendisliğinin' nasıl da kendince işlerlik kazandığını görmek mümkündür. Bireyler kendilerine ait her türlü bilgi ve mahremiyeti gönüllü ve istekli bir şekilde sosyal medyada paylaşarak, veri havuzu oluşumuna farkında olarak ya da olmayarak katkı sağlamaktadır. Bireyi ifşa etme tehdidi dolayısıyla ötekilerden klasik panoptikondan, bireyin kendisini ifşa etmek için adeta yarışa girdiği modern panoptikona uzanan süreci ve sürecin dinamiklerini anlamak için bu davranış biçiminin psikolojik arka planına bakmak gerekiyor. Haz, hedonizm ve sosyal medya başlığında ele alınan bu dürtünün kökeni, sosyal medya aracılığıyla sürekli görünür olma ve göz önünde bulunma itkisini açıklamaya yardımcı olacaktır.

## **2.1. Yeni Bir Çağın Temelleri Atılıyor: Bilgisayar ve İnternet**

İnsanlık tarihi birçok devrimsel gelişmenin eşliğinde bugünlere gelmiştir. Tarihçilerin deyimiyle *çağ açıp çağ kapatan* bu dönemlerin temel tetikleyicisi ve belirgin unsuru kullanılan alet ve teknikteki değişimi olmuştur. Farklı disiplinlere göre tarihsel dönemler farklı dönüm noktaları ile haritalandırılır. Klasik tarih anlayışına göre daha çok sosyal/siyasal olaylar ile devirler değişirken, bu

sosyal/siyasal olayların fitilini ateşleyen unsurun üretim biçimi ve üretim araçlarındaki değişiklikler olduğu gerçeği göz ardı edilmemelidir.

İnsan hayatını bugün çepeçevre sarmış olan birçok teknoloji ve teknik gelişmenin kökenine bakıldığında, bu gelişmeleri tetikleyen sürecin askeri ihtiyaçlar olduğunu görülür. Teknik ve teknolojik gelişmelerin neredeyse tümü askeri ihtiyaçları karşılamak, askeri başarılar elde etme amacıyla yeni saldırı/savunma silahlarını geliştirme dürtüleri ile elde edilmiştir. İnternet teknolojilerinin hayatımıza sirayet etmeden evvel doğuşuna bakıldığında yine askeri ihtiyaçların bir tezahürüne rastlarız.

Buhar makinesinden mikrodalga fırına kadar birçok teknoloji aynı dürtüyle doğmuştur; askeri üstünlük sağlama gayreti. Günümüz dünyasını sarmakla kalmayıp, insanları da adeta kılcal damar gibi çevreleyen bilgisayar ağı ve internet teknolojisi de askeri amaçlarla üretilmiştir. Temel çalışma prensibi ikili kodlama, yani 0 ile 9 arası rakamlardan oluşan kodlar ile bilginin veriye çevrilmesine dayanan bilgisayarın ortaya çıkış sebebi ise dünyanın en buhranlı günlerine sahne olan İkinci Dünya Savaşı'na dayanır. Yapım çalışmalarına 1945'li yıllarda başlanan ve 1950'li yıllarda kullanımda olan bilgisayarın atası sayılan ENIAC, ilk elektronik veri işleme kapasitesine sahip elektrikle çalışan bilgisayardır (Yüksel, 2014:7). Yaklaşık otuz bin kilo ağırlığında ve büyük bir odayı kaplayacak büyüklükteki ilk bilgisayar, askeri teknolojiler adına bilim adamları tarafından kullanılmaktaydı. ENIAC (Electronic Numerical Integrator and Computer/Elektronik Numara Entegrali Hesaplayıcı) ABD'nin Pennsylvania eyaletinde geliştirilen ilk bilgisayar olurken, takip eden yıllarda UNIVAC (1951) gibi ticari amaçlı ilk bilgisayar ve IBM 7090 (1958) modeli gibi ilk transistörlü bilgisayarlar da üretilmiştir.

Genel tanım olarak bilgisayar, giriş üniteleri vasıtasıyla edindikleri verileri mevcut donanımları ile işleyen ve kullanılabilir bilgi haline getirerek kullanıcılara sunan elektronik cihazlardır. Edindikleri enformasyonu depolama, çeşitlerine göre sınıflandırma, işlemden geçirip yeniden oluşturma ve kullanıcıya sunma gibi özelliklere sahip olan bilgisayar teknolojisi, zaman ve mekan kavramlarını önemsizleştirerek büyük miktardaki bilgiye zahmetsiz ve hızlı şekilde ulaşma imkanı

sunmaktadır (Dolgun, 2015:147). Bilgisayarın kullanımının yaygınlaşması ile neredeyse tüm endüstriler de dönüşüme uğramıştır (Ponting, 2015:757).

İnternet birçok bilgisayarı birbirine bağlamakta ve bu bilgisayarları kullanan kullanıcılar arasında veri alışverişi sağlama imkanı sunmaktadır. Bilgisayarları birbirine bağlanması sebebiyle geniş ölçekte dünyayı birbirine bağlayan bu teknolojiye www (world wide web) adı verilmektedir. world wide web ya da ağ denen alan, farklı kaynakları birbirine ortak bir dil ile bağlamaktadır (Maigret, 2015:331). Tüketicisi ile karşılıklı etkileşime giren internet; tüketicisine görece tek yönlü iletişim olacağı sunan kitap, televizyon veya radyo gibi iletişim araçlarının birkaç adım ötesine geçmiştir. Aynı zamanda evrenselliği, anımsalılık ve hızlılığı ile masrafsızlığı dikkate alındığında diğer kitle iletişim araçlarını da geride bırakmaktadır. İnternet sunduğu imkanlar ile televizyonu, radyoyu ve kitabı da kendi bünyesinde kullanıcıya sunan bir multimedya kimliğini taşımaktadır. Günümüz teknolojisinin ulaştığı nokta, kitabı sadece dijital hale dönüştürmekle yetinmeyip kitap gibi geleneksel bir dolaylı kitle iletişim aracına karekod gibi dijital unsurlar kazandırarak niteliğini değiştirmiştir. Mesela Deniz Ülke Arıboğan'ın *Duvar* (Arıboğan, 2017:28) adlı kitabını okurken, belli sayfalarda yer alan karekodları mobil cihazlara okutarak '*Başkan R. Reagan'ın Brandenburg'daki tarihi Berlin Duvarı konuşmasına*' ya da '*Donald Trump Meksika duvarını örmek için söz veriyor*' adlı konuşmasını video formatında izlemek mümkün. Böylece kitabın konusuna yönelik yazının yanı sıra dijital örneklerle de destekleme yapılarak, kitap gibi klasik bir araca multimedya özelliği kazandırılmaktadır.

Önce askeri alan ardından çeşitli kamu kurumları ve özel şirketlerin kullanımına giren bilgisayar ve internet, zamanla bireylerin günlük hayatında göz ardı edilemez bir rutin haline gelmeye başlamıştır. Bu noktada teknolojik gelişmeler önemli rol oynarken, olağanüstü maliyetlerle elde edilen bilgisayar ve internet teknolojilerinin, neredeyse maliyetsiz bir şekilde halkın kullanımına sunulmasının da etkisi büyüktür. Bilgisayar donanımı ve yazılımına dair gelişmeler her geçen gün yeni bir aşama kaydederek daha küçük alanlar kaplamaya ve daha devasa işlemlerin daha az zamanda/az maliyetle yapılmasının önünü açmaktadır. İlk bilgisayarın büyük

bir oda büyüklüğünde olması ve günümüz bilgisayarlarının elimizdeki cep telefonlarına sığdırılması donanım konusundaki gelişmeyi özetler niteliktedir.

İnternetin yaygınlaşması ve sosyal medyaya dönüşme serüveni web 1.0, web 2.0 ve web 3.0 gibi kavramlarla da izah edilir. Monolog olarak da adlandırılan web 1.0 süreci internetin ilk halidir ve etkileşimli olmaktan ziyade statik internet sitelerini barındırmaktaydı. Kullanıcıların sadece kullanıcı/tüketici olarak yer aldığı bu süreçte, yalnızca internet sitesindeki mevcut sayfaları ziyaret edip mevcut bilgilerden faydalanmaları mümkündür.

Web 2.0 süreci ise kullanıcıyı hem tüketici hem üretici haline getiren, içeriğe müdahale etme ve içerik üretme fırsatları sunan bir süreçtir. Öncüsü olarak sosyal medya alanı Facebook ve dijital ansiklopedi Wikipedia gösterilebilir. Facebook, Twitter, Instagram, YouTube gibi sosyal medya görüntü/video paylaşım ağları; e-bay, Amazon, gittigidiyor.com gibi sanal mağazalar Web 2.0 kavramına örnek verilebilir.

İlk kez Web 2.0 tanımını ortaya atan O'Reilly Media'ya göre Web 2.0 demek, ağ etkilerini daha çok insanın kullanabilmesi için programlar kurmak demektir .

İnternetin dününden bugününe eşlik eden Web 1.0 ve Web 2.0 kavramına ek olarak Web 3.0 kavramından da bahsedilmektedir. Monolog halindeki Web 1.0 ve karşılıklı etkileşimi mümkün kılan Web 2.0, üreten insanlarla tüketen insanların kullanım ve yorumu ile sınırlıdır. Dijital içerik ve verileri yorumlayacak olan kişi, bilgi ve deneyim sahibi kişinin kendisi yani yine bireylerdir. Web 3.0'da ise içerik kontrolü ve yorumlama yazılımların elindedir. Günümüzde gelişim gösteren ve zamanla dijital kontrolü tamamen ele alması beklenen yapay zeka devrimi Web 3.0 kavramını temsil etmektedir.

'*Semantik/Anlambilimsel Web*' olarak da adlandırılan Web 3.0 teknolojisi ile sosyal medya daha fazla birey odaklı olmuş, bireyin aradığı veriyi bulmasına veya istediği veriyi üretip paylaşmasına olanak sağlamaktadır. Yalçın Yağcı, teknolojik devrim niteliğinde yenilikler içerdiğini belirttiği Web 3.0'ın amacını '*Web'de tanımlanmamış herhangi bir içeriğin kalmaması ve web'de oluşan bilgi topluluğuna*



*yeni bir anlam kazandırarak bilginin kullanımını, ulaşımını kat ve kat arttırmak'* (Yağcı, 2011:140) olarak açıklamaktadır.

İnsan hayatına sayısız kolaylıklar sağlayan ve fırsatlar tanıyan Web 3.0 teknolojisi, diğer yandan veri havuzu oluşturma ve bu kişisel verilerin kitleleri kontrol veya yönlendirme amacıyla kullanılmasına da zemin hazırlamaktadır.

Kimi uzmanlara göre teknolojinin yeni bir aşaması, kimi uzmanlara göre ise yeni bir çağ olarak adlandırılan web teknolojileri, birçok açıdan kullanıcıya kolaylık sağlamaktadır. Yalnızca kullanıcı için değil, tasarımcı ve reklamcı için de web 2.0 önemli bir aşama olmuştur. Artık site reklamları sabit bir şekilde aynı noktada tek biçimde kalmamakta, değişen haber içeriğine göre Google AdSense aracılığıyla reklam da değişim göstermekte ve amacına daha çabuk ulaşmaktadır.

## **2.2. Yeni Toplumsal ve Siyasal Alan: Sosyal Medya**

İletişim teknolojilerinin gelişmesi, yeni medya olarak da adlandırılan sosyal medyayı günlük hayatın vazgeçilmez bir parçası haline getirmiştir. Akıllı telefonlarının çeşitli sosyal medya uygulamaları sayesinde her bir birey birer medya konumuna gelmiştir. Bireye medya payesini kazandıran elindeki akıllı telefon ile şahit olduğu olayı kayda alabilmesi, fotoğraflanması ve yazı/haber içeriği yaratarak bunu yine akıllı telefonu ile yayınlamaya kamuoyu oluşturmaya tek başına muktedir olması ile mümkün olmuştur. Yeni medya teknolojilerinin bilgi ve enformasyona ulaşımı kolay kılması, zaman ve mekan engelini kaldırarak anıdalık imkanını sunması ve etkileşim gücünü artırması yönüyle birçok ekonomik, politik ve sosyal değişimi de beraberinde getirmiştir.

1980'lerde hem neoliberal zafer hem de çift kutupluluğun ortadan kalkmasıyla dönüşüm yaşayan medya ve kitle iletişim araçları, 1990'larda yeni bir hüviyet kazanarak merkezî ve çok yönlü bir yeni alana dönüşmüştür (Castells, :480). Manuel Castells'in bu tanımına benzer olarak gelişen sosyal medya ve kitle iletişimine olan etkisi de, iletişimi belli merkezlerden hegemonyasından çıkartarak çok yönlü hale getirmiştir.

Günlük hayatın her alanına sirayet eden internet kullanımını *her an, her yerde* olma özelliği kazandı. Geleneksel medya olan radyo, televizyon ve gazetenin haberdar etme hükümlerine son veren internet gazeteciliği/yeni medya için çeşitli tanımlamalar yapmak mümkündür. Öne çıkan ilk özelliği *'hızlı olma'* olan yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran *'hızıyla'* beraber en önemli husus multimedya özelliğine sahip olmasıdır. Yani ses, yazı, görüntü ve video gibi çeşitli formatları tek bir haberde bir araya getirme imkanına sahiptir. Bu bağlamda yeni medyadan *'bilgisayar işlem gücü olmadan oluşturulması mümkün olmayan ortam'* (Aydoğan-Kırık, 2012:59) olarak söz etmek doğru olabilir.

İnternetin sağladığı avantajların ayrı bir kimlik kazandırdığı yeni medya konusunda çalışmalar yapan Richard Rogers, üç önemli özellikten bahseder; etkileşim, kitesizleştirme, eşzamansızlık (Aydoğan-Kırık, 2012: 6). Yeni medya sahip olduğu yapı sayesinde alıcı ile verici arasında bir etkileşim oluşturup geleneksel medyanın tek yönlü mesaj özelliğinin ötesine geçer. Aynı şekilde geleneksel medyanın tek bir kitleye hitap edencesine oluşan üslubunun ötesinde, her bireye ve her kesime hitap edecek çeşitlilik ve ayrıntıda, özel alanlara yönelik içerik üretmektedir. Alıcı kesim artık tek bir kitle değil, grup ya da bireylerden oluşan bir alandır. Yeni medya eşzamansızlık özelliği ile haberin ya da içeriğin bireye tek bir zaman diliminde değil; kullanıcının istediği anda istediği aralıklarla aktarılması avantajını da sağlamaktadır. Yeni medyanın karşılıklı etkileşim, kitesizleştirme ve eşzamansızlaştırma özellikleri ile alıcı ve verici aracındaki duvar ortadan kalkmış, daha geçmişken ve içiçe bir ortam oluşmuştur.

Sanal olmayan hayatta zamanla kimliği silikleşen insanın, sanal dünyada kendisine yeni kişilik ve kimlikler inşa etmesinin ardında yatan en evhamlı dürtülerden birisi de yalnız kalmama ve dışlanmama hissiyatıdır. McLuhan'ın deyişi ile küresel bir köye dönüşen dünyada, özellikle internet teknolojileri ile insanlar birbirine bağlanmaktadır. Bilgisayar ve internet teknolojilerinin mekanik ve teknik bir bağlamın ötesine geçmesiyle, sanal da olsa insan faktörünün boşluklarını doldurduğu sosyal medya kavramı ve mecrası doğmuştur. Sosyal medyanın gelişimi ile beraber, birbirine kolaylıkla bağlanabilen insanların bu yeni dünya için kendilerine yeni bir kişilik yaratma süreçleri başlamıştır.

Her geçen gün çeşitlenen sosyal medya ortamlarında bireyin haberdar olma güdüsü evhamlı bir hal almakta, birey her şeyden haberdar olma ve her şeyden haberdar etme paranoyasına düşmektedir. Bilginin kendisi enformasyonun içerisinde kaybolurken, enformasyon ile dezenformasyonun ayrımını yapmak da her geçen gün zorlaşmaktadır. Her görüntü, her ses, her video artık akıllı telefonlar ve bunları medyalaştırma platformu olan sosyal medyalar üzerinden kitlelerin önüne bırakılmaktadır. Öyle ki, medyalaştırılmayan şey var olamıyor veya çok kısıtlı oranda varlığını duyurup sürdürebiliyor (Huisman, 2000:63). Multimedya özelliği açısından iletişimin alıcı kısmını da aynı zamanda verici kısmına çeviren, bu yönüyle geleneksel medyadan önemli ölçüde ayrılan yeni medya, Hegel'in efendi-köle diyalektiğine benzer şekilde iletişimin alıcı ile vericisi arasındaki farkı törpülerken bu iki zıtlığı birbirine mecbur kılar.

İnternet ve sosyal medyanın insanlığa sunduğu avantajlar ve sağladığı kolaylıkların yanı sıra, insan ve toplum hayatında yol açtığı olumsuzluklar da sosyal medyanın tanımına dahildir.

'*İnsan dijital medyanın kölesidir*' diyen Yusuf Kaplan, modern Batı uygarlığının aslında medya uygarlığı olduğunu belirterek sözlerine şöyle devam etmektedir, "*Medya demek, araçların hegemonyasıdır. Araçlar amaçları devre dışı bırakırken, insanları da amaçsız bırakıyor.*" (Kaplan, 2016:665). Yazar Erol Göka ise medya ve teknoloji ile çevrelenmiş bir dünyadan söz ederek, bunu *teknomedyatik dünya* olarak adlandırır. Ve teknomedyatik dünyanın öne çıkan özelliği olarak da sanallık ve sunilikten söz eder (Göka, 2016: 683). Bu görüşler ışığında sosyal medyaya yönelik tanımların karamsar bir tablo çizdiği gerçeğiyle yüzleşmek mümkündür.

Bireylerin her an elinde bulunan akıllı telefonların sosyal medya mecralarına anlık ulaşım sağlaması, zamanın büyük çoğunluğunun bu mecralarda harcanmasına da yol açmaktadır. Sosyal medyada harcanan zamanın fazlalığından yakınan bireylerin bu tutumlarını devam ettirmeleri, sosyal medya bağımlılığı tanımını da literatüre kazandırmış oldu. "*Sosyal medya bağımlılığı; sosyal ağlarda sıkça vakit geçirme ve sürekli çevrimiçi kalarak dünyada olan bitenden haberdar olma*

*durumunu ifade eden bir kavramdır”* (Kırık, Star Gazetesi, 2019) diyen akademisyen Ali Murat Kırık, Z kuşağının bu bağımlılığı daha derinden hissettiğinin altını çiziyor.

Sosyal medyanın bireyi şekillendirmesine bir aşamadan sonra bireyin sosyal medyada kendini yeniden şekillendirmesi ekleniyor. Panoptiğin de süper panoptiğe dönüştüğü mecrada, kişi olduğu değil de ‘olmak istediği kendini’ yansıtmaya yarışına girmektedir. Kendi sıfatını kendisi belirleyen birey (Çelik, 2017) sosyal medya hesabındaki biyografi kısmına ‘çalışkan’, ‘okuyan’, ‘çok gezen’, ‘sporcu’ gibi sıfatları ekleyerek bir kimlik yaratımı çabasına girmektedir. Daha çalışkan olduğunu göstermek için ofisten, daha çok okuduğunu göstermek için içtiği kahveyle beraber kitabını paylaştığı sosyal ortamından, sporcu olduğunu göstermek için spor salonunda ‘anlık hikaye’ atmaktadır. Tanımını geçmiş zamanlara dayanması ve uzun yıllar boyunca ders niteliği taşımasından alan hikaye kavramı dahi bu hız dünyasında ‘anlık hikaye’ kavramına dönüşerek anlam kayması yaşamıştır.

Sosyal medyanın toplumsal olaylardaki etkin kullanımı sayesinde geleneksel medya, sesini duyurmak için meydanlara inen kitleleri tamamen görmemezlikten gelememiş olmuştur. Bir yerden sonra sosyal medya, geleneksel medya içeriğine yön verir gücü kendi potansiyelinde yaratmıştır. “Eylemcilerin sosyal medya olanaklarını kullanması onları görünür hale getirmiş, bu noktadan itibaren eylemler kamusal bir mesele haline gelmiştir” (Eren-Aydın, 2014:200).

ABD’de Wall Street eylemleri, Moldova’da ‘Twitter devrim’ (NTV, 2009) olarak adlandırılan halk ayaklanması, İngiltere’de Londra olayları, Türkiye’de Gezi Parkı eylemleri ve aynı dönemde Brezilya’daki geniş katılımlı protestolar sosyal medyanın etkin gücünü arkasına alan toplumsal hareketlerdir. 2010 yılında Tunus’ta başlayan; Mısır, Libya, Suriye, Bahreyn, Cezayir, Ürdün, Yemen gibi ülkelerde toplumsal ayaklanmalara ve otoriter rejimlerin yıkılmasına ön ayak olan Arap Baharı protestoları da ‘*internet devrimleri*’ olarak adlandırılmaktadır. Sosyal medya üzerinden organize olan binler, meydanlarda sesini yine sosyal medya uygulamaları üzerinden duyurarak toplumsal hareketler aracılığıyla iktidar ve sosyal medya ilişkisine yeni bir soluk getirmiştir.

Özellikle Moldova’da komünist partiyi iktidara taşıyan seçimler sonrası başlayan sokak eylemleri, geleneksel medya üzerindeki iktidar sansürü nedeniyle sosyal medya üzerinden örgütlendi. İnternet üzerinde henüz sansür mekanizması geliştirmemiş olan iktidar için, yoğunlaşılması gereken ilk alan olarak sosyal medya kontrolü olmuştur. İlerleyen dönemlerdeki kitlesel halk eylemlerinde iktidarları en çok zor durumda bırakan da sosyal medya organizasyonları ve bu mecralar üzerinde sansür uygulama gücünden uzak olmasıdır. Geleneksel medyanın aksine, sosyal medyanın küresel bir ağdan beslenme imkanına sahip olması iktidarları zor durumda bırakan diğer nokta olmuştur.

Sosyal medyanın Arap Baharı olaylarını yaşayan ülkelerdeki siyasal tartışmaları şekillendirmesi ve etkilemesi, birçok çalışmanın konusu olmuştur. Arap ve Kuzey Afrika coğrafyasında yaşanan devrimlerde 3 milyondan fazla tweet, binlerce blog yazısı ve yüzlerce gigabitelik YouTube video içeriği bilimsel olarak göstermektedir ki, toplumsal devrimlerde sosyal medyanın etkisi rolünü artırmaktadır (Pesen, 2011)

### **2.3. Kitle İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya**

Kitle iletişim araçlarını tartışmadan önce kitle iletişimi kavramına ve kitle iletişimine düşen göreve Ünsal Oskay’ın tanımıyla değinmek yerinde olacaktır. Oskay bu konuda aşağıdaki ifadeleri kullanmaktadır;

*“Yeni toplumsal yaşam içerisinde kitle iletişimine düşen görev, varolan toplumlardaki egemenlik yapısının kaba yöntemlerle korunması yerine, toplumun bugün eriştiği gelişme düzeyinde günümüzün üretim süreçlerinde istihdam edilen ileri teknolojinin potansiyel olarak sahip olduğu verimlilikten yüksek oranda yararlanmaya daha yatkın bir yol olan kültürel düzenlemelerle korunmasıdır”* (Oskay, 1982:26).

Günümüz dünyasının ‘hız dünyası’ olarak adlandırılması, teknik ve teknolojik gelişmeler sayesinde birçok şeyin akıl almaz hızda icra ediliyor olmasıyla yerinde bir tanım özelliği kazanmıştır. Öyle ki insanlığın bin yıllar boyunca oluşturduğu enformasyonun misli son elli yıldaki teknik gelişmeler ile fazlasıyla elde

edilmiştir. Modern iletişim teknolojileri aracılığıyla kitle kültürünün üretilmesinde kitleler yığın gibi değil, dağıtılmış bir kitle olarak tasarlanmıştır (Oskay, 1982:11).

Etkisi küresel ölçekte hissedilen ve daimi olarak toplumlara yeni bir ivme kazandıran iletişim teknolojilerinin gelişimi ve buna arka planda eşlik eden iletişimin toplumsal boyutuna dair birçok iletişim bilimci ve düşünür önemli açıklamalar yapmıştır. Çalışmanın bu noktasında, kitle iletişim araçlarındaki gelişmeler ve bu gelişmelerin ekonomik, toplumsal ve politik etkilerine değinen yorumlara yer vermek tamamlayıcı bir işlev görecektir.

Kitle iletişim araçlarının temel amacı düşünce, fikir ve haberleri kısa süre içerisinde geniş kitlelere ulaştırabilmektir. Posta, gazete, dergi, televizyon, radyo ve internet gibi kitlelerin iletişimini sağlayan kitle iletişim araçları aynı zamanda kültürel, toplumsal, siyasal, eğitim gibi konularda gündemi belirleyerek toplumsal güç ve kamuoyu oluşturur. ‘*Şiddeti kullanarak*’ işleyen devletin devletin baskı aygıtı yerine; en önemlilerinden birisi medya olan ve ‘*ideolojiyi kullanan*’ devletin ideolojik aygıtları ön plana çıkmaktadır (Althusser, 2015:52). Akademik ve kuramsal boyutta da önemli çalışmaların konusu olan kitle iletişim araçları (KİA), yalnızca kitleleri haberdar etme ve iletişimde tutma görevi görmemekte, diğer yandan da çeşitli iktidar odaklarının elinde kitleleri manipüle etme ve propagandaya maruz bırakma aracına dönüşür. Baudrillard’a göre kitle iletişim araçları iletişimin değil iletişimsizliğin, yani sadece iletinin araçlarıdır ve biçimden/haberden yoksun kitleleri yaratmanın peşindedir (Baudrillard, 2003:123). Kitle kültürünün oluşması, tüketim kültürünün yaygınlaşması gibi tek tipleştirici politikalar da yine kitle iletişim araçları kanallarıyla icra edilebilmektedir. Jürgen Habermas, yeni toplumsal çatışma alanlarının kitle iletişim araçlarıncı yönetilen bir kamusal alan sisteminde ortaya çıkabileceğinden söz eder (Habermas, 2007:64)

Günümüz modern toplumu Karl Popper’in *açık toplum* (Popper, 1989:169) tanımlamasına benzer şekilde değişime uğrarken, yeni medya ve etkilerinin bu soyut/açık toplum inşasına ve bu yapının sürdürülebilir nitelik kazanmasına katkıları karamsar bir şaşkınlıkla görülebilir. Günlük yaşam pratiklerinin her geçen gün sanal dünyaya taşınmasıyla toplum gerçek ve somut bir insan grubu olma

özelliğini kaybetmiştir. Biyolojik insan, kapalı ve biyolojik toplum (geleneksel toplum) yapısından koparak modern dönemin getirisi olan açık toplumun bir üyesi olmuş; fakat biyolojik toplumdaki değişime karşın biyolojik insan tam bir soyutlama, biyolojiden kopma yaşamadığı için bu açık toplum içerisinde eğreti ve huzursuz bir duruşun içerisine girmiştir.

