

**TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK
ANABİLİM DALI**

**İLETİŞİM, YABANCILAŞMA VE META FETİŞİZMİ: AKILLI TELEFONLAR
ÜZERİNE İNCELEME**

Doktora Tezi

Emre CANPOLAT

Ankara-2017

**TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK
ANABİLİM DALI**

**İLETİŞİM, YABANCILAŞMA VE META FETİŞİZMİ: AKILLI TELEFONLAR
ÜZERİNE İNCELEME**

Doktora Tezi

Emre CANPOLAT

Tez Danışmanı
Prof. Dr. Gökhan ATILGAN

Ankara-2017

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK
ANABİLİM DALI

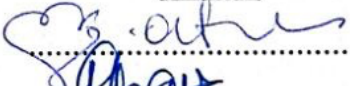




Emre CANPOLAT

İLETİŞİM, YABANCILAŞMA VE META FETİŞİZMİ: AKILLI
TELEFONLAR ÜZERİNE İNCELEME

Doktora Tezi

Tez Danışmanı : Prof. Dr. Gökhan ATILGAN

Tez Jürisi Üyeleri

<u>Adı ve Soyadı</u>	<u>İmzası</u>
Prof. Dr. Gökhan Atılğan	
Prof. Dr. Haluk Geray	
Prof. Dr. Murat Jüris	
Prof. Dr. Gamze Y. Sülemin	
Doc. Dr. Evet Gayli Rahite	

Tez Sınavı Tarihi 06.12.2017

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Bu belge ile, bu tezdeki bütün bilgilerin akademik kurallara ve etik davranış ilkelerine uygun olarak toplanıp sunulduğunu beyan ederim. Bu kural ve ilkelerin gereği olarak, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce ve sonuçları andığımı ve kaynağını gösterdiğimi ayrıca beyan ederim.(...../...../.....)

Emre Canpolat



İÇİNDEKİLER

TABLO LİSTESİ	iii
GÖRSELLER LİSTESİ.....	iii
GİRİŞ.....	iii
BİRİNCİ BÖLÜM.....	35
1. YABANCILAŞMIŞ İNSAN	35
1. 1 İNSANIN KENDİNİ GERÇEKLEŞTİRMESİ NE DEMEKTİR?	36
1.1.1 Hegel: Özne-Nesne Özdeşliği ve Mutsuzluk	36
1.1.2 Marx: Kapitalist Toplumdaki İnsan ve Mutluluk.....	49
2.1 KAPİTALİZM KOŞULLARINDA NESNELEŞME.....	64
2.1.1 Evrensel Soyutluk: Meta Fetişizmi	64
2.1.2 Bir Şey Olarak Toplum ve <i>Seyreden</i> İnsan	71
2.1.3 Yabancılaşmış Emek.....	78
İKİNCİ BÖLÜM	84
2. KAPİTALİZM, TEKNOLOJİ VE AKILLI TELEFONLAR	84
2.1 NESNELEŞMENİN ZORUNLU BİR UĞRAĞI OLARAK İLETİŞİM ETKİNLİĞİ VE TARİHSEL GELİŞİMİ	92
2.1.1 İlk Bilgi Devrimi ve Emegın Rolü	93
2.1.2 Sınıflı Toplumlar ve İletişim Araçları.....	101
2.1.3 İletişim Aracının Özgüllüğü.....	107
2.2 GÜNCEL ENFORMASYON DEVRİMİ VE AKILLI TELEFONLAR	113
2.2.1 Güncel Enformasyon Devrimine Giden Yolda Sermaye ve İletişim Teknolojileri.....	118
2.2.2 Akıllı Telefonlara Giden Yolda Güncel Enformasyon Devrimi	129
2.2.3 Telefondan Akıllı Telefona	136
2.2.4 İnsana Karşı Teknoloji Fetişi	145
2.2.5 Emeğe Karşı Bilgi Fetişi	153
2.2.6 Akıldışı Akıl Fetişi.....	164

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM.....	172
3. GÜNDELİK HAYAT, ZAHİRİ TOPLULUKLAR VE ÖTESİ.....	172
3.1 SÖMÜRÜNÜN EN “DOĞAL” BİÇİMLERİ	179
3.1.1 Akıllı Telefonlarla Gündelik Hayat Nasıl Sömürgeleştirilir?	184
3.1.2 İşin “Boş Zaman”ı İşgali ve Akıllı Telefonun İş Aracına Dönüşmesi.....	195
3.1.3 Akıllı Telefonların Uzva Dönüşmesi	200
3.1.4 “Çağa Ayak Uydurma”nın Araçları ve “Eşitlik” Yanılsaması	204
3.1.5 Nesneleşmenin “Gönüllü” Araçları.....	209
3.1.6 Viral ve Simgesel Araçlar	213
3.1.7 Marka Fetişizminin Araçları: <i>iPhone Android’e Karşı</i>	219
3.2 ZAHİRİ TOPLULUKLARIN TEZAHÜR ALANI OLARAK İLİŞKİLER.....	228
3.2.1 Kişiliğin Metalaşmaya Boyun Eğişi ve Sözde Bireysellik.....	234
3.2.2 Uzak Yakın Paradoksu: İlişkilere Dair Bazı Görünümler.....	242
3.2.3 “Katalog”larda Aşk	263
3.2.4 Kamusalın Özel Tarafından Sömürgeleştirilmesi	274
3.2.5 <i>Modus Vivendi</i> ’nin Ortadan Kalkışı.....	282
SONUÇ.....	296
KAYNAKÇA	306
EKLER	321
EK 1: Derinlemesine Görüşme Katılımcı Bilgileri.....	321
EK 2: Yarı Yapılandırılmış Görüşme Soruları	323
EK 3: Araştırmaya Katılım için Bilgilendirme ve Rıza Formu	325
ÖZET	326
ABSTRACT	327

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: En çok kullanılan sosyal medya siteleri ve toplam gelirleri..... 193

GÖRSELLER LİSTESİ

Görsel 1: Yazar Leyla Alp'in serzenişi.	2
Görsel 2: Sosyal medyada sosyalleşmenin çelişkilerini vurgulayan, anonimleştirilmiş bir <i>tweet</i>	2
Görsel 3: Sanallık-gerçeklik yarılmasına değinen bir <i>tweet</i> zinciri.....	3
Görsel 4: Anonimleştirilmiş <i>tweet</i> 'ler.	4
Görsel 5: Anonimleştirilmiş bir <i>tweet</i>	4
Görsel 6: <i>iPhone 6</i> ve <i>6 Plus</i> 'ın üretilmesinden harcanan emeğin <i>Apple</i> 'a olan maliyeti	158
Görsel 7: Anonimleştirilmiş bir <i>tweet</i>	184
Görsel 8: Anonimleştirilmiş bir <i>tweet</i>	204
Görsel 9: Yeşim'in <i>Facebook</i> 'taki " <i>Whatsapp</i> " paylaşımı.	205
Görsel 10: Anonimleştirilmiş bir <i>tweet</i>	206
Görsel 11: <i>Facebook</i> 'un sunduğu "özgül reklam" örneği.	211
Görsel 12: Anonimleştirilmiş bir <i>tweet</i>	213
Görsel 13: Umut Sarıkaya'dan bir karikatür.	219
Görsel 14: Anonimleştirilmiş bir <i>tweet</i>	245
Görsel 15: Anonimleştirilmiş bir <i>tweet</i>	246
Görsel 16: Silinmiş bir <i>tweet</i> zinciri.	247
Görsel 17: Anonim <i>Twitter</i> kullanıcısı @a'nın "deşifre" olma korkusu.	248
Görsel 18: Anonim <i>Twitter</i> kullanıcısı @c'nin bir paylaşımı	248
Görsel 19: Anonimleştirilmiş <i>tweet</i> 'ler	248
Görsel 20: <i>Twitter</i> kullanıcısı @e'nin bir paylaşımı	250
Görsel 21: Anonimleştirilmiş bir <i>tweet</i> zinciri	250
Görsel 22: Anonimleştirilmiş bir <i>tweet</i>	252
Görsel 23: <i>Twitter</i> kullanıcısı @j'nin bir paylaşımı	252
Görsel 24: <i>Twitter</i> kullanıcısı @o'nun bir paylaşımı	253
Görsel 25: <i>Twitter</i> kullanıcısı @o'nun bir paylaşımı	254
Görsel 26: Anonim <i>Twitter</i> kullanıcısı @g'nin bir paylaşımı	254

Görsel 27: Z Camera Pro uygulamasının reklamı	257
Görsel 28: <i>Twitter</i> kullanıcısı @n'nin bir paylaşımı	257
Görsel 29: Sosyal medyanın benmerkezci yanını ifade eden anonimleştirilmiş bir <i>tweet</i>	259
Görsel 30: Anonimleştirilmiş bir <i>tweet</i>	259
Görsel 31: Doktora öğrencisi bir kullanıcının kendi doktora tezi için açtığı bir <i>Facebook</i> sayfası.....	259
Görsel 32: Sosyal medyada aranan ilgiyi örnekleyen anonimleştirilmiş bir <i>tweet</i>	260
Görsel 33: <i>Twitter</i> kullanıcısı @u'nun serzenişi.	261
Görsel 34: Anonimleştirilmiş bir <i>tweet</i>	261
Görsel 35: Anonimleştirilmiş bir <i>tweet</i>	269
Görsel 36: <i>Tinder</i> 'ın <i>Google Play Store</i> 'da kullandığı tanıtıcı ekran görüntüleri.....	270
Görsel 37: Anonimleştirilmiş bir <i>tweet</i> zinciri	276
Görsel 38: Kullanıcı @u'nun bir paylaşımı	284
Görsel 39: Anonimleştirilmiş bir <i>tweet</i>	285
Görsel 40: Tahir Elçi'nin öldürülmesinin ardından aynı kullanıcı tarafından bir dakika arayla atılan iki <i>tweet</i>	285
Görsel 41: Anonimleştirilmiş bir <i>tweet</i>	286
Görsel 42: Kullanıcı @ç'nin bir paylaşımı.....	289
Görsel 43: Gazeteci Rengin Arslan <i>Facebook</i> iletisi.....	290
Görsel 44: Akademisyen Cem Say'ın bir <i>tweet</i> 'i	291
Görsel 45: <i>Twitter</i> kullanıcısı @g'nin şikâyeti.....	292
Görsel 46: <i>Twitter</i> kullanıcısı @a'nın bir paylaşımı	293

GİRİŞ

On dokuzuncu yüzyılın başından beri başta felsefe olmak üzere, sanatın hemen hemen her dalında, politika ve ekonomide yabancılaşma sorunu merkezi bir tema olarak ele alındı ve tartışıldı. Bugün bu zengin zemine koşturucu olarak, yabancılaşma sorununu akıllı telefon kullanan insanı merkeze alıp yeniden ele almak oldukça geniş bir toplumsal alana, sorunlar yumağına, kullanım biçimlerine ve duygular dünyasına odaklanmak anlamına geliyor. Bilindiği gibi, akıllı telefonlar birer telefon olmanın çok ötesinde mini bilgisayarlardır. Küçük oldukları kadar “büyük”türler. Ne kadar küçük, taşınmaya uygun, ince ve estetik niteliklere sahip olurlarsa o kadar yüksek kapasiteli, hızlı olmalı ve farklı iletişim biçimlerini uyum içinde katarabilmeliler. İletişimin pek çok biçiminin bulunduğu bu cihazlarla yapılabilecek şeylerin çeşitliliği, hızı ve kapasitesi her geçen gün artmaktadır. İşlemler aracılığıyla aşılacak zaman ve mekân sınırlılıkları düşünüldüğünde, bu tip bir iletişim aracı toplumsal ve bireysel düzeyde pek çok farklı açıdan ele alınabilir. Sanal-olan ve olmayan¹ arasındaki açığı ve ortaya çıkan yeni olanaklar inceleme başlığını daha da karmaşıktırır. Yabancılaşma açısından bu cihazlara bakmak ise, başta da belirtildiği gibi, inceleme başlığının çeşitliliği çok fazla daraltmaz.

Giriş yapmak adına, bu sorunu düşünerek akıllı telefonların ve onun aracılığıyla bağlandığımız sosyal medyanın derya deniz dünyasında dolaşırken gözümü ilişmiş bazı “caps”lerle² durumun yaygın ve girift bağlamını örneklendirmek istiyorum. Bu yolla, yabancılaşma sorununu, iletişim bağlamında, akıllı telefonlar açısından ele alırken hangi konulara dokunabileceğini görebiliriz:

¹ Bauman (2012: 94) “sanal-olan” ve “sanal-olmayan” kavramlarını kullanmayı tercih ediyor. Bunlar, birer iletişim mecrası olarak reel ve sanal olana denk düşerken, oraya özgü ilişkilenebilecek biçimlerini de ifade ediyor. Elinizdeki çalışmada, sözü edilen bu kavramsal ayrım takip edildi.

² Sosyal medya dilinde “captures”in kısıtlanması. Herhangi bir ekran görüntüsü ya da üzerinde oynanmış görseller için kullanılır.



Telefon, internet, whatsapp vb. gibi onlarca anında iletişim olanağına rağmen yakınları uzak etmeyi becerebilen canlıya "İnsan" denir.

Translate from Turkish

29/08/15 19:26

Görsel 1: Yazar Leyla Alp'in serzenişi.

Yazar Leyla Alp bu serzenişinde, aslında pek çoğumuzun sık sık karşılaştığı bilindik bir tespiti paylaşıyor. Buradaki soru şudur: İletişim olanaklarının bu kadar geliştiği bir dünyada nasıl oluyor da birbirimizden bu kadar uzaklaşıyoruz? Ters giden bir şeyler var. İletişim, karşıtına, yani iletişimsizliğe dönüşüyor. Bu tip bir tersine dönüşün önemli toplumsal kaynakları olmalı.



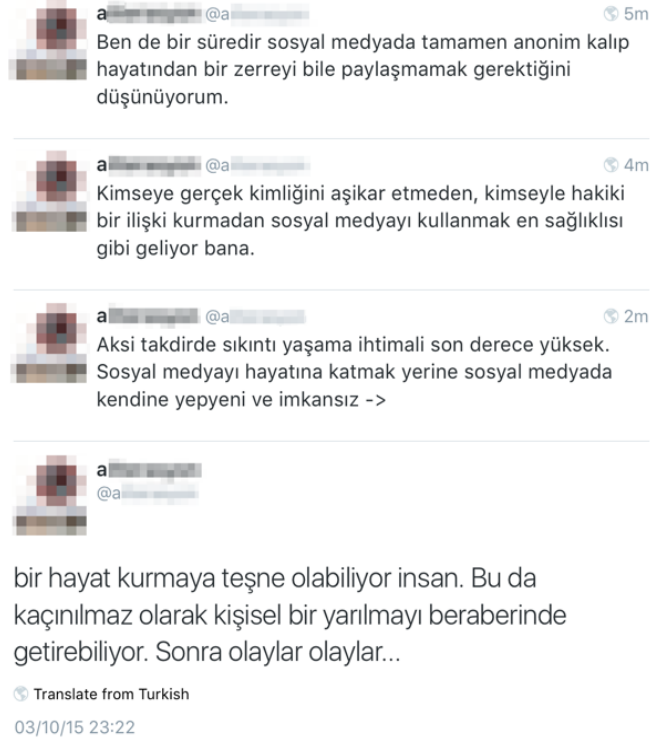
Twitterda aldığım favlarla ters orantılı bir hayatım var, biri boşalıp öbürü doluyor.

Translate from Turkish

11/08/15 23:19

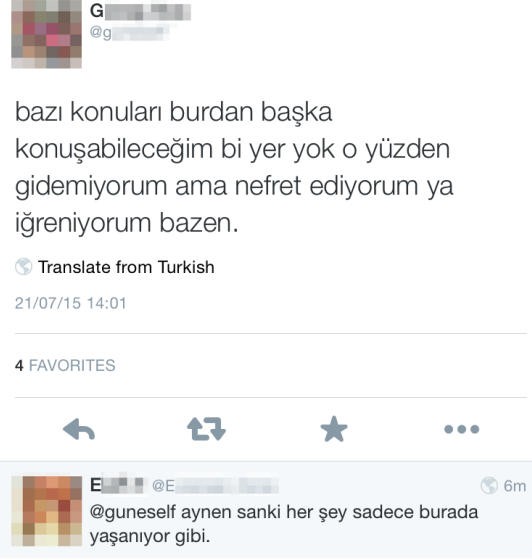
Görsel 2: Sosyal medyada sosyalleşmenin çelişkilerini vurgulayan, anonimleştirilmiş bir *tweet*.

Anonim *Twitter* kullanıcısı @b'nin yazdıkları da benzer bir tersliği ifade ediyor. Sosyal medyada daha çok zaman geçirip daha çok paylaştıkça daha da yalnızlaştığımızı dönük yaygın bir kaygının ifadesi bu. Sosyal medyanın sanal-olmayan hayatın alternatifi olmadığını biliriz. Ancak beklentimiz, sosyal medyada çok ilgi görürken ya da tatmin olurken reel hayatta bu tip bir boşluğu hissetmemektir en azından. Görüldüğü gibi, ne sanal-olmayan ne de sanal-olan ilişkilerde aradığımızı bulabiliyoruz. Sorunun toplumsal dayanakları sanallığın ötesinde ve çok daha derinlerde olmalı. Öte yandan, sanal-olan ilişkilerin yaygınlaşmasının sanal-olmayan ilişkileri dönüştürdüğü de bir gerçek.



Görsel 3: Sanallık-gerçeklik yarılmasına değinen bir *tweet* zinciri.

Ya da ciddi bir sanallık-gerçeklik yarılması içinde bulabiliyor insan kendini (Görsel 3). Bu “kişisel yarılma hissi” yabancılaşma sorunu açısından oldukça önemli. Sosyal medyada anonim olarak boy gösteren pek çok kullanıcı bir süre sonra gerçek kişiliği ve deneyimledikleriyle sosyal medyada çizdiği profil arasında bir uçurumun olduğunu fark ediyor. Kimi durumlarda ise sanal-olanın gerçekliğine öyle bir kapılıyor ki bu uçurumun farkına bile varamıyor. Bir yerlerde bir şeyler ters gidiyor olmalı ki, insan her gün yapmaktan kendini alamadığı bir şeyden dolayı, ironik bir biçimde, o şeyin karşıtını deneyimliyor. Sosyalleşirken asosyalleşiyor, mutlu olmayı beklerken mutsuz oluyor. İçinde yaşadığımız “iletişim çağı”na dair en güçlü serzenişlerden biri de bu.