Frankfurt Okulu kuramcılarında Theodor Adorno, kültür endüstrisi kavramını kullanır ve eski olanla tanıdık olanı yeni bir nitelikte birleştirdiğini ifade ettiği bu kültürün kasıtlı olarak tüketiciyi kendisine uydurduğuna işaret eder (Adorno, 2003:76). Kitleleri manipüle eden ve tek tipleştiren kültür endüstrisi, bu etkisini en çok kitle iletişim araçları üzerinden planlayıp uygulamaktadır. Birey ve kitleler önce tüketici haline getirilir, ardından da tüketiciler öznelliklerinden ayrıştırılarak birer nesneye indirgenir. Theodor Adorno, İkinci Dünya Savaşı yıllarında yaşadığı ABD’de yaptığı gözlemler ile, dönemin kitle iletişim araçları olan radyo ve sonrasında televizyonun toplumu türdeşleştirme ve aynılaştırma etkisi yarattığını dile getirir (Aydınlanmanın Diyalektiği,2012:17). Bu aynılaşmanın ise diktatör ve otoriter rejimlerin doğmasına ve desteklenmesine önemli derecede zemin hazırladığını ifade eder.

Çağdaş toplumun en önemli dinamiklerinden olan teknolojik temele gönderme yapan Adorno’nun çalışma arkadaşı Herbert Marcuse ise *Tek Boyutlu İnsan* adlı eserinde ‘*Teknolojik temelinin örgütleniş biçimi dolayısıyla, çağdaş toplumun işleyişi her an totaliter olma eğilimindedir*’ ifadesini kullanır (Marcuse, 2010:20). Kitle iletişim araçlarının kitlesel iletişimi sağlamakta öte, kitleyi kültür endüstrisinin bir parçası ve kültürün tüketicisi haline getirme işlevi gördüğüne vurgu yapan Marcuse, yeni toplumsal yapının oluşmasında ailenin ‘toplumsallaştırma’ işlevinin de medya tarafından üstlenildiği gerçekliğinin altını çizerek (Marcuse, 1995: 119).

İtalyan modern filozof Gianni Vattimo, modernizmin bittiğini ve yerine postmodernizmin başladığını, postmodern toplumun doğmasında da kitle iletişim araçlarının önemli bir rol oynadığını söyler (Vattimo, 2012:16). Fakat kitle iletişim araçlarının, sanılan aksine bu postmodern toplumu daha şeffaf hale getirmediğini,

daha karmaşık ve kaotik bir yere taşıdığını belirtir. İletişim toplumu isimlendirmesine de değinen Vattimo, kavramı enformasyon bolluğu ve sürekli zerk edilmesi ile yaşanan yoğunlaşma sonrası bireylerin olayları haber başlığıyla bir tutma eğilimi içerisine girmesi olarak tarif etmektedir (Vattimo, 2012:26).

İletişimin baş döndürücü hızı ve şaşırtan etki gücünü yorumlayan Manuel Castells, bilişim ve iletişim teknolojilerinin zaman ve mekan sorununu ortadan kaldırarak kapitalizmin gelişimine destek olacağını, bu multimedya kültürü ile bürokrasinin ve toplumsal katmanlaşmanın olmadığı bir ağlar evrenini yaratacağını dile getirir (Maigret, 2015:332).

Kanadalı iletişim kuramcısı Marshall McLuhan ise gelişen iletişim teknolojileri karşısında dünyayı 'küresel köy' olarak tanımlar (Altay, 2005: 67). Keşifler çağının sonrasında ticari mal ve insanların dünya genelinde sınırları aşarak dolaşımı nasıl serbestleşmişse, telgraf ve telefon ile başlayan, radyo ve televizyon gibi iletişim araçlarıyla devam eden, internetin kullanıma girmesiyle beraber dolaşımı hız kazanan bilgi ve enformasyon sınır tanımaksızın dünya genelini yayılmıştı da o denli hızlanmıştır. Bu noktada iletişim teknolojilerinin internet ile buluşmasındaki fark yaratan nokta, hız olmuştur. Bireyler elindeki telefonlar ile basit şekilde anlık olarak dünyanın diğer ucundaki bilgiye ve yaşamakta olan olaylara saniye saniye ulaşabilmektedir. Bu baş döndürücü hız internetin günlük hayatın her noktasına daha derinlemesine sirayet etmesine kapı aralarken, sosyal medya denen olgununda günlük hayatın merkezine yerleşmesine zemin hazırlamıştır.

'*Araç mesajdır*' diyen McLuhan, mesajın içeriğinden çok mesajın iletildiği aracın anlamı oluşturduğuna işaret ederken, çeşitlenen iletişim araç ve modellerinin önemine de yıllar öncesinden ışık tutmuştur. Karl Popper ise *Açık Toplum ve Düşmanları* adlı kitabında içerikten çok söyleme şeklinin öne çıkmasını eleştirerek (Popper: 1989: 240), bunun bir çürüme olduğunu dile getirmiştir. Medyayı ilk kez teorileştiren ve medya mesajının önemine değinen McLuhan (Poster, 2012: 70-71), iletişim araçlarına yapmış olduğu tanımlar konusunda uzun süre gözardı edilse de, internet teknolojilerinin ortaya çıkmasıyla iletişim biliminin yeniden dikkat çeken ismi olmuştur.



Marshall McLuhan gibi Kanadalı iktisatçı Harold Innis de gelişen yeni medya üzerine çalışmalar yapmıştır. Yeni iletişim araçlarının sosyal organizasyonların yapısını şekillendirdiğini dile getiren Innis, bu süreçte yeni bir bilgi formu oluşturarak iktidarın da merkezini değiştirdiğini belirtir (Altay, 2005: 14).

Michel Foucault, birey ya da öznenin gündelik hayattaki ağlar içinde ve bu ağlar tarafından oluşturulduğunu ifade eder. Bu anlayışı da günümüz medyasının rolü ile pekişir nitelik taşımaktadır. Medya yapısı bireylerin yeniden oluşturulmasında doğrudan veya dolaylı çeşitli görevler görür.

Yeni medyadan bahsederken, geleneksel medyada sıkça tartışma konusu olan etik kavramına da dikkat çekmek gerekmektedir. Geleneksel medya çalışmalarında etraflıca ele alınan meslek etik ilkeleri, çeşitli bakış açılarıyla farklılık gösterse de belli etik kurallar çerçevesinde kendisine alan çizmekteydi. Mesleki anlamdaki etik çerçeve ve yükümlülüklerin sınırlarını çizen fakat hukuk yasalarında yer almayan medyada etik anlayışı, bağlayıcı olmasa da meslek üyelerine rehberlik etmekteydi (Özgen, 1998:51). İletişimin de, Zygmunt Bauman'ın deyişiyle, akışkanlık kazanması sonrası medyadaki etik anlayışının da değişime uğradığı görülür. Bu değişim çoğu çevrelerce yozlaşma olarak adlandırılmakta, karanlık tabloların ve distopik sahnelerin başlıca ögesi haline getirilmektedir. Modernizmin kuralcılığını esneten postmodern duruş ve bireyciliği her haliyle kabul edip yücelten neoliberal bakışın etkisiyle etik kavramı daha da tartışmalı hale getirmektedir. Akıllı telefonlar ile herkesin birer medya haline gelmesi ve sosyal medya kullanımının artmasıyla medyanın alanı genişlemiş, bu genişleyen ve herkeslerden alanda ise etik anlayışı oldukça esnek bir hale gelmiştir. Etik anlayışının ve kişisel mahremiyet alanlarının talanı çoğu zaman ifade özgürlüğü gibi kaygan bir ifadeyle hasır altı edilmektedir.

İletişim teknolojilerinde yaşanan değişimleri tıpkı nükleer enerji, tıp, uzay çalışmalarındaki büyük değişimlere benzeten Huisman, iletişim devrimini ve toplumsal iletişimin bu yeni biçimlerini bir devrim olmasa da bir dönüm noktası/alt üst oluş olarak ifade eder (Huisman, 2000: 61). Özellikle iletişim teknolojilerinin sınırları ortadan kaldıran bir araç haline gelmesi hem küreselleşmeyi hızlandırırken hem de yerelliği öne çıkarmanın dayanağı haline gelmiştir. Sosyolog Armand

Mattelart'ın dile getirdiği gibi (Mattelart: 2013:121) dünya aslında iki zıt kutuptaki görüşe evrilme aşamasında bocalamaktadır; McDünyasallaşma ve cihatçı görüş. Mattelart'ın bahsettiği, serbest değişim ve ekonomik bloklaşmanın getirdiği küreselliğin ifadesi McDünyasallaşma ile karşısında yer alan; ekonomik ve sosyal kopuşlar ile uç milliyetçi söylemlerin parçaladığı dünyada asla özgürleşmenin gerçekleşmeyeceğini savunan cihatçı görüştür. Gelişen iletişim teknolojileri ve yarattığı iletişim ortam ve olanakları hem McDünyasalcıların savunduğu mutlak özgürlüğü sağlarken hem de cihatçı görüşün savunduğu yerel kopuşları ironik şekilde sağlamlaştırmaktadır.

İletişim kavramının günümüzde kazandığı kimlik ve ifade ettiği anlam, çeşitli zıtlıkları aynı anda bünyesinde barındırma durumunu söz konusu kılmaktadır. Mattelart'ın iletişim teknolojilerinin iki farklı zıtlığı beslediği duruma benzer bir örnekten bahseden Uğur Dolgun, enformasyon teknolojilerinin bireyleri birer veriye indirgeyen tutumu ile bir yandan totaliter rejimleri, diğer yandan da çoğulcu ve demokratik amaçlarla kullanılması yönüyle liberal/özgürlükçü yönetimleri beslediğini ifade eder (Dolgun, 2015: 168).

Adeta bir zıtlıklar çağı olan ve enformasyon toplumundan bilgi toplumuna, internet toplumundan manipülasyon toplumuna dek birçok farklı kavramla adlandırılan toplumsallığa ev sahipli yapan dönemde iletişim kavramı ve kitle iletişim araçları bu değişim ve dönüşümde kilit rol oynamaktadır.

#### **2.4. Sosyal Medyanın / Dijital Dünyanın Ayak İzleri**

Cep telefonları, bir iletişim aracı olmanın ötesinde artık birer akıllı telefon olarak insanların elinin altındaki medya halini aldı. Şüphesiz ki bu tablonun oluşmasında internet gazeteciliği ve hemen ardından gelişen sosyal medya platformları başat rol oynamaktadır. Yöneten ile yönetilen arasındaki iletişimin ifadesi ve köprüsü olan medya, geleneksel halinden sıyrılıp bugünkü yeni medya adını alarak herkesin herkesle iletişiminde bir aracı hüviyetine bürünmüştür.

Sosyal medya, kullanıcının bir yandan aktif ayak izleri diğer yandan pasif ayak izleri bıraktığı bir alandır. Kişinin dijital medyada yaptığı beğeniler, paylaşımlar, alıntılar, görsel ve video paylaşımları birer aktif dijital ayak izidir.

Kullanıcılar bu izleri bıraktıklarının farkındadır ve hatta çoğu zaman dönüp arkalarına bakarak, bıraktıkları ayak izleriyle gurur duyarlar. Diğer yandan pasif dijital ayak izleri söz konusudur. Kullanıcıların bilerek ifşa etmediği/paylaşmadığı bilgiler olan bu kategorideki ayak izleri, IP adresinden ya da internet geçmişinden, kullanılan sayfa çerezlerinden elde edilen bilgilerdir. Kişinin internet üzerinden yaptığı alışveriş, ziyaret ettiği internet siteleri, VPN kullanımı gibi unsurlar önemli kimlik bilgilerinin veri havuzunda toplanmasına zemin hazırlamaktadır.

Günümüz enformasyon toplumunda bir dijital araç ve uygulama kullanmak, arkamızda dijital ayak izleri bırakmak denektir. Kullanıcı hakkında toplanan dijital izler, kişinin kim olduğu hakkında biricik hikayeler anlatır (Güldemir, 2018).

Etkileşimin arttığı oranda artan dijital ayak izleri ile internette geçirilen zamanın artması oranında artan pasif dijital ayak izleri, kullanıcıyı veri havuzunda kodlanan bir data bütününe dönüştürmektedir.

Sosyal medya yapısı gereği gerçeklik ile kurgunun birbirine karıştığı bir alandır. Kullanıcının günlük hayattaki gerçek kimliği ile sanal dünyadaki çevrimiçi kimliği birbirine göre farklılıklar gösterebilir, hatta birbirinden taban tabana zıt olabilir. Günlük hayatta olmadıklarını ya da olmak istediklerini sanal kimliklerine yükleyerek *'idealindeki kişi'* olmaya çalışanların sayısı azımsanmayacak kadar fazladır. Daha ziyade, sosyal medyanın etkisi bu tür nicel değil nitel örnekleriyle kendisini göstermektedir. Günlük hayat içerisinde kendisine yeni bir kişilik yaratmak isteyen birisinin başarı oranı bir hayli düşükken, sanal dünyada bir başka kişi olmak adeta yazılı olmayan kapıdan giriş kurallarından birisi gibidir.

İngiliz sosyal bilimci Kevin Robins, sosyal medyayı tanımlarken, *"Sosyal medyanın üretken ve yapıcı amaçlar için kullanılmasından çok uzaktayız. Bir teşhir dünyası burası"* sözlerine yer verir (Uyanık, 2010, BBC).

Kişinin gerçek ve sanal kimliği üzerine konuşan Sloven sosyolog Slavoj Žižek ise, kişinin sanal kimliğinin değil, gerçek kişiliğinin kurgusal olduğuna vurgu yaparak şu ifadeleri kullanır; *"Orada kendinize ait bir kimlik oluşturmadan var olma özgürlüğü önemlidir. Mesela maço bir erkeğin lezbiyen bir kadın gibi davranması..."*

*Jacques Lacan'ın da harika bir şekilde vurguladığı gibi: Gerçek aslında kurgudan oluşan bir yapıya sahiptir” (Uyanık, BBC, 2010).*

Kimliğin ifşası ayrışmaları getirirken, yalnızca benzer olanlarla bir olmayı sağlar. Bu da sanal cemaatleşmenin ve çok sayıda ‘öteki’ yaratmanın zeminini hazırlamaktadır. Bu noktada ‘internet, demokrasiye katkı mı sağlar?’ sorusu yeniden sorulup değerlendirilmeye tabi tutulmalıdır. Kitlesele demokrasi ayaklanmalarında sosyal medyanın etkisi ve rolüne bakıldığında, demokrasi ve şeffaflığı talep eden meydanadaki kitlelerin sosyal medya ne kadar işini yaramışsa, bu kitleleri bastırmak ve baskısını sürdürmek isteyen otoritelerin de o kadar işine yaramıştır. Bu noktada sosyal medyanın tek başına demokrasiyi sağlayan bir araç olmadığını sonucunu çıkartmak mümkündür. Fakat eklemek gerekir ki, demokrasi ve küresel demokrasinin yaygınlaştırılmasında internet ve sosyal medya önemli bir araçtır.

Anındalık ve hızlılığın en önemli kimlik özelliği olduğu yeni medyanın 6 temel özelliğinden söz edilebilir; dijitallik, etkileşimsellik, hipermetinsellik, sanallık, anlaşılabilirlik ve simüle edilebilirlik (Polat, 2016:419). Geleneksel medya ile arasına bu özellikleri itibariyle önemli bir mesafe koyan sosyal medya, haberin ve haberciliğin dilini de önemli oranda değişime uğratmıştır. Öyle ki, yalnızca haberin değil diplomasinin dili de sosyal medya ile beraber değişime uğramıştır. Kapalı kapılar ardından yürütölen diplomatik görüşmeler artık Twitter paylaşımları ile yürütölmektedir. Donald Trump’ın ABD ile Çin arasındaki ticari gelişme ve yaptırımlara ilişkin söylemleri, gerek AB ölkelerini ve gerek Kuzey Kore’yi politikaları konusunda tehditlerini sosyal medya üzerinden iletmesi bu konudaki bariz örneklerden bazılarıdır.

Nada Svob-Dokic, sosyal medyayı sosyalleşme ile tüketim kültürü arasında yer alan kayıp halka olarak tanımlar (Uyanık, BBC: 2010). Sosyal medyanın çeşitli kültürel öge ve etkinlikleri icra etme ve duyurma konusunda faydalı bir işlev gördüğüne değinen Hırvat sosyolog, yine de sosyal medya aracılığıyla kültürel değer ve çeşitlilikler bireylerin sanal olarak tüketebileceği ürönlere dönüştüröldüğünü de vurgular. Dijital dünya içerisinde yaratılan şeffaflık toplumunda kültürel ögeler göz önünde olmayışın verdiği kült değerini kaybetmekte, çağın sloganına uygun olarak

her şey gibi kültürel öğeler de tüketim ürünü haline gelmektedir. Tüketilemeyen adeta var olmayan anlamına gelmektedir.

Sosyal medya, medyanın karşılamadığı ihtiyaçları karşılıyor diyen Ekşisözlük kurucusu Sedat Kaplanoğlu, sözlerine ‘anonimlik ise sosyal medyanın bir uzantısı’ tespitini ekliyor (Uyanık, BBC, 2010).

Web 2.0 üzerine temellendirilmiş olan sosyal medya yapısı itibarıyla karşılıklı etkileşime müsait bir ortamdır. Hem içerik sağlayıcının hem de içeriği tüketeninin karşılıklı olarak etkileşim içerisinde bulunması, mahremiyet olgusunu ortadan kaldırmaktadır. Sosyal medya adeta bir teşhir dünyasıdır.

#### **2.4.1. Facebook**

Kişilerin e-mail adresiyle hesap açtıkları Facebook, arkadaş ve yakınlarını bulmaları konusunda kullanıcılara kolaylık sağlamaktadır. Fotoğraf paylaşma seçeneğiyle kişiler kendilerinin ve arkadaşlarının fotoğraflarını paylaşırken, listesindeki kişiler tarafından paylaşılan fotoğrafı beğenip yorum yapabilmektedir. Aynı zamanda fotoğraftaki kişiyi etiketleyerek kişilerarası geçişi sağlayan linkleme imkanıyla beraber, fotoğrafın nerede çekildiğine dair konum bilgisi de eklenebilmektedir. Sosyal bir paylaşım ağı olmanın ötesine geçen Facebook, önemli bir haber alma ve haber verme mecrasına dönüşmüştür. Sosyal ağ olma özelliğinin yanı sıra tek başına devasa bir reklam sektörü olan Facebook’u, 2017 yılında yaklaşık 40 milyar dolar gelir elde etmesi ve bunun yüzde 98’i reklamlardan sağlaması (NTV, 2018) daha iyi özetlemektedir.

2004 yılında Harvard Üniversitesi öğrencisi Marc Zuckerberg tarafından kurulan Facebook, sosyal paylaşım sitesi olarak insanlara arkadaşlarını bulma ve onlarla iletişime geçme imkanı tanımıştır. İlk olarak Harvard Üniversitesi öğrencileri için kurulan Facebook platformu, zamanla önce Boston bölgesi okullarını ve takip eden yıl içerisinde de tüm Amerika’daki okulları içerisine alan bir sosyal ağ haline almıştır. Bu sebeple adını da ABD’deki okullarda öğrenci, öğretmen ve okul çalışanlarından kendilerini tanıtmak için doldurmalarını istedikleri ‘*paper facebook*’ adlı forumdan almaktadır.

2003 yılı itibariyle Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz ve Eduardo Saverin tarafından TheFacebookLLC şirketi bünyesinde kurumsallık kazandırılan Facebook, ABD'deki üniversite öğrencilerini kabul ederek başladığı macerasına, önce iş dünyası ve şirketlerden bazı kişilere, 2006 yılında ise 13 yaş üstü herkese üyelik alabilme imkanı tanıyarak küresel bir platform haline gelerek devam etti. Ve 2019 yılı itibariyle mevcut 2 milyara yakın çevrimiçi kullanıcısı bulunmaktadır (Harari, 2018:93).

Facebook'un kuruluşundan hemen sonraki yıllarda piyasa değeri artmış, 2006 yılındaki geliri 1.5 milyon dolar olarak gösterilmiştir. Bu da Facebook gibi milyarlarca kullanıcısı olan ve çok sayıda hizmeti aynı anda sunan bir platformun neden ücretsiz olduğunun en belirgin yanıtlarından birisi olarak dikkat çekmektedir. Bugün dünyanın en çok ziyaret edilen ve en büyük şirketlerinden birisi olan Facebook'un piyasa değerini görmek için 2006 yılında Google'ın satın alma için teklif ettiği 2.3 milyar dolar rakamına ve Facebook'un önemli yöneticilerinden birisi olan Peter Thiel'in 2015 yılında Facebook'un iç değerini 8 milyar dolar, yıllık proje gelirini ise 1 milyar dolar olarak açıkladığı bilançoya bakmak yeterlidir.

Zamanla bir haber alma-verme mecrasına dönüşen Facebook, şüphesiz ki bugün toplumsal hayatın en ince detayına kadar uzanmış olan sosyal medya kavramının temellerini atmıştır.

Facebook'un dijital bir mecra, sosyal bir ağ olmasının çok ötesinde bir anlamı vardır bugünlerde. Toplum mühendisliği ve algı yönetimi için kullanılan mecra, politik ve ekonomik birçok tartışmanın merkezinde yer almıştır. Bu da Facebook'u kamusal bir alan olarak ele alıp, etkilerinin toplumsal, siyasal, ekonomik ve sosyolojik boyutlarda değerlendirmemizi gerektirmektedir.

Instagram ve Whatsapp'ı satın alarak sosyal medya uygulamaları üzerinde adeta hegemonya kuran Facebook son olarak uygulamaya koyduğu *Facebook Research* uygulaması ile kişilerin telefonlarını takip etmek için onlara ödeme yapmayı teklif etti. Tepki çeken ve IOS marketinden çıkartılan, sonrasında da kapatılan *Facebook Research'in* ardından yeni bir deneme daha geldi. *Study* isimli uygulamayı devreye sokan Facebook, kişilerin telefonlarını nasıl kullandığını

öğrenmek için kullanıcılara para ödemeyi planlıyor. Kullanıcılar *Study* uygulamasını indirip gerekli izinleri verdiği takdirde telefonlarına hangi uygulama ve programları indirdikleri, hangi uygulamada ne kadar vakit geçirdiği ve neler yaptığı, konum bilgisi gibi verileri Facebook ile paylaşmış olacak. Bunun karşılığında PayPal hesaplarını Facebook'a ileten kullanıcılara, kişisel verilerini paylaşmaları karşılığında belli bir ücret ödenecek.

2018 yılından Facebook API skandalı olarak adlandırılan ve üçüncü parti uygulamalara Facebook fotoğraflarına erişme imkanı sağlayan durum karşısında şirket zor durumda kalmıştı. Cambridge Analytica Skandalı henüz akıllardayken Facebook kaynaklı bu yeni veri sızdırma girişimine çeşitli birimlerden sert tepkiler gelirken, Facebook Türkiye'ye de 1.65 milyon TL ceza kesildi.

Facebook'un sunduğu '*Başkasının gözünden gör*' özelliği, kullanıcıların kendi profillerini başkalarının gördüğü gibi görmesine imkan sağlıyordu. Güvenlik açığına sebep olan bu uygulama, 50 milyon kullanıcıyı verilerinin sızdırılması noktasında etkileyince derhal kullanımdan kaldırıldı.

Gözetim ve sosyal medya konusu ele alındığında, Facebook platformu gözetim ve teslimiyetin en belirgin adresi olarak dikkat çekmektedir. Varlığını yarattığı oranda özneliğini yok eden özneler için Facebook kimlikleri, Eric Fromm'un dediği '*sahip olmak ya da olmak*' deyişindeki sahip olmaya tekabül ederek (Fromm, 1982:38), öznel kimlikleri silikleştirmektedir. Sanal bir kimliğe sahip olduğunu düşünen bireyin asıl kimliğini, bu sanal kimliği yok etmektedir. Barış Çoban'ın da belirttiği gibi, birey Facebook'ta kendine has imgelerle yeni bir kimlik yaratır, bu yeni kimliği ile sanal dünyada kabul görecektir kişisel tanıtımını yapar ve varoluşunu bu yeni kimliğiyle sağlamaya, pekiştirmeye çalışır (Çoban, 2009:11). Facebook gibi sosyal ağlar, bireye toplumsallaşma sürecinde aktif rol oynama şansı tanır ve kendi kimliklerini inşa edebilmeleri konusunda yardımcı olur (Alioğlu, 2016:10).

Bauman Facebook ve diğer sosyal medya paylaşım siteleri ile ilgili görüşlerini aktarırken, bu tür mecraların son derece devingen, hızla değişen ve hareket eden günümüz dünyasında sabit arkadaşlıklar kurma ve çekirdek arkadaş

grubunun devamlılığını sağlama telaşında olduğunu belirtir (Bauman-Lyon, 2012: 48).

Olumluluk toplumundan bahseden Byung-Chun Han ise, *olumluluk toplumu like toplumdur*, der. Facebook'un like/beğenme butonu koymasına karşın dislike/beğenmeme butonu koymamasını bu doğrultuda açıklayan yazar, olumluluk toplumu bireylerinin iletişimi sekteye uğrayacağı için her türlü olumsuzluğu akış dışında bırakmak istediğini belirtir (Chul Han, 2017:29).

#### **2.4.2. Twitter**

Sosyal bir ağ olan Twitter, aynı zamanda bir mikroblog uygulamasıdır. 2018 yılı itibariyle 335 milyon aktif kullanıcıya (Habertürk, 2018) sahip olan mecra kullanıcılarına 140 karakterlik içerik yazma imkanı tanıyordu. 2017 itibariyle 140 karakter sınırlaması, 280 karaktere çıkarıldı.

Önemli bir haber ve fikir mecrası olan Twitter'ın bireylerin görüş ve kişilikleri üzerindeki etkileri de gözardı edilemeyecek düzeydedir. Facebook'a oranla daha çok anonim hesaplar adı altında gerçek kimliklerin ifşa edilmediği bir kullanıcı profiline sahip olsa da, önemli kişi ve kurumların resmi hesapları ile doğrudan paylaşımlarda bulunması bu alanı ciddi bir haber alma/haber verme alanına dönüştürmektedir. Devlet başkanları, devlet kurumları, özel kuruluşlar, fikir insanları, sanatçılar Twitter hesaplarından görüş ve fikirlerini doğrudan beyan edebilmekte, resmi duyurulara yer verilmektedir. Öyle ki ülke başkanları ya da bakanlıkları, önemli diplomatik gelişmeleri, ticari anlaşma ve yaptırımları, askeri operasyon ve sonuçlarını resmi Twitter hesaplarından duyurmaktadır. Güvenirliliği sorgulansa da bu yönüyle önemli bir güncel haber kaynağı olan Twitter, kullanıcıların görüşleri ve kişilik özellikleri üzerinde de önemli bir etkiye sahiptir. Yapılan bir söylem analizi araştırmasında, seçilen 47 Twitter kullanıcısının 50 paylaşımı beş faktörlü kişilik testi uyarınca analiz edilerek, kişiliklerine dair yüzde 79.57'lik doğruluk payı olan veri elde edilmiştir (Günay, 2019). Cambridge Analytica şirketinin Facebook'taki kullanıcı verilerinden faydalanarak yaptığı kişilik analizlerine benzer başarı oranına yaklaşıncaya bu oran, Twitter'ın da önemli bir platforma olduğunu göstermektedir.