Görsel 4: Anonimleştirilmiş *tweet*'ler.

Sosyal medya ve insanların yaşadığı bu kişisel bölünme hissi çoğu zaman da bir kaçışın parçası olarak karşımıza çıkıyor (Görsel 4). Pek çok kullanıcı için anonim hesaplarla kullanılan sosyal medya, bir boşalma, özgürce boş vakit geçirme, haber alma ve daha başka bazı kısıtlardan kaçış alanı. Ancak bu kullanım biçimlerinin kendilerine has sıkıntı kaynaklarına dönüştükleri durumlar da oldukça yaygın. Sanal-olan bazı ifade alanları açsa da gerçekte deneyimlenenden kaynaklanan boşluğu dolduramıyor.



Görsel 5: Akıllı telefonlar kullanıcıların organik bileşenlerine giderek daha çok benzetiliyor.

Akıllı telefonlar sabah alarmıyla uyanmamızdan akşam alarmı kurup yatışımıza kadar bizimleler. Sunduğu olanaklar nedeniyle giderek daha çok iş hayatına giren ve böylece mesai dışındaki zamanlarda iş için kullanılabilen, eğlenmek için, gündemden haberdar olmak için, arkadaşlarla irtibatta kalmak için işlevsel olan bu araçlar giderek daha çok vücudumuzun bir parçasına benziyorlar. Bir uzvumuz gibi, yolda yürürken de tuvaletten de sürekli yanımızdalar.

Akıllı telefonlara dair toplumsal görünümeler sosyal medyada ifade edilen gündelik serzenişlerle sınırlı değil. Pek çok nicel ve nitel araştırma bu cihazların toplumsal yaşama ne denli güçlü girdiğini gözler önüne seriyor. Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın 2013 yılında (Temmuz-Eylül 2013) 26 ilden 15-29 yaş aralığındaki 2057 gençle görüşerek yaptığı "Gençlik ve Sosyal Medya" başlıklı araştırma³ genel bir resim sunuyor: Yüzde 96'sının sosyal medya kullanıcısı olduğu bu gençlerin yüzde 62'si sosyal medyaya diz üstü bilgisayarlarla erişiyor. Bunun yanında her iki gençten biri sosyal medyayı akıllı telefonlar aracılığıyla da kullanıyor. Gençlerin yüzde 86'sı sosyal medyaya günde en az bir kere, yüzde 72'si ise her gün birkaç kere bağlanıyor. Her üç kullanıcıdan biri sosyal medyada en az üç saat geçirmektedir ve gençlerin yüzde 13'ü sosyal medyada 6 saat ya da daha fazla vakit geçiriyor. Araştırmaya göre, genç kullanıcılar sosyal medyada son derece aktif ve yüzde 89'u listelerindeki kişi ve kurumların paylaştıklarını takip ediyor ve yüzde 88'i arkadaşlarının paylaştıklarına yorum yapıyor. Kullanıcıların çoğu takip ettikleri kurum, kişi ve firmalar hakkında da yorum paylaşıyor. Gençlerin yarısı sosyal medyada tartışmaya/polemige en az bir kere girdiğini söylüyor ve en az birkaç kez bunu yaşayanlar daha çok genç erkekler, bekârlar ve *Twitter* kullanıcıları. En çok kullanılan sosyal medya mecraları ise *Facebook*, *You Tube*, *Instagram* ve *Twitter*. Katılımcıların yüzde 37'si sosyal medyadaki en önemli konunun özgürlük olduğunu belirtmişler. Bu gençlerin yüzde 56'sı "sosyal medyanın kitleleri harekete geçirme gücü olduğu"nu düşünüyor ve gençlerin yarısından fazlasının "sosyal medyanın geleneksel medyanın alternatifi olduğu"nu ve "ana akım medyada yer verilmeyen haberlere ulaşmayı sağladığı"ını düşündüğü ifade ediliyor. Bu çalışmada, genç kullanıcıların yarısının sosyal medyayı aktif ve yoğun bir biçimde kullandığı sonucuna ulaşıyoruz. Araştırmanın kamuoyuna sağladığı en önemli bilginin ise,

³ "Gençlik ve Sosyal Medya Araştırma Raporu" <http://www.gsb.gov.tr/HaberDetaylari/1/3816/genclik-ve-spor-bakanligi-turkiyenin-en-kapsamli-sosyal-medya-arastirmasini-yapti.aspx> (Erişim tarihi: 21.10.2017).

kullanım oranlarının yüksekliğine ek olarak, sosyal medyanın özgürlükleri geliştirdiğine yönelik yaygın bir inancı tekrarlaması olduğu söylenebilir.

The Economist'te yayınlanmış *Slaves to the Smartphones* başlıklı anonim bir değerlendirme⁴ ise kullanıcıların giderek akıllı telefonların kölesi ve bağımlısı haline gelişini, bir uşağın efendisini zayıflıklarını kullanarak onu kendi hizmetkârı haline getirmesini anlatan *The Servant*⁵ (1963) isimli filmle benzeşim kurarak tartışıyor. Yazıya göre, iyi eğitilmiş olsun ya da olmasın, pek çok insan gündelik faaliyetlerini dönüştürecek biçimde akıllı telefonların etkisi altında. İnsanlar, takıntılı bir biçimde sürekli yeni bildirimler için akıllı telefonlarını kontrol ediyor, kahvaltıda ya da yemek yeme davranışları değişiyor ve akıllı telefonlar bu gibi gündelik faaliyetlerin en önemli parçası haline geliyor. Çalışanlar gecenin geç ya da sabahın erken saatleri fark etmeksizin e-postalarını cevaplıyor ya da patronlarından gelen işlerle ilgileniyor. Patronların cephesinde son dakika işleri örgütlemek açısından önemli bir esneklik ortaya çıkarken, çalışanlar için ev yaşamı ve iş yaşamı arasındaki sınırlar muğlaklaşıyor. Buna karşın, bürokratik örgütlenmenin yerini alan daha az hiyerarşik örgütlenmeler işyerlerindeki çalışma pratiğini olumsuz etkiliyor, verimlilik düşüyor ve patronlar işin kotarılmasını daha zor düzenliyor. İş yaşamının genel olarak düzensizleşmesi çalışanların evliliklerini ve ruh sağlığını da olumsuz etkiliyor. Esas olarak, akıllı telefonların “akıllıca” kullanıldığı koşullarda insanlara önemli güçler ve büyük olanaklar sunabileceğini savunan değerlendirme -ki muhtemel bir çözüm yolu olarak “dijital diyet”i öneriyor- telekomünikasyon sektörünün Britanya’daki düzenleyici kuruluşu olan *Ofcom*’a dayanarak, ülkedeki akıllı telefon kullanıcısı gençlerin yüzde 60’ının ve erişkinlerin yüzde 37’sinin “yüksek düzeyde bağımlı” (*highly addicted*) olduğu bilgisini de paylaşıyor.

⁴ <http://www.economist.com/node/21549904> (Erişim tarihi, 13.08.2016).

⁵ Türkiye’de “Genç Hizmetçiler” olarak bilinen film, <http://www.imdb.com/title/tt0057490/>

Kimileri, akıllı telefonlar aracılığıyla gerçekleşen bu iç içe geçmişliği *iTime* olarak niteliyor (Agger, 2011: 20): İş, eğlence ve haber alma faaliyetlerinin bu vazgeçilmez araçları, iş yaşamını, “boş zaman”ı, üretim ve tüketim arasındaki sınırları giderek ortadan kaldırıyor. İnsan hayatının tam da merkezine bu şekilde giren akıllı telefonlar, giderek daha çok fiziksel ve manevi bağımlılıklara yol açıyor. Modern yaşamın özel ve kamusal boyutları, bu alanları yeniden sarsan ve dönüştüren yepyeni bir araçla karşılaşıyor.

Ampirik verilere dayanan araştırmaları da içeren tüm bu çalışmalara bakınca esasında birbiriyle çelişkiliymiş gibi görünen sonuçlara ulaştığımızı düşünüyorum. Akıllı telefonlar ve onlarla eriştiğimiz iletişim ortamını düşündüğümüz ilk andan itibaren karşımıza çıkan garip bir ikilemler zinciri var. Yaptığım derinlemesine görüşmelerde ben de sık sık bu izlenimi pekiştiren deneyim ve fikirlere tanıklık ettim. İyi olarak başlayan bir deneyim birden kötüye, faydalı olarak anlatılan bir şey birden zararlı bir şeye dönüşebiliyordu ya da tam tersi. Bu eğilim iletişimin iletişimsizliğe dönüşmesiyle paralel. Teknik olarak böylesine gelişkin bir iletişim cihazı iletişimsizlikle özdeşleşirken iyi ve faydalı olarak anılan şeyin birdenbire kötü ve zararlı olarak anılması, kendi içinde ve arasında sıklıkla farklılaşan bir deneyim zincirine işaret ediyor.

Soruna farklı bir perspektiften yaklaşılması ve bu çelişkili görünen deneyim zincirinin çözümlenmesi gerektiği açık. *Slaves to the Smartphones* başlıklı yazıya yapılan okuyucu yorumlarından biri, yazıda sözü edilen sorunları paylaşmakla beraber, akıllı telefonun günün her saatinde çocuklarına ve sevdiklerine ulaşmak anlamına geldiğine işaret ederken bu aletlerin en birincil kullanımlarından birine işaret ediyor. Bu yaklaşım, sanılanın aksine, çok da naif bir yaklaşım değildir. Bu örnekte, sıradan insanların yaşamlarının en ücra köşelerine kadar girmiş, bir yanıyla özgürlükleri geliştiren ve yeni olanaklar sunan ama öteki yanıyla yeni bir kölelik ilişkisi kurduğu

iddia edilen bir teknolojik yeniliğin girift kullanım pratiklerinin en somut görünülerinden sadece birinin vurgulandığını düşünüyorum.

Sınırlı da olsa, sosyal medyadaki paylaşımlara ve gündelik görünülerden hareket eden değerlendirmelere baktığımızda akıllı telefonlarla erişilen sosyal ağlarda kurulan ilişkilerin “iletişim çağı”nın “bug”ı olmaya aday bir görünüm sergilediğini söyleyebiliriz. İletişim iletişimsizlikten ve sosyal ilişkiler asosyallikten mustarip. Bu çelişkili deneyim zincirine vermek istediğim diğer örnekler ise yaptığım derinlemesine görüşmelerden. Banu (30) Ankara’da ailesiyle yaşayan bekâr bir kamu çalışanı, ODTÜ Uluslararası İlişkiler bölümünden mezun ve aynı zamanda yüksek lisans öğrencisi. Tez aşamasında olmasına rağmen tezi için yıllardır hiçbir şey yapmadığını belirtiyor. Banu’yla *Twitter*’da paylaştığım görüşme duyurusu aracılığıyla tanıştım. *Twitter* hesabını yeni açmış olmasına rağmen yoğun bir şekilde kullanıyordu. Nitekim görüşmede mevcut hesabının yeni olduğunu ama hem *Twitter*’da hem de diğer pek çok sosyal medya ortamında uzun yıllardır oldukça aktif olduğunu söyledi. Yeni hesabını açmasının üstünden bir yıl bile geçmemişken şu ana dek yaklaşık 30 bin *tweet* attığı görülüyor. Bu kaba bir hesapla günde yaklaşık 80 *tweet* yazdığı anlamına geliyor. Eski hesabını anlatmak istemediği kötü bir olaydan dolayı kapatmış ve o hesabında takipçilerinin çok fazla olduğunu gülererek söylüyor, bir nicelik belirtmekten kaçınıyordu. Yeni hesabını ise anonim kullanıyor. Profilinde gerçek kimliğine dair herhangi bir bilgi ya da emare görmek olanaksız. Hangi şehirde yaşadığını anlamak dahi mümkün değil. Kimliğinin ya da fotoğrafının “ifşa” edilmesinden son derece korkuyor. Profil fotoğrafı çoğu zaman bir anime karakteri olurken, bazen dikkat çekici biçimde tuhaf bir başka fotoğraf olabiliyor. Politikaya hemen hemen hiç değinmiyor, çoğunlukla komik, argo ve küfürlü paylaşımlar yapıyor. Genel olarak internetin ve doğal olarak akıllı telefonunun yüksek düzeyde bağımlısı olduğundan şikâyetçi. İnternet ve akıllı telefon bağımlılığı arkadaşlık ve özellikle sevgililik ilişkilerinin en güçlü belirleyeni durumunda. Sosyal

medyayla ilk tanıştığı yıl olan 2005'ten beri tüm sevgililerini sosyal medyadan bulmuş. Bu, sosyal medya haricinde hiç sevgililik ilişkisi başlatamadığının da bir ifadesi aynı zamanda. Sosyal medya nedeniyle reeldeki sosyal ilişkilerinin çok zedelendiğini de düşünüyor. Fakat buna rağmen sosyal medya onun için insanları tanımanın en iyi yolu. Orada "...düşünceleri açılmış, görebiliyorum, hiç konuşma çabası olmadan. Kişinin profilini görüyorum, neler konuştuğunu ne yaptığını falan. Dışarıda konuşmama gerek kalmıyor... Çok zor biriyle konuşmak, başlatmak. Her şey sanabilir..." diyor (Banu'yla yapılan görüşme, 19.10.2015). Arkadaşlık ve sevgililik ilişkisinin akıllı telefonlarla beraber kazandığı yeni boyutu ileride çok daha derinlemesine ele alacağım, fakat Banu burada bahsetmek istediğim daha başka bir şeye dikkat çekiyor.

Banu'nun özel bir yeteneği var(dı): resim yapmak. Çocukluğunda kendini bu yönde geliştirdiğini ve bir yarışmada birinci olduğunu belirtiyor. Ancak Banu, sosyal medyayla tanıştığında beridir hemen hemen hiç resim yapmadığını ve tuvalin başına en son 7 yıl önce geçtiğini üzülenek anlatıyor. Kitap okuma alışkanlığını kaybetmesi de cabası. İlgi alanı olan kitaplara bile dikkatini verip odaklanamadığını, bununla ilgili bir yazı okuduğunu, (bilgisayar ve akıllı telefonlarda) bir şeyleri sürekli açıp kapamanın insana çok zarar verdiğini ve insanın odaklanma yetisinin zamanla elinden alındığını üzülenek anlatıyor. Resim yapmayı ve kitap okumayı bırakmasının nedeninin sosyal medya olduğundan son derece emin. İşte olmadığı zamanlarda resim yapmak veya kitap okumak yerine evde televizyonu açtığını ve elinde telefonla televizyonu izlemeden öylece dinlediğini anlatıyor: "Televizyon duruyor, sesi sanki biri varmış gibi. *Twitter*'a giriyorum. Gerçekten aşırı bilgisiz ve aşırı cahil insanları okuyorum... Şey gibi gerçekten, kişisel işkence gibi, kendine işkence yapması gibi bu insanın artık. Çok aptal, çok salak bulduğum insanları okuyorum bir de, anlatabiliyor muyum? Okuyorum yani böyle, baya hastalıklı bir durum" (Banu'yla yapılan görüşme, 19.10.2015).

Banu sosyal medya ve akıllı telefonlarla tanıştığında beri artık resim yapmıyor ve kitap okumuyor. Tüm kişisel yetenekleri ve sosyal ilişkilerinin zarar gördüğü bu durumun son derece farkında, üzülen ve hatta zaman zaman öfkelenerek anlatıyor ama bunun önüne geçmek için yapacağı çok bir şey olmadığını da düşünüyor: “Bu işin o kadar içindeyiz ki eleştiriyorum ama yapıyorum” (Banu’yla yapılan görüşme, 19.10.2015) diyor. Bu farkındalık hissi oldukça önemli.

Banu her şeyin farkında olduğu halde neden kafasını akıllı telefonundan kaldıramıyor ve kendini sosyal medyadan alamıyor? İkircikli durumun hem iletişimsel boyutu hem de bu bireysel farkındalığı nasıl ele alınmalı? Sorun, ileri teknoloji ürünü bir iletişim cihazının neden ve nasıl “köleleştirici” olduğunda. Yukarıda önerildiği gibi, akıllı telefonların “akıllıca kullanım”ı gerçekten bir çözüm önerisi olabilir mi? Bu öneriye gündelik hayatımızda da sık sık karşılaşıyoruz. Bana kalırsa, akıllı telefonların “akıllıca” kullanımını yönünde insanların bilinçlenmesi gerektiğinin salık verilmesinde büyük bir naiflik gizli. Hem aktarılan çalışmalardan hem de Banu’nun hikâyesinden akıllı telefonlar ve insanlar arasındaki ilişkinin fayda-zarar ikilemi ya da akıllı kullanım-bağımlılık ekseninden, dolayısıyla da “dijital diyet” gibi önerilerle sonuçlanan bir yaklaşımla ele alınamayacağı sonucunu çıkarmamız gerekiyor. Görüşme yaptığım pek çok kullanıcı akıllı telefonlar ve sosyal medyanın, sıralanan tüm olumsuz etkilerine karşın, pek çok alanda yeni olanaklar sunduğu konusunda neredeyse hemfikir. Bu aletlerle yeni bir dil öğrenmek de mümkün resim yapmayı unutmak da. “Çok aptal” insanları takip etmek de mümkün, bilimsel bir veritabanına bağlanıp bir makaleyi yayınlanır yayınlanmaz okumak da.