Kullanıcılarına 280 karakter kullanarak duygu ve düşüncelerini aktarma fırsatı tanıyan Twitter, içerisinde yaşadığımız ‘hız çağına’ uygun olarak hızlı bir etkileşim akışına sahiptir. Mesajlar, haberler, yanıtlar ve paylaşımına dair tartışmalar hızlı bir şekilde akışı doldurmakta, tüketim çağının ürünü olarak hızla tüketilmektedir.

Akıllı telefonlara uygulama olarak indirilen sosyal medya hesapları kurulum için öncelikle kişilerin telefon galerisi ve resimlerine paylaşım izni istemektedir. Bu prosedür kullanıcıların şahsi bilgi ve içeriklerini sosyal medya platformları ile paylaşmasına da izin veren bir aşama olmaktadır. Konum bilgisinin de paylaşıldığı Twitter, 2019 yılı mayıs ayında yayınladığı bir özür mesajı ile milyonlarca kullanıcısının konum bilgilerini bir reklam şirketiyle paylaştıklarını duyurdu (Karar gazetesi, 2019). Hatanın fark edilmesinin ardından veri akışının durdurulduğu ve mevcut kullanıcı konum verilerini sildiklerini belirten Twitter yönetimi, sosyal medya platformlarındaki bilgilerin reklam amaçlıyla şirket ve siyasal birimlerle paylaşılmasının ne denli mümkün olacağını da göstermiş oldu. Facebook’un Cambridge Analytica şirketi olan ilişkisini anımsatan bu veri sızıntısı şunu da göstermektedir ki, ‘bir ürün ücretsiz ise orada ürün sizsiniz’ mottosu son derece haklı bir yerde durmaktadır.

### **2.4.3. Instagram**

2010 yılında IOS için ücretsiz bir uygulama olarak Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından kurulan Instagram, internet üzerinden ücretsiz olarak fotoğraf ve video paylaşım imkanı sunmaktadır. Kullanıcıların paylaşımlarını özel filtreler ile yeniden tasarlayabildiği uygulama zamanla daha güncel yenilikler yaptı ve 2017 yılında bir diğer medya devi Facebook tarafından satın alınarak daha geniş kitlelere hitap etmeye başladı.

Kullanıcılar sadece fotoğraf ve video paylaşmakla kalmıyor, aynı zamanda ‘#’ işaretini kullanarak yaptıkları etiketler sayesinde ortak ilgi ve beğenilere yönelik takipçi ve paylaşımları takip etme şansını da elde etmektedir. 2011 yılı başlarında TechCrunch tarafından ‘En İyi Sosyal Medya’ ödülü alan Instagram, aynı yılın sonlarında 15 milyon kullanıcı sayısına eriştiğini duyurmuştur

(Brandingtürkiye.com, 2018). Instagram 2018 yılı itibariyle 1 milyar kullanıcı sayısına ulaştığını duyurdu (Hürriyet, 2018).

Fotoğraf paylaşma platformu olarak hayatımıza giren Instagram, zamanla özenilen ve özlemi duyulan yaşamların kurgulandığı ve seyredildiği bir mekan haline aldı. Reklam potansiyeli bağlamındaki ticari değeri bir yana bırakılırsa, Instagram platformu ve temsil ettiği değerler psikolojik ve sosyolojik tahliller için önemli doneler sunmaktadır. Başkası olma ve yeni bir kimlik yaratma alanı olarak Instagram, günümüz huzursuz ve zeminsiz bireylerinin ifade biçimi olarak öne çıkmaktadır.

Sosyal medyanın birey üzerindeki etkilerine değinen ve özçekim yapmanın/selfi çekmenin narsist kişilik bozukluğuna işaret olduğunu dile getiren psikolog Çiğdem Toker, *“Sosyal medya kullanıcıml bir noktadan sonra değersizlik duygusunu artırıyor. Başkalarının yaşayışını sosyal medyadan takip eden birey eksiklik duygusu, tamamlanamamışlık ve benlik saygısında azalma yaşıyor. Depresyona giriyor”* ifadesini kullanarak durumun ciddiyetine dikkat çekiyor (Cengiz, Hürriyet Gazetesi, 17.06.2014)

Kullanıcılar Instagram üzerinden anlık fotoğraflarını, yedikleri yemeği ve içtikleri içeceği, ilgi alanları ya da günün popüler konularına yönelik paylaşımlarını büyük bir özenle yapmaktadır. Kişilerin en mükemmel ve mutlu anı yaşadığını onaylatma platformuna dönüşen bu alanda sanal bir mutluluk yaratma çabaları, onları gerçeklik olgusundan bir adım daha uzaklaştırmaktadır. Yalnızlıkla baş etme çabası, sanal bir yalnızlığı yaratmaktadır. Birey kendi gerçekliğinden koparak yarattığı sanal kişiliği ile kendisine yabancılaşmaktadır.

Kitle iletişim araçları yalnızca mesajları değil bireyleri de klonlaştırır (Baudrillard, 2003:144). Görsel temaya dayalı hayat tarzlarını sunum mekanı olan Instagram’da ‘fenomen’ kişi ve kavramlar, davranışlar adeta klonlanarak yeniden yeniden üretilir. Bu üretimin esasında bireysellik ve farklılık gibi insani özellikleri tüketen bir üretim olduğunun altını da çizmek gerekir. Şeffaflık mecburiyeti görünürlüğe tabi olmayan her şeyi şüpheli kılar. Görünürlüğe tabi olmak adına sergilenen her şey de aynı anda sömürülür (Chul Han, 2017:29). Buna insan

duygularıyla beraber insan bedeni de dahildir. İnsani duygu ve beğenileri sergilemek adına her türlü bedensel ifşa bu tür platformlarda meşru ve moda haline getirilmektedir.

#### 2.4.4. YouTube

Merkezi ABD’de bulunan ve 2005 yılında, internet üzerinden online ödeme sistemi olan PayPal’ın üç eski çalışanı tarafından kurulan YouTube günümüzün en geniş video barındırma portalıdır. Özellikle 2006 yılı sonlarına doğru arama motoru Google tarafından satın alındıktan sonra önemli bir atılım gerçekleştiren YouTube, bugün dev bir medya platformu haline gelmiştir. Diğer tüm sosyal medya platformları gibi YouTube da kullanıcı odaklı bir yol izlemiş, Google’ın satın alması sonrası sloganını da bu doğrultuda ‘*Broadcast Yourself!*’ (*Kendini Yayınla!*) olarak belirlemişti. Bu slogan ve kullanıcıları aynı zamanda katılımcı haline getirme politikası sonrası kullanıcılar YouTube’a abone olmaya ve kendi içeriklerini üretip yayınlamaya başlamıştır.

Google’un yapılan aramalarda öncelikli olarak YouTube içeriklerini öne çıkarması kullanıcıların bu video paylaşım sitesini daha fazla ziyaret etmesini sağlarken, 2009 yılında geliştirilen ‘sponsorlu video’ özelliği siteyi sadece eğlence ve müzik videolarına ev sahipliği yapmanın ötesine taşımıştır. YouTube her geçen gün önemli bir içerik yükleme ve ziyaret edilme rakamına ulaşırken, reklam pastasının yavaş yavaş kaydığı dijital medyada da önemli bir platform olarak öne çıkmıştır. Ücretsiz sağlanan video yükleme ve izleme hizmetleri, reklam verenlerin tüketiciye ulaşması konusunda da önemli bir alanı inşa etmiştir.

YouTube denilince son yıllarda söz edilmeden geçilemeyen bir diğer kavram da Youtuberlık oldu. YouTube kanalı oluşturup buradan çeşitli içeriklerde yayın yapan, belli bir kitleye hitap eden ve YouTube ile iş ortaklığı anlaşmasını yine YouTube üzerinden oluşturan kişi ya da oluşumlardır. Son zamanlarda sayısı her geçen gün artan Youtuberlar, kazandıkları üst düzey miktardaki paralarla dikkat çekmektedir. Henüz 22 yaşında birisine bile Youtube videosu üreterek 6.5 milyon dolarlık malikane satın alarak lüks yaşam inşa edebilmesine (Euronews, 2017) imkan tanıyan Youtuberlık dünyanın en gözde mesleklerinden birisi haline gelmiş durumda.

Yalnızca dünyada değil Türkiye’de de oldukça rağbet gören ve çok sayıda Youtuberın ortaya çıkmasına zemin hazırlayan bu süreçte, şirketin de ve devletin de müdahalesi gecikmedi. Doğrudan YouTube şirketinden şahsi hesaplarına yapılan ödemeler nedeniyle bu devasa kazançlara vergilendirme yapamayan devlet, bir kanun ile sosyal medya ve Facebook üzerinden aylık 26 bin TL üzerinde gelir elde edenlerin gelir vergisinin tabi olacağını duyurdu (Sözcü, 2018). Artan YouTube kanalları ve Youtuber hesaplarının sayısını dikkate alan YouTube yönetimi ise YouTube üzerinden para kazanma şartlarını değiştirdi. Yeni uygulamaya göre, bir kanalın para kazanması için en az 1000 aboneye sahip olması ve son 12 ay içerisinde 4000 saat izlenmeye ulaşmış olması gerekiyor (CNN Türk, 2019).

#### **2.4.5. Periscope**

Periscope uygulaması, Twitter’ın canlı yayın yapma kolaylığı sağlayan ve bu canlı yayını herkesin izleyebilmesine imkan tanıyan uygulamasıdır. Twitter’ın canlı yayın uygulaması olarak adlandırılrsa da Periscope fikri Kayvon Beykpour tarafından 2013 yılında İstanbul’daki Gezi olaylarının ardından ortaya atıldı. Protestoların anlık olarak tweetler ile paylaşıldığı ve duyurulduğu ortamda Beykpour *‘Yaşananları neden yalnızca Twitter akışında okuyoruz da, anlık olarak göremiyoruz?’* Sorusunu kendisine sordu. Hikayesi bu şekilde başlayan Periscope, İOS ve android uygulamaları için Kayvon Beykpour ve Joe Bernstein ortaklığında 2015 yılında geliştirildi. Henüz yayın hayatına başlamadan Twitter tarafından satın alınan Periscope’un şirkete maliyeti 50 ila 100 milyon dolar arasında olduğu ifade edildi.

Uygulamayı kullanmak için öncelikle kullanıcıların Twitter hesaplarının olması gerekiyor. Uygulamayı açan kullanıcılar canlı yayın yaparken, mevcut canlı yayınlara beğeni ve yorumları ile katılım sağlayabilmektedir. Geleneksel medyanın canlı yayın tekelinin sosyal medya tarafından ele geçirilişinin ilk adımı olan Periscope, daha sonra Instagram ve Facebook gibi diğer sosyal medya uygulamaları tarafından da platformlarına dahil ettikleri bir eklentiye dönüştü. Sosyal medya ile anlık paylaşım dünyasına dönüşen günlük hayat, anlık canlı yayınlar ile yeni bir ifşa ve gözetim sayfasını da aralamış oldu.

Diğer sosyal medya mecralarında olduğu gibi Periscope'ta da kişi istediği kişiyi takip edebilir, engelleyebilir ve takipçileriniz canlı yayına başladığında bildirim almasını sağlayabilir (ShiftDelete.com, 2015) Aynı anda canlı yayınlarda kullanıcılardan anlık mesaj alıpetkileşimde bulunma imkanı da mevcuttur.

Periscope canlı yayını, geleneksel medya canlı yayınından farklılığını yine etkileşimli oluşuyla göstermektedir. Canlı yayın yapan ve yayını izleyenler, yayını kaç kişinin izlediğini ekranın sağ alt köşesinden görebilmektedir. Canlı yayınları izleyenler, yayıncıya beğenilerini sunmak adına ekrana çift tıklayıp 'kalp işareti' gönderebilmektedir. Facebook'un 'like'ı Periscope ile 'kalp'e dönüşse de amaç aynıdır; beğenme ve beğenilme arzusuyla motive olma.

Sosyal medya üzerinden canlı yayın uygulaması olarak akla ilk gelen uygulama olan ve Apple tarafından kullanıcılara sunulan Merkaat, Twitter'ın Periscope uygulamasını satın alması sonrası popülaritesini kaybetti. Bugün kullanımda olmayan Merkaat'ı tahtından eden Periscope, canlı yayın yapma ve sisteminde yapılan bu yayınları 24 saat kayıtlı tutma özelliği sunmaktadır. Geleneksel medyada televizyon haberlerinde kullanılan canlı yayın özelliği, Periscope ile sosyal medyada bireysel kullanım anlamında zirvesini yaşamıştır. Sadece eğlence amaçlı olmayan Periscope kullanımı, pazarlanan ürün ya da hizmetin pazarlayıcıları tarafından izlenme sayısı, izlenme süresi ve izleyici sayısı gibi bilgilerini edinmelerine de imkan tanımaktadır. Önemli organizasyonlardan yapılan canlı yayınlara (özellikle futbol maçları) karşı önlem olarak Twitter, kaçak Periscope yayınlarını engellemektedir.

*“Bir yıldan biraz daha fazla bir süre önce, olan biteni doğrudan başka birinin gözlerinden görme fikrinin çekiciliğine kapıldık. Ukrayna'daki bir protestocunun gördüklerini aynı anda görebilseydiniz ne yapardınız? Ya da Kapadokya'da güneşin doğuşunu balondan izleyebilseydiniz? Delice gelebilir, ama ışınlanmaya en yakın olanı gerçekleştirme istedik. Her ne kadar etkinlikleri ve yerleri keşfetmenin pek çok yolu olsa da, bir yeri tam o anda canlı görüntüler aracılığıyla yaşamaktan daha iyisi olamaz. Bir resim bin kelimeye bedel olabilir,*

*ancak canlı görüntüler sizi alıp başka yerlere götürebilir ve etrafı gezdirebilir”* (Periscope.tv, akt. Gökçer, 2016:978).

Panoptik bir tema olarak kendisini gösteren Periscope uygulaması, bireylerin kendilerini isteyerek ve hatta bunun için birbirleriyle yarışarak mahrem ve bedenlerini sergileme çabalarını dikkate alındığında sinoptikona evrilen bir mecra olduğu görülür. Instagram gibi mecralarda kullanıcıların kendi günlük rutinlerini, yedikleri içtikleri ve giydiklerini ifşa etmesi Periscope ile bir adım öteye taşınmış; daha da mahrem ifşalar ile çok izlenen olmak adına sıradan kullanıcıların cinselliği dahi alenen ifşa ettiği bir alan haline gelmiştir. Canlı yayında anlık daha fazla izleyici sayısını görebilmek, *‘ilke toplumu’* bireylerinin iştahını kabartan bir unsur olmaktadır.

Periscope bir yandan anlık canlı yayın imkanı sunarken diğer yandan bireyi mekanlar arası geçişe taşımaktadır. Kullanıcı için oturduğu yerde mekan algısı üretmesi ve onu adeta dünyanı bir başka noktasındaki olaya şahitlik etmeye ‘ışınlaması’ ve hareketli görsellik sunması Periscope’un en temel özelliklerindedir (Gökçer, 2016:980). Televizyondaki çok kişi gerektiren ve maliyetli canlı yayına oranla, yalnızca mobil telefonun canlı yayın başlat tuşuna basmayı gerektiren ve sıradan bireylerce icra edilebilen Periscope canlı yayını, anlık görüntü aktarımıyla beraber kişisel hayat ve mahremiyetin paylaşımını da kitleselleştirmiştir.

## **2.5. İnternet ve İktidar İlişkisi**

İktidar, tarihin her döneminde tüm gelişmeleri tahakkümü altına alarak kendi lehine kullanma eğilimi göstermiştir. Özellikle kitle iletişim araçlarının daha işlevsel bir yapıya eriştiği on dokuz ve yirminci yüz yıllar ile günümüz teknoloji çağında iktidarlar kitlelerin iletişim araçları üzerinde etkin bir denetim kurmuştur. Sosyal medya özellikle diğer medya türleriyle arasına önemli bir çizgi koyarak, toplumsal temsilde fark yaratmıştır. Çünkü geleneksel medya ya da diğer ağların aksine sosyal medya merkezine konu ya da olayı değil, bireyi koyar (Çıldan, Ertemiz, Küçük, Timuçin, Albayrak, 2012) Toplumsal olayların merkezi ve nihai noktası iktidar olmaktan çıkmış, genel olarak iktidarın gözü önünde ve bu göze karşı ve bu gözle göz göze gelerek gerçekleştirilen bir olguya dönüşmüştür (Ataman-Çoban, 2019:

38). Bireyi medyanın müşterisi olmaktan çıkarıp kısmi olarak medyanın kendisi haline getiren sosyal medya ile birlikte kitle iletişim hakimiyetinde toplum ve birey adına en önemli adımlardan birisi atılmıştır.

İnternet ve iktidar ilişkisine dair iyimser (*ütöfik*) ve kötümser (*distöfik*) senaryolardan sıkça bahsedilmektedir. Aslına bakılırsa internet ya da başka herhangi bir araç/fenomen, tek başına demokrasi veya antidemokrasi hizmeti sunamaz. Mevcut iktidarların araçları kullanım biçimine göre araç veya kavramlar, demokrasinin geliştiricisi ya da demokrasi karşıtı olurlar. Harari'nin işaret ettiği gibi, şu an günlük hayatı insanlık adına kolaylaştırmakta olan algoritmalar, insanları daha iyi tanıdıkça otoriter hükümetlerin mutlak baskı aracına dönüşebilir (Harari, 2018: 75).

İnternetin gücünden faydalanan kitleler ile iktidar gücünü karşı karşıya getiren en önemli olay olarak dikkat çeken Arap Baharı'nda, taraflar için şüphesiz ki internetin işlevi ve mahiyeti çok farklıydı. Kitlesele eylemleri organize etme konusunda Arap Baharı olarak adlandırılan toplumsal eylemlerde, meydanlardaki kitlenin en önemli silahı sosyal medya oldu. Sosyal medya ağları üzerinden organize ve motive olan kitlelerle karşı karşıya kalan iktidar için, internet/sosyal medya; demokrasiyi parçalama ve kaos yaratma aracının ta kendisiydi. Aynı olayın diğer tarafındaki eylemciler için ise sosyal medya '*baskıcı*' iktidara karşı, iktidarın duvarlarını yıkan, hiç tanımadıkları insanlarla aynı meydanda, aynı '*ortak düşmana*' karşı (ki '*ortak düşman*' aynı zamanda eylemciler için '*demokrasinin düşmanı*' olarak addedilmekte) bir araya gelip '*demokrasi*' için mücadele etmelerine imkan sağlayan bir unsurdu. "*Geniş bir kamusal alan olarak sunulan internet, sunduğu çeşitli imkanların yanı sıra, iktidarlara ve eşitsizlikleri sabitleme potansiyeline de sahiptir*" (Dolgun, 2008:168).

Arap Baharı, Occupy Wall Street ya da Gezi Eylemleri göstermiştir ki, iktidarlar için sosyal medya kontrol altına alınması ve her daim kontrol altında tutulması gereken bir mecradır. Sosyal medyanın etkin kullanıldığı ve iddia edildiği üzere sosyal medya sayesinde geniş bir örgütlenme imkanı sunan bu tür yakın dönem kitlesele eylemlerin, iktidar ve sosyal medya açısından bir diğer yönü vardır. Bu da,

eylemciler için haberleşme ve motivasyon için bulunmaz bir nimet olan sosyal medyanın, diğer yandan iktidar için de eylem ve eylemcileri takip etme konusundan önemli bir araç anlamına geldiği gerçeğidir (Bauman, 2013:15).

Sonuç olarak internet ve sosyal medya, gücü elinde bulunduran iktidar yapıları için iktidar dışı öğeler ve 'dış güçler' tarafından kullanılan antidemokratik bir kaos aracıdır. İktidarın baskısına karşı meydanlara inen kitleler için ise iktidarın baskı ya da hegemonyasını kuramadığı, birey ve toplumun özgürce kendini ifade edebildiği bir alandır. İnterneti demokratik ya da antidemokratik niteliği kazandıran şey, o esnada tarafların interneti ne şekilde kullandığı ve internetin etkilerine ne şekilde maruz kaldığıyla ilgilidir.

İnternet üzerinden yola çıkılarak yeni medya - siyaset ilişkisine dair yaklaşımlar ele alındığında üç önemli yaklaşımın dikkat çektiği görülür; elektronik demokrasi anlayışı, kamusal alan çıkışlı yaklaşımlar ve toplumsal sermaye yaklaşımı (Tekvar, 2010:4). Katılımcı demokrasi olarak da adlandırılan elektronik demokrasi anlayışında, bilgi ve enformasyonun paylaşıldığı yeni medya alanında kamusal görüşün de ölçülebileceği öngörülüyor. Kamusal alan çıkışlı yaklaşım tartışmalarında ise internet ile yeni bir yurttaşlık tanımının oluştuğu ve bu yurttaşlara ağdaş denilebileceği dile getirilir. Toplumsal sermaye yaklaşımında ise ağlar aracılığıyla bireyler arasında yatay geçişlerin olabileceği, bu sayede de demokratik gelişmenin hızlanacağı vurgulanır. Geleneksel medya olarak değerlendirilen gazete, dergi, radyo ve televizyonun iktidarın tekelinde birer propaganda aracı iken, sosyal medya gelişim tarzı ve yapısal özellikleri itibarıyla iktidara karşı bireylere söz söyleme ve söylem geliştirme alanı tanımıştır.

Günümüz iktidarının önemli bileşenlerinden olan enformasyon ve iletişim, iktidarın merkezileşmesinde önemli bir rol oynar. Söylemsel olarak demokrasinin yeni bir aşaması gibi adlandırılan yeni iletişim teknolojileri, hem merkez ülkelerde hem de onların uydusu haline gelen çevre ülkelerde eşitsizlik ve dışarda bırakma mekanizmaları oluşturmaktadır (Hardt-Negri, 2003:312).

Güvenlik politikalarına duyulan ihtiyaç, yeni iletişim teknolojilerinin toplumsal iletişimi sağlaması esnasında da kendisini gösterir (Mattelart, 2013:120).



Kamusal alanda ücretsiz sunulan iletişim olanakları bireylerin kimlik bilgileri ve gündelik hareketlerini kontrol altına alırken, hükümetlere de iletişim teknolojileri aracılığıyla güvenlik kaygılarını giderme fırsatı sunmaktadır. İletişimin elzem bir ihtiyaç halini aldığı günümüzde, iletişim araçları çoğu zaman iktidarların güvenlik araçlarına dönüşmüştür.

## 2.6. Panoptik Pencere Olarak Sosyal Medya

Sosyal medyanın gelişimi ve sürekli olarak değişen mahiyeti, gözetim pratiklerini de aynı oranda çeşitlendirmiştir. Panoptikon, sinoptikon, süper panoptikon, postpanoptikon, omniptikon gibi geleneksel panoptikondan türeyen kavramsallaşmalar sanal dünyanın baş döndürücü genişlemesine de işaret etmektedir. Gözetleme ve anında verilere ulaşabilme açısından panoptik ve süperpanoptik özellikler sergileyen sosyal medya serüveni için sinoptik kavramını da kullanmak, azınlığın çoğunluğu gözetip seyretmesine vurgu yapmak açısından mümkündür. Modern dönemin en başat gözetim modellerinden olan panoptikon, süperpanoptikon ve sinoptikon birbiri ile çatışmadan ya da çelişmeden, ötekilerine rağmen varlıklarını sürdürmektedir. Çeşitlenen sosyal medya alanları ve sosyal medya kullanım biçimleri, gözetleyen ve gözetlenen konusunda da yeni pencereler açmaktadır. Adeta bir dijital veri deposuna dönüşen bireyler, sosyal medya kullanımı ile birlikte dijital ayak izlerini var oldukları her dijital mecrada iktidarların gözlem masasına bırakmaktadır.

Bauman'a göre '*yapay bir mekan olan ve belli bir amaç için inşa edilen*' panoptikon, mekanın şeffaflığını iktidar adına bilinçli bir şekilde manipüle etmeyi amaçlamaktadır (Bauman, 2012:40). Klasik panoptikon ve mekansal gözetimin yeni teknolojik imkanlar ışığında kullanışlılığını kaybetse de, Bauman'ın belirttiği gibi, '*panoptik ideal tam olarak terk edilmedi*' (Bauman, 2012:40) ve günümüz sosyal medya pratikleri dahilinde *dijital panoptikon* olarak yeniden karşımıza çıkmaktadır.

Geniş internet ağı ve teknolojik altyapısı sayesinde küresel bir denetim mekanizması halini alan internet, yine Bentham'ın '*evrensel bir denetim mekanizması*' olarak tasarladığı panoptikonla birebir örtüşmektedir. Uğur Dolgun'un internet ile panoptikon arasındaki bağdaşma dikkat çektiği yazısında (Dolgun,

2005:170) işaret ettiği gibi, panoptikonun toplumsal anlamdaki '*güvenli gözaltı, kapatılma, yalnızlık ve eğitime*' gibi özellikleri, internet aracılığıyla bireyin üzerinde uygulanmaktadır.

Jeremy Bentham ve Michel Foucault'nun dört duvar arasındaki panoptikonu 20. yy ile sanal bireylerin sanal verilerine evrilmiştir. Klasik panoptikonun iktidar yapısı da değişkenlik gösterip, Bauman'ın da ifade ettiği gibi kesinlik ve sınırdan yoksun akışkan dünyada değişik odakların kontrolü altına girmiştir (Bauman-Lyon, 2013:10). İktidarlar siyasal iktidar olmaktan çıkmış, siyasal iktidarlara da belirleyen bir üst iktidar biçimini almıştır. Big Brother'ın gözetimi altındaki çağımızda, panoptikon da veri mühendisliği adı altında yeni biçimler kazanmıştır.

Zygmunt Bauman'ın '*akışkan gözetim*' kavramı, gözetimi bütüncül bir açıklamaya tabi tutmaktan ziyade, gözetimi günümüz değişken koşullarında bir yere koymayı, konumlandırmayı hedeflemektedir (Bauman-Lyon, 2013:10). Bauman, tıpkı gözetim gibi modernitenin kendisinin de akışkan bir yapıda olduğunu ve herhangi bir tanımsal kanun içerisinde şahitliğe hapsedilemeyeceğini belirtir.

Gilles Deleuze ise gözetimi bir ağacın köklenip büyümesi gibi değil de sarmaşık gibi yer altından yayılmasına benzeterek tanımlamıştır. Deleuze bu şekilde organize olan toplumları *kontrol toplumları* tanımlamıştır (Deleuze'den aktaran Bauman, 2013:11). Toplumun kontrol altında tutmanın önemli bir aracı olan gözetim artık bireylerin fiziksel varlıklarının nerede olduğu ve ne yaptığı ile değil; sanal varlıklarının nelere ilgil gösterdiği, nelerle vakit harcadığı, ilgi alanları ve nefret ettiği şeyler, siyasal tutumu ve tüketim alışkanlıklarını takip etmekle ve bunları depolamakla mümkün olmaktadır. Gözetim artık gören gözden ziyade, verileri toplayan ve analiz eden mekanizmadır. İktidarın devamlılığını fiziksel bedenleri hapsedmek ya da takip etmekle sağlamak oldukça güç ve masraflıdır. Nüfus ve seyahat kayıtları, alışveriş ve kredi kartı harcamaları, tatil ve otel kayıtları, sosyal medyadaki ayak izleri ve kimlik bilgileri bireyin fiziksel bedenini takibe ihtiyaç duyulmaksızın bir gözetimin odağında olmasına zemin hazırlamaktadır. Zaten Foucault'un dediği gibi; panoptikon, tutuklanan ya da herhangi bir yapı içerisinde gözlemlenen kişide '*iktidarın otomatik işleyişini sağlayan bilinçli ve sürekli bir*

*görünebilirlik halini*' yaratmaktadır (Foucault, 2000:296-297). Klasik panoptikonun gözetimden rahatsız olan ve kaçan bireyinin aksine, dijital panoptikondaki birey gönüllü olarak kendisini gözetimin metası haline getirmekte, kendisine ait tüm mahrem ve özeli ifşa etmekten geri durmamaktadır. Dolgun'a göre internet, elektronik cemaatlerin oluşturduğu sanal dünyada panoptik bir alandır (Dolgun, 2015:198).

Birer sosyalleşme ve eğlence mekanı olarak görünen fakat arka planda iş modeli olarak kullanıcı verilerini depolama ve satmayı kendine görünmez misyon edinen sosyal medya platformları, birer panoptik gözetim kulesine dönüşmüştür. Bireyler kendilerini sosyal medyada ifşa ettikçe görülmektedir ki, modernizmin kamusal hayata sunduğu mahremiyet kabuğu, post modernizm ile kırılarak modern bireyin elinden alınmaktadır. Klasik panoptikonda cezalandırma ve dışlama yaptırım unsuru olarak kullanılırken, günümüzde panoptik gözetime bireyler kendilerini gönüllü olarak onaylanma, beğenilme ve takip edilme arzusuyla bırakmaktadır.

Tüm sosyal medya hizmetlerinin ücretsiz oluşunu, *'bir ürün bedavaya satılıyorsa orada ürün sizsinizdir'* cümlesinden bir adım öteye taşıyan Harari, bu devasa veri havuzunun oluşturulma sebebini *"Bizler veri şirketlerinin müşterisi değil, mahsulüyük"* diyerek açıklamaktadır (Harari, 2018: 84). Google, Facebook ve Baidu gibi veri devi şirketler, bireylerin ilgilerini çekmek için çoğu sosyal medya platformunu ücretsiz olarak kullanıma açmaktadır. Günlük hayatı kolaylaştıran, eğlenceden sosyal aktiviteye, navigasyon hizmetinden e-ticarete kadar birçok uygulamanın amacı, kullanıcıların bilgilerine erişerek bu bilgileri veri havuzunda toplamaktır. Toplanan veriler ve oluşturulan veri havuzu, data mining bandından da geçerek bireyleri birer kodlanmış veriye dönüştürmektedir. Klasik gözetimin bireyin bedenini gözetim ve kontrol altında tutan panoptik gözü, internet ve sosyal medya kullanımı ile beraber bireyin sanal izlerini takip eden görünmez bir göze dönüşmüştür.

## **2.7. Sanal Cemaatler / Postmodern Kabileleşme**

Modern insanı tanımlarken en sık kullanılan ifade *'tek başlılık'* olmuştur. İçinde bulunduğumuz bireysellik çağındaki bireye, gelişen teknolojiler dahilinde

kişisel sosyal medya alanları da eşlik edince yalnızlık daha da pekişmiştir. Sorgu ve şüphe baskısı altındaki modern insanın zaman ve mekandan kopukluğunun huzursuzluğunu gidermek için inşa ettiği sanal dünya, onu yeni sanal cemaatlerin içerisine taşır. Giderek zayıflayan geleneksel anlamdaki ulus devlet değerlerinin yeri, internet üzerinden var olan dijital/elektronik grupların bir araya gelerek oluşturulan ‘*post modern kabileler/sanal cemaatler*’ ile doldurulmaktadır (Dolgun, 2005:173). Böylece, Mehmet Fikret Gezgin’in dile getirdiği “*cemaat, her şeyden önce yer unsuruna bağlıdır*” (Gezgin, 1998:186) tanımlaması da bu kesinliğini kaybetmiştir. Dijital dünyanın kavram ve olguları alt üst edişinin bir örneği de somut mekana bağlı olan cemaatin, sanal cemaatleşme yoluyla postmodern kabileleşmeleri yaratmasıdır.

Cemaat ve cemiyet ayrımına getirdiği kavramsal tanımlamayla bilinen Alman sosyolog Ferdinand Tönnies (1855-1936), iletişim halindeki toplumsal etkileşimin iki sonucu olarak *gemeinschaft* (cemaat) ve *gessellschaft* (cemiyet) kavramlarından bahseder. *Gemeinschaft* belirli bir coğrafi bölge üzerindeki topluluğun oluşturduğu ve yakın ilişkilerden oluşan kitleyi temsil ederken, *Gessellschaft* ise günümüz modern toplumsal ilişkilerinin hüküm sürdüğü toplulukları temsil etmektedir (Tönnies, 2001:22-52). Diğer yandan sosyologların araştırmaları göstermektedir ki insanların komşuluk veya akrabalık gibi ilişkileri genel topluluk ilişkilerinin yalnızca bir kısmını oluşturmaktaydı. Çünkü uçak veya araba gibi ulaşım araçları, telefon veya internet gibi iletişim araçları uzak mesafelerdeki kişilerce sosyal ilişki kurulması ve sürdürülmesine olanak tanımaktaydı (Wellman, 1996:5). Bu da ortak değerlerin benimsendiği ve paylaşıldığı cemaat kavramını ‘*ortak coğrafya*’ şartının ötesine taşımıştır.

Tönnies’in cemiyet/*gessellschaft* kavramı, dijitalleşen toplumu ifade etmeye açık bir kavramdır. Bir taraftan yalnızlaşma, hiper bireysellik ve parçalanmışlık artarken, diğer taraftan da postmodern kabileleşme denen sanal cemaatler oluşmaktadır (Bozkurt, 1999). İletişim teknolojilerinin gelişmesi ve insan ilişkilerinin yaşandığı alanların çoğunlukla sanal mekanlara taşınmış olmasıyla beraber, sanal bireyler ve elektronik topluluklar oluşmaya başlamıştır. Belirsizlik kavramı içerisinde savrulan ve yalnızlaşan postmodern birey için sanal dünya, kendininkini benzer yaşam tarzlarına sahip insanlardan haberdar olacağı sanal

cemaatlere ev sahipliği yapan bir mekan olmuştur (Dolgun, 2015:198). Sanal cemaat üyeleri *benzerleri* ile etkileşim kurarken, *ötekini* keskin şekilde dışlayarak demokrasi kültürü ile sanal cemaatin ters düşmesine de zemin hazırlar. Sanal cemaatler sosyal, ekonomik ve siyasi konularda bir tartışma kültürünün harmanlandığı kamusal alan oluşturmak yerine, ötekinin daha da ötekileştirildiği bir alan oluşturmaktadır (Dolgun, 2014:199).

Sanal cemaatler insanlara yeni aidiyet mekanları yaratmaktadır. Yersiz yurtsuzlaşan, yerel ve kültürel aidiyetlerinden kopan, kuralsızlaşan ve hiper bireyselliğin zirvesini yaşayan insanlar için sosyal medya kendilerine dert ve kader ortağı bulabileceği, yalnızlığını paylaşabileceği, işleri hakkında bilgi alabilecekleri ve bildiklerini paylaşabilecekleri birer mekana dönüşmüştür (Bozkurt, 1999).

İnsanların sanal alem içerisindeki kişilik inşaları onları günlük hayattaki sınır ve sınırlamalardan koparıp sınırsız bir etkileşim alanına açılmalarını sağlar. Kapitalizmi yendiğini ve yerine geçtiğini iddia eden küreselleşmenin, bireyleri somut olarak yersiz yurtsuzlaştırmasının örneği, mekandan koparma işlevi gören sanal dünyada gerçekleşmektedir. Günlük hayattaki yersiz yurtsuzlaşma insanların sürekli olarak yer değiştirmelerine rağmen kent mekanlarında kendilerini yabancı hissetmeyecekleri yerlerde bulunmaları anlamına gelmektedir. Meydanlar, AVM'ler, havaalanları gibi bu mekanlar insanların kendi evi değildir ama başkalarının da evi değildir (Chevion, 2014: 23). Tıpkı antropolog Marc Auge'nin yersiz yurtsuzlaştırma kavramıyla ifade ettiği gibi, dijital dünyada da bireyler kendilerine ait olmayan ama başkalarının da ev sahibi olmadığı alanlarda yeni kimliklerini inşa etmek ya da mevcut kimliklerini ifşa etmekle meşgul olurlar.

Günümüz çağdaş dünyası, uzamı olmayan alanların dünyasıdır. Uzamı olmayan alanlar havalimanları, otoyollar gibi dolaşım alanları; AVM ve hipermarketler gibi tüketim alanları ve telefon, televizyon, internet gibi iletişim alanlarıdır. Ve uzamı olmayan alanların özelliği de bireylerin beraber yaşamadığı ama birlikte var olup birlikte hüküm sürdüğü alanlar olmasıdır (Mattelart, 2013:127).

Şeffaflık toplumu kapitalizm ile iç içe bir toplumdur ve değerler silsilesine bakıldığında bir nesnenin değerinin göz önünde olma olasılığı ile doğru orantılı

olduğu görülür. Nesnelere artık gözden uzak olduğu müddetçe kazandığı ‘kült değerleri’ ile değil, göz önünde ve ulaşılabilir oldukları sürece kazandıkları ‘sergi değerleri’ ile kabul edilirler. Nesnelere varlığı sergilenebilir olmalarına bağlıdır. Günümüz sosyal medya kullanımı ve sanal bir bireye dönüşmemiz, sadece nesnelere değil kişilik ve bedenlerin de sergilenebilir değer olmaları, kabul edilebilir olma ihtimallerini yükseltmektedir.

Byung Chul-Han, şeffaflık toplumunun kendisini öncelikle olumluluk toplumu olarak inşa ettiğini söyler ve kamusal söylem üzerinde önemli bir hakimiyet kurduğuna işaret eder (Chul-Han, 2017:15). Şeffaflık toplumunu aynılaştırmanın girdabı olarak tanımlayan Chul-Han şu ifadeleri kullanır;

*“Şeyler, her türlü olumsuzluktan arındırıldıklarında, pürüzsüzleştirildiklerinde, düzleştirildiklerinde; sermaye, iletişim ve enformasyonun pürüzsüz akıntularına direnç göstermeksizin katıldıklarında şeffaflaşırlar. Eylemler hesaplanabilir, yönlendirilebilir ve kontrol edilebilir süreçlere tabi olduklarında şeffaflaşır. Görüntüler pornografik hale geldiklerinde şeffaflaşırlar. Şeyler tekilliklerini terk edip sadece fiyatıyla ifade edildiklerinde şeffaflaşır.*

*Hızlanma baskısı olumsuzluğun tasfiyesine, olumluluk/şeffaflık toplumunun inşasına zemin hazırlar. İletişim en yüksek hızına aynı olanların birbirine cevap verdiğiğinde, aynılar zincirleme reaksiyonu oluşturduğunda ulaşır. Şeffaflık, öteki ve yabancıyı devredışı bırakarak sisteme istikrar ve hız kazandırır. Hizaya getirmenin yeni adı şeffaflık olmuştur.” (Chul-Han, 2017:16)*

Modern ve postmodern dönemlerle beraber önce toplumda yalnızlaşan, ardından kendisine yabancılaşan birey için sanal kişilik ve sanal topluluklar sığınacak bir liman olmuştur. Futbol kulübü gruplarından, Metal müzik hayranlarına, Sushi severlerden, A partisi destekçilerine, cinsel fetişistlere kadar birçok farklı

yelpazeden kişiyi ortak çatı altında bir araya getiren, bunu yaparken de ‘Ötekinin yok edildiği’ bir sanal cemaate dönüşen bu gruplar, aynı zamanda demokrasi için bir tehdit niteliğindedir (Dolgun, 2005:174).

Diğer yandan sanal cemaatlerin, ‘fiziksel cemaatlere’ karşı bir olgu olmadığı görüşü ağır basmaktadır. İspanyol iletişimci Manuel Castells, yerel cemaatleri kişi için sosyal ağlar kurma ve geliştirmenin bir yolu olarak tarif ederken, interneti de sosyal ağ kurmanın bir diğer alternatifi olarak işaret eder (Castells, 2008:477). ‘Peki, sanal cemaatler, gerçek cemaatler midir?’ sorusunu soran Castells, şu şekilde yanıt vermektedir;

*“Sanal cemaatler gerçek cemaatler midir sorusuna hem evet hem hayır yanıtını verebiliriz. Cemaattirler, ama fiziksel değildirler; fiziksel cemaatlerin izlediği etkileşim ve iletişim kalıplarını izlemezler. Ancak ‘gerçekdışı’ da değildirler, farklı bir gerçeklik düzleminde işlerler. Çoğu, zayıf bağlara dayanan, son derece çeşitlenmiş ve uzmanlaşmış, sağlam bir etkileşimin dinamikleriyle karşılıklılık ve destek üretebilen sosyal ağlardır” (Castells, 2008:479)*

## **2.8. Haz, Hedonizm ve Sosyal Medya**

İnsanları sanal dünya içerisinde kaybolmanın hazzına iten etkenlerden birisi de, Sigmund Freud’un uygarlığın huzursuzluğu olarak bahsettiği anlayışın (Freud, 2013:19) günümüz dünyasında modernitenin huzursuzluğu olarak tezahür etmesidir. Nasıl ki Freud insanların dini inanç hissiyatını kaderin acımasızlığına, ölüm fikri karşısındaki çaresizliğine karşı teselli bulma olarak açıklıyorsa (Freud, 2013: 21); günümüzde insanların gerçek hayattan kaçıp sığındığı sanal dünya ve sanal kimlikler de sistemin dayattığı ideal insan ölçülerinin dışında kalma, tatminsizliği aşıl原因an eğlence kültürü karşısında yetersiz hissetme ve her geçen gün bir yenisinin daha ortaya çıktığı iletişim teknolojileri sonucunda azalan yüzyüze iletişimin boşluğunu doldurma gibi ihtiyaçları karşılama gerekliliği olarak açıklanabilir.

Thomas Hobbes'a göre insan sürekli olarak hazzın peşinde koşan, acıdan ise aynı oranda kaçan bencil bir varlıktır (Zelyüt, 2010:31). Bunun temelinde bir içgüdünün yattığını ve bu içgüdünün de kendini koruma ya da yaşamı idame ettirebilme içgüdüsü olduğuna işaret eder. Hobbes, ünlü eseri Leviathan'da bu görüşünü açarken, insanın yaşamını sürdürmesini sağlayan her şeyin iyi, buna engel olan tersi durumların ise kötü olduğunu belirterek kişisel haz dünyasına geniş bir meşruiyet alanı sunar. Ona göre insan sürekli arzulayan, isteyen bir varlıktır (Zelyüt, 2010:31). İnsan doğası icabınca bencil ve toplumsal olmayan bir canlıdır; yani Hobbes'un insanı Aristoteles'in *zoon politikon/politik hayvan*'ının karşısında yer almaktadır. Hobbes'un insanı, homo homini lupus'taki insandır, yani insanın kurdu olan insandır. Toplum, devlet, siyaset gibi yapay yapıların dışındaki doğal dünyada da insanın özgürlüklerinin olduğunu belirten Hobbes, insanın en temel özgürlüğünün öldürme özgürlüğü olduğunu altını çizer. İnsanı bu çıplak doğa ve çatışma ortamından toplumsal uzlaşma ve toplumsallaşmaya getiren nedir diye sorulduğunda Hobbes'un açıklaması, ölüm korkusu ve rahat yaşama tutkusu şeklinde olmuştur.

Thomas Hobbes'da *haz veren şey, iyi olan şeydir* (Zelyüt, 2010:43). Politik hedonizmin temellerini atan bu görüşü doğrultusunda bakıldığında sosyal medya üzerinden kişilik üretmenin ve bu kişiliklerin kendini iyi hissetmek adına haz alacakları her türlü şeyi deneyimleme dürtüsünü açıklamak yerinde olacaktır.

Hazdan bahsederken Freud'a yeniden dönülecek olursa Freud, doyumu sağlayamayan bir içgüdü gerçeğini 'engelleme', bu engellemeye neden olan kuralı 'yasaklama' ve bu yasaklamanın doğurduğu durumu da 'yoksunluk' olarak tanımlar (Freud, 2004:11). Yoksunluğu yaşayan birey bu eksikliği başka yerlerde giderme eğilimine girecektir. Zaten içerisinde yaşadığımız çağ, çeşitli doyumların peşinden gidilen bir doyumsuzluk çağı olarak tanımlanmaktadır. Dolayısıyla engelleme ve yasaklar bazı yoksunlukları, bu yoksunlukları giderme ihtiyacı da yeni arayışlar ile beraber yeni engelleme ve yasaklamaları beraberinde getirmektedir. Bu döngü insanları kültürlerinden ve toplumsal bağlarından, genel olarak yaşamsal bağlamlarından kopararak, bir yere ait olma ve bir bütün tarafından temsil edilme hissiyatı ile sanal birer kişiliğe dönüşmelerine zemin hazırlamaktadır. Ahmet İnsel insanın sanal arayışlarını ele aldığı yazısında bu konuya değinir; "*Nasıl ki köyünden,*



*yurdundan kopma sendromu eski kapitalizme damgasını vurmuşsa; günümüzde de dışlanma olgusu yeni kapitalizmin gözle görülür en ciddi sendromlarından birisi olmuştur” (İnsel, 2013:29).*

Verdiği bir röportajda, sosyal medyanın gençleri narsist kişiliğe doğru ittiğine değinen İnönü Üniversitesi Sosyoloji Bölümü Öğretim Üyesi Doç. Dr. Vehbi Bayhan, şu ifadeleri kullanır; *“Sosyal paylaşım ağlarıyla birey, paradoksal olarak hem teşhirci hem de röntgenci konumuna düşüyor. Sosyal medyanın bu yapısı, narsistik eğilimleri arttırmakta veya narsist eğilimli bireyler için yeni sanal bir platform oluşturmaktadır”*(Bayhan, 2017). Fark edilmek ve farklı olabilmek için artık bireylerin kendilerini farkındalık yaratacak şekilde geliştirmesine gerek kalmadığını belirten Bayhan, kendini aşırı beğenmişlik olan kişisel narsizmin yaygınlık kazanarak toplumsal narsizm seviyesine ulaşmasıyla ciddi sorunlar yaşandığına da dikkat çekiyor.

Haz ve doyumsallığı sosyal medya bağlamında ele alırken değinilmesi gereken önemli teorilerden birisi de, *‘kullanımlar ve doyumlar teorisi’*dir. İzleyici veya okuyucuyu pasif olarak algılayan ve merkezine medya içeriğini koyan diğer medya kuramlarının aksine, psikolog Elihu Katz ve arkadaşlarının ortaya attığı kullanımlar ve doyumlar teorisi, kişinin toplumsal ve psikolojik bazı ihtiyaçları olduğunu ve bu ihtiyaçlarını medyaya maruz kalmak suretiyle kısmen giderebildikleri görüşü üzerinde durur. Teori, bireyi medyayı kullanma ihtiyacına iten sebepleri beşli kategori şeklinde ele alır; bilişsel ihtiyaçlar, duygusal ihtiyaçlar, kişisel bütünleşme ihtiyaçları, sosyal bütünleşme ihtiyaçları ve gerçeklerden kaçış ihtiyaçlarıdır (Küçük Kurt, 2009:37). 1960 ve 1970’li yıllarda yapılan medya analizlerinde kullanılan kullanımlar ve doyumlar teorisi, internet ve sosyal medyanın kullanımı ile beraber yeniden gündeme gelmiştir. Bireyin toplumsal ve psikolojik ihtiyaçları, sosyal medya ile sağladığı içeriğe etkin katılım sayesinde daha etkin biçimde karşılanmaktadır (Alioğlu, 2016:6).

Hazzın sadece kişisel hissiyat değil toplumsal denetim aracı olabileceğine de değinen Andrey Huxley, denetimin 1984 romanında acı kavramıyla, Cesur Yeni Dünya’da ise hazla sağlandığını belirtir (Postman, 1994:7-8). Postman bunu

söylerken 1980'li yılların özellikle ABD ve Batı kültüründe haz üzerinden kontrol alanı yaratan televizyon kültürünü baz alsa da, günümüze bakılıp internet ve yarattığı ağ toplumu üzerindeki etkisi ele alındığında görülmektedir ki hazzın merkezi ve yoğunluğu bu alana kaymıştır.



## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### VERİNİN GÖZETİM ARACINA DÖNÜŞMESİ FACEBOOK CAMBRIDGE ANALYTICA VERİ SKANDALI

Günümüzde sanal dünya, bireylerin gerçekliğinin icra alanı olmuştur. Kullanıcıların sanal/dijital dünyadaki her bir adımı, birer veri olarak iz bırakmaktadır. Oluşturulan veri havuzları, kullanıcının kimliği ve kişilik/psikolojik haritası hakkında detaylı bir sunum vadetmektedir. Veri şirketleri, siyasal iktidar ve siyasal seçim kampanyası yürüten birimler, doğrudan tüketiciyi hedef kitlesi olarak belirleyen odaklar verinin önemini farkındadır.

Facebook - Cambridge Analytica veri skandalı özelinde ele alınan çalışma, verinin ne olduğu ve günümüzdeki işlevi, toplumsal ve siyasal yapıyı şekillendirmedeki kudreti ile sosyolojiyi yaratmakta olmasa da yönetmekteki marifetine dikkat çekmeyi amaçlamaktadır.

#### 3.1. Amaç

Çalışmanın amacı, gözetim olgusunun tarihsel süreç içerisindeki misyonu ve değişimi ile bugün varmış olduğu son noktadaki dinamik yapısını ele almaktır. İktidarın olduğu her yerde gözetim olgusundan söz etmek mümkün olduğu için, gözetimin tarihini iktidarın tarihi ile başlatmak yanlış olmaz. Foucault'a göre de gözetim, '*en eski hükümdarın en eski rüyasıdır*' (Foucault, 2013:229). Dolayısıyla bu en eski rüyanın en son hali ve pratiklerini ele almak, günümüz kitle iletişim teknolojileri ve sosyal medyasının yalnızca birer içerik üreticisi olmadığı, aynı zamanda birer propaganda ve yönlendirme aracı olduğunu işaret etme noktasında önemlidir.

Klasik dönem yöneticileri için gözetim, kendini ve kudretini gösterme üzerinden sağlanmaktaydı. Kudretin gösterilmesi, gücün pekiştirilmesi, bedenlerin cezalandırılması tamamen göz önünde ve hatta herkesin görebileceği mekanlarda/mezarlarda yapılmaktaydı. Güç demek gösterilmesi gereken, tebaaya ihtişamın sunumu ile sağlanan hegemonya demektir. Görünür olmanın iktidar olma anlamına geldiği klasik dönemden, modern ve postmodern dönemin görünür

olmayan ama her şeyi gören iktidarına uzanan süreci dönem ve dinamikleriyle beraber ele almak çalışmanın amaçlarından birisidir.

Jeremy Bentham'ın 1785 yılında hapisane modeli olarak tasarladığı ve mekanı kontrol edenlere '*görünmeden görebilme*' imkanı tanıyan hapisane modeli, bugünün dijital ve veriye dayalı gözetimine ışık tutan süreçteki kavramsallaştırmaya da adını vermiştir; panoptikon. Bentham'ın mimari yapıya, dolayısıyla mekana dayalı olarak kavramsal temel kurduğu gözetim modelini alıp sosyal bilimlere taşıyan Michel Foucault, iktidarın olduğu her yerde gözetimin olduğu ve gözetimin sadece mekana bağlı olmadığını belirtmiştir.

Bentham'ın tasarladığı panoptikonda amaç, hücresindeki mahkumlara onları gözetleyen gardiyanın gözetiminden kaçacak herhangi bir yer bırakmamayı; buna karşılık da mimari tasarım sayesinde gardiyana/gözetleyene gözlem altındaki mahkumun her hareketini gerek doğrudan, gerek duvardan yansıyan silüet sayesinde görebilme imkanı tanımaktır. Böylece mahkum her daim gözetim altında olduğunu, her hareketinin gözlendiğinin bilincinde olarak davranışlarına yön verecektir. Bentham'ın "*bir üst aklın, gücü elde etmesinin yeni bir modeli*" sözleriyle ifade ettiği panoptikon, tam da bu sebeple bireyin kendi üzerinde iktidar korkusu ile iktidar uygulamasını tetiklemiştir.

Kavramı modern ve liberal toplumlar bağlamında ele alarak yeniden değerlendiren Fransız düşünür Michel Foucault'a göre birey toplumun tüm alanlarında gözlemlendiğini düşündüğü için baskıyı hisseder ve kendini kısıtlar. Böylece toplumda tek tipleşme oluşur. Bu sebeple Foucault, tek tipleşen insanı tarif ederken '*uysal insan*' tabirini kullanır. '*Uysal insan*' toplumdaki farklı hareket edemeyen, farklı hareket ettiğinde toplumun kınama ve dışlama cezasıyla karşı karşıya kalacağını bilen, bu yüzden toplumdaki dışlanmamak için ona ayak uyduran bireydir. Burada iktidarın panoptik gözü ve doğrudan iktidarın kendisi toplum olmuştur. Bu süreç ve düzen içerisinde yuvarlanan Foucault'nun '*uysal insanı*', zamanla Herbert Marcuse'nin '*tek boyutlu topluma*' (Marcuse, 2010: 19-33) dönüşür. Bireylerin aynılaşması, panoptik gözetim için ideal bir ortamdır. Gözetimin aracı sadece aynılaşanı kontrol etmek değil, aykırı olanı da tespit etmektir.

Bireyin bedeni üzerinde, belli mekanlar dahilinde hegemonya kuran klasik panoptikon, dijitalleşen dünya ile birlikte farklı bir çehreye bürünmüştür. Günümüz dijital panoptikonunda bireyin bedeni ve bu somut bedeninin takibi birincil derecede önem taşımamaktadır. İktidar için gözetimin amacı ve yöntemi, bireyin dijital verilerini ve sosyal medyadaki ayak izlerini takip etmek, bu verileri derleyip veri havuzunda harmanlayarak her an her koşulda kullanıma hazır tutmaktır.

Amaç, yaygınlaşan sosyal medya kullanımının bireyler üzerinde etkisi ile beraber iktidar yapılarını uğrattığı değişime dikkat çekmektir. İnternet ve sosyal medya ile beraber değişime uğramak zorunda kalan iktidar yapılarının, bir süre sonra değişimi lehine çevirerek sosyal medyayı bir gözetim aracı olarak kullandıkları görülüyor. Bu noktada sosyal medyanın panoptik bir mecraya dönüşmesi, dijital mecraların birer veri havuzuna evrilip tüm kullanıcı bilgilerini iktidarın kullanıma sunmasına zemin hazırlamıştır. Bu noktada sosyal medya ve sosyal medya kullanım pratiklerinin yalnızca panoptik değil, sinoptik, postpanoptik, süperpanoptik ve iktidarların elinde panoptik gözetim suretiyle icra edildiği görülmektedir.

Çalışmaya örnek konu olarak Facebook-Cambridge Analytica konusunun seçilmesindeki amaç, dünya genelinde yankı uyandıran ve emsallerini açıklama konusunda da bolca örneğe sahip olan bir veri skandalı olarak cereyan etmesidir.

### **3.2. Yöntem**

İktidarın panoptik gözüne dönüşen sosyal medyanın kullanım tarzı, bireylerin birer seçmen profili olarak haritalarının çıkartılmasına önyak olmuştur.