Tüm bunları, Ankara Organize Sanayi Bölgesi Ostim’de iki torna işçisi Sinan (42) ve Celal’in (40) ve aynı yerin muhasebecisi olan Tekin’in (48) de bulunduğu bir grupla odak grup görüşmesi yaparken de düşündüm. Öğle arası yemek molasında yaptığımız görüşmeye ilk etapta katılmayan ama daha sonra fiili olarak katılan aşçı Fuat

ve yakınlarda çalışan bir diğer işçi olan Kemal'le (ki bu işçi akıllı telefonlara oldukça tepkili olmakla beraber görüşme sonunda, başka bir çalışandan, daha önce aldığı akıllı telefonu kullanmadığı için oğluna vermek zorunda kaldığını ve bu bilgiyi aktaran çalışana göre akıllı telefonlara olan öfkesinin arkasında bunun da payının olduğunu öğrendim) beraber toplam 5 kişi bu görüşmeye fiili olarak katılmış oldu. Bu çalışanlar, post-fordist kuramcılarının gözdesi küçük üretim yerlerinde çalışan ve özel sektörde çalışan ortalama bir beyaz yakalıdan daha fazla aylık gelire sahip (2700 TL ve üzeri) çalışanlardı. Hepsi de 40 yaşının üstünde, evli ve çocuk sahibi. Sabahtan akşama kadar torna tezgâhında çalışan bu işçilerin, masa başında çalışan muhasebecinin ve yemekhanede çalışan aşçının ortak ve en yaygın akıllı telefon kullanımının *Facebook*'ta akrabalarla iletişim kurmak, sınırlı da olsa gündemle ilgili haberleri takip etmek ve bahis oynamak olduğunu söyleyebilirim. Celal torna tezgâhında porno izlemesiyle ve *Periscope*'tan +18'lik yayınları kolaçan etmesiyle ünlü. Celal bu nedenle diğer çalışanlara sık sık dalga konusu oluyor. Sinan ve Celal torna tezgâhında çalışırken tornadan kaynaklı toz zerreciklerinin telefonun içine girmesini engellemek maksadıyla telefonlarını her sabah işe başlamadan önce bir beze sarıyorlar ve yalnızca öğle arasında ve akşam işten sonra akıllı telefonlarını kullanma fırsatı buluyorlar. Görüşmemiz boyunca akıllı telefonların kullanım pratikleri ve tüm çalışanlar için anlamı konusundaki görüşlerini aldım, fakat genel bir izlenim olarak, akıllı telefonların sunduğu olanakların çeşitliliği ve bu çalışanların kullanım pratiklerinin tek yönlülüğü arasındaki uçurumun dikkatimi çektiğini belirtmek isterim şimdilik. Hiçbiri ellerindeki akıllı telefonları herhangi bir özel ilgi alanına dönük kullanmıyor ya da bunu düşünmüyordu. *Facebook*, *Whatsapp* ve birkaç bahis ve haber sitesinde geçen günlük faaliyet dışında bir kullanım pratiğine ulaşmak oldukça güç. Bazı zamanlar çekilen anı fotoğrafları da buna dâhil edilebilir.

Kendini “sosyal demokrat” olarak tanımlayan muhasebeci Tekin ve torna işçisi Sinan, politikaya katılım (kimi haberlere yorum yapmak vb.) ve gündemi takip konusunda sosyal medyanın olumlu etkileri olduğunu düşünüyor. Hükümeti destekleyen Celal ise hem sosyal medyada hem de arkadaşlarının yanında pek politikaya girmemesiyle eleştiriliyor. Aslında Celal’in politikaya çok meraklı olduğu da söylenemez. Dolayısıyla, son derece sınırlı da olsa, hükümete muhalif çalışanların bazı sosyal medya yorumlarıyla politikaya girmeleri dışında, bu grup içinde akıllı telefonların *Facebook*, *Whatsapp* ve bahis sitelerine erişim dışında büyük bir anlamı bulunmuyor. Yaptıkları iş açısından ise durum biraz daha farklı. Akıllı telefonlarının birer iş aracına dönüştüğü örnekler yok değil.

İşçilerin ortak şikâyetlerinden biri, kendi aralarındaki ilişki de dâhil olmak üzere tüm sosyal ilişkilerin sosyal medya nedeniyle zarar gördüğüdür. İşçilerden Kemal, aile içindeki diyalogun sifıra indiğinden yakınıyor ve bir aylık maaşının neredeyse tümünü akıllı telefon için harcayan Celal’e olan öfkesini gizlemiyordu. Celal’in oğlunun da “babası gibi” olmasından şikâyet ediyor, böyle babanın ancak böyle bir çocuk yetiştireceğinden dem vuruyordu.

Bahsedilen araştırmalar, Banu’nun ve Ostim’deki işçilerin bu kısa hikâyeleri ve *caps*’ler göz önünde bulundurulduğunda, akıllı telefonların “akıllı kullanım”ı ve bağımlılığa karşı “dijital diyet” gibi önerilerin pratikte bir karşılığının olmadığını düşünüyorum. Bağımlılığın tümüyle yanlış bir tanımlama olduğunu iddia etmiyorum, çünkü ortada bir bağımlılık yok değil. Fakat soruna yönelik oldukça sınırlı ve eksik bir bakış sunduğu kanısındayım. Bağımlılık kontrol kaybının bir biçimi olarak not edilebilir. Banu’nun da Ostim’deki işçilerin de ortak noktasının kendi bireysel ilgi ve yaratıcı yeteneklerinin önünü açacak bir kullanma pratiği sergilemekten yoksun olmaları olduğunu söyleyebilirim. Banu akıllı telefonu ve sosyal medya nedeniyle resim yapmayı bırakmış. Kontrol kaybıyla beraber bir körelme de söz konusu. İşçilerin ise bu

yönde herhangi bir ilgileri zaten yok, doğal olarak, akıllı telefon kullanım pratikleri de bir o kadar sınırlı ve tekdüze. Sosyal ilişkilerinin genellikle kötü etkilendiği de tüm görüşmeciler sık sık vurguladılar. Durum böyle iken, bir takım hazır cevaplar vermek yerine, sorunu anlamak ve bir sonuca varmak için tüm bunlara neden olan en geniş toplumsal çevrenin koşullarına odaklanmamız gerekmez mi? Sorun, ileri teknoloji ürünü bir iletişim cihazının neden ve nasıl “köleleştirici” bir cihaza dönüştüğünde ve bu sorunun derin toplumsal kökleri olmalı.

İlk etapta, vurgulandığı gibi, yabancılaşma ve akıllı telefonlar ilişkisinin, sorunlu olarak tanımlanan şeylerin çok daha girift bir görünüm sergilediğini ve işlevsel ve olumlu görülen örneklerle beraber daha geniş bir toplumsal zemine oturtularak ele alınabileceğini kabul etmemiz gerekiyor. Sözü ettiğimiz bu çok çeşitli ve çelişkili kullanım pratiklerini anlamak için bütüncül bir bakış açısına ihtiyacımız var. Bu bakış, akıllı telefonların “akılsız” kullanımından ve çözüm olarak “dijital diyet”ten daha başka şeyler söylemeli ve akıllı telefonların toplumsal hayattaki rolünü ortaya koyarken insanların neden onların cenderesine sokulduğunu/kapıldığını da açıklayabilen bir bakış olmalıdır. Bu bakış açısı, insanların akıllı telefonları neden “akılsızca” kullandığını açıklarken, muhtemel çözüm yolunun reçetesini yazamasa da en azından yönünü tayin edebilmelidir.

Peki, insan ve akıllı telefonlar arasındaki ilişkiyi gündelik görüngüler dünyasının içinde anlamlandırmaya çalışmayan, sorunun girift arka planına odaklanmayı ve ilişkileri açığa çıkarmayı hedefleyen bilim dünyası konuya nasıl yaklaşıyor? Bekleneceği gibi, bir inceleme nesnesi olarak akıllı telefonu ele alan akademik çalışmalar oldukça geniş bir skalada, oldukça farklı amaçlar ve yöntemler dizgesi içinde sıralanıyor. Fakat bu çeşitliliğe rağmen yöntemsel açıdan görece türdeş ve eleştirellikten uzak bir bakışın hâkimiyeti ilk etapta dikkatleri çekiyor. Bunlara kısaca değinmekte fayda var.

İlk büyük araştırma alanlarından biri, sağlık bilimlerinde karşımıza çıkan, doğal olarak, akıllı telefonlarla çeşitli hastalıklar arasındaki ilişkiye ve akıllı telefonların çeşitli bilimsel araştırmalarda kullanımına odaklanmış çalışmalardan oluşuyor.⁶ İnsan ve akıllı telefonlar arasındaki teknik ilişki sağlık sorunları söz konusu olduğunda bambaşka bir hikâyeye dönüşüyor. Dolayısıyla, araştırma nesnesinin bu açıdan ele alınışı elinizdeki çalışmanın sınırlarının çok dışında kalıyor. Öte yandan, sağlık bilimleri dışında, akıllı telefonların bilimsel araştırmalarda nasıl kullanıldığını ya da kullanılabileceğini ele alan çalışmalara çok farklı alanlarda da rastlanıyor.⁷

Psikoloji ve sosyal psikoloji alanlarında görülen, “etki araştırmaları” çevresinde şekillenen davranışsal çalışmaların ise diğer bir hâkim eğilim olduğu söylenebilir. Bu alanlarda bağımlılık ve sosyal ilişkiler teması oldukça ön planda.⁸ Bu izleği takip ettiğimizde ilişkinin toplumsal yanlarına “daha çok” yaklaşmakla beraber etki araştırmaları çevresinde şekillenen davranışsal eğilimlerin belirleyiciliğinin devam ettiği

⁶ Örnek olarak şu çalışmalara bakılabilir: Alotaibi, Naif M.; Sarzetto, F. ...Yang, VXD. (2017) Impact of Smartphone Applications on Timing of Endovascular Therapy for Ischemic Stroke: A Preliminary Study. *World Neurosurgery*. (107): 678-683.

Park, Y.M., Han, Y.D., Chun, H.J., Yoon, H.C. (2016). Ambient Light-Based Optical Biosensing Platform with Smartphone-embedded Illumination Sensor. *Biosensors and Bioelectronics*. (93): 205-211.

Bill, G. F., Brentt, I.F. (2012). Top 10 Ways We Use Our Smartphones. *Pharmacy Automation and Technology*. 47(2):145-146.

⁷ Bu kapsamda değerlendirebilecek çalışmalar için şunlara bakılabilir: Harari, G.M., Lane, N. D., Wang, R., Crosier, B.M., Campbell, A. T., Gosling, S. D. (2016). “Using Smartphones to Collect Behavioral Data in Psychological Science: Opportunities, Practical Considerations, and Challenges.” *Perspectives on Psychological Science*. 11(6) 838-854.

Sugie, N. F. (2016). “Utilizing Smartphones to Study Disadvantaged and Hard-to-Reach Groups.” *Sociological Methods & Research*. 1-34.

Tourangeau, R., Sun, H., ... Williams, D. (2017). “Web Surveys by Smartphones and Tablets: Effects on Data Quality.” *Social Science Computer Review*. 1-15.

⁸ Matar B. J., Jaalouk D. (2017). Depression, anxiety, and smartphone addiction in university students- A Cross Sectional Study. *Plos One*. 12(8).

<http://journals.plos.org/plosone/article/citation?id=10.1371/journal.pone.0182239>

Elhai, J. D., Hall, B. J., Levine, J. C., Dvorak, R. D. (2017). Types of Smartphone Usage and Relations with Problematic Smartphone Behaviors: The Role of Content Consumption vs. Social Smartphone Use. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*. 11(2), article 3.

<https://cyberpsychology.eu/article/view/7069/6432>

Bae, S.M. (2017). The Relationship between the Type of Smartphone Use and Smartphone Dependence of Korean Adolescents: National Survey Study. *Children and Youth Services Review*. (81): 207-211.

Duke, E., Montag, C. (2017). Smartphone Addiction, Daily Interruptions and Self-reported Productivity. *Addictive Behaviors Reports*. (6): 90-95.

Choi, J., Choi, O., Kim, J. (2017). Effects of Adolescent Smartphone Addiction on Cybersexual Delinquency. *Social Behavior and Personality: An international journal*. (45): 819-832.

görülyor. Beklenildiği gibi, bu çalışmalarda nicel araştırma yöntemleri öne çıkarken, veri toplama tekniği olarak genellikle anketler kullanılıyor.

Akıllı telefonların mental sağlığı nasıl etkilediğine odaklanan ve yine bu nicel izleği takip eden çalışmalar da oldukça yaygın. İnsanların akıl sağlıkları açısından sosyal ilişkilerin rolünün oldukça önemli olduğu (Kawachi ve Berkman, 2001) düşünöldüğünde, bu çalışmalarda da tıpkı diğer bağımlılık çalışmalarında olduğu gibi, akıllı telefonlar aracılığıyla erişilen sosyal medya uygulamaları ve diğer olanakların öne çıktığı görölyor. “Teknoloji bağımlılıkları” arasında yaygınlığına göre kıyas yapan güncel bir çalışmada, sırasıyla, internet, sosyal medya ve dijital oyun bağımlılıklarının telefon bağımlılığından önce geldiği de belirtiliyor (Savci ve Aysan, 2017). Akıllı telefonların öğrencilerin çalışma ve öğrenme yetilerini körelterek bir tür “beyin göçü”ne neden olduğuna (Ward, Duke, Gneezy ve Bos, 2017) ve *Facebook* gibi çevrimiçi sosyal ağlarda zaman geçiren kullanıcıların akıl sağlığının olumsuz yönde etkilendiğine dair (Shakya ve Christakis, 2017) bilimsel çalışma ve araştırmalardan da bahsedilebilir.

Bir diğer araştırma izleği, mühendislik ilgilerinin öne çıktığı, doğrudan akıllı telefonların teknik özelliklerine ya da oldukça sınırlı ölçülerde, o teknolojinin dokunduğu insana, toplumsal çevreye, ilişkilere, tüketime, güvenliğe vs. odaklanan çalışmalardan oluşuyor (Spachos, James ve Gregori, 2017; Mugge, Jockin ve Bocken, 2017; Das ve Khan, 2015). Esas olarak teknolojiye odaklanan ve bir “kullanıcı” olarak insanın ise o teknolojiyi hangi işlevsel açılardan kullandığına bakan bu çalışmaların da nicel ve davranışsal eğilimleri barındırmaya devam ettiği önemle belirtilmelidir (Kim, Shin ve Park, 2015; Hew, Badaruddin ve Moorthy, 2017; Muralidharan, La Ferle ve Sung, 2015). Bu çalışmalara, akıllı telefonlar aracılığıyla dönöşen gündelik iletişim faaliyetinin (hangi özelliklerin hangi sıklıkla kullanıldığına dönök) genel bir görönümünü ve kullanım eğilimlerinin genel haritasını çıkarmaya çalışan araştırmalar (Ariel, Elishar-Malka, Avidar ve Levy, 2017; Thulin, 2017) eklenebilir.

Nicel, davranışsal ve etkiye odaklanan araştırmaların çeşitliliğine ve sayısal üstünlüğüne bakarak şunu söyleyebiliriz ki özetlenen literatürün ayrı ayrı ortaya koyduğu sonuçların her biri kendi içinde, o çalışma alanlarında anlamlı yerlere tekabül etse de, konumuz akıllı telefonlar ve insan arasındaki girift ilişkiler alanı olduğunda, gerçekliğin son derece sınırlı bir yanına ışık tutulmuş olunuyor. Bütün bu çalışmalarda insan ögesi, genellikle, edilgen ve bir inceleme nesnesinin istatistiksel karşılığı olarak değerlendiriliyor. Eleştirel bir perspektifin ya da araştırma sorununun daha en baştaki yokluğu, incelenen ilişki ya da şeyin ardındaki en geniş toplumsal örüntüler alanının görünmez kılınmasına neden oluyor. Sonuç olarak, çoğunlukla, etkiler, kullanımlar ve davranışlardan oluşan, çoğunlukla teknik ve son derece dar bir ölçeğin betimlenmesinden ibaret olan istatistikler kalıyor geriye.

Öte yandan, akıllı telefonları ele alan akademik çalışmaların tümüyle bu eğilimlerden mustarip olduğunu ileri sürmek ise büyük haksızlık olur. Öncelikle şu nokta belirtilmelidir ki akıllı telefonlara ve yabancılaşma sorununa ayrı ayrı eğilen bilimsel ilgilerin ne yazık ki bir kesişim kümesi bulunmuyor. Elinizdeki çalışmanın literatüre yaptığı katkı ise tam da burada anlamını buluyor. Belirtildiği gibi, akıllı telefonlar ve insanlar arasındaki ilişkiye odaklanırken, gündelik algıları verili olarak kabul etmeyen, kullanım biçimlerinin ardındaki toplumsal ilişki alanını göremeyi amaç edinmiş ya da bu amaç doğrultusunda ufuk açıcı katkılar sunan geniş bir literatürden de ayrıca bahsedilmelidir. Esasında, eleştirel sosyal teorinin bütün kaynakları, daha özelde Marksizm ve Marksizmden etkilenen çalışmalar bu minvalde sıralanırlar. Bu literatürün sınırları, tıpkı yalnızca akıllı telefonları ele alan çalışmalarda karşımıza çıkan çeşitlilikte olduğu gibi, yine oldukça geniştir. Elinizdeki çalışma, Marksizmi odak noktasına alarak, eleştirel sosyal teorinin tarihsel geleneğine ve yeni iletişim teknolojilerini bu tarihsel geleneğe dayanarak çözümleyen çok daha güncel çalışmalara yaslanarak sözü edilen “boş küme”yi doldurmayı hedefliyor.

Yabancılaşma Derken Ne Anlamalıyız?

Pappenheim, modern insanın yabancılaşmasını Francisco Goya'nın *A caza de dientes* (Dişlerin Peşinde) isimli tablosu üzerinden betimlerken yabancılaşmanın en temel görünümlerinden birine dikkat çekiyor (2002: 1-3): Tabloda bir kadının bir eliyle yüzünü mendille kapatırken öbür eliyle idam edilmiş bir adamın büyümlü güçleri olduğuna inanılan dişlerini sökmeye çalıştığı görülüyor. Pappenheim, bu sahnede, batıl inanç gereği kendini zorlayarak aslında istemediği bir şeyi yapan o kadınla, maddi çıkar ya da daha farklı bir kazanç için aslında istemediği bir iş yapan modern çağ insanı arasında bir analogi kuruyor. İster batıl inanç ister maddi çıkar nedeniyle olsun, ona göre, modern insanın yabancılaşması kendi içinde yaşadığı bu bölünmede karşımıza çıkıyor: amaca ulaşma yolunda her şeyin, insanın kendi bilincinin dahi araca dönüşmesi ve insanın içten içe bu yarılmanın farkında olması. Bu bölünme daim oldukça ve büyüdükçe insanın kendine duyduğu yabancılaşma duygusu çok daha güçlü bir hal alır. Bu durum, insanın kendi etkinliğini araçsallaştıran, ona bu şekilde yön veren ve kendi iradesinden bağımsız bir hale getiren toplumsal bir sistemin ürünü olabilir ancak. Dolayısıyla insanın kendi gerçek bireysel gelişiminin de önünü tıkar. İnsanın tüm etkinliği o amaçta, yani dar çıkar dünyasında karşılığını bulduğu ölçüde deneyimlenebilir olur. Sonuç olarak ortada gerçek bir bireysel gelişim olanağı kalmaz. İnsan kendine karşıt ve dışsal olan bir şeylere kapılır durur.