Çalışmanın yöntemi, vaka incelesin yöntemine dayanmaktadır. Kaynak taraması yapılmış, teze dayanak sağlayan konular hakkında basılı eser ve yazılı/görsel/dijital medya içerikleri elde edilmiştir. Güncel bir konu olan Facebook Cambridge Analytica Skandalı, medyaya yansımaları suretiyle patlak veren ve kamuoyunca bilinirliğe kavuşan bir olaydır. Gazete ve televizyon haberleri ile beraber dijital medya içeriklerinin analizi ve yorumlanması çalışmanın başlıca yöntemi olmuştur.

İnternet ve sosyal medya, literatür açısından görece yeni bir mecradır. Cambridge Analytica şirketinin Facebook kullanıcı verilerini izinsiz şekilde kişilik testi oluşturmak üzere alması, Facebook'un ise buna neredeyse müsaade etmesi büyük tartışmalara yol açtı. Veri güvenliği ve verinin önemine dair haberler, makale ve akademik çalışmaların yoğunlaştığı şu son dönemlerde, çalışmamız Türkiye'deki akademik çalışmaların henüz değinmediği bu alandaki önemli bir boşluğu doldurmayı hedeflemektedir.

### **3.3. Kapsam ve Sınırlılık**

Sosyal medyanın bir veri havuzu olarak kullanılması, özellikle Facebook'un kişisel kullanıcı verilerini siyasi otoritelerin kullanımına sunulacak şekilde sızdırması, Facebook Cambridge Analytica skandalı ile net bir şekilde ortaya çıkmıştır. Birçok sosyal medya alanı ve mobil uygulamanın kişisel verileri karşı tarafa aktardığı aşıkardır.

Bireylere ait verinin elde edilmesi ve çeşitli amaçlarla kullanılmasının tarihi de oldukça eskidir. Teknoloji ve özellikle iletişim teknolojilerinin gösterdiği gelişim ile beraber verinin elde edilmesi iktidarlar adına daha da kolaylaşmıştır. Verinin elde edilmesi ve sızdırılması, tüketim alışkanlıkları üzerinde ya da seçmen profili oluşturmada sıkça karşılaşılan durumdur.

Çalışmanın kapsamını, Facebook verilerinin Cambridge Analytica şirketi tarafından, kişilerin psikolojik haritalarının çıkartılması ve davranışlarının önceden tahmin edilmesiyle beraber yeni davranışlara yönlendirilmesi amacıyla kullanması oluşturmaktadır. Özellikle günümüzde verinin boyutu, işlevi ve temsil ettiği anlam tahmin edilenden daha fazladır. Çalışmada verinin temsil ettiği bu güç, Facebook - Cambridge Analytica veri skandalı ve şirketin verileri işlerken kullandığı psikografi tekniği ele alınarak gösterilmeye çalışılmıştır.

Bir veri işleme merkezi olarak kurulan Cambridge Analytica'nın özellikle 2016'daki ABD Başkanlık seçimi, İngiltere'nin Avrupa Birliği'nden ayrılıp ayrılmamasının oylandığı Brezilya süreci ve çarpıcılığı ile öne çıktığı Trinidad ve Tobago'daki başkanlık seçimine etkisini çalışmanın kapsamı olarak ele alındı.

Çalışmada iktidarın panoptik gözü olarak ele alınan sosyal medya ve günümüz pratiklerine değinmeden önceki bölümde iktidarın yapısı ve tarihsel süreç içerisinde değışen mahiyeti detaylıca değlendirilmiştir. Tezin başlığına konu olan iktidarın günlük politik dildeki siyasi iktidar anlamıyla sınırlı olmadığı, gücü elinde bulunduran odağı temsil ettiği ve yeri geldiğinde siyasal iktidarları da belirleyen güç olduğu vurgulanmıştır.

Cambridge Analytica şirketinin birçok siyasi seçime veri sızıntılarından elde ettiği seçmen profili analizleri ile müdahale ettiği bilinmektedir. Çakışmanın kapsamını belirlerken özellikle 50 milyon Amerikalının Facebook verilerine erişilen ve siyasi seçim öncesi seçmen profili oluşturmada kullanılan 2016 yılındaki ABD başkanlık seçimleri merkez koyulmuştur. Bunun yanı sıra İngiltere'deki Avrupa Birliği'nden ayrılma konusunun oylandığı Brexit süreci ve Cambridge Analytica şirketinin reklam kampanyası ile seçimimin kaderinin belirlendiği Trinidad ve Tobago'daki başkanlık seçimi de örnekleriyle ele alınmıştır.

### **3.4. Problem**

Ağlarla birbirine bağlanmış olan internet toplumunda veri, çok şey demektir. Nasıl ki ürün ve bireylerin dünya genelinde serbestçe dolaşımı 18.yy'ın ardından modern ve küresel dünyayı yarattı, verinin serbestçe dolaşımı da günlük hayattan ticarete, siyasetten diplomasiye, medyadan tüketim kültürüne kadar birçok alana akışkan bir kolaylık sağlamıştır. Verinin akışkanlığı ve ulaşılabilirliği, McLuhan'ın küresel köyünü de inşa etmiştir demek abartı olmaz. Verinin elde edilememesi veya sağlıksız verinin elde edilmesi, adeta kendi hızıyla yarış halinde olan günümüz dünyasını sekteye uğratabilir. Kritik öneme sahip olan verinin elde edilmesinin en önemli yöntemlerinden birisi, bireylerin dijital ayak izlerini takip etmektir. Kullanılan sosyal medya hesabında yapılan yorumdan beğenilen sayfaya, arama motorundan yapılan aramalardan takip edilen kişi veya sayfaların niteliğine kadar birçok eğlence pratiğinin yanı sıra; alınan uçak veya otobüs biletinden yapılan alışveriş ve alınan ürünlere, üyesi olunan kulüp, dernek ya da siyasi oluşumlardan vakit geçirilen mekanlara kadar birçok veri, kişi hakkında nitelikli bir profil

oluşturur. Öyle ki bireyin bile kendisi hakkında bilmediği özellik ve yönleri, veriyi elinde bulunduranların biliyor olduğu günümüzün en aşikar gerçeklerinden birisidir.

Bireyi günlük hayatında adım adım takip ederek ne yapıp ne yapmadığını gözetlemek, bunu rapor etmek mümkün değildir. Başta internet ve sosyal medya olmak üzere, güvenlik kameraları ve hemen hemen her yerde yer alan mobese gibi iletişim ve gözetim teknolojileri bu konuda iktidar odaklarının işini kolaylaştırmaktadır. Yalnızca bir akıllı telefon kullanımı için bile bireyler parmak izi, yüzü tanıma sistemi, ses tanıma sistemi, detaylı kimlik bilgileri gibi bilgilerini vererek, sistemin kendileri hakkında haber şeyi bilmesine gönüllü hizmet etmektedir. Telefon tuş kilidini açmak için kullanılan parmak izi okutma ya da yüz tanıma sistemini aktif etme, dijital gözetimin had safhalara ulaştığı bu günlerde bireyler için oldukça tedirgin edici sonuçlar doğurmaktadır.

Verinin kullanımı elbette günlük hayatta hem bireyin hem de kurum, kuruluş ve piyasanın işini kolaylaştırmaktadır. Verinin varlığı ve kullanılmak üzere depolanması, Bauman'ın işaret ettiği akışkan dünyada işlerin akıcılık kazanması açısından önem arz etmektedir. Fakat tedirginlik yaratan ve sorunsal olarak öne çıkan şudur, veriyi kimler hangi amaçla kullanmaktadır? Seyahat bilgilerinin kaydedilmesi bireyin daha uygun bilet bulması konusunda ona avantaj sağlarken, kişisel bilgilerinin kaydedilmesi Facebook-Cambridge Analytica skandalıyla ortaya çıkan sonuçta görüldüğü gibi onu sistemin iradesiz bir ürünü haline getirmektedir.

Üçüncü bölümde panoptikon kavramının internet ve sosyal medya ile beraber geçirdiği evrim ele alınmaktadır. Panoptik gözetim artık iktidar yapısının somut mekanlar inşa ederek ya da mevcut somut mekanları (okul, hastane, fabrika, hapisane) devletin aygıtları ile kontrol altında tutarak fayda sağladığı bir gözetim değildir. Hem gizlilik mekanı hem de ironik şekilde birer ifşa platformu olan sosyal medya ve internetin iktidar tarafından keşfi panoptikon kavramına yeni bir kimlik kazandırmıştır. Panoptikon kavramı tek başına bu kompleks çağ ve uygulamalarını karşılamakta yetersiz kalırken süper panoptikon, sinoptikon, banoptikon, omniptikon gibi yeni kavramları da literatüre eklemiştir. Çünkü sosyal medya her geçen gün yeni bir uygulama ve gelişme ile yeni bir çehre yaratmakta, insan



davranışlarına değer veya değersizlik katan yeni bir eşiğe geçmektedir. Odağında insan ve insan davranışlarının olduğu sosyal medya kullanımı ve pratikleri, bir süre sonra iktidar ve güç yapılarının kontrolü sağlama ihtiyacı duydukları alanlara dönüşmüştür. İktidar artık kontrolü somut mekanlar üzerinde devletin aygıtları ile sağlamanın yeterli olmadığını görmüş, mekansız mekanlarda (sosyal medya, siber dünya) devletin ideolojik aygıtlarını (Althusser, 2015:64) yeniden işlevsel hale getirme gerekliliğinin farkına varmıştır. İktidarın toplumu yeniden yaratma, insanı ‘yeniden formatlama’ gibi 20.yy otoriter iktidarlarına özgü arzuları yoktur. Amaç insan davranışlarını en ince ayrıntısına kadar bilmek ve insan tutumlarına, davranışlarına hükmederek onları yönlendirmektir. İktidar artık istediği şeyi zorla yaptıran ceberut bir aygıt olmaktan çıkıp, istediği şeyleri aslında insanların istek ve arzularıymış gibi onlara empoze eden bir sistemin adı olmuştur. İktidarın istekleri insanların ‘arzu nesnesi’ haline getiren süreçte, onların kodlarını çıkarmaya gözcülük eden panoptik süreç çalışmanın esas konusu olacaktır. Zaman ve mekan değişse de, panoptik gözetimin ve işlevsel yönünün faydası değişmemektedir. Jeremy Bentham’ın panoptikonu duvarlar arasındaki mekana doldurulan insanlar üzerinden icra edilirken; Cambridge Analytica skandalıyla ortaya çıkan dijital panoptikon sanal verilerin çözümlenmesi ve insan davranışlarını yönlendirecek şekilde işlenmesiyle icra edilmektedir. Bentham’ın panoptikonu nasıl ki Foucault’un panoptikon tanımıyla (Foucault: 2015:231) şekil değiştirmiştir, aynı şekilde Foucault’un panoptikonu da modern panoptik kavramıyla beraber yeni bir boyut kazanmıştır.

### **3.5. Kitleleşme Manipülasyonu: Facebook - Cambridge Analytica Skandalı**

Dünya kamuoyunda Facebook-Cambridge Analytica Skandalı olarak yer alan ve kişilerin Facebook kullanıcı verilerinin çeşitli uygulamalar ile sızdırılmasıyla başlayan süreç, yalnızca siyasetin değil teknolojik imkanların sınırlarını da tartışmaya açık hale getirdi.

Sosyal medya kullanıcılarına kişiselleştirilmiş reklam ve mesajlar ulaştırmayı amaçlayan Cambridge Analytica, ‘dünyayı alt üst eden veri kampanyası’ ile dünya genelinde birçok siyasal seçime doğrudan etki etti. Dünya kamuoyunda uyandırdığı yankı itibarıyla ABD’de 2016 yılında yapılan başkanlık seçimleri ve İngiltere’nin

Avrupa Birliği'nden ayrılması kararının oylandığı Brexit referandumu dikkat çekmektedir. Öyle ki, ABD'de skandal hakkında günde 35 bin haber çıktığı günler de oldu (The Great Hack, 2019). Cambridge Analytica veri şirketinin adının anıldığı bir diğer kült olay ise Orta Amerika ülkesi Trinidad ve Tobago'daki başkanlık seçimleri ve bu süreçte oynadığı rol olmuştu. Cambridge Üniversitesi'nde doktora yapan Michal Kosinski ve David Stillwel'in 'büyük beşli' olarak bilinen davranış teorisini Facebook kullanıcıları üzerinde denemesiyle başlayan süreç siyaset ve teknoloji dünyasından birçok ismi gündeme taşıırken, verinin ne denli önemli bir enstrüman olduğunun da altını çizmiştir.

Donald Trump'ı 2016 yılında ABD'de başkanlık koltuğuna taşıyan siyasal sürecin reklam ve seçim kampanyalarını yürüten Cambridge Analytica, Facebook kullanıcı verilerini kullanıcı ve şirketin izni olmadan kullanmakla suçlandı. Facebook'un da kullanıcı verilerini üçüncü taraf uygulamaların sızdırmasına müsait şekilde muhafaza etmesiyle eleştirildiği süreç, Cambridge Analytica şirketinin iflasını açıklayıp kapısına kilit vurulmasıyla sonuçlandı. Diğer yandan Facebook'un kurucusu ve CEO'su Zuckerberg, ABD Kongresi'nde ifade vermek zorunda kaldı.

Cambridge Analytica şirketi yeni bir sosyoloji yaratma, yeni bir siyasi süreç inşa etme iddiasında değildi. Bu tür psikografik çalışmaların amacı kararsız küçük seçmenlerin algısını yönetmek ve siyasal seçimlerde kafa kafaya giden sonuçlara büyük oranda etki edecek bu kararsız küçük yüzdelere yol haritası çizmekti. ABD'deki seçimi 3 eyalette 70 bin oyun belirlemesi, iki adayın yarıştığı Trinidad ve Tobago'da eşit orandaki oy oranlarından yüzde 6'lık bir kaymanın sağlanması şirket çalışmalarının başarıya ulaştığının göstergesiydi. Amaç, sosyolojiyi ve siyaseti yeni baştan yaratmak değil, küçük dokunuşlarla yönlendirmektir.

Özellikle iletişimciler için ABD Başkanlık seçimi, iktidar-gözetim-veri bağlamında önemli bir çalışma konusu oldu. Dijital dünyanın sınırları politik seçim süreçleri ve sonuçları ile içiçe girmiş, sıradan insanların alelade sosyal medya verileri seçimlerin kaderini belirleyen devasa bir havuzun mühim parçası haline gelmişti.

İngiltere merkezli bir siyasi danışma merkezi olan Cambridge Analytica; tüketici, takipçi veya seçmen davranışlarını değiştirmek ve yönlendirmek isteyen iş

dünyası ve siyasilere hizmet etmek amacıyla 2013 yılında (DijitalAge, 2019) SCL Group bünyesinde bir yan firma olarak kuruldu. Londra'nın yanı sıra New York ve Washington'da da ofisleri bulunan şirketin kısmi sahibi olarak muhafazakâr görüşlü ABD'li Robert Mercey ailesi görünmektedir. Cambridge Analytica esasında veri madenciliği ve veri komisyonculuğu ile beraber özellikle siyasal iletişim kapsamında veri analizi yapmaktaydı.

Cambridge Analytica'nın özellikle Donald Trump'ın ABD Başkanlık seçimlerini kazandığı süreç ile İngiltere'nin AB'den ayrılmasının oylandığı kritik Brexit döneminde yaptığı katkılar ve oynadığı rol hala sorgulanmaktadır. Şirkete karşı her iki ülkede açılmış olan davalar mevcut. Söz konusu süreç Cambridge Analytica'da çalışan Kanadalı veri danışmanı olan Wyli'in, *'Facebook beğenileri kullanıcılar hakkında ne kadar bilgi verir?'* düzeyindeki çalışmalarını, ABD'de Donald Trump'a başkanlık kazandıracak düzeydeki bir veri algoritmasına dönüştürmüştür.

En çabuk ikna (ya da manipüle) edilecek seçmen tipleri belirlenip, en kestirme yoldan manipüle edileceği konuda reklam içeriklerine maruz bırakılarak seçmen tercihleri başarıyla etkilenmiştir. Siyahi bir vatandaş için *'yabancı karşıtlığına'* öfke kusan reklamlar, muhafazakâr seçmen için *'göçmenlerin ABD'ye verdiği zararları'* derleyen içerikler, gençler için özgürlüğü kısıtlayan politikaların karşısında duruşu işleyen reklam ve seçim kampanyaları veri havuzunda kategorize edilen seçmenlere tek tek ulaştırılmıştır. Sonuç ise hiç kimsenin ihtimal vermediği, Donald Trump'ın zafere uzanışı olmuştur.

Her şey, 2007 yılında Cambridge Üniversitesi'nde çalışmalarını sürdüren Michael Kosinski ve David Stillwell adlı iki öğrencinin Facebook üzerinden MyPersonality adını verdikleri kişilik testi anketini sosyal medya kullanıcılarına sunmalarıyla başladı. Doktora çalışmaları sonrası hazırlanan bu anket/test bir makale olarak iki yazar tarafından kaleme alındı ve büyük yankı uyandırdı. Öyle ki, basit kişisel ya da genel sorulardan oluşan bu anketi dolduran binlerce kullanıcının yaklaşık yüzde 40'ının kimlikleri, cinsiyetleri, tercihleri, yaşadıkları yer, mali durumları, alışverişleri, eğitimleri, arkadaşları, neleri paylaşmış neleri like ettikleri

hakkında çok kapsamlı bir 'big data' (büyük veri) elde edilmişti (Oğur, 2018). Ses getiren bu makaleyi büyük bir heyecanla okuyanlardan birisi de o dönem doktora eğitimini tamamlamak üzere olan Christopher Wylie'di. Bu 'big data' ile neler yapabileceğini düşünen Wylie, 'Facebook sadece insanların aklındaki okumak için değil, aynı zamanda onların fikirlerini değiştirmek için de uygun bir mecra' fikriyle siyasilere kapısını çaldı. İngiltere ve ABD'de siyasilere ilk etapta beklediği ilgiyi göremeyen Wylie, İngiliz ordusu için psikolojik operasyon çalışmalarını yapan Strategic Communications Laboratories (SCL) şirketiyle çalışmaya başladı. Şirket bünyesinde çalışmalar yapan Christopher Wylie'in görüşü, dünya çapında skandalla sonuçlanan Facebook- Cambridge Analytica ilişkisinin temellerini attı. 2013 yılında ise bir dönem sonra Donald Trump'ın danışmanlarından olacak olan Steven Bannon ile tanıştı. Kullanıcıların Facebook verilerinden elde edilen kişilik haritaları ile siyasal seçim kazanabilecekleri fikrine inanan Bannon, Christopher Wylie ve patronu Aleksander Nix'i, milyarder Robert Mercer ile tanıştırdı. Donald Trump'ın seçim kampanyasını yürüten danışmanı Bannon ve Trump'ın bağışçılarından olan Mercer ile Cambridge Analytica-Facebook skandalının kritik isimleri Christopher Wylie ve Aleksander Nix'i bir araya getiren süreç böylece başlamıştı.

Wylie ile sürecin bir diğer aktörü Aleksander Kogan'ın yollarını kesiştiren detay ise, Wylie'nin Cambridge Üniversitesi bünyesindeki Kosinski ve Stillwell'den daha fazla veri elde etmek için yardım istemesiyle ortaya çıktı. İkiliden ret cevabı alan Wylie, Facebook'taki kullanıcı verilerine aynı şekilde erişebilecek bir uygulama geliştiren Aleksander Kogan ile el sıkıştı. Burada amaç herhangi bir anket ya da uygulama ile Facebook kullanıcı verilerine erişebilmektir. Böylece ABD'deki başkanlık seçimleri öncesi devasa bir veri havuzu oluşturmak mümkün olacaktır.

Psikolojinin alt dalı olan veri tabanlı psikometri alanında çalışmalar yapan Michael Kosinski ve David Stillwell'in yayınladıkları makale, tarihe geçecek bir sürecin başlangıç adımı oldu. Söz konusu makaleyi okuyan Wylie, SCL CEO'su Nix'le ortak olarak Cambridge Analytica şirketini kurdu. Daha sonra Kogan yeni bir test geliştirip Facebook üzerinden sundu. Kogan'ın, Cambridge Üniversitesi'ndeki doktora çalışmasında Facebook verilerini kullanmak için MyPersonalty testi

çözdüren Michael Kosinski ve David Stillwell'in testinden en önemli farkı, bunu para karşılığı yaptırmış olmalarıydı. 1-2 dolar karşılığında çözülen test esnasında kullanıcıların arkadaş listesindekilerin de kişisel verilerine de erişildi. 270 bin kişinin çözdüğü bu test sarmal halinde ABD genelinde 50 milyon kişiye ulaşarak kişisel verilerini ele geçirdi. *thisisyourdijitalife* (This is Your Dijital Life/Bu Senin Dijital Dünya) adlı üçüncü parti test uygulaması sayesinde oluşturulan veri havuzu, ABD Başkanlık seçimi öncesi aşırı sağcı ve Trump destekçisi Stevie Bannon'a sunuldu. ABD seçimlerini etkileyen bu kırılma noktasından sonra veriler Donald Trump'ın seçim çalışmalarında kullanılmak üzere el değiştirdi.

Cambridge Analytica şirketinin çalışma modeli üç ana teknikten oluşmaktaydı; davranış bilimi, veri analizi ve adreslenebilir reklam. 2008 yılında, Cambridge Üniversitesi bünyesinde iki akademisyen olan Kosinski ve Stilwell, 1980'li yılların önemli davranış teorisi olan 'Büyük Beşli' teorisin çalışıyordu. İki akademisyen, bu tekniği uygulayarak kişilerin dijital verilerinden davranış modellerini haritalandırabileceklerini iddia edip OCEAN diye kısalttıkları beş faktör içeren bir kişilik modeli geliştirdiler; Openness (açıklık), conscientiousness (titizlik, sorumluluk duyma), extroversion (dışa dönüklük), agreeableness (uyumluluk) ve neuroticism (nevrotiklik). Teorilerini test etmek için hazırladıkları 'MyPersonality' anketini Facebook üzerinden yayınlayıp, kullanıcıların kişiliklerine yönelik basit sorular sordular. Facebook'un 2010'lu yıllarda daha fazla kişiye ulaşabilmek için kullanıcı verilerini STK, reklamcılar, akademisyenler, analiz şirketleri gibi odaklara bir şekilde sunması bu kişilik testi anketinin de kullanıcılara kolayca ulaşmasının önünü açtı. Bu tür uygulamalara kişinin kendisi izin vermese de arkadaş listesindeki bir başka kişinin uygulamaya erişim izni vermesi tüm arkadaşlarının verilerini açık hale getirmiştir. MyPersonality anketi ile kullanıcılara '*Topluluk önünde konuşabilir misin?*', '*Maceracı mısın?*' gibi rahatsız etmeyen kişilik ve davranışlara yönelik sorular sorulmaktaydı. Binlerce kullanıcının bu 'basit sorularla' verilerine ulaşılmış ve devasa bir veri havuzu oluşturulmuştur.

Kişinin yeni deneyimlere ne kadar açık olduğu, kişinin hayatında düzen, alışkanlıklar ve planlamayı seçip seçmediği, kişinin ne kadar sosyal olduğu, kişinin toplumu ve başkalarının ihtiyaçlarını kendisinden önce koyup koymadığı ve kişinin

ne kadar çok endişelenme eğiliminde olduğunu gibi konuları ölçen bu model ile kişilerin profili çıkartılmış, onlara uygun içerik hazırlanmıştır.

Facebook'un sadece davranış biçimlerini haritalandırmakla yetinmeyip davranışları yönlendirebileceğini de iddia eden Kosinski 2012 yılında yaptığı çalışmalarla, bir kullanıcının 68 Facebook beğenisi ile ten rengini (yüzde 95 doğruluk payı ile), Demokrat ya da Cumhuriyetçi Parti'yi desteklediğini (yüzde 85 doğruluk payı ile) veya cinsel yönelimlerini (yüzde 88 doğruluk payı ile) kanıtlayabiliyordu (Grassegger-Krogerus, 2017). Kosinski'nin üzerinde çalıştığı bu modeller öyle bir boyuta geldi ki, kullanıcının 10 Facebook beğenisi onu herhangi bir iş arkadaşından daha iyi tanımayı başardı. Kişinin 70 Facebook beğenisi onu herhangi bir arkadaşından daha iyi tanımlarken, 150 beğenisi analiz edilerek kişiyi ebeveynlerinden daha iyi tanımak mümkün hale geldi. Öyle ki, Kosinski'nin Cambridge Analytica çözümüyle daha fazla 'beğeni' ile bir insan hakkında, kişinin kendisiyle ilgili bildiklerinden daha fazla şey bilmeyi iddia edebiliyordu.

Cambridge Analytica şirketi 270 bin kullanıcının kişisel verilerine 1 milyar dolar karşılığında ulaşmış ve bu verilerden 32 farklı '*kişilik tipi*' elde etmiştir (Hansen, 2018). Şirketin eski CEO'su Alexandre Nix, şirket aracılığıyla Facebook üzerinden dolaşıma soktukları anketle neredeyse ABD'deki her yetişkinin kişilik özelliği ve eğilimlerinin haritalarını çıkardıklarını belirtmişti.

Cambridge Analytica'nın ABD Başkanlık seçimlerindeki çalışmalarıyla ilgili Christopher Wylie, İngiltere'deki Brexit çalışmalarıyla ilgiliyse Brittany Kaiser birer itirafçı olmuşlardı. Şirketin eski çalışanı olan bu isimlerin itirafları, kampanyaya dair süreçleri çarpıcı cümlelerle özetlemişti. Kaiser, Facebook'u önemli '*deney yapma*' platformu olarak görüyor. Çünkü '*en iyi katılım oranları oradan geliyordu*'. Hedef kitle tüm seçmenler değil, '*ikna edilebilir olanlar*' olarak belirlenmişti. Ve Kaiser'in sözleriyle, "*dünyayı kampanyayı düzenleyenlerin gözüyle görmelerini sağlayana kadar onları makale, blog, video ve reklam bombardımanına tutunmuşlardı*" (The Great Hack, 2019). Kişisel verilerin izinsiz kullanılması ve kişinin psikolojik haritası olarak tekrar ona dönmesini Kaiser şu çarpıcı cümleyle dile getirmişti, "*Bumerang*

*gibi. Verileri yolluyorsun, analiz ediliyor ve davranışlarını değiştirme amacı taşıyan bir mesaj olarak sana geri dönüyor” (The Great Hack, 2019)*

Çalışmanın örnek konusu olan Facebook- Cambridge Analytica skandalı iktidarların yeni misyonuna örnek olacak çizgide bir gelişmedir. Sosyal medya hesapları üzerinden kişisel bilgileri ele geçirilen kullanıcıların istek ve arzularını körükleyen ya da suistimal eden seçim mesajları/seçim reklamları/seçim sloganları üretilmiştir. İnsanlığın siber ağlarla iç içe geçtiği son yirmi yılın en büyük veri sızdırma skandallarından birisi olan Facebook- Cambridge Analytica skandalı, başta ABD başkanlık seçimleri ve İngiltere’deki Brexit oylaması olmak üzere birçok ülkede siyasal seçimlerin kaderini değiştirmiştir. Durumu skandal boyutuna taşıyan da birçok insanın eğlence olarak gördüğü sosyal medya hesapları ve burada önemsemeksizin paylaştıkları kişisel verilerinin toplamının, ABD gibi bir ülkede bile başkanlık seçimlerinin kaderini etkileyebiliyor olmasıdır.