İnsan araçsallaştığı ölçüde de kayıtsızlaşır. Yaptığı eylemin farkında olmasına rağmen –tıpkı batıl inançlı o kadın gibi, ölüme dahi kayıtsızlaşır- öylece *seyreden* bir tavır takınır. Bu durum insanın özgür iradesini kaybetmesi anlamına gelir. Banu'nun yaptığı şey, resim yapmak veya kitap okumak yerine tüm günü sosyal medyada “gerçekten aşırı bilgisiz ve aşırı cahil insanları” okuyarak geçirmek ve “bu işin o kadar içindeyiz ki eleştiriyorum ama yapıyorum” demek aynen böyle değil midir? Benzer bir ruh hali, farklı biçimlerde de olsa, Ostim'deki işçiler için de geçerli değil midir? Kontrol

kaybı, kayıtsızlık ve bu durumun farkında olmanın getirdiği iç sıkıntısı. “Biliyorum ama yapıyorum”, “farkındayım ama yine de yapıyorum” türü tespit ve serzenişler hem sosyal medyada gördüğüm hem de derinlemesine görüşmeler yaptığım pek çok kullanıcıdan sık sık duyduğum cümlelerdir. Bu serzenişler görüldüğünden çok daha önemlidir.

Yabancılaşma, toplumsal bir sorun olarak, bireysel düzlemde çok çeşitli duygu durumlarıyla kendini gösterebilir:

Bir sosyal ilişki olarak yabancılaşma, şefkat, sadakat ve güven duygularının bir kişiden, kurumdan ya da politik davadan diğerine nasıl nakledildiğini (aktarıldığını, çalınıp götürüldüğünü) anlatır. Kişilere veya hukuk, bankalar, politik sistem gibi kurumlara duyulan güvenin azalması sosyal dokuya olağanüstü boyutlarda zarar verebilir. Edilgen psikolojik terim olarak yabancılaşma değer verilen bir bağlılıktan kopmak ve uzaklaşmak demektir. Telafi edilemeyecek tarifsiz bir kaybın yol açtığı elem ve ıstırap duygusu olarak yaşanır ve içselleştirilir. Etkin psikolojik durum olarak, gerek ezilmenin, mahrumiyetin, gaspa maruz kalmanın veya böyle hissetmenin doğurduğu öfke ve düşmanlığı, gerekse bunu dışarı vurmak için bazen herhangi bir belirgin neden ya da mantıklı hedef olmaksızın tüm dünyaya yöneltilecek sert ve ani çıkışları anlatır. İnsanlar hayat fırsatları konusunda hüsrana uğradıklarında veya özgürlük arayışları tahakküm altına alınmakla sonuçlandığında yabancılaşmış davranışlar sergileyebilirler (Harvey, 2015: 271).

İnsanlar, kayba uğrama hissini çeşitli türlerini yaşarlarken, genel olarak, kendi etkinlikleri üzerindeki denetimi kaybetmiş olurlar. İnsan kendi etkinliği üzerinde denetim sahibi değilse ne ya da kim o etkinlik üzerinde denetim sahibidir? Bu soru Marksist yabancılaşma teorisinin esas sorusudur. Bu nedenle Marx, yabancılaşmayı “her şeyinin insanlık dışı bir gücün egemenliği altında olması” olarak tanımlar (Ollman, 2012: 216). Bana kalırsa, farklı düşünürlerin farklı vurgu noktaları olsa da ve yabancılaşma sorunu çok girift, birbiriyle alakasız gibi görünen yerlere dokunsa da, bu sorunu çalışırken göz önünde bulundurulması gereken en önemli şey “her şeyin insanlık dışı bir gücün egemenliği altında olması”dır. Akıllı telefonlar ve yabancılaşma arasındaki ilişki ancak bu tespiti takip ederek ve bu soruya cevap vererek tatmin edici bir şekilde ele alınabilir. Bu nedenle, söz edilen “her şeyin”, “insanlık dışı”nın (ve tabii “insan”ın), “güç”ün ve o sorunlu “egemenlik”in ne olduğuna bakmak gerekir. Bu zemin

netleştirilebildiği ölçüde somut tartışmalar yürütmek ve olası çözüm yollarını düşünmek anlamlı hale gelir.

Yabancılaşma yalnızca modern insanın bir sorunu değildir, ancak bu konuya temas eden düşünürlerin esas odak noktası kendi çağlarında yaşayan, güncel, modern insan olmuştur. Yabancılaşma, bu nedenle, bu çağa ait bir sorun olarak tartışılır, günümüzde yaşayan, bedeniyle karşımızda duran insanın sorunu olarak ele alınır. Yabancılaşma konusu çok farklı başlıklarda ve sorunlar tespit edilerek tartışılmış olsa da, Pappenheim'a göre, modern insanın yaşadığı toplumsal çevre ve kendiyi çelişkili bir ilişki içinde olması sorunun ele alınışında karşımıza çıkan en genel temadır (2002). Biraz daha daraltmak gerekirse, tarih boyunca, ister romantikler (Rousseau, Goethe, Poe vb.) ister Alman İdealistleri (Fichte, Hegel vb.) ya da Marx tarafından olsun, her zaman modern insanın kendi içsel doğası, dışsal doğası ve diğer insanlarla olan ilişkisinde bir takım özel bağları kaybettiğine ilişkin tespitler çerçevesinde ele alınmıştır bu sorun. Yabancılaşmanın bir sorun olarak tespiti, modern insanın kaybettiği düşünülen hayati bağlarının felsefi, politik ya da edebi düzeyde verilen mücadelelerle yeniden kazanılması anlamına da gelmiş, bu anlamda yabancılaşma sorunu, insanın “yabancılaşmadan kurtulma” mücadelesinin bir ifadesi olarak da karşımıza çıkmıştır (Henning, 2014: 7).

Kavram, tüm bu geniş tartışma zeminine koşut olarak çok farklı biçimlerde kullanılmıştır. Yabancılaşmayı felsefi bir sorun düzeyinde ele alan ilk çalışma Georg Wilhelm Friedrich Hegel'in *Tinin Görüngübilimi*'dir (1977). Hegel felsefesinde merkezi bir yerde bulunan *Entäusserung* (dışsallaşma) ve *Entrfremdung* (yabancılaşma) terimleri İngilizcedeki yabancılaşma (*alienation*) kelimesinin Almancadaki karşılıklarıdır (Lukács, 2013b: 215): Döneminin literatüründe “İktisat teorisi üzerine çalışmalarda, bir metanın satışını göstermek ve doğal hukuk üzerine çalışmalarda, bir yerin en eski halkına ait (aborjinal) özgürlük kaybına, özgürlüğün, bir toplumsal

sözleşmenin sonucunda ortaya çıkan topluma devredilmesine ya da o özgürlükten yabancılaşmaya gönderme yapmak üzere kullanılmıştır.” Bunun yanında *Entäusserung*’un “felsefi açıdan... hem bir nesneyi öne sürmenin öznenin bir dışsallaşmasını ya da yabancılaşmasını ima etmesi hem de nesnenin, aklın ‘dışsallaşmış’ bir edimi olarak düşünülmesi anlamında” kullanıldığı belirtilmelidir.

Hegel, sözü geçen eserinde kavramı tinin kendinden başka bir şeye dönüşmesi, kendine mesafelenmesi, başkalaşım yabancılaşması ve ardından kendine dönmesini içerecek şekilde kullanmıştır. Hegel’de yabancılaşma bilinç etkinliğinin bir sorunu ve onun ayrılmaz bir parçasıdır. Ardından Ludwig Feuerbach’ın *Hiristiyanlığın Özü* adlı eserinde kavram, din dünyasında insanların kendi zihinlerinin ürünlerine boyun eğmek zorunda kalmalarını ifade eden biçimde kullanıldığını görülür. İnsan kendi zihinsel tasarımlarını ölümsüzleştirir ve ona boyun eğer. Bu, aynı zamanda, açık bir Hegel eleştirisidir. Daha sonra Marx’ın ilk dönem eserlerinde ise kavramın hem Hegel hem de Feuerbach’ın kullandığı biçimden farklılaşarak maddeci bir anlama kavuştuğu gözlemlenir. Marx yabancılaşmayı insanın kendi özgür etkinliğine ket vuran tüm durumlar için kullanır ama idealist felsefeden farklı olarak, insanın pratik etkinliğinin somut koşullarından hareket ederek sorunu ele alır. Marx yabancılaşmayı, Hegel ve Feuerbach’dan farklı olarak bir bilinç sorunu olarak ele almaz (maddeci felsefenin en önemli isimlerinden Feuerbach da güçlü bir idealist bakıştan mustarıptır). Marx’ın ilk eserleri bu değişimi oldukça etkili bir şekilde gözler önüne serer (2005; 2009; 2013). Marx’ın geç dönem eserlerinde kavram düzeyinde –amacımız yabancılaşma kelimesinin kendisini geç dönem eserlerinde aramaksa şayet- gittikçe daha az işlenen yabancılaşma sorunu, İkinci Enternasyonal döneminde (1889-1914) neredeyse unutulmuştur (Musto, 2010: 79). Şimdilik bu yorumun kestirmeci bir yorum olduğunu belirtmekle yetinmek gerek. Yabancılaşma, kavram düzeyinde daha az olmakla beraber Marx’ın geç dönem eserlerinde de yaygın bir tema olarak karşımıza çıkar. Ancak daha sonra, yabancılaşma

sorununun 1940'lı yıllardan itibaren, bu yüzyılın travmatik seyrinden olsa gerek, Marksist çevrelerin dışında da gittikçe artan bir şekilde tartışıldığı söylenebilir (Pappenheim, 2002: 4).

Anlaşılabacağı üzere, yabancılaşma sorunu sadece Marksizmin ana konularından biri olmadı. On dokuzuncu yüzyılın sonlarından itibaren, doğrudan yabancılaşma olarak adlandırılmasa da, Emile Durkheim ve Max Weber'de de, ortaya çıkan yeni toplumsal yapının modern insan üzerindeki önlenemez etkilerini açıklamaya dönük çabalarının ana temalarından biri olduğu söylenebilir (Musto, 2010: 79-80): Durkheim'in alışılmış toplumsal normların yitirilişini ifade eden *anomi* kavramı, Weber'in toplumsal ilişkilerde bürokratikleşme ve rasyonel hesaplamanın hâkimiyeti üzerine yazdıkları yeni toplumsal yapı karşısında özgür etkinliğini kaybeden ya da kendi dışındaki bir şeye bağımlı kılınan insan sorunu çerçevesinde değerlendirilebilir. Benzer şekilde, Georg Simmel'in, paranın kullanımı üzerinden insan ilişkilerinin bireysellikten sıyrılarak toplumsal olanın nesnellüğünde hapsolması üzerine yaptığı etkileyici çözümler de yabancılaşma sorununu anlama ve tartışma açısından oldukça önemlidir.

Bugüne kadar çok farklı bağlamlarda ele alınmış yabancılaşma sorununu akıllı telefonları düşünerek yeniden ele almak –gündelik hayatta kurduğumuz yüzeysel bağlara rağmen- zor ve biraz da beyhude bir çaba olarak görünebilir ilk bakışta. Konunun kendisinin pek çok farklı tartışma başlığını doğrudan içerdiği yetmezmiş gibi, akıllı telefonların karşımıza çıkardığı yeni inceleme başlıkları da bir o kadar çok. Modern insanın yaşadığı toplumsal çevre ve kendiyile arasında ortaya çıktığı düşünülen o çelişkili ilişki günümüzde yeniden, üstelik bir de akıllı telefonlar gibi sunduğu olanaklar açısından “ele avuca sığmaz” aletlerle beraber nasıl ele alınabilir? Akıllı telefonlar eriştiği internet ağlarıyla ve “sanal gerçeklik”le bağlantılı olarak ve dolayısıyla “gerçek yaşam”dan ve ilişkilerden kopuş olarak ya da *selfie* çılgınlığının bir parçası olarak narsisizm ya da tüketim kültürünün bir boyutu olarak meta fetişizmi gibi

başlıklarla ele alınabilir. Bireycilik, yeni kapitalizm ve yeni çalışma yaşamı akıllı telefonların temas halinde bulunacağı başlıklardan yalnızca birkaçı. Bunların hepsi yabancılaşma sorununun konusu olabilir. Akıllı telefonların sunduğu olanakların çeşitliliği ve insanın gerçek anlamdaki üretici etkinliği arasında nasıl bir ilişki kurulabilir? Gündelik hayatımızda, adeta bir uzvumuz gibi, yanı başımızdan ayırmadığımız bu aletlerin gerçekten birer kölesi haline mi geldik? Sanallık gerçekten sorunlu bir şey midir ya da hangi aşamada bir sorun haline gelir? Yoksa akıllı telefonlar, insanı sınırlayan kimi bağlarından koparan bir yenilik olarak insanları özgürleştiren aletler midir?

Şunu vurgulamak gerekir ki, yabancılaşma konusu, bugüne kadar, en somut biçimde Marksistler tarafından ele alınmıştır. Kapitalist üretim ilişkilerinin üreticiler üzerindeki tahrip edici etkilerinin tartışılması buna örnek olarak düşünülebilir. Ancak bu somut bakışa rağmen, konunun ampirik olarak yeterince ele alınmadığı ve bu eksiliğin bir takım yeni tartışmalara kapı araladığı da söylenebilir (Archibald, 1978: 119, 130; Archibald, 2009: 158-159): Yabancılaşmanın ampirik olarak çalışılabilecek bir konu olup olmadığına dair uzun tartışmalar olsa da, mesele yabancılaşma olduğunda, hem Marksist hem de Marksist olmayan yönlerden gelen eleştiriler olduğunu unutmamak gerekir. Bu nedenle sorular rahatlıkla –alana dair de- çoğaltılabilir. Yukarıdaki soruları yabancılaşma içinden tartışmak gerçekten anlamlı mıdır? İnsanın yabancılaştığını söylediğimizde ona aslında sahip olmadığı bir öz ya da doğa mı atfetmiş oluyoruz? Yabancılaşma konusu başlı başına özcü bir tartışma alanı mıdır? Yabancılaşma ve akıllı telefonlar arasındaki ilişkiyi ele almak, bu soruları tartışırken bize yeni açılımlar sağlamaya olanak verir mi?

Marksist yabancılaşma teorisi, en özet haliyle, “insanın kendi üretici etkinliğiyle, ürünüyle, diğer insanlarla ve türü”yle olan ilişkisine odaklanır (Ollman, 2012: 221). Şurası vurgulanmalıdır ki, Marx tarafından *1844 Elyazmaları*’nda (2005) bu köşe

başlarını içerecek biçimde formüle edilen yabancılaşma sorunu, yalnızca bu şemanın sınırlarına hapsedilerek anlaşılabilir. Daha doğru bir ifadeyle, Marx'ın insanın kendi üretici etkinliğiyle, ürünüyle, diğer insanlarla ve türüyle olan ilişkisinde tespit ettiği yabancılaşmanın somut görünüşleri yalnızca o görünüşlerden ibaret değildir. Yabancılaşma, insanın özgür etkinliğine ket vuran bir soyutlamalar zinciri olarak tanımlanmalıdır, en özet haliyle. Marx, aynı zamanda, yabancılaşmayı genel olarak komünizmde görülecek olan yabancılaşmama durumunun karşısına koyar ve bu insanın kendi özgür üretici etkinliğine ket vuracak herhangi bir engelin olmadığı, gerçek insani gelişimin deneyimlendiği bir toplum özlemini ifade eder (Ollman, 2012: 221). Bu özlem, kuşkusuz ki sadece Marx'a ait değildi. Bilindiği gibi, Marx'ın yabancılaşma kavrayışı büyük ölçüde Hegel ve Feuerbach'dan etkilenmişti ve bu düşüncelere yönelttiği eleştirilerinden türemiştir. Marx, Hegel'in yabancılaşma kavrayışını da "tersine çevirerek" maddeci bir bakış açısıyla yeniden yorumladığı ve spekülasyon felsefeden uzaklaşarak "Hegelci ideayı şeyler düzeyine indirdiği" söylenebilir (Hyppolite, 2010: 136).

Araştırmanın Yöntemi

Kavrayışın bu biçimde dönüşümü soruna bakışın ve dolayısıyla araştırma yönteminin başkalaşması anlamına gelir. Bilindiği gibi, Marx, "tersine çevirme" metaforunu Hegel'in diyalektik yönteminin maddeci bir tarzda ele alınmasını ifade edecek şekilde kullanmıştı (2011a: 29).⁹ Ancak bu çok iyi bilinen metafora rağmen, maddeci diyalektik yöntemin tam olarak ne olduğuna ve sınırlarının nerelere kadar genişletilebileceğine ya da daraltılabileceğine ilişkin hem Marx'ın kendi eserlerinde hem de pek çok Marksistin metinlerinde etraflıca bir değerlendirme bulunmaz. Bu

⁹ "Benim diyalektik yöntemim, temelinde, Hegelci diyalektik yöntemden yalnızca farklı değil, onun doğrudan karşıtıdır. Hegel için, idea adı altında bağımsız bir özneye bile dönüştürdüğü düşünme süreci, bu sürecin sadece dış görünüşünü oluşturan gerçekliğin *demiurgosudur*. Bendeysen, tam tersine, düşünsel olan (*das Ideelle*), maddi olanın insan kafasına yerleştirilmiş ve tercüme edilmiş biçiminden başka bir şey değildir. (...) Hegel'de diyalektik baş aşağı durur. Gizemsel kabuğun içindeki rasyonel özü bulmak için, tersine çevrilmesi gerekir (Marx, 2011a: 28-29).

nedenle, elinizdeki tezde, Marx'ın diyalektik yöntemi takip edilirken, Ollman'ın *içsel ilişkiler felsefesi* olarak andığı ve bir araya getirdiği araştırma felsefesi ve ilkeleri somut olarak dikkate alınıyor (2008, 2011a, 2011b ve 2012).