**Görsel 3:** Cambridge Analytica şirketinin resmi sitesinde yer alan, dünya genelinde siyasi seçimlere destek sağladıkları ülkelerin haritası

ABD’deki seçimin sonucuna 3 eyaletten gelen 70 bin oy etki etmişti. Analiz şirketi ve kullandığı psikografi yöntemi, ülkede seçmenin tamamını olmasa da

seçimin kaderini tayin etmişti. Tıpkı bir Orta Amerika ülkesi olan Trinidad ve Tobago’da icra edilen ve nüfusun çok küçük bir kısmının etki altına alınmasıyla genel seçimlerin kaderinin değiştirilmesi gibi.

### 3.5.1. Cambridge Analytica Trinidad ve Tobago’da Neler Yaptı?

Yaklaşık bir buçuk milyonluk nüfusunun yüzde 40’ı Afrika, yüzde 40’ı Hintlilerden oluşan bir ülke. Hint kökenlileri temsil eden partinin lideri Cambridge Analytica ile iletişime geçiyor. Yaklaşık 300 bin kişilik genç nüfusun apolitik ve tembel olduğu gerçeği dikkate alınarak, harekete geçmeyi değil seçimi ve siyaseti boykot etmeyi öğütleyen ‘Do So’ (Böyle Yap) sloganı üretiliyor. Amaç ülkedeki Afrika ve Hint kökenli gençleri seçim dönemindeki bu çalışmayla sandıktan uzak tutmak. Cambridge Analytica şirketinin buradaki veri analiz ve verileri bu doğrultuda doğru kullanma şekli işe yarıyor. Popüler kültür ve gençlik üzerinde etki gücü olan her bir kişi ve fenomen, bu kampanya doğrultusunda gençleri ‘sandığa gitmeyin’ sloganıyla motive etti. Şirketin burada izlediği yol, seçimde yüzde 40’lık oranlarla başabaş giden Afrika kökenli-Hint kökenli yarışında taraflardan birisini (Hint kökenli aday) bir adım öne geçirmektir. Çünkü tek bir oyun bile seçimin kaderini belirleme konusunda önemi büyüktü. Daha sonra Guardian gazetesi gizli kamerasına takılan konuşmasında şirket çalışanı şu ifadeleri kullanacaktı, “Analiz sistemimiz herkesi hedeflemez, fikrini değiştirebilecekleri biliriz. Biz buna ‘ikna edilebilirler’ deriz.” (Bilal Eren, Twitter). Şirket bu ülkedeki yüzde 40’lık iki farklı grup arasında seçimi kazandıracak ‘fikri değiştirilebilir’ küçük kitlelerin üzerine oynamıştır. Daha sonra şirket itirafçısı olacak olan Aleksandre Nix’in Trinidad ve Tobago için “İki ana siyasi parti vardı. Birine gidip dedik ki; Gençleri hedefleyip, apolitikliği arttıracamız. Böylece %6 oyu kaydırdık” sözleri verinin nasıl bir sonucu tahmin edilebilir manipülasyon aracı olduğunu göstermiştir.

Depolanan verilerin analizi sonucunda elde edilen psikolojik sonuçlar göstermektedir ki, Afrika kökenli gençler bağımsız hareket etmeye ve ülkeyi etkisi altına alan ‘Do So’ rüzgarına daha fazla kapılmaktaydı. Hint kökenli gençler de meydanları doldurup bu ‘sandığa gitme’ kampanyasına tam destek verse de, seçim günü baskıcı ailelerinin sözünden çok az çıkabilmişlerdir. Afrika kökenli olanların



aksine, Hint kökenli olanlar seçim günü tutucu ailelerinin yönlendirmesi ile sandığa gitmiştir. *“Biz biliyorduk ki, bu harekete tüm gençler ilgi duyacak ama iş oy vermeye gelince Hintli ailelerin çocukları anne babalarının sözlerinden çıkmayacaktı...”*. Tam da Cambridge Analytica şirketinin tahmin ettiği gibi gelişmiştir süreç. Sonuç olarak ilk defa oy kullanan gençler arasında Hintli olanlar, kampanyaya olan desteklerine rağmen aile faktörü sonucu sandığa gitmiş ve yaklaşık yüzde 6’lık bir oy üstünlüğü, yüzde 40’a yüzde 40 olan dengeyi değiştirmiştir.

Kararsız seçmen ya da apolitik seçmen üzerinde dezenformasyon, yalan haber ve iknaya yönelik propaganda ile gerçek demokrasinin en zayıf karnı siyasal seçimlere müdahale edilmiştir.

İletişimci Bilal Eren, Cambridge Analytica-Facebook veri sızıntısıyla ilgili konuşurken şu ifadeleri kullanıyor; *“Bu durum, veriyi elde etme meselesi değil. Bu zaten günlük hayatın birçok aşamasında gerçekleşiyor. Veri on yıl boyunca zaten toplanıyor, depolanıyor. Buradaki önemli nokta elde edilen veriler ile psikoloji bilimini kullanarak bireylerin olası davranış setini ortaya çıkarmak. Bireyin korkusunu, sevincini, hassasiyet ve endişelerini, cinsel tercihlerine kadar bireyin kendisinin dahi bilmediği psikolojik özelliklerinin depolanmasıdır önemli nokta”* (Bilal Eren, 2019)

### **3.5.2. Cambridge Analytica -Facebook Ortaklığı Verileri Nasıl Topladı?**

Şirket ABD’de 50 milyondan fazla kullanıcının bilgilerini elde ederek onların psikolojik ve siyasi tutumları hakkında analizler yapmış, artı ve eksilerini, istek ve arzularını, nefret ve kızgınlıklarını listeleyerek ABD Başkanlık seçimi için Donald Trump’ın ekibine satmıştır. Hatta Facebook teknoloji bölümü yöneticisi Mark Schroeffer, Cambridge Analytica’nın eline, 87 milyon kadar kullanıcıya ait bilginin geçmiş olabileceğini itiraf ederek durumun boyutuna dikkat çekmiştir (Deutsche Welle Türkçe, 2018) Cambridge Analytica şirketi yalnızca ABD seçimleri değil; İngiltere’deki Brexit oylaması, Kenya, Nijerya, İtalya, Meksika, Hindistan gibi ülkelerde başkanlık seçimlerine doğrudan dahil olmuştur.

Cambridge Analytica şirketi web sayfasında Donald Trump’a kazandırdıkları seçim zaferini şu şekilde tanımlıyor (Cambridge Analytica, 2019) *‘Cambridge*

*Analytica, an analytic company has played a major role in providing President campaign to Donald Trump in 2016 election. With the help of experts and different analytical tools, the company helped Trump to get a victory in winning the White House.’ (Bir analiz şirketi olan Cambridge Analytica, Donald Trump’ın 2016’daki seçimleri kazanmasındaki seçim sürecine büyük oranda katkı sağladı. Uzmanlarımız ve farklı analiz araçlarımızın yardımıyla Trump’ın Beyaz Saray’a uzanan zaferine şirketimiz yardım etti.)*

Şirketin bahsettiği ‘farklı analiz araçları’nın açılımı, skandalın patlak vermesiyle ortaya çıkmıştı. Kullanıcı verilerinin kişilerin rızası dışında depolanması ve işlenmesiyle elde edilen içeriklerin ta kendisiydi söz konusu ‘farklı analiz araçları’ idi.

Facebook ise bu işlenmiş bilgileri, ABD seçimlerinde adeta bazı bölgelerde ‘kişiyeye özel reklam’ içeriği üretilecek üzere veri işleme şirketi Cambridge Analytica’ya sattı. Daha sonra Cambridge Analytica tarafından işlenmiş bu verileri reklam içeriği olarak tekrar kullanıcıların karşısına koydu. Veri analizcileri bu sanal kişilik bilgilerini, kişilerin günlük hayattaki (alışverişleri, yolculuk biletleri, kulüp üyelikleri vs) somut verileri ile harmanlayarak kişilik profilleri ortaya çıkardı. Facebook bu aşamada iki yoldan da para kazanmış oldu; ‘Ham madde’ olan kullanıcı verilerinin ‘sızdırılmasına’ müsaade ederken ve bu ‘ham maddenin’ işlenip reklam olarak kullanıcıların karşısına çıkarılması esnasında.

Şirket çalışma şekli ve anaçını ‘kullanıcı verilerini davranış bilimlerini kullanarak analiz edip kurum veya siyasi partilerin hedef kişi ve kitlelerini belirlemek’ olarak açıklasa da görünen yüzü başkadır. Şirket yöneticisinin gizli kamera kayıtlarına yansıyan sözleri şirketin çalışma prensibi hakkında daha net ipuçları vermektedir; “Bilgiyi internetin dolaşım sistemine bırakıp, ara sıra küçük müdahalelerle olayın büyüyip yayılmasını izleriz. Kimsenin propaganda olduğunu düşünmemesi önemli. Çünkü propaganda diye düşündüğünüz anda bir sonraki soru; arkasında kim var?”

2013 yılında Kenya seçimleriyle başlayan Cambridge Analytica’nın ‘veri mühendisliği’ macerası, Brexit ile devam etmiş, ABD Başkanlık seçimleri (2016) ile

zirvesine ulaşmıştır. Channal 4'ün bir gazetecilik başarısına imza atarak gizli kamera kayıtlarıyla ortaya çıkardığı bu skandal, Facebook yönetiminin ABD'de hâkim karşısına çıkması ve Cambridge Analytica şirketinin kapanmasıyla sonlanmıştır. Skandalın ortaya çıkışını takip eden günlerde yüzde 5 değer kaybeden Facebook, 50 milyar dolar zarara girdi. 500 milyar dolarlık bütçesiyle ABD'nin en büyük şirketlerinden birisi olan Facebook'a *veri sızdırma* skandalının bedeli ağır oldu (Habertürk, Temmuz 2018). Dünya genelinde yaygınlaşan #deletefacebook kampanyası sonrası, ilerleyen dönemde Facebook tarafından satın alınacak olan Whatsapp'ın sahibinin dahi Facebook'u silmesi gibi kitlesel bir tepki oluştu.

İngiliz Channel 4 News televizyonu muhabiri, Sri Lanka seçimleri için Cambridge Analytica şirketinden dijital yardım isteyen bir müşteri rolüne girerek skandalı ortaya çıkardı. Cambridge Analytica şirketi yönetim kurulu başkanı Aleksandr Nix, gizli kamera ile çekildiği görüntülerde, 2016'daki ABD Başkanlık seçimlerine yaptıkları katkıya vurgu yaparak şu ifadeleri kullanıyordu, *'Bütün araştırmayı yaptık. Bütün veriyi elde ettik. Bütün analizi gerçekleştirdik. Hedeflemeyi yaptık. Bütün dijital kampanyayı biz yönettik ve bizim verilerimiz stratejilerini belirledi'* (BBC, 08:2018). Şirketin yönetim kurulu, gizli kamera görüntüleri ve Nix'in deyimini ile adaylara seçimi kazandırmak için rakiplere kurulan tuzaklar, rüşvet veya 'aşk tuzağı' denilen taktikler itirafından sonra Nix'in şirketteki görevine son verdi. Cambridge Analytica şirketi iddiaları yalanlayıp *'Nix'in görüşleri şirketimiz politikası ile bağdaşmamaktadır'* dese de veri skandalında bedel ödemekten kurtulamadı.

İngiltere'de yapılan Brexit oylamasında da Cambridge Analytica izine rastlamak mümkün. AB'den ayrılıp ayrılmama konusunun oylandığı süreçte hem Cambridge Analytica hem de daha aktif şekilde *'Aggregate IQ'* isimli bir şirket öne çıkmıştı. Brexit kampanya sorumlusu Dominic Cummings *'Onlar olmasaydı kazanmamız mümkün olmazdı'* derken, Trump'ın başkanlık seçimlerinde telaffuz edilenlere benzer yorumlarda bulunmuştu.

Yaşanan veri hırsızlığı skandalının ardından Brexit yorgunu İngiltere'de Bilgi Komisyonu Başkanlığı, Cambridge Analytica'nın veri tabanı ve ağ sunucularına

erişim taleplerini şirkete ilettili. Facebook skandalın ardından verilerinin usulsüz şekilde kullanmakla suçladığı Cambridge Analytica şirketiyle faaliyetlerini askıya aldı. Facebook ayrıca verilerine ulaşım izni verdiği Aleksandre Kogan'ın denetlenmeyi kabul ettiğini, 'veri hırsızlığı' iddialarını ortaya atan Christopher Whyli'nin ise denetlenmeyi reddettiğini belirterek (BBC, 2018) olayların kendi rızaları dışında geliştiği görüşünü kamuoyuna yansıtmıştır.

The Guardian araştırmacı gazetecisi Carole Cadwalladr, olayın peşini bırakmayıp, daha önce Cambridge Analytica ile çalışmış kişilerle irtibata geçmeyi denemişti. Bu arayışa, şirketin eski çalışanlarından veri bilimci Christopher Wylie yanıt vermişti. Whylie, "CA'yı sadece bir veri bilim ya da algoritma şirketi olduğunu söylemek doğru olmaz. Eksiksiz hizmet sağlayan bir propaganda makinesi" (The Great Hack, 2019) sözleriyle önemli bir itirafta bulunmuştu.

### **3.5.3. Veri Sızıntısı Skandalının Patlak Vermesi ve Etkileri**

Facebook-Cambridge Analytica ortaklığında patlak veren veri sızıntısı skandalının ardından Facebook ve Cambridge Analytica şirketleri için zorlu bir süreç başladı. Sosyal paylaşım sitesi Facebook kurucusu ve CEO'u Mark Zuckerberg, ABD Senatosu Adalet Komitesi ve Ticaret, Bilim, Ulaşım Komitesinin ortak düzenlediği "*Facebook, Sosyal Medya Gizliliği ve Veri Kullanımı ve Suistimali*" adlı oturumda ABD Senatosunda ifade verdi. Skandalla ilgili şirketi ve kendisine yönelik eleştiriler yöneltilen Zuckerberg, veri sızıntısını önleme konusunda Facebook'un gerektiği kadar çaba sarf etmediğini kaydetti ve şirketin yarattığı araçların zarar verici şekilde kullanıldığına, bu zararların arasında da nefret konuşmalarının yaygınlaşması, sahte haberler ve seçimlere yabancı müdahalesi gibi unsurların yer aldığını ifade etti (NTV, 2018).



**Görsel 4:** Channel 4 kanalının Cambridge Analytica yöneticileriyle gizli çekimi

Cambridge Analytica skandalının patlak vermesi ve veri manipülasyonunu en üst boyuta ulaştığı bu sürecin kamuoyunun gündemine oturması, Channel 4 kanalı muhabirinin potansiyel bir müşteri kılığına girmesiyle mümkün oldu. ABD’de Donald Trump’a seçim kazandırmakla övünen İngiliz danışmanlık firması Cambridge Analytica’nın yöneticilerinden Mark Turnbull’un görüntüleri Channel 4 televizyonunun gizli kamerasına yansımıştır.

*“İki temel dürtü vardır: umutlar ve korkular. Ki çoğu dile dahi gelmemiştir, bilinçaltındadır”* diyen Turnbull, şirket olarak elde ettikleri verileri değerlendirirkenki amaçlarını şu cümlelerle ifade etmişti, *“Sizde o tepkiyi uyandıran o şeyle karşılaşana kadar [böyle bir] korkunuz olduğunu dahi bilmiyorsunuzdur. Bizim işimiz, bu derinde yer etmiş, altta yatan korku ve endişeleri bulup çıkarmak için kovayı kuyunun herkesin yaptığından daha derine daldırmak”*.

Psikografik çalışmalarla insanların duygu ve korkularını haritalandıran kişilik setlerinin amacı, gizli kamera görüntülerine şu şekilde yansımaktaydı, *“Seçim kampanyasını hakikatler üzerine bina etmenin faydası yok, çünkü özünde bütün mesele duygulardır.”*

Cambridge Analytica skandalında insanların kişisel veri ve bilgilerini korumakta başarısız olduklarını itiraf eden Zuckerberg, *“Bu büyük bir hataydı. Benim hatamdı ve özür dilerim”* itirafında bulundu. Şirketin kullanıcılara karşı sorumluluğu için geniş bir bakış açısı almadığını ifade eden Zuckerberg, sosyal paylaşım sitesinin veri skandalından hemen sonra büyük verilere erişimi olan bütün uygulamaları inceleyen bir soruşturma başlattığını dile getirmişti.

Senato’da sızıntıyla ilgili soruları yanıtlayan Facebook’un kurucusu, veri skandalını kabul eden itiraflarına şunu da eklemişti; *“Cambridge Analytica 2015’te verileri sildiğini söylediğinde, bu durumu kapanmış sandık. Ama onların sözüne güvenmemeliydik. Bu yüzden Federal Ticaret Komisyonuna bu konuda haber vermedik”* (Türkiye Gazetesi, 2018). Hâkim karşısına çıkan Zuckerberg’e Senatör Whip Durbin’in *“Dün gece kaldığınız otelin adını bizimle paylaşır mısınız?”* sorusu ile ardından yönelttiği, *“Geçen hafta kimlere mesaj attınız”* sorusuna ‘hayır’ yanıtı alması, Durbin’in tüm süreci özetler nitelikteki cümlesi ile son bulmuştu; *“Sanırım her şey bundan ibaret, gizlilik hakkınız”* (NTV, 2018).

2019 yılı temmuz ayında, Facebook- Cambridge Analytica skandalı hakkındaki kararını veren ABD Federal Ticaret Komisyonu, kullanıcılarına ait kişisel bilgileri izinsiz ve usulsüz kullandığı gerekçesiyle Facebook’a 5 milyar dolar tutarında rekor bir ceza kesti. 2012’de Google için kesilen 22 milyon dolarlık ceza sonrası, bir teknoloji firmasına verilen en yüksek miktardaki para cezası olarak tarihe geçti (Karar, 2019).

Facebook’un beğen butonu teknik bir detay olmanın ötesinde, sosyolojik anlamda olumluluk toplumunun beğeni odaklı çizgisine vurgu yapar. Koreli yazar Chul Han, olumluluk toplumunun beğeni/like toplumu olduğunu, olumluluklar toplumu bireylerinin iletişimi sekteye uğrayacağı için her türlü olumsuzluğu akış dışında bırakmak istediğini belirtir (Chul Han, 2017:29). Bu yüzden de Facebook’un

'beğenme' tuşu yoktur, 'beğeni toplumu' için beğen tuşu vardır. Ve bu beğeniler, Facebook'un elinde kişilik analizinin en önemli datalarını sağlayan havuza dönüşür.

Chul Han'ın vurgu yaptığı bu nokta ile Cambridge Analytica yöneticisinin övünerek dile getirdiği "*Sadece 68 defa beğen butonuna basmış herhangi bir Facebook kullanıcısının hangi partiye oy vereceğini %85 doğrulukla bulabiliriz*" görüşü arasındaki uyum, bu devasa veri havuzunun kaynağını işaret etmektedir.

Facebook-Cambridge Analytica skandalı şunu göstermiştir ki, birtakım kötü aktörler popülist otoriteler adına kullanıcı verilerini sömürürken, Facebook'un kendi platformunu kontrol etme konusunda oldukça yetersiz kalmıştır (Adrian Chen, The Newyorker, 2018).

### **3.6. Manipülasyonda Yeni Silah: Psikografi**

Dünya genelinde seçim çalışması içeriği olarak sunulan veri sızdırılması ve işlenmesini propaganda aracı yönüyle de ele almak mümkündür. Propagandanın adeta kurucusu olarak adlandırılan Gobbels'e göre propagandacı, dinleyici ve okuyucu kitesinden bir tepkiyi elde ederken kitlenin propagandadan önce sahip olduğu tepkileri kullanmalıdır (Bood, 1950: 358). Bu noktada Nazi propaganda teknikleri ile Cambridge Analytica data şirketinin Facebook verilerini seçim propagandasına çevirme eylemi arasındaki benzerlik dikkat çekebilir. Bu benzerlik zaman ve de şeffaflık adına ne denli büyük değişimler yaşanırsa yaşansın, birey/toplum-iktidar ilişkisinin olduğu her yerde tarihin bir şekilde tekerrür ettiğini göstermektedir. Facebook'un kullanıcı ana sayfalarına düşürdüğü seçim reklamlarının içeriği, kullanıcılara 1 dolar karşılığında çözdürülen anketlerden elde edilen verilere dayanmaktadır. Donald Trump'ı zafere taşıyan süreçte farklı kesimlerden farklı sosyal sınıflara ait insanların tepkileri bu şekilde derlenirken, onların bu '*Facebook-Cambridge Analytica*' propagandasına maruz kalmadan önceki verileri elde edilmiştir.

Kitleleri yöneten her iktidar tarih boyunca korku ve korkunun propagandasını kullanmıştır. Günümüzde ise korku ile hegemonya kurmanın ötesinde daha incelikli ve kitlenin korkularına değil bilincine ve bilinçaltına hitap eden teknikler söz konusudur. "*Çeşitli şemaların yardımı ile bireyde bulunan çeşitli özellikleri*

(nitelikler, yetenekler v.b.) psikolojik görüş açılarından kavramak, düzenlemek ve bir psikogram halinde ortaya koymayı amaçlar” (Wikipedia, 2019) şeklinde tanımlanan psikografik yöntem de bunlardan birisidir.

Data analiz şirketi Cambridge Analytica, yaklaşık 200 ülkedeki seçim çalışmaları ve son olarak Brexit referandumu ile ABD başkanlık seçimleri için hazırladığı kampanyada bazı psikolojik taktikleri kullanmıştır. 2016 ABD Başkanlık Seçimleri öncesi yaklaşık 50 milyon kişinin verileri Cambridge Analytica'nın Facebook üzerinden dolaşıma soktuğu MyPersonalty (BenimKişiliğim) anketi sonucu ele geçirilmiştir. Bu verilerin elde edilmesi kişilerin yalnızca psikolojik haritalarının çıkartılmasında değil aynı zamanda gelecekte olası durumlarda nasıl olası davranışlar sergileyeceklerinin belirlenmesinde de etkili oldu. Veri skandalını tehlikeli hale getiren de bu aşama olmuştur. Kitleler yalnızca haritalandırılmış birer veri bütünü değil, aynı zamanda manipüle edilmeye açık, yol haritaları az çok bilinen birer kurgu haline gelmiştir. Araştırmacılar MyPersonalty adlı Facebook anketi sayesinde on binlerce insanın Beş Büyük Kişilik Özellikleri Testi sonucunu topladı.

Psikografi, bireyin davranışsal yapısının nasıl meydana geldiği sorusuyla ilgilenir. Günümüz örneklerinde görülmektedir ki psikografi, sınırsız data ve kullanıcı bilgisinin analizi ile elde edilen sonuçları, genel olarak insanların durumlar karşısındaki tavır ve tepkilerini ölçmek için kullanılmaktadır (Fuat Can Çalışkan, 2018).

Alexandre Nix, Cambridge Analytica şirketi aracılığıyla Facebook üzerinden dolaşıma soktukları anketle neredeyse ABD'deki her yetişkinin kişilik özelliği ve eğilimlerinin haritalarını çıkardıklarını belirtiyor. Bunu ifade ederken kurduğu cümle ise “Size büyük veri ve psikografinin gücünden bahsedeceğim” idi. Hem ABD hem de dünya kamuoyunun hiç ummadığı şekilde Donald Trump'ı başkanlığı kazandıran seçimlerin kaderini 3 kritik eyaletteki yaklaşık 70 bin oy belirlemiştir. Cambridge Analytica, başta Facebook kullanıcı verilerinden derlediği kişilik analiz sonuçlarıyla tam olarak bunu hedefliyordu; küçük farkların olduğu yerlerde seçimi isteyen adayın lehine çevirmek. Önce Trinidad ve Tobago örneği, ardından Donald Trump'ın



başkanlık seçimleri, kararsız seçmen ve apolitik grup üzerindeki etkileriyle bu doğrultuda önemli bir örnek oluşturmuştur.

Kişilerin psikolojik haritasını çıkartan psikografik tekniğin çeşitli değerleri vardır. Bireyin kişilik özellikleri; yaşam tarzı, görüş, tutum, hobi ve ilgi alanları; sosyal durumu ve sadakat derecesi psikografik çalışmanın dikkatle ölçümlenmiş değerlerdendir (Selçuk Kılıç, 2019).

Sosyal medya ve buradaki verilerin elde edilmesi psikografik çalışmalar için bulunmaz bir veri havuzudur. Facebook yaklaşık 2 milyarlık kullanıcı nüfusu ile *'dünyanın en kalabalık ülkelerinden'* birisidir. Cambridge Üniversitesi'nde akademik çalışmalar yapan Aleksander Kogan'ın çalışması için Facebook'tan bazı kullanıcı verilerine erişim izni alıp, kullanıcılara hazırladığı kişilik testi anketi ile adeta *'akıllarındaki okuması'* Christopher Wylie'ye bambaşka bir ilham vermiştir. Wylie, *'Facebook sadece insanların aklındaki okumak için değil, aynı zamanda onların fikirlerini değiştirmek için de uygun bir mecra'* diyerek Cambridge Analytica'nın psikografi tekniğiyle dünya genelinde siyasi seçimlere manipülatif müdahalesinin yolunu açmıştır. Facebook beğeni ve paylaşımları ile kullanıcının kişilik özelliklerini yüzde 97'lik bir oranda tahmin edebilme gücü, Facebook'u sosyal medya olmanın çok daha ötesinde bir yerlere taşımıştır.

Kitleleri manipüle etme konusunda geniş imkanlar sunan sosyal medya mecraları, verinin hızla biriktirildiği birer veri havuzudur. Sosyal medya tercihleri ve bırakılan dijital ayak izleri üzerinden, psikografik tekniklerle bireylerin kişilik testleri oluşturulmaktadır.

### **3.7. 'Modern Sosyal Mühendislik' mi, Veri Hırsızlığı mı?**

Sosyal hayattan ziyade dijital hayat içerisinde, internette insanların zaafiyetlerinden faydalanarak çeşitli ikna ve kandırma yöntemleriyle istenilen bilgileri elde etme olarak tanımlanan sosyal mühendislik (Wikipedia, 2019), Cambridge Analytica faaliyetlerinin tartışmaya açıldığı günlerde yeniden gündeme geldi.

Çok sayıda polemik ve değerlendirmenin merkezine yerleşen veri skandalı sonrası öne çıkan sorulardan birisi de gündemi belirleyen bu veri sızıntısının bir modern sosyal mühendislik çalışması olup olmadığıydı. Cambridge şirketinin eski çalışanı Christopher Wylie, The Guardian gazetesine yaptığı itirafta, veri sızıntısı ile derlenen seçmen profillerini siyasal iktidar odaklarına satılmasını bir nevi *'modern dönem sosyal mühendisliği'* olarak tanımlamıştı. Seçim süreçlerine müdahale biçimlerinden rahatsız olduğunu belirten Wylie, *"Milyonlarca insanın profil bilgileri için Facebook'u sömürdük. Ve onların amaçlarını, aklından geçenleri öğrenebilmek için de bu modeli inşa ettik"* itirafında bulunmuştu (Guardian, 2018).