Bu araştırma felsefesinin genel hatlarını açmak gerekirse; Ollman'a göre “diyalektik (...) hayatımızda ortaya çıkabilecek olası bütün önemli değişim ve etkileşimleri gözümüzün önüne seren bir düşünme biçimidir” (2008: 30). Marx'ın diyalektiği, değişim ve etkileşime odaklanırken bu iki ögeyi varlığa dışsal unsurlar olarak kabul edip, onları anlamaya çalışmaz. Ona göre değişim “şeylerin ne olduğunun bir parçasıdır” (2008: 58). Şeylere dışsal bir değişim sürecinden bahsedemeyiz. İnceleme nesnesinin temel özellikleri, o nesnenin sürekli devinim koşullarıyla ve bu devinimi ortaya çıkaran ilişkiler sistemiyle anlaşılabilir ancak. Şeyler sürekli bir değişim içindedir, değişimin koşulları onun ne olduğunu belirler ve değişim, bu nedenle, esas olarak içsel bir süreçtir.

Şeyleri kavrama tarzı bu şekildeyken, maddeci diyalektik yöntemin araştırma yolu ise “gerçek somuttan başlayarak soyutlama süreci vasıtasıyla düşüncedeki somuta” ilerleyerek oluşur (2008: 47). Bir başka ifadeyle, deneyimlediğimiz biçimiyle yaşanan dünya düşünsel bir etkinlikle parçalara ayrılarak çözümlenir ve bu yolla kavranmış haliyle “düşüncedeki somuta” ulaşılır. “Gerçek somuttan” hareket etmek analizin zorunlu yolunun başlangıcıdır: “İnsan yaşamının biçimleri hakkındaki düşünceler ve dolayısıyla bunların bilimsel analizi, genel olarak, gerçek gelişmenin tersi bir yol izler. Analize, *post festum* (iş olup bittikten sonra) ve dolayısıyla gelişim sürecinin tamamlanmış sonuçlarıyla başlanır” (Marx, 2011a: 85). Fakat şeylerin görünüşleriyle yetinen ilk bakış, şeyleri o şey yapan değişimi ve dolayısıyla onların özlerini göremez. Görüngüler değişimin *post festum* sonuçları olarak, eğer sadece onlarla yetinirsek, ele alınan şeyin gerçek koşullarını anlamamanın önünde set olurlar. Bu ilişkiyi kırmak gerekir. “Şeylerin görünüş biçimleri ile özleri dolaysız olarak çakışsaydı bilim tümüyle

gereksizleşirdi” (2015: 804). Dolayısıyla, şeylerin ne olduğunu bize söyleyecek gerçek bilimsel yöntem, “gerçek somut”tan hareket ederken onların niteliklerini belirleyen değişimi şeylerin içsel bir ögesi olarak görmelidir. Aksi halde görüngüler dünyasına ve onların değişmiyor gibi görünen durağanlığının kısırlığına sıkışıp kalırız. Bu da, Kosik’in *sözde-somut* olarak andığı dünyaya sıkışmak, görüngüleri ele almakla yetinmek ve yanılısalar içinden çıkamamak anlamına gelir (2015: 13).

Araştırma yolunun özetlenen bu karakteri, yani görüngülerden öze doğru hareket eden bu zihinsel etkinlik, soyutlama süreci olarak da adlandırılır. Ancak, yeri gelmişken belirtmek gerekirse, Marksist literatürde soyutlama kavramının 4 farklı kullanımına rastlarız (Ollman, 2008: 49-50): (i) Dünyayı incelerken zihinsel parçalara ayıran *akli etkinlik* olarak soyutlama, yukarıda da anlatıldığı gibi, bütünlüğün tümünün birden incelenememesinden kaynaklanan ve özetlenen yolu takip eden düşünsel etkinliktir. Bu haliyle diyalektiğin bir şartıdır (ii) Gerçekliğin bölünen her bir *parçası* olarak bütünü oluşturan parçaların diğerlerinden yalıtılmışlık halini de ifade eder. İncelenen her bir öge diğerlerinden ve bütünlükten soyutlanır. Soyutlamanın üçüncü ve dördüncü halleri ise sorun olarak nitelenir: (iii) Bölünen her bir parçanın “yabancılaşmış bir toplumda yaşamının ve çalışmanın düşünce dünyasına kaçınılmaz bir şekilde yansımaları” olarak düşünülmesidir. Bir başka ifadeyle, bölünen *parçaların ilişkiselliği yokmuşçasına düşünülmesi*, yalıtılması yoluyla ideolojinin ve fetişizmin temel bir ögesi haline gelmesi soyutlamanın bu türüne dahildir. (iv) Bölünen her bir parçanın “*ideolojik soyutlamaların nesnel temellerini oluşturacak şekilde bir araya gelişi*” olarak soyutlama. Son aşamada, soyutlama, somut bir şekilde insanların karşısına kapitalizmin tüm maddi ve maddi olmayan değer ve unsurları olarak çıkar. Soyutlama, bu haliyle, ideolojidir, fetişizmdir, yabancılaşmadır.

Elinizdeki çalışmada, soyutlama kavramı bu 4 biçimiyle de (kronolojik ya da öneme dair bir düzen ima etmeden) karşınıza çıkıyor: (i) Gerçekliği parçalara ayıran

akli bir etkinlik olarak, yabancılaşma ve meta fetişizminin öne çıkan görünümünün tespit edilmesi bunun ilk adımıdır. Giriş bölümünden itibaren, çalışmanın sonucuna kadar önünüze serilen görünüm bu minvalde değerlendirilebilecek *post festum* sonuçlardır. (ii) Belirtildiği gibi, görünümü tespit etmek, bilimsel bir araştırmanın zorunlu başlangıç noktasını ifade ettiği kadar, bir yalıtılmışlık durumunu da ortaya çıkarır. Yabancılaşmanın akıllı telefonlar açısından görünümünü ortaya koymak, bu tarz bir soyutlamanın sınırlarını çizmek anlamına da gelir. Dolayısıyla, *zorunlu olarak, belirli bir düzeyde, her bir başlıkta yabancılaşmanın öteki biçimleri ve ilişkinin yabancılaşma konusunu aşan boyutları tartışmanın dışında bırakılır.* (iii) Tüm görüngülerin “gerçekmiş gibi” değerlendirilmesi, yabancılaşma ve meta fetişizmi konusunda araştırmanın çözümleme aşamasının başladığı yere işaret eder. Görüngülerin yanlış, çarpık ve sınırlı biçimler halinde kristalize olması bu sorunlar yumağının temel bileşenlerinin ortaya çıkması anlamına gelir. Elinizdeki çalışma, insana yabancı ilişkileri ve şeyleri ortaya koyup çözümlerken, bu aşamada ifade edilen soyutlamanın sorunlu yönlerinin altını çizer. (iv) Son aşamada, yabancılaşma sorunu bir dünya görüşü/görünüğü olarak ortaya çıkarılır, biçimden ve ilişkiden kaynaklanan gizler, mitler ve yanılsamalar çözümlenir.

Diyalektik yöntemin bizim için önemli olan bir diğer özelliği, bütünü parçalara ayırıp görüngüden öze doğru ilerleyen bir yol önerirken bütünü her zaman göz önünde bulundurmasıdır. Bu nedenle, diyalektik, “bütünden parçaya, sistemden içeriye ilerleyen” bir yaklaşımı benimser (2008: 34). Marx’ın yönteminde, en geniş anlamıyla şeyler dünyası incelenirken, parçaların soyutlanması ve bütünlüğün gözetilerek bir araya getirilmesi düşünüldüğünde, bilimsel yöntemin *tümdengelim* ve *tümevarım* yollarını da takip ettiği söylenebilir. Böylece, şeyler araştırmanın doğası gereği soyutlanarak ele alınırken, parçalar arasındaki ve en genel çevreyle olan ilişkileri de göz

ardı edilmemiş olur. Bütünün yapısı hem şeylerin yapısını anlamak açısından hem de yabancılaşmış ilişkilerin kendilerini sunma biçimlerini kavramak açısından önemlidir.

Bütün bunların konu açısından somut önemi nedir? Görüngüler *hangi ortamda* yanılısamaya dönüşürler ve şeylerin özüyle bir ve aynı şey oldukları izlenimini verirler? Bu tip bir soyutlama insanlara *neden ve nasıl* gerçekmiş gibi görünür? Bu sorulara yöntemsel düzeyde cevap vermek gerekir. Araştırmanın örnekleme ve evreni bu sorulara verilecek cevaba göre belirlenmelidir. Bununla birlikte, araştırmanın yöntemi çalışmanın sınırlılıklarını belirleme konusunda da kritik önemdedir.

Gündelik hayat yabancılaşmanın alanı olarak belirginleşir. Sabah gözümüzü açar açmaz başlayıp gece gözlerimizi kapatana kadar kullanmaya devam ettiğimiz, iş yaşamında, evde, sokakta ya da toplu taşımada elimizden bırakmadığımız akıllı telefonlar ve onları karşımıza *meta biçimiyle* çıkaran toplumsal ilişkiler, gündelik hayatımızı derin bir biçimde dönüştürdü. Gündelik hayat, bu doğrudan ilişki nedeniyle, akıllı telefonlar ve yabancılaşma arasındaki ilişkiyi ele alırken uğranılması gereken zorunlu bir inceleme alanıdır.

Öte yandan, gündelik hayatın yabancılaşma sorunu açısından başka bir önemi daha var. Sözde-somut dünya, yani şeydeki özü gizleyen görüngülerin gerçek gibi sunulmasıyla belirginleşen yanılısamalara dayalı dünya, gündelik rutinde ortaya çıkar: “Gündelik faydacı praksis, bir hareket ve varoluş biçimi olarak ‘rutin düşünce’yi doğurur –rutin düşünce, hem şeylerin ve rutin düşüncenin yüzeysel görünümlerinin tanıklığını, hem de şeylerin pratikte ele alma tekniğini kapsar” (Kosik, 2015: 17). Gündelik olan, pratik koşuşturmaya içinde, derinlemesine odaklanmamayı, faydacılığı, kullanımı ve yüzeyselliği ima ettiği için, şeylerin ardındaki gerçeği ve görüngülerin ardındaki özü gizleyen bir rutini zihinlerde canlandırır. İnsanlar gündelik hayat içindeki rutin fikirlere görüngülerden hareket ederek ulaşırlarken sözde-somut dünyanın gerçek olduğu yanılıgısına kapılırlar. Bu nedenle yabancılaşma sorununun inceleme alanı

gündelik hayattır, önemsiz gibi görünen ayrıntılardır, gerçekte var olmayan ama zihinlerde karşılığını bulan o rutin yanılsamalar toplamıdır.

Görüngülerin diğer bir önemi, gerçekliği açığa vurma potansiyelini taşımalarından kaynaklanır: “Öz, görüngüden daha mı gerçektir? Gerçeklik, görüngünün ve özün birliğidir. Sonuç olarak, eğer biri diğerinden yalıtılır ve bu yalıtılmışlık içinde tek ve biricik ‘sahici’ gerçeklik olarak düşünülürse, öz de görüngü kadar (ve tersi) gerçek dışı olabilir” (2015: 14). Diyalektik incelemenin *post festum* karakteri keyfi olmaktan öte, bir zorunluluktan kaynaklanıyorsa, öze ulaşılmasına olanak veren görüngülerin ve özün birliği gerçekliği oluşturur. Bir başka ifadeyle, yanılsamalar dünyası “yalan” bir dünya değildir. Yanılsamanın kendini gerçekmiş gibi sunabilmesinin ardındaki ilişki açığa çıkarılmalıdır.

Bu uyarı ilk bakışta görüldüğünden daha önemli bir yere işaret ediyor: Diyalektiğin, şu ana kadar özetlenen temel özellikleri, bir yanılsamalar dünyasını ortadan kaldırmayı amaçlarken yeni bir tür fetişizm tehlikesi hemen orada bizi bekler. Görüngü ve öz arasındaki ilişki bir “sır” ilişkisi değildir. Bir başka ifadeyle, öz, görüngünün ardında bir yerde gizlenmiş ve keşfedilmeyi bekleyen bir tür mahrem öge değildir. Bilimsel inceleme görünenin altındaki gerçeği ortaya çıkarmaya değil, “bu biçimin kendisinin ‘sır’ını” ortaya çıkarmaya odaklanır (Zizek, 2011: 27). O “sır”, yanılsamaların insanlara nasıl oluyor da tamamen gerçekmiş gibi görünmesinin –çoğu zaman insanlar bunun farkında olsalar da- sırrıdır. Buna, bir sorun olarak soyutlamanın ortaya çıkışının “sır”rını da denebilir. O “sır”, nesnelere *meta biçimine* bürünür bürünmez kazandıkları “sır”dır.

Sonuç olarak, yanılsamaların bütünlüklü biraradalığının meydana getirdiği bir dünya görüşü/görünüşü olarak tanımlayabileceğimiz yabancılaşma, birer meta olan akıllı telefonlarla ve onlarla eriştiğimiz iletişim ortamlarıyla dolayımlanır ve gündelik hayatın rutininde tamamlanır. Toplumsal ilişkilerden kaynaklanan ve zihinlerde

karşılığını bulan bu yanılsamaları görüngüden öze doğru yol alan bir araştırma rotasını takip ederek çözümlerken, teknoloji, teknolojik ürünler ve sosyal medya karşımıza çıkan en önemli inceleme alanları olurlar.

Kısaca değinmek gerekirse, Marx, teknolojiyi “insanın doğayla arasındaki aktif ilişki tarzını, insan yaşamının dolaysız üretim sürecini ve dolayısıyla da aynı zamanda onun toplumsal yaşamının ilişkilerini ve bunlardan kaynaklanan zihinsel tasarımları açığa çıkaran” bir olgu olarak tanımlar (2011a: 358). Teknolojinin eleştirel bir çözümlenmesi yapılmak isteniyorsa, tıpkı dinin mistikleştirilmiş imgelerini çözümlerken, öncelikle bu imgelere karşılık gelen maddi gerçeklikten hareket edilmesi gibi, “...yaşamın her zamanki gerçek ilişkilerinden hareketle bunların doğaüstüleştirilmiş hallerine ulaşmak” gerekir tespitini yapar. Marx’a göre bu yol maddeci, bilimsel ve tarihselliği göz önünde bulunduran biricik yoldur (2011a: 358-359).

Toparlamak gerekirse, elinizdeki çalışmada diyalektik yöntem benimsenirken *bütünden parçaya, sistemden içeriye* doğru yol alan bir araştırma rotası takip edilmiştir. Bunu yaparken, *yaşamın her zamanki gerçek ilişkilerinden hareketle bunların doğaüstüleştirilmiş hallerine ulaşmak*, bu doğaüstü halleri ortaya çıkaran toplumsal ilişkilerin ve zihinlerdeki karşılığının eleştirisi amaçlanmıştır.

Çalışmanın Kurgulanışı, Sınırları ve Veri Toplama Teknikleri

Bu amaç dâhilinde üç ana bölüm kurgulandı. İlk bölümde, insanın kendini gerçekleştirme ne demektir sorusundan hareketle yabancılaşma sorunu teorik olarak ele alınıyor ve Marksist yabancılaşma kavrayışını olgunlaştıran teorik kaynaklar değerlendiriliyor. İkinci bölümde, insanın iletişimsel tarihine odaklanılıyor, genel olarak teknolojinin ve iletişim araçlarının üretim tarzlarındaki rolü ve akıllı telefonları *meta biçimiyle* insanlara sunan, üretim tarzındaki son güncel gelişmeler ele alınıyor. Buradan hareketle, kapitalist üretim tarzına özgü fetişist yanılsamaların izi akıllı telefonlarda sürülüyor. Üçüncü bölümde ise çalışmanın odak noktası gündelik hayatın akıllı

telefonlar aracılığıyla sömürgeleştirilmesine kaydırılıyor. Böylece “iletişim çağı”nın neden ve nasıl “iletişimsizlik çağı”na dönüştüğüne dönük bir tartışma yürütülüyor ve çağımızın akıllı telefon kullanan insanının hangi koşullarda bu “iletişimsizliği” deneyimlediği, neden ve nasıl yabancılaştığı olgusu günlük tüketim, ilişkiler ve politikaya dâhil olmanın bireysel biçimleri üzerinden ortaya konulmaya çalışılıyor.

Akıllı telefonlar, yalnızca birer telefon olmanın çok ötesinde, banal kullanımın¹⁰ dışında, insanların kendi benliklerini sundukları, dönüştürdükleri ve inşa ettikleri bir iletişim ortamı sunarlar. Elinizdeki çalışma, özellikle üçüncü bölümde, kullanıcıların akıllı telefonlara yüklediği bu en geniş anlam ve algı dünyasına odaklanıyor. Çünkü bir sorun olarak soyutlamaya dair, bir başka ifadeyle, yabancılaşmaya dair görüngüler, en çok kendini bu anlam dünyasında belli ediyor. Bu aşamada şu kritik uyarıyı yapmakta fayda var: De Certeau’nun vurguladığı gibi, “...bireyselliğin alanı (...) genelde tutarsız (ve çelişik) kararların önemli rol oynadığı çoklu bir alan”dır (2009: 44). Baştan beri vurgulandığı ve örneklerle desteklendiği gibi, her bir akıllı telefon kullanıcısının deneyimlediği kullanım biçimleri kendi içinde ve kendi arasında oldukça farklı, tutarsız ve çelişkili olabilir. Ancak, sorun yabancılaşma olduğunda, fetişist yanılısamaların akıllı telefonlar dolayısıyla kazandığı yeni biçimleri ortaya koymanın yolu biraz daha açıktır. Tüm akıllı telefon kullanıcılarının fetişist yanılısamaları eşit ölçüde paylaşmamaları ya da bireysel niteliklerini akıllı telefonlar karşısında eşit ölçüde yitirmemeleri, genel bir dünya görüşü/görünüşü olarak yabancılaşmanın deneyimlenmediği anlamına gelmez. Söz gelimi, parayı gündelik hayatta kullanan herkes onun esasında bir kâğıt parçası olduğunu bilse de, para *kendinde* değerli bir nesne olarak işlem görmeye devam eder. Bir kâğıt parçasının *kendinde* değerli bir nesne olarak hayatımızı domine etmesi, onun fetiş bir unsura dönüşmesinin ve insan niteliklerinin, ilişkilerinin, değerlerinin,

¹⁰ Cep telefonlarında banal kullanım, telefonun en birincil ve işlevsel kullanımı olan konuşma ve kısa mesaj (SMS) gönderme etkinliğini ifade ediyor. Banal kullanımın dışına çıkmak ise sözü edilen işlevsel kullanımların dışında, bu kullanımlara yüklenen anlam ve algılarla ortaya çıkıyor (Çelik, 2013). Örnek vermek gerekirse, bir kullanıcının akıllı telefonun markasına yüklediği anlamlar ya da sosyal medyada oluşturduğu profil ve paylaştıkları aracılığıyla kişiliğiyle ilgili verdiği imaj banal kullanımın dışındadır.

algılarının vs. (ki hiçbir zaman her bireyde aynı biçimde karşılığını bulmaz) bu fetiş unsura boyun eğmesinin kanıtıdır. Tüm bunları yabancılaşma olarak anıyoruz. Benzer şekilde, *meta biçimi*yle karşımıza çıkan akıllı telefonlar ve kullanıcıların o metalarla deneyimlediği, kendi içinde farklı ve hatta çelişkili ilişkiler zincirine bakarak, fetişizme, sömürüye, gündelik hayatın dönüşümüne ve ilişkilerdeki yabancılaşmaya dair de çok şey söylenebilir. Buradan hareketle, elinizdeki çalışma, gündelik olana baktığı kadar, gündelik olanı köklü bir biçimde dönüştüren yapısal dönüşümlere de dikkat çekiyor ve bu yolla, gündelik hayatı “gittikçe daha fazla; iktidar asimetrisi, sınıf ilişkileri veya giderek küreselleşen piyasa güçlerine ilişkin sorular sorulmaksızın, yaratıcılığın ve direnişin sınırları içinde *formalite gereği*” inceleyen (Gardiner, 2016: 24) bir bakışın kapaticılığından kaçınıyor.

Gündelik hayatta “olanla idare etmenin binbir türlü yolu olsa” da (De Certeau, 2009: 103), kapitalist üretim ilişkilerinden kaynaklanan, zihinlerde karşılığını bulan ama zihinler dışında bir yerde de olmayan, yabancılaşmış toplumsal algıların farklılaşan bireysel görünüşleri gündelik rutinlerin her zaman orasında ya da burasında tespit edilebilir. Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde kuramsal olarak etraflıca ele alındığı gibi, teknolojik araçlar insanın kendini gerçekleştirmesinin araçlarıdır, fakat insan ve araç arasındaki bu ilişki belirli koşullarda tersine çevrilir. Elinizdeki çalışmanın esas odak noktası, insana yabancı olan ve gelişimine ket vuran bu ilişkiler alanıdır. Dolayısıyla, tezin esas argümanı açısından konuya yaklaştığımızda, akıllı telefonların sunduğu iletişim olanaklarının çeşitliliğinin insanın kendini gerçekleştirme olanaklarının çeşitliliğine vurgu yaptığı da açıktır.

Şurası da önemle belirtilmelidir ki, bu yaklaşım, teorik olarak bireysel deneyimin çeşitliliği asla yok saymıyor olsa da, yabancılaşma sorununu ele alırken karşımıza çıkan ontolojik bir zorunluluktan dolayı, bireysel deneyimin çeşitliliğini etraflıca ele almıyor. Elinizdeki çalışmanın esas olarak üç ana amacı var. Bunlar, (i)

akıllı telefonların nasıl ve hangi ilişki biçimleri sonucunda insana karşıt araçlara dönüştüklerinin ortaya konulmasını, (ii) Marksist yabancılaşma teorisiyle günümüzü buluşturmayı ve (iii) bu zengin literatüre, daha özeldense bir inceleme nesnesi olarak akıllı telefonu ele alan tartışmalara mütevazı bir katkı yapmayı amaçlıyor. Çalışmanın amacı bu şekilde belirlendiğinde, vurgulandığı gibi, sıradan insanların gündelik rutinlerinde karşımıza çıkan kullanım çeşitliliği özel olarak incelenmiyor ve bu nedenle bireyler arasındaki farklar kimi zaman flulaşan bir alanda kalıyor. Çalışmanın en önemli sınırlılıklarından biri bu olsa gerek.

Öte yandan, yabancılaşma literatürünün diğer varyasyonları da inceleme alanının dışında bırakılıyor. Elinizdeki çalışma, belirlediği somut amaç dâhilinde, Marksist yabancılaşma teorisini ve maddeci diyalektik bakışı, varoluşçu ve fenomenolojik yaklaşımlarla ya da kültürel çalışmalar ekolünde karşımıza çıkan, tüketimin çeşitliliğini öne çıkaran bakışlarla karşılıklı bir okumaya tabi tutmuyor. Bu konu, doğrudan literatüre odaklanan, bambaşka saiklerle yola koyulmuş, daha başka bir çalışmanın amacı olabilir ancak.

Tezin esas amacı dâhilinde, son zamanların önde gelen iletişim araç ve hizmetlerinin üreticisi şirketlerin (*Apple, Samsung, HTC* vb.) küresel ölçekte piyasaya sürdüğü akıllı telefonlar ve bu telefonların çevrimiçi erişimine açık marketlerindeki en çok kullanılan uygulamalar (*Facebook, Twitter, Instagram, Swarm* vb.) araştırmanın sorunsal çerçevesinde ele alınan örneklemin bir kısmını oluşturuyorlar. Akıllı telefonların ve uygulamaların gündelik hayattaki kullanım pratikleri ve kullanıcıların zihinlerinde taşıdıkları anlam dünyası ise araştırmanın sorunsal çerçevesinde ele alınan örneklemin diğer önemli kısmıdır.

Araştırma evreni ise Ankara ve İstanbul'da yaşayan genç ve orta yaşlı, farklı sınıfsal kesimlerden akıllı telefon kullanıcılarıdır. Çalışma, bireyler üzerinden herhangi bir sınıfsal analiz ya da karşılaştırma yapma amacıyla değildir. Zihinlerde ortaya çıkan

ama zihinlerden kaynaklanmayan soyutlamanın bir parçası olarak fetişist yanılsamalar ve gündelik hayatta deneyimlenen yabancılaşmış ilişkiler, kapitalist toplumda yaşayan belirli insanların o ya da bu ölçüde paylaştığı genel bir dünya görüşünün/görünüşünün ifadeleridir. Bu yanılsamaların ve ilişkilerin izi sınıfsal çelişkileri kesen bir düzlemde de ele alınabilir. Yaş ve cinsiyet gibi farklılıklar da, aynı nedenlerden dolayı, elinizdeki çalışmada yürütülen tartışmada özel bir çözümleme birimini temsil etmiyorlar. Dolayısıyla, farklı toplumsal kesimlerden ve sınıflardan olan akıllı telefon kullanıcıları tamamen gönüllülük esasına göre seçildiler: *Twitter*'da paylaştığım görüşme duyurusuna olumlu anlamda geri dönenler, tarafımca tamamen rastlantısal olarak seçilen çalışanlar (örneğin mavi ve beyaz yakalı çalışanlar) ve kartopu örneklem seçim tekniği kapsamında görüşmecilerin önerdiği diğer kullanıcılar, akıllı telefon deneyimlerine derinlemesine görüşme yaparak odaklandığım kullanıcıları oluşturduklar.¹¹

Çalışmada kullanılan esas veri toplama tekniği derinlemesine görüşme ve literatür taramasıdır. Araştırma evreni ve örneklem kapsamında ele alınan soruna dair verilere, esas olarak, akıllı telefon kullanıcılarıyla yarı yapılandırılmış sorular¹² çerçevesinde gerçekleştirilen, Ankara ve İstanbul'da yaşayan 30 görüşmeciyle (16 Erkek, 14 Kadın) yapılan ortalama bir saatten fazla süren derinlemesine görüşmelerle ulaşıldı. Görüşmeler, kullanıcıların kişisel deneyim ve gözlemlerini anlatmasına dönük sohbetlerle gerçekleştirildi, ses kayıt cihazına kaydedildi ve daha sonra deşifre edilerek metinlere dönüştürüldü.

Bu gibi toplumsal sorunları yeni medya ortamını ölçek edinerek çalışmanın çeşitli lojistik zorlukları ve katılımcıyı bilgilendirme güçlüğü etrafında şekillenen etik yüklerine dair önemli tartışmalar var (Binark, 2005: 177-190). Kısaca belirtmek gerekirse, bu sorunları aşmak adına, derinlemesine görüşmeye katılmayı kabul eden her

¹¹ Katılımcılarla ilgili bilgi tablosunu Ek 1'de bulabilirsiniz.

¹² Yarı yapılandırılmış görüşme sorularına Ek 2'de bulabilirsiniz.

bir kullanıcıya “Bilgilendirme ve Rıza Formu”¹³ verilerek, çalışmanın kapsamı hakkında hem yazılı hem de sözlü olarak yeterince bilgilendirilmesi sağlandı. Öte yandan, paylaşımları ekran görüntüsü olarak kullanılan 45 kişi de (ulaşılabilirdiği ölçüde) çalışma konusunda bilgilendirilerek, rızaları alınarak ve paylaşımları tamamen anonimleştirilerek yer verildi. Derinlemesine görüşmeler, kullanıcıların akıllı telefonları ve en çok zaman geçirdikleri uygulamalar üzerinden yapılan sohbetlerle gerçekleştirilirken, ekran görüntüleri ise *Facebook* ve *Twitter* kullanıcılarının çeşitli beyanlarının toplanmasıyla bir araya getirildi.

¹³ Bilgilendirme ve Rıza Formu’nu Ek 3’de bulabilirsiniz.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. YABANCILAŞMIŞ İNSAN

Yabancılaşma sorunu insanı ilgilendirir, insanın kendiyile ve en geniş anlamdaki çevresiyle kurduğu ilişkiyi tahrip eden sorunlar etrafında şekillenir ve çözüm yollarını düşündürür. Yabancılaşma konusu, bu nedenle, insanı insan yapan şeyleri anlama ve ilişkilerini kavrama tartışmasıdır aynı zamanda. Bu tartışmayı Marksist bir perspektiften yürütebilmek için, ilk olarak, Marx'ın insan kavrayışını ve bu kavrayışın düşünsel kaynaklarını anlamaya ihtiyacımız var.

Hem Marksist yabancılaşma kavrayışını ve nasıl ortaya çıktığını anlamak hem de Hegel ve Marx arasındaki farklara geçmeden önce, her iki düşünürde ortak olan ve bu çalışmanın da ana eksenini oluşturacak olan tartışma konusunun önemli bir yüzüne değinmekte fayda var. Acaba, sözünü ettiğim bu düşünürler nasıl bir insan kavrayışına sahiptirler? Hangi durumda insanın yabancılaşmadan sıyrılarak kendini gerçekleştirebilmesinin olanaklı olduğunu düşünürler? Kendini gerçekleştirmek ne demektir? Pek tabii, tüm bunların akıllı telefonlarla ilgisi nedir?

1. 1 İNSANIN KENDİNİ GERÇEKLEŞTİRMESİ NE DEMEKTİR?

Bu başlıkta literatüre dair temel soruları cevaplandırmaya çalışacağım. Bu yolla, yabancılaşma derken ne anlamamız gerektiğini ve bu sorun içinde akıllı telefonların nasıl ele alınması gerektiğini netleştirmeye çalışacağım. Yabancılaşmanın, insan etkinliğinin kendisi dışında başka birinin ya da başka bir şeyin kontrolü altında olması ve insanın kendi özgür etkinliği üzerindeki kontrol kaybı olarak tanımlandığı vurgulanmıştı. Bunun tersi olan yabancılaşmama durumu ise insanın kendini öz etkinliğiyle gerçekleştirebilmesi demektir. Doğrudan ifade edersek, Hegel’de burjuva devrimi,¹⁴ Marx’ta komünizm insanın kendini gerçekleştirebilme koşullarını ifade eder. Ancak bu başlıkta, insanın kendi öz etkinliği derken bundan ne anlamamız gerektiğine, bu etkinlik üzerindeki kontrolü nasıl kaybettiğine ve kendini gerçekleştirmesinin olanaklarını tekrar nasıl yaratabileceğine dönük, bir başka ifadeyle, Hegel ve Marx’a göre, insanı insan yapan esas etkinliğin ne olduğunu anlamaya dönük bir tartışma yürütülecek. Akıllı telefonlar ve insan arasındaki ilişki ancak bu tartışmayla beraber hakkıyla ele alınabilir ve bu tartışmanın sınırları belirlendiği ölçüde yol alınabilir.

1.1.1 Hegel: Özne-Nesne Özdeşliği ve Mutsuzluk

Hegel’in insan kavrayışı, günümüzdeki insanı ve onun akıllı telefonlarla olan ilişkisini anlamaya çalışırken oldukça verimli bir kuramsal zemin sunar. Üstelik, bu kavrayışın pek çok yönü ve yöntemi, yalnızca Hegel’le sınırlı kalmamış, kendisinden sonra gelen Marx ve Engels’in düşüncesini de derinden etkilemiş ve bu düşünürlerin verdiği yeni biçimle çok daha verimli bir boyut kazanmıştır. İnsanı diyalektik olarak kavramak şeklinde de anabileceğimiz bu yaklaşım, insanı insan yapan temel niteliklerinin netleşmesinde ve dolayısıyla yabancılaşma sorununun sınırlarının

¹⁴ Hegel insan özgürlüğünün koşullarını ortaya koyarken burjuva devrimi ve liberal insanı tarif eder (Matarrase, 2007: 171). Hegel’in kendi çağında nasıl düşündüğü ve burjuva toplumunu ele alış tarzı için bk: (Wood, 2013: 400).

belirlenmesinde kritik öneme sahiptir. Bu netleşmeyi sağlamak, insan ve akıllı telefonlar arasındaki ilişkiyi yabancılaşma sorunu çerçevesinde ele almanın ilk koşuludur.

Hegel’de insan, aktif, kendini ve dünyayı yeniden yaratan, kendini ve çevresini aşan, özgürlüğü hedefleyen, evrensel olarak bilinip tanınan, bunun bilincinde olan ve tüm bunları başarabildiği ölçüde insan olandır. Kendini ve çevresini olumsuzlayıp aşamayan, kendini ve dünyayı yeniden yaratmaktan, özgürlüğe ulaşmaktan alıkonulan insan ise mutsuz ve yabancılaşmış insandır. Yabancılaşmış insan, kendi etkinliğine kendi yön veremez, tıkanmıştır, sıkılmıştır ve dolayısıyla bir başka şey ya da insanın denetimi altındadır.

Kojeve (2012), Hegel’in insan kavrayışını inşa edilen bir yapıyla kurduğu analogiyle anlatır. Tarih büyük bir yapıysa, insan o yapıyı oluşturan tuğladır, fakat insanın tarihsel süreç içinde duvardaki herhangi bir tuğla gibi edilgen bir rolü bulunmaz: “Tümel tarih, bir yapının kurulmasıyla karşılaştırılmak isteniyorsa, önce, insanların, sadece, yapının kurulmasında kullanılan tuğlalar olmadıklarını, ama bu yapıyı kuran (inşa eden) duvarcılar ve planını tasarımılayan mimarlar da olduklarını ve planın zaten, yapı kurulurken adım adım işlenip ortaya konduğunu söylemek gerekir” (Kojeve, 2012: 35). Bu analoginin önemi şuradadır: İnsan kendi tarihini tasarlayıp inşa ederken, önceden verili bir bilgiye sahip değildir ya da bilinen birtakım şeyleri bilgiççe hayata geçirmez. O tasarımlar, tarih içinde ortaya çıkar. Bu nedenle, insan, tüm tarihi yaratan ve bunu yaparken kendini yarattığı tasarımla dönüştürür: “Tıpkı duvarcı-insan ve mimar-insan gibi tuğla-insan da, yapının kurulması boyunca değişime uğrar” (2012: 35-36). İnsanın değişime uğraması ise kendi yarattığı tasarımla daima ilişki içinde olmasından kaynaklanır ve bu onun temel insani etkinliğini bize gösterir: “...insan, tarihsel yapının malzemesi, yapı ustası ve mimarı değildir sadece. Aynı zamanda, bu

yapının kendisi için yapılmış olduğu kişidir: Bu yapıda yaşar, onu görür ve kavrar, betimler ve eleştirir” (2012: 36).

Hegel’de insan, kendi nesnel etkinliğiyle kurduğu yapının ve kendinin ne olduğuna dair, nesnel dünyayla güçlü bağları olan zihinsel tasarımlara sahiptir. Bu tasarımlar insanların doğal varlıklarının (fizyolojik varlıklarının) dışında, kendilerinin ne olduklarına ve ne yaptıklarına ilişkin ifadeler, görüşler, hissedişler bütünüdür. Diğer bir ifadeyle, bu bütünlük insanın *tinini* (geist/spirit/ruh) meydana getirir. Hegel tinden bahsederken, insanların ortaya çıkardığı ama yine onları etkileyen, etkinliklerine yön veren her Şeyden bahseder, fakat doğrudan doğaüstü bir Şeyden bahsetmez (Matarrese, 2007: 179). “Birbirlerimize baktığımızda biz gerçekte tinlerimizi görürüz...” (Eroğul, 2014: 38), çünkü insanı insan yapan Şeyin ardında en geniş toplumsal örüntüler alanı vardır. Bir insan diğer bir insana baktığında, yani onu tanıdığında veya onla bir ilişki kurduğunda, o insanın ve kendisinin toplumsallık içindeki oluşunu ve taşıdığı tüm anlamlar dünyasını görür. İnsanlar arasındaki en geniş ilişkiler alanının, anlama dair zeminidir tin denilen Şey. Sözü edilen bu en geniş alanda kültüre ait her Şey bulunur: Bilinç, duygular, edimler, dil, sanat, iletişim, cinsellik ve *tinsel yaralar* bunlardan bazılarıdır. Kısacası, insanı, hayvandan farklı olarak, türsel insan yapan her Şey. Cem Eroğul, *Birey Nedir?* (2014) adlı eserinde insanı insan yapan toplumsal niteliğini, diğer bir ifadeyle tinini etraflıca ele almıştır. Ancak Hegel’de tin kavramı Şimdiye kadar bahsedilenlerden ibaret değildir ve tinin doğaüstü olmayan niteliği de –her ne kadar Hegel’in böyle bir iddiası olmasa da- bir o kadar tartışmalıdır.

Bireysel düzeyde tinin karşılığı insanın kendini *kendi olarak* bilmesinden kaynaklanır. Toplumsal düzeydeki tin ise, benlik duygusu ancak öteki insanlarla ilişki içinde var olabileceği için, kendini kendi olarak bilen insanın diğer insanlarla birlik duygusunu geliştirmesinde karşılığını bulur. “nk insan, ancak birey olarak türünün yesi olabilir” (2014: 73). Dolayısıyla tin dediğimiz Şeyi bireysel ve toplumsal olarak

ayrı ayrı düşünmek çok doğru değildir. Tinin bireysel karşılığı ne ise toplumsal karşılığı da odur.