Toplumsal hayat bugün öngörülemez bir hızla değişime uğramakta, yeni bir kimliğe tam oturmadan bir başka kimliğe bürünmektedir. Akışkanlık ve geçişkenliği bu kadar üst düzey olduğu günümüz toplumsal yapısı sabitlik ve gerçeklikten bir nebze uzak olduğu için net tanımlamaların da uzağında kalmaktadır. Bu yüzden kuramsal modeller, toplumsal hayatın ve kimliğin değişkenliğini/çeşitliliğini mevcut özüne uygun biçimde tanımlamada ve aktarmada yetersiz kalmaktadır (Bilgin, 2007: 300). Bağlamından kopartılmış, merkezinden edilmiş kimlikler bütününden meydana gelen toplumsal yapı, bir arada durmak için iktidarın yarattığı görünür ya da görünür olmayan kontrol alanlarına tabi olmak zorundadır.

Özellikle internet gibi yüz yüze iletişimin olmadığı ortamlarda, insanların zaaflarından faydalanarak çeşitli ikna ve kandırma yöntemleriyle istenilen bilgileri edinmeyi amaçlayan sosyal mühendislik ve bu kavrama dair tartışmalar, veri sızıntısı skandallarıyla beraber yeniden gündeme geldi. İnsanların karar verme süreçlerini değiştirmeye yönelik teknikler uygulanan bu mühendislik türü, Facebook'un kullanıcı verilerini siyasi danışmanlık firması Cambridge Analytica'ya sızdırması sürecinde kendisini yeniden göstermişti.

Cambridge Analytica kitlesel iletişim kurmak yerine kişiselleştirilmiş reklamlar ile potansiyel seçmenlere ulaştı. Bu aşamada seçmenlere ulaşırken kullandığı kişiselleştirilmiş reklamın içeriğini de potansiyel seçmenin Facebook kullanım pratiklerinden, sosyal medya beğeni ve yorumlarından edindi.

Jeremy Bentham'ın bir hapisane modeli olarak tasarladığı panoptikon modelinin tarihsel süreçteki gelişimi, teknoloji ve teknolojik gelişimlerin toplumsal yansımalarına eşlik etmiştir. Michel Foucault'un dört duvar arasındaki somut panoptik gözetimi alıp iktidarın ideolojik uygulamalarının sonucuna uyarlaması ile yeni bir kimlik kazanan panoptik gözetim, internet ve sosyal medyanın yarattığı kavram karmaşasından da yeni biçimler edinerek çıkmıştır.

Ekran karşısında çoğunluğun azınlığı izlediği sinoptikon ile azınlığın çoğunluğu izlediği postpanoptikon (bu farazi tanımları güncelle) modellerinin ötesinde, iktidarın sosyal medya kullanan bireylerin davranış ve tercih modellerinden psikoteknik modellerle birer seçmen profili çıkarmasını, bu seçmen profillerine yönelik reklam ve seçim propagandası hazırlaması yepyeni bir panoptik modelin temellerini atmıştır.

Data mining olarak adlandırılan veri madenciliği, günümüz sosyal medya toplumunun dijital davranışlarını işleyip veri haline getirmesi ile ön plana çıkmaktadır. Data mining, geniş veri (data) havuzu içerisinde işe yarar verileri seçip işleyerek, çeşitli kurum ve iktidar odaklarının kullanımına uygun hale getiriyor. Veri madenciliği denilince spekülasyon şeklinde de olsa akla ilk gelen şirketlerden birisi olan Cambridge Analytica şirketi de Facebook'un geniş veri havuzundan işine yarayacak Facebook kullanıcı verilerini derleyip işleyerek, Donald Trump'ın ekibine yüklü bir miktar karşılığında satmıştı.

The Guardian gazetesinden Julia Cerri, Facebook'un veri skandalının patlak vermesi sonrası söz verdiği güvenlik önemlerini alma konusunda henüz harekete dahi geçmemiş olmasını, skandaldan bir yıl sonra kaleme aldığı yazısında "*Cambridge skandalı dünyayı değiştirdi, fakat Facebook'u değiştiremedi*" sözleriyle ifade ediyor (The Guardian, 2019)

Sosyal medya kullanıcıların siyasi görüşü, sosyal statüsü, eğitim durumu veya cinsel zevk ve yönelimlerine göre yaptığı basit Facebook beğenileri; ABD'nin kaderini belirleyecek başkanlık seçimlerinde nokta atışı birer seçmen profili verisine dönüştü. Peki Cambridge Analytica bunu nasıl başardı ve Facebook'un seçmen

profili belirlemedeki başarısının sırrı neydi? Burada devreye patlak veren Cambridge Analytica Facebook skandalı giriyor.

Günümüzde gelişmiş dünyada hemen hemen herkesin sosyal medya hesabı var. En temel ihtiyaçların bile parasal karşılığının olduğu kapitalist dünyada, kapitalizmin en geniş mekanları haline gelen sosyal medya platformlarının ücretsiz kullanılıyor olması akıllarda soru işareti yaratıyor. Bu soru işareti ise, sosyal medyanın ücretsiz olması ile yine aynı sosyal medya hesaplarının birer veri havuzuna dönüşmesi arasındaki ilişkiye götürüyor bizleri. Kullanıcıların ücretsiz edindiği Facebook'un, yine ücretsiz olarak kullanıma sunulan Instagram'ı 1 milyar dolar (Webrazzi, 2012) karşılığında satın almasını konuda dikkate değer bir ayrıntıdır. Kullanıcıların ücretsiz edindiği ve kullandığı bir platform için Facebook neden 1 milyar dolar gibi astronomik bir rakamı gözden çıkartıyor? İşte bu noktada Cambridge Analytica - Facebook Skandalı olarak gündeme gelen sürecin önemi ortaya çıkıyor. Sosyal medya hesapları bireylerin hoşça vakit geçirip eğlenirken, sosyal medya dünyasının çeşitli hazlarını yaşarken birer veriye dönüştükleri, veri havuzundan birer seçmen profili olarak çıktıkları alanlar haline gelmiştir.

Veri madenciliği ile şirketlerin insanları sadece yaşının, cinsiyetini, eğitimin durumunu, dili, dini, inancı ve tercihlerine göre sınıflandırmakla kalmıyor; artık onları tanıyor, sonraki adımlarını tahmin ederek onları yönlendirme hamlelerini elinde bulunduruyor. Sosyal medya ve özellikle Facebook, insanların sadece akıllarından geçeni okumakla kalmıyor aynı zamanda onları yapmaları gerekenler konusunda yönlendiriyordu.

## SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

İktidarın tarihini, insanlığın tarihiyle başlatmak mümkündür. İnsanın olduğu her yerde iktidar yapısı da her zaman ortaya çıkmıştır. İktidar kavramıyla iç içe geçmiş olan gözetim ise tarihsel süreç içerisinde iktidarın bulunduğu her yerde varlığını göstermiş ve sürdürmüştür. Bu sebeple günümüz dünyasının da en belirgin endişelerinden birisi, yine gözetlenme hissiyatı olmuştur. Gözetimi paranoya haline getiren ise kullanım pratiklerindeki çeşitlilik ve sıklık olmuştur. George Orwell'ın '*Big Brother Watching You*' söylemi, bugün daha da kanıksanmış şekilde toplum ve bireylerin ortak kabulü olmuş durumdadır.

İletişim teknolojisi ve dijital uygulamalarla beraber sosyal medya mecraları, bireyleri kapsamlı şekilde gözetleme ve kontrol altında tutma pratikleri olmuştur. Diğer tüm kitle iletişim araçları gibi internet ve sosyal medya da önce mesafeli karşılaşmış, ardından toplumun hemen hemen tüm katman ve bireylerini kapsayacak şekilde ağlar üzerinde hegemonyasını kurmuştur. Özellikle sosyal medya kullanımı ve bireylerin bu mecralarda kendilerini adeta sansürsüz şekilde ifşa etmesi, bu uygulamaları kullanabilmek için önemli kimlik ve konum bilgilerini karşı tarafa sunması veri havuzu oluşturulmasına zemin hazırlamıştır. Bireylerin ayak izleri olan dijital verileri onların kimliği ve tercihlerine dair önemli ipuçları vermektedir. Cambridge Analytica şirketinin Facebook kullanıcı verilerinden elde ettiği kişilik analizi verileri ile başta ABD'deki başkanlık seçimleri ve İngiltere'deki Brexit oylamaları olmak üzere dünyadaki birçok ülkede siyasal seçimlere doğrudan etki etmesi, verinin sanıldığı kadar basit bir konu olmadığını göstermiştir. Ortaçağ'da vergi ya da orduya asker toplama yöntemiyle elde edilen verinin kullanımı ile bugün özellikle bireylerin dijital aktivitelerinden elde edilen verinin elde edilmesi ve kullanılması arasında önemli bir fark vardır. Veri tarihin her döneminde insanları ve toplumu çeşitli şekillerde kategorilendirmek için kullanılırken, bugün yalnızca sınıflandırmak değil, aynı zamanda insanların psikolojik haritalarını ortaya çıkarıp onları çeşitli davranışlara yönlendirmek için kullanılmaktadır.

Çalışmanın amacı iktidar ve internet bağlamı üzerinden verinin önemine ve günümüzde ne anlam ifade ettiğine dikkat çekmektir. Dijitalleşen bir dünyada devasa

bir dijital enformasyona dönüşen iletişimin, eğlence kültürü ile harmanlanarak toplumsal ve siyasal hayatı dizayn eden bir metafora dönüştüğü yadsınamaz bir gerçektir. Bu noktada verinin aslında günümüzün en etkin gözetim aracı olduğu, sosyal medya ya da alışveriş tercihleri yahut alınan seyahat biletinden derlenen verilerle ortaya çıkartılan kişilik profillerinin dijital panoptikonun bir ürünü olduğu çalışmanın temel savlarından. Merkezine Cambridge Analytica-Facebook veri skandalını alan çalışma, günlük sosyal medya kullanımı gibi görülen aktivitelerin arka planda nasıl bir toplumsal mühendislik ve siyasal amaç taşıdığını örnekleriyle ortaya koymaktır.

Gözetim, iktidarın bireyi ve toplumu kontrol altında tutmak ve disipline etmek için her daim kullandığı araçlardan birisidir. Gözetim faaliyetlerinin şekli tarihsel süreç içerisinde değişse de, anlamı ve işlevi neredeyse tüm zamanlarda aynı olmuştur. Aynı şekilde iktidarın tanımı ve iktidara ilişkin yorumlar da hem tarihi süreç içerisinde, hem de günümüz iktidar tarihi tahlillerinde büyük oranda farklılıklar göstermiştir. Çünkü farklı toplum yapılarında farklı iktidar tiplerinin ortaya çıkması olağandır. Coğrafya yalnızca birey ve toplumun karakterini şekillendirmele kalmamış, çoğu zaman iktidarın türü ve yönetimin şeklini de biçimlendirmiştir. İktidarın olduğu her yerde, kaçınılmaz olarak görmek ve gözetlemek, dolayısıyla gözetim de var olagelmıştır. Fransız düşünür Michel Foucault'nun dediği gibi “*gözetim en eski hükümdarın en eski rüyasıdır*” (Foucault, 2013:229). Somut mekanlarda beden izlenmesi ve beden cezalandırılması ve hatta yok edilmesi üzerinden icra edilen klasik gözetim ve disipline etme çalışmaları, modern dönemle birlikte değişime uğramıştır. İletişimci Uğur Dolgun, “*Tarım toplumundan modern topluma geçişte, fabrikalar simgesel bir mekan karakteri kazanmıştır*” (Dolgun, 2005:63-70) derken, modern toplumdaki günümüz enformasyon toplumuna geçişte de dijital dünyanın simgesel bir mekana dönüştüğünün söylemek isabetli olacaktır. Modern toplumda fabrika modeliyle simgeleştirilen mekansal gözetim (fabrika, okul, devlet daire, kışla vs.) internetin günlük hayatı işgal etmesiyle oluşan ağ toplumunda, mekandan bağımsız bir gözetime dönüşmüştür. Max Weber gözetim kavramını, ‘*fabrika modeli*’ kalıbından çıkarmış; eğitim, din, ideoloji gibi devletin diğer tüm kurumlarını kapsayacak daha geniş yelpazeye taşımıştır (Dolgun, 2015:98).

Günümüz toplumunda ise internet ve iletişim/gözetim teknolojileri sayesinde bireylerin bedenlerini takip etme gereksinimi duyulmaksızın bir gözetim icra edilmektedir. Gözetim tek bir mekanda, tek bir araçla, tek bir nesne üzerinde gerçekleştirilen eylemden çok daha fazlasıdır artık.

Çalışma ilk aşamada iktidarın ne olduğu problemine yoğunlaşmaktadır. İktidarın tanımı ve iktidarın ne olup ne olmadığına dair farklı görüşler, çeşitli örnekler üzerinden ele alınmıştır. İktidarın ne olduğu konusu kadar, iktidarın ne olması gerektiği sorusu da iktidarın tanımını şekillendirmiştir. Fransız düşünür Michel Foucault'a göre iktidar, insanın günlük hayatta deneyimlediği eylem ve söylemsel pratiklerin merkezinde bulunan ve günlük hayatı dizayn eden bir pratiktir (Foucault, 2004:18). Max Weber'in tanımlamasındaki ideal iktidar ise bürokratik tahakkümün kemikleşmesini engel olacak olan dinamik bir potansiyele sahip karizmatik liderin önderliğinde tesis edilebilmektedir (Schroeder, 1996:175). İspanyol Manuel Castells'e göre iktidar, "*üretim temelinde bazı bireylerin isteklerinin gerektiği durumlarda şiddet de kullanılarak toplumun gerin kalanına dayatılması*"dır (Castells, 2008: 18).

Platon, Thomas Hobbes, Machiavelli ve Max Weber gibi isimlerin kavramlarındaki iktidar *merkezileşmiş/otoriter iktidardır*. Otoriter iktidarın karşısındaki iktidar ise Michel Foucault'un ağların iktidarı diye de tanımladığı *dağıtılmış iktidardır*. Bu noktada, dağıtılmış iktidarın günümüz ağ toplumunu tasarlayan ve özellikle gözetim aracılığıyla domine eden iktidar biçimi olduğu söylenebilir.

İngiliz hukukçu ve filozof Jeremy Bentham'ın hapisane modeli olarak tasarladığı ve mahkûmları gözetleyerek kontrol altında tutmayı amaçlayan panoptikon modelini, Fransız düşünür Michel Foucault sosyal bilimlere kuramsal düzeyde uyarlayarak kazandırmıştır. '*Görünmeden gözetleme*' esasına dayalı bu gözetim/denetim pratiği için günümüzde en uygun ortam hiç şüphesiz ki *without body* şeklinde ifade edilen bedensiz bireylerin mekanı haline gelen sanal dünyadır.

Akıllı telefonların yaygın kullanımı ile beraber her birey farklı sosyal medya alanlarında bireysel profillerini oluşturmak suretiyle sosyal ve siyasal bir kullanıcı

hüviyeti kazanmıştır. Kullanıcılarına sonsuz imkân ve kolaylıklar sunan sosyal medya uygulamaları, aynı zamanda kullanıcıları birer ürün haline getiren mecralar halini de almıştır.

Çalışmanın hedefi, günümüzde verinin bir gözetim aracı haline gelmesini hazırlayan süreci, iktidar biçimleri ve gözetim pratikleri ışığında ele almak olmuştur. Tanımlamalar göstermektedir ki iktidarın tek bir türü, dolayısıyla tek bir tanımı yoktur. İktidar bahsinde ortak kanıya varılacak tek nokta, gücü elinde bulunduranın iktidar olduğudur. Gücü ve Althusser'in deyişiyle '*devletin ideolojik aygıtları*' (Althusser, 2014:53) üzerindeki hegemonyayı elinde tutamayan, iktidarı da kaybeder. Her dönemin güç kavramı farklı olmuştur. Kimi zaman devasa ordular, kimi zaman geniş kara parçaları, kimi zaman ekonomik üstünlük gücün en temel dayanağı olarak kabul görmüştür. Günümüzde ise 'veri' en büyük güç olmuştur. Veriyi elinde bulunduran, gücü de elinde tutma hakkına sahiptir. Facebook – Cambridge Analytica veri skandalını konu edinen The Great Hack belgeselinde verinin gücü şu sözlerle ifade edilmektedir; "*Bugün veri, dünyanın en değerli serveti haline gelmiştir. Çünkü verinin değeri petrol değerini aştı*" (The Great Hack, 2019). Günümüzde insanların gündelik yaşamı sanal dünya ile iç içe geçmiş durumdadır. En etkin kontrol etme ve denetleme araçlarından olan gözetimin icra alanı da günlük hayattaki mekanlardan, internet mecrasına kaymıştır. Tarihsel süreç içerisinde koşullara göre çeşitlilik gösteren gözetim faaliyetlerini, dijital çağda internet ve sosyal medya üzerinden iktidarların ne şekilde kullandığı çalışmanın konuları arasında yer almaktadır. Panoptikon kavramı değişime uğrayıp dijital panoptikona dönüşürken; post panoptikon, süperpanoptikon, sinoptikon, omniptikon ve banoptikon gibi çeşitli kavram ve tanımlamaları da literatüre kazandırmıştır. Bireylerin sosyal medya ve çeşitli hizmetleri (alış verişi, bilet satın alma, online randevu, dijital bankacılık vs.) dijital versiyonlarıyla kullanma pratikleri onların kimlik bilgilerinden, yaşam tercihlerinden, parmak izlerinden, politik tutumlarına kadar birçok fiziksel ve düşünsel izlerini veri havuzuna aktarmaktadır. Bu noktada çalışmanın ana temasına, '*veri, dijital gözetimin ta kendisidir*' varsayımına ulaşabilmekteyiz.



Özellikle sosyal medya ile birlikte bireylerin sadece katılımcı değil, birer içerik üreticisi haline gelmesi, interneti çeşitli açılardan cazip hale getirmiştir. Başta medya olmak üzere birçok sektör kendisini kısmi ya da tam olarak dijital ortama aktarırken, sadece tüketim değil aynı zamanda siyasi/yönetimsel ilgisini de bu alana yöneldiği görülmüştür. Dünyanın en eski siyaset sanatlarından birisi olan diplomasinin en eski üslubu olan *'kapalı kapılar ardından diplomasi'* düsturu dahi dijital medya ile birlikte deforme olmuş, olabildiğince açık ve seçik bir diplomasi günlük politikanın merkezine oturmuştur. ABD Başkanı Donald Trump'ın başını çektiği bu *'Twitter diplomasisi'*nde, küresel ekonomiyi etkileyecek ABD-Çin ticaret savaşını başlatan ve körükleyen söylemler, Meksika ile yaşanan göçmen krizini ırkçılık boyutunda daha da derinleştiren atışmalar, ABD liderinin Filipinler lideri ile küfürleşmeye varan restleşmesi doğrudan ilk kez sosyal medya üzerinden tüm dünya kamuoyuna yansıdı. Donald Trump'ın Twitter diplomasisini en yakından takip eden ülkelerden birisi de Türkiye olmuştur. Yakın dönemde Suriye'de gerçekleştirilen asker operasyon ve ABD ile ilgili siyasi diplomasi boyutuna dair neredeyse tüm gelişmeleri, siyasi taraflardan önce tweetler sayesinde tüm dünya kamuoyu öğrenmiştir. Önce diplomasi sonra söylem biçiminin yerini, önce söylem üretip ardından diplomasiyi söyleme uydurma pratiği gelişmiştir. Diplomatik söylem ve siyasi yaptırımlar artık devlet adamlarının siyasi kanallar aracılığıyla siyasi enstrümanları kullanarak *'kapalı kapılar ardında'* icra ettiği bir çizgiden çıkarak, doğrudan bir tweet ile dile getirilen online beyanlara dönüşmüştür.

Klasik panoptikon ile başlayan gözetim kavramsallaştırması, günümüzde dijital panoptikon tespitine kadar birçok farklı aşama yaşamıştır. Çalışma, somut mekanlarda insanların somut bedenleri üzerinde uygulanan panoptik gözetimin, günümüzde soyut olan sanal dünyada bireylerin sanal olan soyut kişilikleri üzerinde uygulanan dijital panoptikona evrilme süreci ve gerekliliğini değerlendirmektedir. Dünya gündemini hem politik hem de teknolojik kaygı anlamında uzunca süre meşgul eden ve etkilerinin hala sürdürülen veri skandalının akademik anlamda yeterince ele alınmadığına işaret edilmiştir.

Konu başlığına *'İktidarın panoptik gözü olarak internet/sosyal medya'* denildiğinde kast edilen günümüz politik iktidarı değildir. Buradaki bahsedilen

İktidar, günümüzde dünyanın en güçlü devleti olarak gösterilen ABD’de bile tüm iktidarların en üstünde olan politik iktidarı belirleyen iktidardır. İktidarın da görünür olmaktan uzak olduğu bu dönemde, görünürdeki iktidarı belirleyen ve besleyen iktidarlar tür ve yapılarını ele almak çalışmanın en önemli amaçlarından olmuştur. Tek bir biçimi, merkezi veya yöneteni olmayan bu iktidar biçimi, Foucault’nun işaret ettiği *‘dağıtılmış/ağların iktidarı’*nın ta kendisidir.

İktidarın en demokratik ülkelerde bile göstermelik bir demokrasi sürecinde halktan başka odaklar tarafından belirleniyor olması hem demokrasi anlayışını zayıflatmış hem de bireyler kendilerini kandırılmış hissetmiştir. Kişisel verilerin siyasi süreçleri belirlemede kullanılması, verdikleri oy ve sergiledikleri duruşla bir şeyleri değiştirebileceğine inanan insanları, aslında işlevsiz ve manipüle edilmeye açık birer oldukları hissiyatına sevk etmiştir.

Veri işleme ve değerlendirme merkezi Cambridge Analytica’nın Facebook kullanıcı verilerini, kullanıcıların özel ve kimlik bilgilerini analiz edip bu kitleleri manipüle etmek için davranış/kişilik setleri oluşturmak için kullanması, birçok tartışmayı da beraberinde getirdi. Facebook’un teminat altına aldığı kullanıcı verilerini üçüncü taraf uygulamaların kolayca elde etmesi, buna karşın şirketin etkin bir güvenlik önlemini almamış olması sosyal medyanın bir zafiyeti olarak bir diğer tartışmanın merkezine yerleşti. Devletin inşa edilmiş kamusal alanlarında (okul, kışla, hapishane, hastane, tımarhane vb.) bireyin bedenlerini gözetim altına alma suretiyle sağlanan panoptik gözetim kavramı, günümüzde devletin kamusal alanından da bireyin somut bedeninden de sıyrılarak bambaşka bir mecra ve mahiyete evrilmiştir. Artık bireyin bedenini ve somut faaliyetini gözetim metotlarıyla gözlemlemek yerine, bireyin dijital faaliyetlerini bıraktığı dijital ayak izleri doğrultusunda takip etmek gerekli veriye ulaşmak için yeterli olmaktadır. Bireyin sosyal medya hareketlerinden çıkartılan kişilik tipine göre siyasal mesajlar üretilmekte, politik motivasyonu bu doğrultuda yönlendirilmektedir. Paylaşımlarından özgürlükçü ve apolitik olduğu verisi elde edilen bireyi seçimde sandığa gitmemeye teşvik edilmektedir. Ya da seçim kampanyası için çalışılan adayın daha çok özgürlükçü söylemleri bu bireyin sosyal medya akışına seçim reklamı olarak düşmektedir. Aynı adayın daha milliyetçi ve yabancı karşıtı

söylemler, daha muhafazakar ve milliyetçi seçmenin sosyal medya akışına kişiye özel reklam tekniğiyle verilmektedir. Böylece ülkedeki sağcı, solcu, özgürlükçü, muhafazakar gibi farklı kutuplardan birçok seçmenin yanı sıra kararsız seçmenler de, seçilmiş ve kişiye özel olarak tasarlanmış siyasal seçim reklamları ile aynı adaya oy vermeye yönlendirilmiştir. Bu çalışmanın en bariz örneği, 2016 yılında ABD Başkanlık seçimi yarışında Donald Trump'ın seçim kampanyası ve zaferinde ortaya çıkmıştır.

2016 yılında yapılan ABD başkanlık seçimleri, Donald Trump'ın seçim sürecindeki faaliyetleri ve seçim sonrasında adı sıkça anılan Facebook-Cambridge Analytica ortaklığı üçüncü bölümün ve çalışmanın temel konusu olarak ele alındı. Facebook'un kullanıcı verilerini siyasi alanda kullanılmak üzere sızdırması ve işlenen kullanıcı verilerini kullanıcılara reklam olarak sunup seçimlere etki etmesi gözetimin ulaştığı boyutları izah etmek adına çalışmanın örnek konusu olmakla beraber, gözetimin ve panoptikon kavramının veri madenciliği ile ulaştığı son noktayı da izah etmektedir. Cambridge Analytica-Facebook Skandalı olarak medyada yer alan süreçte, Londra merkezli Cambridge Analytica şirketi ABD vatandaşı 50 milyon kişinin Facebook verilerini usulsüzce elde ederek seçim çalışmaları için kullandı. En büyük veri sızıntılarından birisi olan Cambridge Analytica-Facebook ortaklığındaki bu skandal sonrası kullanıcı verilerini reklam şirketleri ve seçim çalışması yapanlarla para karşılığında paylaşan sosyal medya platformu için #deletefacebook kampanyası başlatıldı. Öyle ki skandal sonrası eski CIA çalışanı Edward Snowden Facebook için *“Sosyal medya değil istihbarat şirketi”* (T24, 2018) diyerek görüşünü dile getirmiştir. *“Ve”* diyor Snowden, *“Savaş bakanlığının savunma bakanlığı olarak adlandırılmasından sonraki en başarılı aldatmaca, istihbarat toplamanın adının sosyal medya olarak lanse edilmesidir.”*

Çalışmanın amacı, eğlence sektörü haline dönüşen sosyal medya mecralarının aslında ne kadar ciddiye alınması gerektiğini işaret etmektir. *‘Bir ürün ücretsiz sunuluyorsa, orada ürün sizsinizdir’* sözünün hayat bulduğu bu örneklem dizisinde, insanların ücretsiz olarak faydalandığı çeşitli sosyal medya mecralarının kişisel verileri elde edip reklam şirketleri ya da siyasal seçim kampanyası danışmanlarına sattığı ortaya çıkmıştır. Başta İngiltere'deki Brexit oylaması ve ABD'deki başkanlık

seçimleri olmak üzere Brezilya, Meksika, Endonezya, Kenya gibi çok sayıda ülkedeki başkanlık seçimlerinde Facebook verilerini yasa dışı sızdırıp bireyi manipüle etme odaklı seçim kampanyaları hazırlanmasının teminatını veren Cambridge Analytica şirketi çalışmanın en önemli öznelere birisidir.

Yapılan çalışma, dijitalleşen dünyamızdaki veri ağına odaklanmakta ve kullanıcıların ağlar üzerinden elde edilen verilerinin psikoloji bilimi yardımıyla birer kişilik haritalarının çıkartıldığına işaret etmektedir. Özelden kamusal alana kadar her alanın dijitalleşmesine rağmen, bireyler dijital veri havuzunun manipülasyonuna açık haldedir. İçerisinde yaşadığımız veri dünyası gerçekliği ve Facebook Cambridge Analytica veri skandalı gibi bir realiteye rağmen, bu alanda yapılan az sayıdaki çalışmanın yarattığı eksiklik giderilmeye çalışılmıştır.