Tin, tarihi oluşturan ve sürdüren, kendinden türeyen ve nihayetinde “*kendini tin olarak tanıyan tin*” olarak insanın bilinç etkinliğinin ta kendisi ve Hegel’in hem hareket noktası hem de vardığı yerdir (Callinicos, 2011: 75). Her şey tinden türer ve yine tine varır. Tin bu nedenle tözsel olandır ve doğaüstü bir nitelik kazanır. Bununla da sınırlı kalmaz: “Tin’in tözü, özü özgürlüktür” ve dünya tarihi tinin özgürlüğünü gerçekleştirme tarihidir (Hegel, 2010: 20-21). Hegel özgürlükten insan bilincinin ona ket vuran çeşitli bağımlılıklardan kurtulmasını ve bu yolla, tam anlamıyla kendini gerçekleştirmesini anlıyor. “Çünkü bağımlı olduğum zaman kendimi bir başkasıyla bağıntılarım ki, o değildir; dışsal bir şey olmaksızın olamam; eğer kendi kendimlesem, özgürümdür” (2010: 20). Burada bir çelişki varmış gibi görünebilir. İnsan hem dışsal bir şey olmaksızın var olamaz, o kendini ancak o dışsallıkta ifade edebilir; hem de bağımlı olduğu zaman kendisi olamaz, kendini bağımlılıktan kurtarıp özgürleştirmesi gerekir. İnsan nesnesi yoluyla kendini var eder, ancak o nesneyle bağımlılık ilişkisi geliştirmesi durumunda kendiyle çelişkiye düşer.

Bu çelişkili varlık, insanı insan yapan sürece işaret eder ve bu ilişki görüldüğü kadar basit değildir. Önce bu özne-nesne ilişkisini, daha sonra da buradan hareketle insan ve akıllı telefonlar arasındaki ilişkiyi değerlendirmek gerekir. Bu “bıçak sırtı” nesneleşme ilişkisi, Hegel’in yabancılaşma sorununu ele alma tarzını anlamak açısından önemlidir.

Hegel, insanın bilme etkinliğini ve kendinin bilincine ulaşma sürecini bilincin kendisine nesneleşmesi ve özbilince (“ ‘dünya’ ile kavramsal özdeşliğinin ayırıcında olan” bilinç durumu da diyebiliriz [Harris, 2013a: 162]) ulaşma süreci olarak görür: “Bilinç sadece deneyiminde olanı bilir ve kavrar; çünkü deneyimde olan tinsel tözden

başka bir şey değildir...” (Hegel, 1977: 21).¹⁵ İnsan, kendini kendi olarak bilen varlık olarak hem kendinin bilgisine ve hem de bildiği şeye sahiptir. Bir başka ifadeyle, insanın kendini kendi olarak bilmesinin koşulu, kendiyi mesafelenmesi ve dünyanın bilgisine sahip olmasıdır. Diğer bir ifadeyle, insan, nesnel olarak deneyimler ve deneyimi tininin içeriği olarak bilinen şey haline gelir. Dolayısıyla, duyuşal olarak deneyimledikleri aracılığıyla bilgi edinmeye başlayan insanın “duyu-bilinci” bir ters-yüz edilmeye maruz kalır. Bilme süreci sonrasında zihinlerde ortaya çıkan “hakiki varlık” bir dolayım değildir ve o zihin tarafından algılanan “öz olarak” kabul edilir (Harris, 2013a: 164-166). Demek ki, Hegel’e göre insan, duyuşal yolla deneyimlediği dış dünya ile zihni arasında kurduğu bir köprü, aracı bir bağ yoluyla öğrenir ve onun için “gerçek”, zihninde kurduğu bu dolayımın bir sonucudur. Varlığın hakikatine ve onun özüne ait bilgimiz, edimlerimiz sonucunda bilincimizde karşılığını bulduğu ölçüde, bu şekilde kavrandığı haliyle yer alır.

Daha da önemlisi, bu dolayımın sonucunda kavranan şey, Hegel’e göre, tinin kendisi için kavranan ve dolayımın şeyidir. Özbilinç bu hareketin sonucudur. İnsan bilme edimi yoluyla kendi kendisini nesneleştirir: “...bu, bilincin kendisinin nesnesi olarak da böyledir. Ama Tin nesneye dönüşür, çünkü bu Tin’in kendine bir başkası olma hareketidir...” (Hegel, 1977: 21).¹⁶

İnsanın deneyimledikleri aracılığıyla kendinin bilincine ulaşması ve kendinin bilinciyle bir nesnellik ilişkisi içinde olması -kendisine başkası olması da diyebiliriz- insanla hayvanı ayıran en önemli farklılığın ortaya çıkması demektir: “Hayvan, doğal, maddesel bir varlık olarak kendisini gerçekten aşamaz, kendisiyle arasına gerekli mesafeyi koyarak kendinden söz edemez, kendini açıklayamaz ve bu yolla bir özbilinç

¹⁵*Phenomenology of Spirit* kaynaklı alıntılarını çevirisinde Oxford University Press’in 1977 basımlı İngilizce çevirisini dikkate aldım. Ancak Türkçe’ye aktarırken Aziz Yardımlı’nın (*Tinin Görüngübilimi*, 2011) çevirisinden geniş ölçüde yararlandım.

¹⁶Açmak gerekirse, insan deneyimledikleri yoluyla kendinin bilincine ulaşır ve kendinin bilinci ona nesneleşmiş, bir başka şey olarak görünür. Bu sayede, toplumsal yapıda yaşayan, onu gören, kavrayan, betimleyen ve eleştiren olabilmek için ilk koşulu yerine getirmiş olur. İnsanın kendi nesnel etkinliği yoluyla edindiği bilinç ve bu bilinç aracılığıyla kurduğu tasarımlar, yani tını, onun kendiyi mesafelenmesinin ve onun tür olarak insan oluşunun ilk koşuluna işaret eder.

olamaz” (Bumin, 1998: 25). Hayvanı hayvan yapan kendine mesafesiz etkinliğidir. “Hayvan ancak *Selbst-gefühl*’e, yani kendinin duygusuna (Kendini-duyuşa) ulaşabilir ama *Selbst-bewusstsein*’e, Kendininbilincine ulaşamaz; yani kendisinden söz edemez, ‘Ben..’ diyemez” (Kojeve, 2012: 43).

Yabancılaşma sorununun Hegel açısından ortaya çıktığı yer burasıdır. İnsan hayvandan, temel olarak, yukarıda özetlenen ve özbilincin ortaya çıkışıyla sonuçlanan hareket nedeniyle ayrılır. İnsanın edindiği kendilik bilinci ve bu bilinçle arasındaki mesafelenme/dışsallaşma yabancılaşma olarak ortaya çıkar. Bir başka ifadeyle, yabancılaşma sorununun insanın tür olarak insan olmasıyla yakın bir ilişkisi vardır.

Ancak Hegel açısından hikâye burada noktalanmaz. O, yabancılaşmayı ortadan kaldıracak harekete, yani onu aşacak bilinç etkinliğine de işaret eder, bu etkinlik:

...Tin’in... *kendisinin* nesnesine dönüşme ve bu başkalığı ortadan kaldırma girişimidir. Ve deneyim tam da bu harekete verdiğimiz addır, şu an dolaysız olan, deneyimlenmemiş, yani soyut olan, ister duyuşsal varlığın (fakat hala kavranmamış) ister salt düşünsel yalının soyutu olsun, kendine yabancılaşır ve sonra bu yabancılaşmadan kendine geri döner ve böylelikle şimdi ilk defa edimselliği ve gerçekliği içinde ortaya çıkar ve aynı zamanda da bilince ait olur (Hegel, 1977: 21).

Hegel’e göre, yabancılaşmayı ortaya çıkaran ve deneyime dayanan, bilincin kendine nesneleşme hareketi, yine kendi etkinliği içinde yabancılaşmayı ortadan kaldırarak “kendine dönecek” hareketi de içinde taşır. Bu tefekkür ve sözü edilen hareket, yine bilince aittir ve bunun sonucunda yine onun bir parçası olur. Çelişkileriyle yol alan insan, en sonunda “kendine dönerek” kendini gerçekleştirebilmiş sayılabilir ancak.

Bu kavrayış, nesneleşme/dışsallaşmanın sona ermesi ve “özne-nesne özdeşliği”nin bir ifadesi olarak, aynı zamanda, Hegel’in idealist felsefesinin doruk noktasıdır: Özne-nesne özdeşliği, bir başka ifadeyle, nesnenin (dış dünyanın) öznenin bilincinde olduğu kadar olması ve aslolanın bu bilinç etkinliğinden ibaret olmasıdır. Tinin bu tözsel kurgulanışı “idealizt gizemleştirme”nin ta kendisidir. Gerçeklik töz olarak değil özne olarak kavranır, fakat özne tözselleşmiştir (Lukács, 2013a: 59). Özne-

nesne özdeşliği, bu iki öge arasındaki ilişkiyi tersine çevirir. Bu gizemlileştirmeye göre doğa da tarih de insanının bilinç etkinliği dışında var olmaz. Her şey tinin kendi serüveni içinde anlamını bulur, tin “kendini bulur”, “mutlak”a dönüşür ve bu felsefe “tarihin mutlak özneye bütünleşmesini” ve “zamanın ortadan kaldırılmasını ima eder” (Lukács, 2013b: 216-220, 224).¹⁷ Bu yaklaşımın yabancılaşmış niteliği bir yana, böyle bir özne-nesne özdeşliğinin yabancılaşma sorunu açısından doğurduğu soruna birazdan ele alacağım. Bu bakışa göre, Hegel’in deyimiyle, “şeyliği oluşturan, özbilincin dışlaşmasıdır” (Lukács, 2013a: 59). Ancak öncesinde, idealist de olsa, Hegel diyalektiğinin bu konu çerçevesinde ortaya koyduklarına değinmek istiyorum.

Sözü edilen bilinç etkinliği tamamlanmazsa, insan “...içinde yaşadığı dünyayı kendi eyleminin ürünü olarak görmedikçe kendi tümelliğini (evrenselliğini, insan olmaklığını) tözselleştirerek bağımsız bir varlık olarak tasarlayacak ve kendi gerçek dünyasının ötesine yansıtacaktır” (Bumin, 1998: 7). İnsan dünyayla kurduğu ilişkide, tabiri caizse, tüm iplerin elinde olduğunu hissetmelidir. Hatta böyle hissetmesi yetmez, gerçekten ipleri eline almış olmalıdır. Aksi takdirde, tümelliğini yaşayamaz ve özgür olamaz. Kendi etkinliğinin kaynağını kendi dışında bir yerlerde arar, kendi öz etkinliği dışında bir şeye kaptırır kendini.

İnsan durağan bir varlık değildir. Kendinin bilincine sahip bir varlık olarak tarihseldir ve eylemle verili olanı (hem çevresini hem de kendi bilincini) değiştirir. Ancak insan kendinin bilincine ya da özbilince kendiliğinden sahip olmaz. İnsanın kendinin bilincine ulaşmasını sağlayan en önemli etken, Hegel’e göre, *istektir*. Örneğin, insan karnı acıktığı an ve karnını doyurmak zorunda olduğunu fark ettiği an o isteğe nail olur ve kendi varlığının koşulları içinde “dalıp gitme” ya da “seyretme” olarak ifade edilen durumdan uzaklaşır. Bir başka deyişle, insan, edilgin ve “varlığını açığa-

¹⁷ Çünkü, Hegel’in sözleriyle, “Bir felsefe sisteminin temel-ilkesi onun sonucudur” (Hegel, 2010: 59). Marx’a göre, Hegel felsefesindeki tinin bu mutlak niteliği yabancılaşma sorununun bizzat kendisini örnekler. Öznenin özne olmayan nesnel dünyayla olan ilişkisini kuran idealist düşünme biçimi “mutlağın narsisizmi”ne dönüşür (Jameson, 2016: 37, 151).

vurmakla yetinen seyredişle” değil, “verilmiş varlığı dönüşüme uğratan eylem”le kendinin bilincine sahip olur. İnsan, bir olumsuzlamadır, var olan, verili koşulları değiştirir. Kendi olumlu ve edilgin varlığını, istek yoluyla harekete geçerek olumsuzlar ve dönüştürür (1998: 41-42). Çünkü insan “...olup bitmiş bir varlık, kendisiyle ebedi ve ezeli olarak özdeş olan ve kendisine yeten bir Varlık” değildir, “insan değişip-oluşmuş olduğu şey ölçüsünde ne ise o şeydir ancak; İnsanın Hakiki Varlığı (*Sein*), Değişme ve Oluşmadır (*Werden*) ve Zamandır, Tarihtir...” (1998: 42). İstek ile insanın tarih içinde “ne ise o şey” olması arasında diyalektik bir ilişki vardır. İnsanın isteği “...onun bütün belirliliğini oluşturur ve ondan ayırlamazdır; o ne ise onun yoluyla odur. Çünkü birey *orada* olandır, ve *orada olan* genel olarak insan değil –çünkü bu varolamaz-, ama belirli bir insandır” (Hegel, 2010: 25). Demek ki, oluş içindeki insan, tarihte ne ise odur ve onun ne olduğu, isteği, yani eylemiyle özdeşir.

Ancak “özbilinç kendinde ve kendi için ve bir başkası için var olması yoluyla, yani tanınan bir şey olarak vardır...” ve insanlar "karşılıklı olarak birbirlerini tanıyarak kendilerini tanırlar” (Hegel, 1977: 111-112). Bu tanınma ihtiyacı nedeniyle “...insan tekinin hakikat olarak kabul ettiği bir şeyin (kendisinin bir özbilinç, bir insan olduğunun) öznel bir kanı olmaktan çıkıp, tam anlamıyla bir hakikat olması için, diğer özbilinçler tarafından bilinmesi, kabul edilmesi gerekir” (Bumin, 1998: 14).

Bilinip-tanınmanın arkasında yatan istek ise insanın “kendisinin hakiki amacının özgür olmak olduğunu” keşfetmesinde gizlidir. Bir kere daha hatırlarsak “tinin tözü, özü özgürlüktür” (Hegel, 2010: 20). “İşte, bunun uğruna kendi öz bedenini bile feda edebilecek bir alet statüsüne indirgemeyi deneyecek ve de kendi yaşamının basit bir alete indirgenemeyecek ‘bağımsız bir varlık’ olduğu sonucuna ulaşacaktır” (Harris, 2013b: 177). Bu mücadeleyi Hegel, köle ve efendi arasındaki ilişkiyle anlatır ve yabancılaşmayı ortaya çıkararak deneyime dayanan bilincin kendine nesneleşmesini, yine kendi etkinliği içinde yabancılaşmayı ortadan kaldırarak “kendine dönecek” hareketi

betimler. Efendi ve köle arasında cereyan eden ve birinin yenilgiyle diğersinin zaferle çıktığı mücadelenin sonuçları ne olursa olsun, efendi de köle de karşılıklı olarak tanınmış olur. Ancak insanların birbirlerini karşılıklı olarak tanınması insanın kendini gerçekleştirme açısından yeterli değildir. Daha önce de vurguladığım gibi, Hegel'e göre insanın kendini gerçekleştirmesinin en önemli koşulu tümelliğini özgürce deneyimlemesi ve kavramasıdır. Ancak bu yeni durum, öte yandan da, tarihin akışını yönlendiren yeni olanakları beraberinde getirir. "Köle, efendisinde, insan olarak kendi özü olduğunu bildiği özgürlüğü görür" (2013b: 181) ve köle, efendi karşısından kendini var etmek için çalışmak (*arbeiten/working*) zorundadır. Ancak insan isteğinin peşinden gitmekten alıkonulmuştur. Dolayısıyla, zorunlu da olsa çalışmak "verili olan bir varlığı, bir ideye bağlı olarak (bir tasarıya göre) olumsuzlamakta, dönüştürmektedir. Bu nedenle onun eylemi insanca bir eylem olmakta, hem doğayı hem de kendisini insan kılıcı bir etkinlik olmaktadır" (Bumin, 1998: 47).

Köle ve efendi arasındaki uzun mücadelede köle, efendinin savaş yoluyla elde ettiği deneyimi çalışarak elde etme olanağına sahiptir. Bununla beraber, daha da önemlisi, köleleştirilerek kazanılan deneyimle çalışarak kazanılan deneyim arasında niteliksel bir fark ortaya çıkmıştır. Köle çalışma yoluyla kendini yeniden keşfeder ve "kendi kafasını kazanır" (Hegel, 1977: 119). Köle bu olumsuzlayıcı eylemiyle kendi kafasını kazandığı zaman özgürleşir ve aynı zamanda efendiyi de kendi bağlarından kurtarmış olur. Çünkü Hegel'e göre efendi de kendi tutkularının kölesidir ve köleliğin kalkması efendinin de özgürleşmesi anlamına gelir (Burns, 2006: 96). Köle, efendiye karşı verdiği mücadelede, onun zorunu çalışma yoluyla ortadan kaldırıp kendi hafızasını kazandığında efendinin kendi varlığını da olumsuzlamış olur. Ancak çalışma, köle için, özgürleşene kadar zorunlu çalışmadır ve efendinin isteği doğrultusunda gerçekleşir. Hegel *Tinin Görüngübilimi*'nin 190. pasajında ve devamında (1977: 115-119) efendi ve köle arasındaki bu ilişkiyi özetler: Efendi, kölenin bilinciyle kurduğu dolaylı bağlantıyla

varlığını sürdürür –ki bu nedenle *kendi-için* bilinçtir. Ancak köle, çalışma etkinliğiyle “kendi kafasını kazanır” ve *kendi-için* bilince ulaşır. Tüm bireyler *kendi-için* bilinç seviyesine eriştiklerinde özgürlük ve kendine gerçekleştirme süreci tamamlanmış demektir.