Facebook ve beğeni butonu, çağımızın simgesel tanımlayanlarından olmuştur. Byung-Chun Han, '*olumluluk toplumu like toplumdur*' sözleriyle bu gerçekliğe işaret etmektedir (Chul Han, 2017:29). Veri skandalı sürecinde adı sıkça duyulan psikolog Michal Kosinski ise Facebook algoritmasının kullanıcının kişiliğini tahmin etme konusunda son derece başarılı olduğunu belirtip, 11 beğeninın iş arkadaşlarından, 100 beğeninın yakın arkadaşlarından ve aile bireylerinden, 250 beğeninın ise eşinden daha iyi tahminde bulunduğuna işaret etmiştir (Kosinski, 2017). Öyle ki elde edilen sosyal medya verilerinin analizi sonucunda, algoritma bireyi bireyin kendisinden daha iyi tanıyacak başarıya ulaşmaktadır.

Olayın dijital boyutunun ötesinde, siyasal ve sosyolojik bir korku yarattığı açıktır. Bir şeyleri değiştirecek gücün her zaman kendi iradeleri altında olduğuna inanan demokrasi ilkeleirni benimsemiş kitleler, en demokratik süreçte dahi gerçekleşen iradenin kendi iradeleri olmadığını fark etmiştir. Facebook Cambridge Analytica skandalının bu denli ses getirmesinin insanların kitlesel olarak nasıl bir manipülasyonun parçası olduğunu ortaya koymasındır.

Cambridge Analytica şirketinin Facebook kullanıcı verilerini çeşitli anket çalışması uygulamaları ile elde edip siyasal veri olarak işlemesi bağlamında özetlenen bu süreç, akademik bağlamda da hem teknolojik hem siyasal hem de sosyolojik olarak ele alınmaktadır. Kullanıcı verileri ile kullanıcıları manipüle ederek

yeni bir sosyolojinin yaratılabileceğini söylemek abartılı olabilir. Fakat Şu da bir gerçektir ki, verinin gücü ile mevcut sosyolojik gerçekliğe önemli oranda etki edilebilmektedir.



## KAYNAKÇA

- Adorno, W. Theodor **Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken**, Cogito Dergisi, Sayı:36, 2003, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları
- Akad, Mehmed: **Machiavel, Bodin ve Hobbes'da Monarşi**, İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası, İstanbul
- Akal, Cemal Bali: **İktidarın Üç Yüzü**, İstanbul: Dost Kitabevi, 2012
- Akal, Cemal Bali: **Machiavelli, Makyavelizm ve Meşruiyet Sorunu, Machiavelli** (Ed. Cemal Bali Akal) Ankara: Dost Kitabevi, 2014
- Alioğlu, Nazan **Duygusal Tatmin Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Alan Araştırması**, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2016, Cilt:9, Sayı:2
- Altay, Derya **McLuhan'ı Anlamak, Kadife Karanlık**, ed. Nurdoğan Rigel, İstanbul, Su Yayınları, 2005
- Althusser, Louise **İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları**, çev. Alp Tümertekin, İstanbul, İthaki Yayınları, 2014
- Althusser, Louise **Marx İçin**, çev. Işık Ergüden, İstanbul, İthaki Yayınları, 2002
- Althusser, Louise **Makyavel'in Yalnızlığı ve Başka Metinler**, Çev. Turhan Ilgaz, Alaeddin Şenel, Seda Çarmık, Ankara, Epos Yayınları, 2003
- Agamben, Giorgio **Kutsal İnsan**, Çev. İsmail Türkmen, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2013
- Arıboğan, Deniz Ülke **Duvar: Tarih Geri Dönüyor**, İstanbul, İnkilap Kitabevi, 2017

Arslandaş-Toktaş,  
Sema

**Türkiye’de Dijital Gözetim**, İstanbul, Alternatif  
Bilişim Derneği Yayınları, 2012

Aydoğan, Filiz

**Medyadan Yansıyanlar: İkinci Medya Çağında  
Gözetim İle Kamusal Alan Paradoksunda İnternet**,  
Beta Yayınları, İstanbul, 2013

Aydoğan, Filiz  
Kırık, Murat

**Alternatif Medya Olarak Yeni Medya**, Akdeniz  
İletişim Dergisi, Sayı: 18, 2012

Baldini, Enzo

**Machiavelli, Makyavelizm ve Modernite Sorunu,  
Machiavelli**, ed. Cemal Bali Akal, Ankara, Dost  
Kitabevi, 2014

Baudrillard, Jean

**Simülarklar ve Simülasyon**, çev. Oğuz  
Adanır, Ankara, Doğu Batı Yayınları, 2013

Bauman, Zygmunt  
Lyon, David

**Akışkan Gözetim**, Çev. Elçin Yılmaz, İstanbul,  
Ayrıntı Yayınları, 2013

Bauman, Zygmunt

**Küreselleşme**, Çev. Abdullah Yılmaz, İstanbul:  
Ayrıntı Yayınları, 2012

Bauman, Zygmunt

**Siyaset Arayışı**, Çev. Tuncay Birkan, İstanbul, Metis  
Yayınları, 2000

Bauman, Zygmunt

**Modernite, Kapitalizm, Sosyalizm**, Çev. Doruk  
Ergun, İstanbul: Say Yayınları, 2013

Bentham, Jeremy

**Panoptikon Gözün İktidarı**, Çev. Zeynep Özarslan,  
Barış Çoban, İstanbul: Su Yayınları

Bilgi, Alaattin

**Karl Marks Kapital Özet ve Kılavuzu**, Ankara,  
Yurt Kitap Yayınları, 1998

Bogard William

**Theorizing Surveillance, Surveillance Assamblages  
and Lines of Flight**, ed. David Lyon, USA, Willan  
Publishing, 2006

- Bozkurt, Veysel **Yıkıcı Gemeinschaft'tan 'Öteki'siz Postmodern Kabilelere Sanal Cemaatler**, Uludağ Üniversitesi İİBF, 2012, cilt:3, sayı:1, no:107
- Bowie, Malcolm **Lacan**, Çev. V. Pekel Şenel, Ankara, Dost Yayınları, 2007
- Bulut, Nihat **Feodaliteden Küreselleşmeye Ekonomik İktidar-Siyasal İktidar İlişkisi**, Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2003
- Canetti, Elias **İktidar ve Güç**, Çev. Gülşat Aygen, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2006
- Castels, Manuel **Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür Cilt 1: Ağ Toplumunun Yükselişi**, Çev. Ebru Kılıç, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2008
- Chul Han, Byung **Şeffaflık Toplumu**, Çev. Haluk Barışçan, İstanbul: Metis Yayınları, 2017
- Çıldan, Cihan **Sosyal Medyanın Politik Katılım ve Hareketlerdeki Rolü**, Akademik Bilişim, www.ab.org.tr (erişim: 07.06.2019)
- Çoban, Barış **Panoptikon Gözün İktidarı**, ed. Barış Çoban - Zeynep Özarslan, Su Yayınları, İstanbul, 2008
- Çoban, Barış **Yeni Panoptikon, Gözün İktidarı ve Facebook**, Yeditepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, İstanbul, 2009
- Deleuze, Gilles **Foucault**, Çev. Burcu Yalım – Emre Koyuncu, İstanbul, Norgunk Yayıncılık, 2013
- Dacheux, Eric **Kamusal Alan**, Çev. Hüseyin Köse, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2012



- Dolgun, Uğur **Şeffaf Hapishane Yahut Gözetim Toplumu**, İstanbul, Ötüken Yayınları, 2015
- Dolgun, Uğur **Enformasyon Toplumundan Gözetim Toplumuna**, Ankara: Ekin Yayınları, 2005
- Duverger, Maurice **Siyaset Sosyolojisi**, (Çev. Şirin Tekeli), İstanbul: Varlık Yayınları, 1982
- Edward Evans, Princhard **İlkelerde Din**, Çev. Hüsen Portakal, İstanbul, Öteki Yayınevi, 1998
- Eren, Veysel Aydın, Abdullah **Sosyal Medyanın Kamuoyu Oluşturmadaki Rolü ve Muhtemel Riskler**, KMG Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Özel Sayı:1, yıl: 2014, sayfa: 198
- Fromm, Eric **Sahip Olmak ya da Olmak**, Çev. Aydın Arıtan, İstanbul, Arıtan Yayınları, 1982
- Foucault, Michel **Güvenlik Toprak Nüfus**, Çev. Ferhat Taylan, İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2013
- Foucault, Michel **Hapishanenin Doğuşu**, çev. Mehmet Ali Kılıçbay, İmge Yayınları, Ankara, 1992
- Foucault, Michel **Büyük Kapatılma**, Çev. Ferda Keskin, İstanbul, Ayrıntı Yayınları
- Foucault, Michel **Biyopolitikanın Doğuşu**, Çev. Alican Tayla, İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları/College de France Dersleri 1978-79
- Foucault, Michel **Özne ve İktidar**, (Çev. Işık Ergüden - Osman Akınhay), Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2014
- Freud, Sigmund **Bir Yanılsamanın Geleceği**, Çev. Mehmet Ökten, İstanbul, Tutku Yayınevi, 2004
- Freud, Sigmund **Uygarlığın Huzursuzluğu**, Çev. Haluk Barışcan, İstanbul, Metis Yayınları, 2013

- Gazali **Felsefenin Temel İlkeleri**, Çev. Cemaleddin Erdemci, Ankara, Vadi Yayınları, 2002
- Gezgin, Mehmet Fikret **Cemaat-Cemiyet Ayrımı ve Ferdinand Tönnies**, İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Konferansları Dergisi, 1998
- Giddens, Anthony **Modernliğin Sonuçları**, Çev. Ersin Kuşdil, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1994
- Giddens, Anthony **Sosyoloji**, Ed. Anthony Giddens, İstanbul, Kırmızı Yayınları, İstanbul, 2012
- Güvenç, Bozkurt **İnsan ve Kültür**, İstanbul, Boyut Yayınları, 1991
- Gücüyener, Merve **Panoptikonik Gözetimden Synoptisizme Gözetim Toplumu**, (yayınlanmamış yüksek lisans tezi) Afyon Kocatepe Üniversitesi, 2011
- Gözler, Kemal **Hukuka Giriş**, Bursa, Ekin Yayınları, 2012
- Gökçer, Göksel **Bir Gözetim Aracı Olarak Periscope**, Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, sayı:7.1: sf. 969-992, 2016
- Haggerty, D. Kevin **David Lyon, USA**: Willem Publishing, 2006
- Harari, Yuvarl Norah **21. Yüzyıl İçin 21 Ders**, Çev. Selin Sıral, İstanbul: Kolektif Kitap, 2018
- İnsel, Ahmet **Neo-Liberalizm: Hegemonyanın Yeni Dili**, İstanbul, Birikim Yayınları, 2013
- Habermas, Jürgen **İdeoloji Olarak Teknik ve Bilim**, Çev. Mustafa Tüzel, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2014
- Hall, Stuart  
Lubley, Bob  
McLellan, Gregor **Siyaset ve İdeoloji**: Gramsci (Çev. Sadun Emrealp), Ankara: Birey ve Toplum Yayınları

- Hardt, Michael  
Negri, Antonio **İmparatorluk**, Çev. Abdullah Yılmaz, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2003
- Harvey, David **Umut Mekanları**, Çev. Zeynep Gambetti, İstanbul, Metis Yayınları, 2008
- Hobbes, Thomas **Leviathan**, Çev. Semih Lim, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2007
- Hobsbawm, Eric **Devrim Çağı**, Çev. Bahadır Sina Şener, Ankara, Dost Kitabevi, 2003
- Huisman Denis **Sokrates İnternet'te**, Çev. Kerem Eksen, İstanbul, Güncel Yayıncılık, 2000
- Kaplan, Yusuf **Dijital Medya ve Özgürlük Problemi**, TRT Akademi: Dijital Medya, Yıl: 2016, Sayı:2, Cilt: 1
- Karaismailoğlu, Fulya  
Özkaya **Sosyal Teoride İktidar Tartışmaları** (yayınlanmamış yüksek lisans tezi) Uludağ Üniversitesi, Bursa, 2006
- Karatani, Kojin **Transkritik: Kant ve Marx Üzerine**, Çev. Erkan Ünal, İstanbul, Metis Yayınları, 2006
- Kırık, Ali Murat Derin Ekonomi dergisi, **Dijital Çağda Mahremiyet Mümkün Mü?** (Nisan, 2019)
- Küçükkurt, Mehmet **Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Perspektifinde Üniversite Öğrencilerinin Medyaya Bakışı**, Selçuk İletişim Dergisi, 2016, Cilt:6, sayı: 1
- Lemke Thomas **Biyopolitika**, Çev. Utku Özmkas, İstanbul, İletişim Yayınları, 2014
- Lerner Daniel **Propagandada Etkinlik: Şartlar ve Değerlendirme, Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş**, ed. Ünsal Oskay, Ankara, Sevinç Matbaası, 1973
- Lyon, David **Teorising Surveillance, The Search for Surveillance Theories**, Ed. David Lyon, USA, Willem Publishing, 2016

- Machiavelli **Prens**, İstanbul, Remzi Yayınevi, 2014
- Maigret, Eric **Medya ve İletişim Sosyolojisi**, Çev. Halime Yücel, İstanbul: İletişim Yayıncılık, 2015
- Marcuse, Herbert **Eros ve Uygarlık**, Çev. Aziz Yardımlı, İstanbul, İdeal Yayınevi, 1995
- Marshall, McLuhan **Understanding The Media; The Extension of Man**, McGraw-Hill Book Company, New York, 1964
- Mardin, Şerif **İdeoloji**, İstanbul, İletişim Yayıncılık, 1992
- Marcuse, Herbert **Tek Boyutlu İnsan**, Çev. Aziz Yardımlı İstanbul, İdeal Yayınevi, 2010
- Mattelart, Armand **İletişim Kuramları Tarihi**, Çev. Merih Zillioğlu, İstanbul, İletişim Yayınları, 2003
- McLellan, David **İdeoloji**, Çev. Barış Yıldırım, İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2012
- Oppenheimer, Franz **Devlet**, Çev. Alaeddin Şenel-Yavuz Sabuncu, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1984
- Oskay, Ünsal **Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri**, İstanbul, Der Yayınevi, 1982
- Özcan, Şevket **İnsana Verilen Değer Eksenin Çeşitli Dinlerde İnsan: Dinler Tarihi Açısından Karşılaştırmalı Bir İnceleme**, Dini Araştırmalar Dergisi, Cilt:19, sayı:48, Ocak-Haziran 2016
- Özgen, Murat **Gazetecinin Etik Kimliği**, İstanbul, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1998
- Öztürk, Serdar **Filmlerle Görünürlüğün Dönüşümü: Panoptikon, Süperpanoptikon, Sinoptikon** (2013) İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Sayı 36, Bahar 2013
- Pesen, Mekin **Sosyal Medyanın Arap Baharı'ndaki Rolünün Bilimsel Kanıtı**, www.esiber.com, erişim: 07.06.2019

- Poggi, Gianfranco **Devlet**, İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2016
- Polat, İsmail Hakkı **Dijital-Siber-Sosyal; Yeni Bir Medyanın Yeni Bir Yaşam Alanına Dönüşümü**, TRT Akademi: Dijital Medya, 2016, Sayı:2, Cilt:1
- Popper, Karl **Açık Toplum ve Düşmanları** (Çev. Mete Tunçay) İstanbul, Remzi Kitabevi, cilt I, 1989
- Popper, Karl **Açık Toplum ve Düşmanları** (Çev. Mete Tunçay) İstanbul: Remzi Kitabevi, cilt II, 1989
- Poster, Mark **Foucault, Deleuze ve Yeni Medya**, Cogito Dergisi, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, sayı:70-71, 2012
- Postman, Neil **Televizyon: Öldüren Eğlence**, Çev. Osman Akınhay, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1994
- Ranciere, Jacques **Siyasalın Kıyısında**, Çev. Aziz Ufuk Kılıç, İstanbul, Metis Yayınları, 2006
- Revel, Judith **Foucault Sözlüğü** , Çev. Veli Urhan, Say Yayınları, İstanbul, 2012
- Romele, Alberto  
Emmenegger, Camilia  
Gallino, Francesco  
Goggone, Daniele **Panopticism is not Enough: Social Media as Technologies of Voluntary Survitute**, 2017
- Rousseau, Jean  
Jacques **Toplum Sözleşmesi**, Çev. Vedat Günyol, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2012
- Russel, Bertnart **Politik İdealler**, Çev. Göksel Zeybek, İzmir, İlya Yayınları, 2010
- Sartori, Giovanni **Görmenin İktidarı**, Çev. Gül Batuş, Bahar Ulukan, İstanbul, İletişim Yayınları, 2006

- Schroeder, Ralph **Max Weber ve Kültürel Sosyolojisi**, Çev. Mehmet Küçük, Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları, 1992
- Simith, Adam **Hukuk Üzerine**, Çev. Ahmet Celiloğlu, İstanbul, Pinhan Yayıncılık, 2018
- Şener, Gülün  
Kuş, Oğuz **Büyük Birader'den Büyük Veriye Gözetim Toplumu**. Ö. Oğuzhan (Edt.), İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim, İstanbul: Kalkedon Yayınları, 2015
- Tekvar, Sırma Oya **Yeni Medya ve Siyasete İlişkin Yaklaşımlar**, 27. Ulusal Bilişim Kurultayı Yayınları, İstanbul, 2010
- Telli, Azime **Mısır Devrimi'nde Sosyal Medyanın Rolü**, Bilge Stratejisi, 2012, Cilt 4 Sayı: 7
- Tonnies, Ferdinand **Community and Civil Society**, (translate from Germany to English by Jose Harris and Margeret Hollis) Cambridge University Press, 2011
- Kolektif **Gözetim Toplumu (Panoptikon): Alternatif Medya ve Anti-Gözetim**, der.: Bora Ataman, Barış Çoban, çev.: Ahmet A. Sabancı, Kafka Yayınları, 2019
- Vattimo, Gianni **Şeffaf Toplum**, Çev. Ümit Hüsrev Yolsal, İstanbul, Say Yayınları, 2012
- Weber, Max **Sosyoloji Yazıları**, Çev. Taha Parla, İstanbul, İletişim Yayınları, 2004
- Weber, Max **Bürokrasi ve Otorite**, Çev. H. Bahadır Akın, Ankara, Adres Yayınları, 2005
- Wellman, Bary **An Electronic Group is Virtually a Social Network**, Universty of Toronto, 1996
- Yağcı, Yalçın **Web Teknolojisinde Yeni Bilgi Fırtınası: Web 3.0. ÜNAK Bilgi Çağında Varoluş: "Fırsatlar ve Tehditler"** Sempozyumu, Bildiriler Kitabı, İstanbul: Yeditepe Üniversitesi, 2009

Yılmaz, Levent

**Machiavelli Galiba Büyük Bir Şaka**, *Machiavelli*  
(Ed. Cemal Bali Akal) Ankara: Dost Kitabevi, 2014

Yüksel, Okan

**İnternet Gazeteciliği ve Blog Yazarlığı**, İstanbul,  
Sinemis Yayınları, 2014

Zelyüt, Solmaz

**Makyavelyen Virtu**, *Machiavelli*, ed. Cemal Bali  
Akal, Ankara, Dost Kitabevi, 2014

Zelyüt, Solmaz

**Dört Adalı: Hobbes-Locke-Berkeley-Hume**, Ankara,  
Doğu Batı yayınları, 2010



Doktora tezi  
ve yüksek Lisans

Baştürk, Efe

**Panoptikon'dan Post Panoptikon'a Gözetimin  
Soykütüğü**, yayınlanmamış doktora tezi, Ankara  
Üniversitesi, Ankara, 2016

Güçdemir, Derya

**Veri Distopyası: Buz Dağının Görünen Parçası  
Cambridge Analytica**, yayınlanmamış yüksek lisans  
tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara, 2018

Günay, Ahmet

**Sosyal Medya Kişilik Özelliklerini Yansıtır Mı?  
İnsan Kaynakları Perspektifinde Twitter  
Üzerinden Bir Söylem Analizi**, yayınlanmamış  
doktora tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta,  
2019



## Dijital kaynakçalar

BBC News

**Çin'de Yüz Tanıma Sistemi ile 7 Dakikada Gözaltı,** YouTube/12.12.2017 (Son ulaşım: 06.09.2018)

BBC

**Cambridge Analytica'nın görevden alınan CEO'su: Trump'ın seçilmesinde önemli bir rol oynadık,** (20.03.2018, son erişim, 15.05.2019)  
<https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-43469086>

Bianet

**Dünyayı Alaşağı Eden Büyük Veri,** bianet.com, Çev. Yeşim Özşen, tarih: 10.02.2017, erişim: 08.07.2019  
<https://m.bianet.org/biamag/diger/183733-dunyayi-alasagi-eden-buyuk-veri>

CambridgeAnalyctica

**Donald J. Trump for President** (Erişim: 11.05.2019)  
<https://ca-political.com/casestudies>

Cengiz, Demet

**Hürriyet Gazetesi,** Köşe Yazısı, Yayımlanma Tarihi: 17.06.2014, erişim tarihi: 02.01.2019, yazı linki:  
<http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/sosyal-medya-canavarlari-26612104>

CNN Türk

**YouTube En Az 1000 Abone Talep Edecek,** (yayın tarihi: 20.01.2018, erişim: 04.07.2019)  
<https://www.cnnturk.com/teknoloji/youtube-en-az-1000-abone-talep-edecek>

Euronews

**YouTube'dan Kazandığı Parayla 22 Yaşında Malikane Satın Aldı,** (yayımlanma tarihi: 17.11.2017 erişim tarihi: 04.07.2019)  
<https://tr.euronews.com/2017/11/17/youtubedan-kazandigi-parayla-22-yasinda-malikane-satin-aldi>

Çelik, Fatma

**Gözetleniyoruz,** Yeniçağ Gazetesi, köşe yazısı, tarih: 15.10.2017, erişim: 26.05.2019, <https://www.yenicaggazetesi.com.tr/gozetleniyoruz-44612yy.htm>

Deutsche Welle Türkçe

**Facebook: 87 Milyon Kullanıcı Etkilendi**  
(04.04.2018), (Erişim: 11.05.2019)  
<https://p.dw.com/p/2vVOS>

Hürriyet.com.tr

**Instagram 1 Milyar Aktif Kullanıcıya Ulaştı,**  
yayınlanma tarihi: 22.06.2018, erişim tarihi:  
02.01.2019)

Grassenger, Hannes  
Krogerus, Mikael

**Dünyayı Alaşağı Eden Büyük Veri,** bianet.com, Çev.  
Yeşim Özşen, tarih: 10.02.2017, erişim: 08.07.2019

Guardian

**50 million Facebook profiles harvested for  
Cambridge Analytica in major data breach,**  
röportaj, yayınlanma: 17.03.2018, erişim: 11.08.2019,  
<https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election>

Guardian

**The Cambridge Analytica scandal changed the  
world, but it didn't change the Facebook,** (tarih:  
18.03.2019, erişim: 17.08.2019)  
<https://www.theguardian.com/technology/2019/mar/17/the-cambridge-analytica-scandal-changed-the-world-but-it-didnt-change-facebook>

Habertürk

**Tarihi Kar Yermedi Twitter'in yüzde 20'si Buhar  
Oldu,** 27.07.2018  
<https://www.haberturk.com/twitter-kullanici-sayisi-dustu-2078491-ekonomi>

Karar.com.tr

**Konum Verilerini Reklam Şirketiyle Paylaşan  
Twitter'dan Özür: Yanlışlıkla oldu,** erişim:  
05.14.2019  
<https://m.karar.com/teknoloji-haberleri/konum-verilerini-reklam-sirketi-ile-twitterdan-ozur-yanlislikla-oldu-1210168>

Karar.com.tr

**Facebook'un Casus Kulağına En Yüksek Ceza,**  
tarih: 14.07.2019, erişim: 15.07.2019,  
<https://www.karar.com/ekonomi-haberleri/facebookun-casus-kulagina-en-yukse-1268622>

Kosinski, Michal

**Dr. Michal Kosinski on Facebook, Big Data, and  
Psychographic Profiling.** YouTube

- NTV Moldova’da Teknoloji Devrimi, 09.04.2009, erişim: 15.06.2019.
- NTV **Facebook'un CEO'su Mark Zuckerberg ifade verdi: Özür dilerim**, 11.04.2018, erişim: 08.07.2019, <https://www.ntv.com.tr/galeri/teknoloji/facebookun-ceosu-mark-zuckerberg-ifade-verdi/>
- ShiftDelete.com.tr **Periscope Nedir? Nasıl Kullanılır?** Tarih: 20.09.2015, erişim 25.05.2019, <http://www.milliyet.com.tr/periscope-nedir--teknoloji-haber-2169710/>
- Sözcü.com.tr **‘Youtuber’lara Vergi Takibi**, (yayın tarihi: 08.07.2018, erişim: 04.07.2019) <https://www.sozcu.com.tr/2018/ekonomi/youtuberlara-vergi-takibi-2509372/>
- Türkiye Gazetesi **Facebook'un Üst Yöneticisi Zuckerberg ABD Senatosunda İfade Verdi**, tarih: 11.04.2018, erişim: 08.07.2019, <https://m.turkiyegazetesi.com.tr/dunya/555410.aspx>
- T24.com.tr **Snowden: Cambridge Analytica Skandalında Facebook Kurban Değil Suç Ortağı**, (haber: 21.03.2018, erişim: 31.07.2019) <https://t24.com.tr/haber/edward-snowden-cambridge-analytica-skandalinda-facebook-kurban-degil-suc-ortagi,586534>
- Uyanık, Faik **Sosyal Medya, Sosyalleşme ve Tüketim Kültürü Arasında Kayıp Halka**, www.bbc.com, (röportaj tarihi: 05.03.2010, erişim tarihi: 31.12.2018) [https://www.bbc.com/turkce/ozeldosyalar/2010/03/100305\\_superguc\\_dokic](https://www.bbc.com/turkce/ozeldosyalar/2010/03/100305_superguc_dokic)
- Uyanık, Faik **Sosyal Medya: Kurgusallık ve Mahremiyet**, Kocaeli Üniversitesi Yeni Medya Kongresi (bildiri) erişim: 01.07.2019

Uyanık, Faik

**Slovak Zizek ile İnternetteki Kurgusallık Üzerine,**  
www.bbc.com.tr, (röportaj tarihi: 05.03.2010, erişim  
tarihi: 01.07.2019)  
[https://www.bbc.com/turkce/ozeldosyalar/2010/03/100305\\_superguc\\_zizek](https://www.bbc.com/turkce/ozeldosyalar/2010/03/100305_superguc_zizek)

www.uyghurcongress.  
org

**Dünya Basını Çin'in Uygurlara Uyguladığı Baskıyı  
Konuşuyor,** (son erişim: 20.12.2018)  
<http://www.uyghurcongress.org/tr/?p=31708>

Webrazzi.com.tr

**Facebook, Instagram'ı 1 milyar dolara satın aldı**  
(haber: 09.04.2012, erişim: 02.09.2019)  
<https://webrazzi.com/2012/04/09/facebook-instagram-1-milyar-dolar-satin-aldi>

---