Hegel, tümelliğine kavuşamayan ve özgürlüğünü yaşayamayan bilinci *mutsuz bilinç* olarak tanımlar ve mutsuz bilinç çelişmelidir, ikiye bölünmüştür: “...daha önce iki birey arasında efendi ve köle olarak bölünen ikileniş şimdi birde toplanır. Özbilincin kendi içindeki ikilenişi ki Tin kavramı için esas olandır, böylece burada önümüzde ama henüz birliği içinde değildir: Mutsuz Bilinç ikili karakterli ve çelişmeli bir özbilinçtir” (Hegel, 1977: 126). Köle ve efendideki karşıtlık mutsuz bilincin bir hali olduğu gibi, bilincin kendi içindeki bölünmüşlüğü de mutsuz bilincin diğer bir halidir. Mutsuz bilinç, esas olarak, mevcut durumu olumsuzlayarak aşamayan, *kendi için* eyleyemeyen bilinçtir. Bir başka ifadeyle, değişim ve dönüşüm içindeki, bir eylem hali olan insanın, bu niteliklerinin elinden alındığı bilinç durumuna karşılık gelir: “...seviyesizleşmektir, alılaşmaktır. Ve bu metafizik hakikat, sıkılma fenomeniyle açığa-vurur kendini: -eşya gibi, hayvan gibi, melek gibi- kendisiyle özdeşlik içinde kalan, olumsuzlamayan, kendini olumsuzlamayan, yani eylemde bulunmayan insan, sıkılır. Ve sadece insan sıkılabilir” (Kojève, 2012: 60).

Mutsuz bilinç, sıkılmanın daha da ötesinde, bir ideolojidir. Hegel, Yahudi-Hıristiyan düşüncesini mutsuz bilincin tarihsel bir türü olarak örneklemiştir. Köle, Yahudi-Hıristiyan dünyasında köle olduğunun bilincindedir, ancak bunu meşrulaştıran bir ideolojiyle kuşatılmıştır. Dinler efendi ve köle arasındaki çelişkiyi reddetmez, ancak dini ideoloji içinde, köle, efendiyle aynı konumda olmasının öteki dünyada mümkün olacağını düşünür. Çelişki vardır, köle de efendi de bunun farkındadır ama köle bu dünyayı olumsuzlayarak kendini ve efendiyi aşacak eylemden mahrum bırakılmıştır.

Fakat, efendi-köle ilişkisi öteki dünyada da ortadan kalkmaz. İnsanlar öteki dünyada kölelikte eşitlenirler, oranın efendisi Tanrıdır (Bumin, 1998: 57).

Kısacası, dini ideoloji ve diğer ideolojiler –birer “yanlış tanıma” ve mutsuzluk kaynağı olarak- insanın eyleme geçerek, kendini ve çevresini olumsuzlayacak etkinliğinin önüne dikilen tasarımlardır. Bu nitelikleri nedeniyle, mutsuz bilincin birer görünümüdürler. Hegel’e göre, mutluluk, insanın kendini karakteri, istek ve özencine uygun bulmasıdır. İnsanın öznel isteğiyle nesnel isteği arasında bir özdeşlik olmalıdır. Tikelliğini ve tümelliğini gerçekleştirecek uyumu hissetmelidir (Hegel, 2010: 27, 35).

Sonuçta, Hegel’in insan kavrayışı, günümüzdeki insanı ve onun akıllı telefonlarla olan ilişkisini anlamaya çalışırken bize önemli bir teorik çerçeve sunar. İnsan bir olumsuzlamadır. Eylemiyle çevresini olumsuzlayarak aşar ve bu yolla kendini de dönüştürür, yeni bir insan olarak tekrar yaratır. Bu öz etkinliği elinden alınan, kendini ve çevresini olumsuzlayıp aşamayan insan ise mutsuz ve yabancılaşmış insandır. Kendi etkinliğine yön veremez, ipler elinden alınmıştır, tıkanmıştır, sıkılmıştır ve dolayısıyla bir başka şey ya da insanın denetimi altındadır.

Lukács’a göre (2013b), Hegel idealizmi yabancılaşma sorununu tartışması ve bir cevap sunmaya çalışması açısından son derece değerli bir katkıyı temsil etmekle beraber, yabancılaşmayı bir bilinç/tin hareketinden ibaret görmesi ve oraya hapsetmesi açısından da sorunlu ve yetersizdir. Hegel’de nesneleşme/dışsallaşma süreci pek çok doğruyla beraber ciddi sorunları beraberinde taşır ve insanın gerçek nesnel etkinliğiyle ona karşıt olan nesneleşme arasında belirgin bir ayrım bulunmaz. Hegel’in nesneleşme/dışsallaşma üzerine ortaya attıkları, tarihin insanların bir ürünü olduğunu vurgulanması ve tarihin diyalektik evrimini, insan ve toplum arasındaki ilişkiyi ve insanın çelişkilerini ortaya koyması açısından olağanüstüyken, bu anlama tamamen zıt, Marx’ın *Kapital*’de fetişizm sorunu olarak çözümlendiği, insanların genel kapitalist etkinliğini, onların öz etkinliği olarak olumlayacak bir yere varan bir karmaşa içinde

kullanmasıyla sorunludur (2013b: 217). Hegel, hem “iktisadi teoride temel bir eğitime sahip olmaması” hem de diyalektik yönteminin idealist karakteri nedeniyle, “nesnelliğin kapitalizme özgü fetiş-formları olan birçok şeyi, toplumsal çalışmanın ve genel anlamda insani praksisin ürünleri olarak görür –ya da tersi” (2013b: 217). Kölenin çalışma yoluyla *kendi-için* insan olabilmesi buna örnektir. Hegel, nesneleşme ve yabancılaşma sürecinin “yaşamın temel bir olgusu olduğunu” görebildi, oysa Marx’a göre, nesneleşme ve yabancılaşma süreci kapitalist toplumsal ilişkiler bütünü içerisinde, en iyi biçimde, somut insandan yola çıkılarak anlaşılabilir (2013b: 228).

Bölümün başında söz ettiğim “bıçak sırtı” nesneleşme sözü edilen bağlamda karşılığını bulur. Bu ilişki insanın kendini yaratma süreci ve tabii, en sonunda eline aldığı bir nesne olarak akıllı telefonlarla ilişkisi hakkında önemli bir kapı aralar. İnsanın kendini var etmesinin karşılığı olarak dışsallaşmayı yok saymak imkânsızdır. Lukács, *Tarih ve Sınıf Bilinci*'nin 1967 yılındaki baskısına önsözünde bunu açıkça vurgular (2014: 30): “...nesneleşme toplumdaki insan yaşamından gerçekten de söküp atılamayacak bir fenomendir. Örneğin bir nesneyi pratikte (en başta çalışırken) dışlaştırdığımız her seferinde onu nesneleştirmiş oluyoruz. Kısacası, dil dâhil, insanın kendini her ‘dışa vuruşu’ (*expression*) insanın düşünce ve duygularını nesneleştiriyor.” İnsan, ilk olarak, fiziksel yapısı itibariyle kendini nesneyle var etmeye ve faaliyetlerini nesneleştirmeye mecbur kalmıştır. Sorun bu aşamadaki nesneleşmede değildir. Nesneleşme kendi başına olumlu ya da olumsuz bir şey değildir: “Ancak toplumdaki nesneleşmiş biçimler, insanın doğasını kendi varlık-olgusuyla (*Sein*) uyumsuz duruma sokan işlevleri üstlendikleri, insanın doğasını toplumun varlığına vasıta ederek boyunduruk altına soktukları, yozlaştırıp soysuzlaştırdıkları zaman, yabancılaşmanın ancak o zaman nesnel toplumsal bir hale geldiğinden söz edebiliriz” (2014: 30).

Tüm bu tartışmadan sonra, insanlar ve akıllı telefonlar arasındaki ilişkiyi bir daha düşünmek gerekir. Günümüz koşullarında, akıllı telefonlar insanın kendini ve

çevresini olumsuzlayıp dönüştürmesine yarayan işlevlerden uzaklaşıp, tam tersine, ilgi alanlarını körelten, bizzat mutsuzluk kaynağına dönüşen, tembelleştiren, alıklaştıran ve eylemde olmasını değil, seyreden olmasını sağlayan aletlere dönüşürken o “bıçak sırtı” nesneleşme görünümünün olumsuz yanını sergilemiyorlar mı? Nesnenin insanın kendini ve çevresini olumsuzlayıp aşmasının aracı, sınırlılıklarından kurtulmanın ve ona ket vuran ilişkilerin olumsuzlayıcı olması gerekiyorsa, akıllı telefonların insanların hayatında, kendi özgür ve üretici etkinliklerinde bir araç olarak yer alması gerektiğini söyleyebiliriz. Nesneleşmenin, tam tersi bir işlev gördüğü, yani insanın kendini gerçekleştirme olanağına ket vuran bir niteliğe büründüğü durumlarda, insan ve nesne arasında, bir sorun olarak, insana yabancı bir ilişki biçimi olarak ortaya çıktığı açıktır artık. İnsanlar ve akıllı telefonlar arasındaki sorunlu ilişkinin görünür olduğu yer de burasıdır. Elbette akıllı telefonların kendilerinin bu olumsuz niteliklere haiz olduğunu iddia etmek anlamsızdır, sorunun düğümlendiği yer, en geniş toplumsal ilişki alanıdır.

Yukarıda gördüğümüz gibi, insanın başka insanlarla kurduğu ilişki de olumsuz anlamda nesneleşebilir. Hatta insanlar arasındaki ilişkinin olumsuz anlamda nesneleşmesinin insan ve nesne arasındaki olumsuz nesneleşmenin kökeni olduğunu söyleyebiliriz. Dolayısıyla, nesneleşmenin bir sorun olarak, insanlar arasında ve dolayısıyla insan ve nesne arasında yabancılaşmaya/şeyleşmeye dönüştüğü aşamanın somut koşullarına bakmamız gerekiyor. Görüngünün kazandığı gizi ortadan kaldırmak adına, insanların en somut toplumsal yaşam koşullarını ele almamız gerekiyor. Bu somut koşullar, Lukács’ın vurguladığı anlamda, “insan doğasının toplumun varlığına vasıta edilerek boyunduruk altına sokulması”nın koşullarıdır.

Buraya kadar, Marx ve Engels’in insan kavrayışına yön veren Hegel felsefesinin –idealist de olsa- insan kavrayışının insan ve akıllı telefonlar arasındaki ilişkiyi anlamamıza olanak veren yanlarına ve kısıtlarına değinildi. Sıradaki başlıkta ise nesneleşmenin yabancılaşmaya ve şeyleşmeye dönüştüğü toplumsal koşullara

Marksizmin perspektifinden odaklanılacak. Böylece, Hegel'in idealist diyalektiğinden farklı olarak, Marx'ın maddeci diyalektiğinin bize sunduğu birikim ışığında, insanın ne olduğu ve kendini gerçekleştirmesinin ne demek olduğu soruları daha somut bir biçimde ele alınacaktır.

1.1.2 Marx: Kapitalist Toplumdaki İnsan ve Mutluluk

Marksist düşüncenin ortaya çıkmasında ve Marx'ın Hegel eleştirilerinin olgunlaşmasında “Genç Hegelciler” ya da “Sol Hegelciler” olarak bilinen ekolün içindeki tartışmalar kritik önemdedir. Marx ve Engels, sol Hegelcilerle yaptığı tartışmalarla hem Hegel eleştirilerini hem de kendi yaklaşımlarının ana çerçevesini inşa etmişlerdir.¹⁸ İlerleyen yıllarda çalışmalarının seyri farklı vurgu özellikleri kazansa da, Genç Hegelcilerin “ortak noktaları Hegelci diyalektiği Mutlak'tan ayırmaktı; ama bunun tam olarak ne anlama geldiği konusunda birbirlerinden ayrılıyorlardı” (Callinicos, 2011: 131). Sol Hegelciler arasındaki bu ayrılık zamanla öyle boyutlara vardı ki Marx ve Engels sol Hegelcilerle tüm felsefi bağlarının kopardılar ve bugün Marksizm derken anladığımız teorik ve pratik bütün ortaya çıktı. Bu süreci burada enine boyuna ele almak çalışma konusunun sınırları düşünüldüğüne çok da anlamlı değil.

Marx'a göre, tıpkı Hegel'de olduğu gibi, yabancılaştırmış toplumsal ilişkiler tarihseldir ve tarihsel öyküsü içinde durağan, olmuş bitmiş bir insandan bahsedemeyiz (Ollman, 2012: 88-100). İnsanın toplumla kurduğu ilişkiye Marksizmin getirdiği bakış açısının, yabancılaştırmış emekten hareketle, insanla doğa arasında *bağımsız olduğu varsayılan* ilişkilere odaklandığı daha önce de ifade edilmişti. Marksizm bunu yaparken,

¹⁸ Engels, Marx öldükten sonra 1888 gibi oldukça geç bir tarihte Alman idealist felsefesine yönelik Almanya dışında artan ilgiye karşı kaleme aldığı *Ludwig Feuerbach ve Klasik Alman Felsefesinin Sonu*'nda (2011: 44) Marksizmdeki payına ilişkin şu açıklamayı yapmıştır: “Marx ile kırk yıllık ortak çalışmam sırasında ve ondan önce teorinin hazırlanışında olduğu kadar özellikle geliştirilmesinde de benim belli bir kişisel payım olduğunu yadsıyamam. Ama özellikle iktisat ve tarih alanında yön verici temel fikirlerin büyük çoğunluğu ve özellikle bu fikirlerin kesin ifadelendirilişleri, Marx'ın işidir. Benim teoriye katkımı, olsa olsa birkaç özel bilgi dalı dışında, Marx, bensiz de gerçekleştirebilirdi. Ama Marx'ın yaptığını ben yapamazdım. Marx, bizim hepimizi aşıyordu; Marx, hepimizden daha uzağı, daha geniş ve daha çabuk görüyordu. Marx bir deha idi; biz ötekiler ise olsak olsak yetenekli kişiler. O olmasaydı, teori bugün bulunduğu yerden çok gerilerde olurdu. Dolayısıyla teori haklı olarak onun adını taşıyor.”

insan doğasına ilişkin bir takım değişmez temellerden hareket etmediği gibi, basitçe insan doğasını da reddetmez -ki insan doğasını reddetmek tarihsel süreç içinde ortaya çıkmış pek çok eğilimi olumlayabilecek ya da meşrulaştırabilecek bir göreceliliğe neden olabilir. Birçok Marksist açıkça anti-hümanist olsa da, insanın doğası konusunu hümanist ya da anti-hümanist uçlarda konumlanarak ele almak Marx'ın bakışına aykırıdır. Marksizm Hegelci “tarihsel insan” kavrayışını sürdürür, ancak “...insan gereksinimlerine ve güçlerine ilişkin tarihsel ve toplumsal bir açıklama içerir ve bu, *tarihsel bir hümanizm biçimine yol açar*” (Sayers, 2009: 21-22, vurgu bana ait).

Marx, Hegelci “tarihsel insan” kavrayışını sürdürürken, onun felsefesinde bir bilinç sorunu olarak karşımıza çıkan yabancılaşma konusunun idealist niteliğini reddeder. Hegel idealizminin merkezinde yer alan nesneleşme/dışsallaşma tahlilleri, yabancılaşmayı doğrudan bir bilinç sorunu olarak gündemine alırken, Marx'ta, aynı tartışma fetişizm ve şeyleşme konusunun bir parçası olarak karşımıza çıkar. İnsanın öz etkinliği ona dışsal bir gücün boyunduruğu altına girmişse şayet, yabancılaşmadan kurtulmanın yolu bir bilinç sorunu olmaktan çok pratik bir sorun halini alır ve Marx, insanı özgürleştirecek şeyi tinin tözsel hareketlerinde değil, yaşayan, somut insanın kendi öz etkinliğinde aramak gerektiğini düşünür (Raha, 1973: 62). Bütün bunlar, yabancılaşma sorunu açısından, Marx'ın Hegel ve sol Hegelcilere karşı yürüttüğü eleştirilerin bir özeti olarak kabul edilebilir. Esas olan mistikleşmiş mutlak tin değil, kendini yaratan insanın somut üretici etkinliğidir. “Baş aşağı” çevirme metaforuyla simgelenen bu kopuş, meta söz konusu olduğunda da din söz konusu olduğunda da ideoloji söz konusu olduğunda da böyledir (Atılğan, 2001: 18).

Bu aşamada, konunun bir parça sekteye uğramasını göze alarak bir parantez açmak ve Marx'ın düşüncesindeki bir kopuş ya da kırılma iddiasına ve buna bağlı olarak gelişen “özcülük” tartışmasına değinmek istiyorum: Bahsedilen bu kırılma, Marx ve Engels'in “felsefeden kopuş”u ya da Althusser tarafından “epistemolojik kopuş”

olarak nitelenmiştir. Althusser ve çevresi, özetle, genç Marx'ın sol Hegelcilerle olan tartışmasını neticeye ulaştırdığı *Alman İdeolojisi* ve *Feuerbach Üzerine Tezler*'de (ve en çok da meşhur on birinci tezde), artık, felsefeyi bir kenara koyduğunu ve dünyayı değiştirmeye odaklandığını vurgularlar. Buradan hareketle, Marx'ın aslında bir felsefesinin olmadığını (ilk çalışmalarındaki tartışmalardan sonra felsefeyi terk ettiğini) ve hiçbir zaman olmayacağını savunurlar (Archibald, 1978: 120-121; Archibald, 2009: 159; Timur, 2007).¹⁹

¹⁹ Pek çok düşünürün farklı ölçülerde kabul ettiği “epistemolojik kopuş” Marx'ın yabancılaşma kavrayışıyla doğrudan ilgili bir tartışma konusudur. Althusser, *Marx İçin*'in önsözünde, Marx'ın çalışmalarının başından sonuna kadar bir bütünlük içinde geliştiği fikrinin aksine, Marx'ın hayatını ve eserlerini 1845 öncesi hümanist öğelerin önde olduğu “ideolojik” ve 1845 sonrası “bilimsel dönem” şeklinde ikiye ayırır (2015: 41-51). Ve ona göre “zaten ‘felsefe’ denilen şey de sınıf kavgasının teorideki ifadesinden başka bir şey değildir!” (Timur, 2007: 19). Balibar da aynı fikirdedir. “Felsefeye karşı devrim” yapan Marx'ın teorik düşüncesi “felsefe olmayan”dır ve “anti-felsefe”dir, ancak Marx felsefeye o denli büyük bir müdahalede bulunmuştur ki “Marx'tan sonra felsefe artık eskisi gibi değildir” (Balibar, 2014: 10-11). Bu düşünürlere göre, Marx, Alman İdealizmiyle olan tüm bağı koparıırken Batının felsefi geleneğinden çok önemli bir kopuşu da gerçekleştirmiş oluyordu. Timur, benzer bir fikrin (Batı siyaset felsefesi olarak) Arendt'te de olduğunu vurgular: Antik Yunan'dan beri siyaset felsefesi, Marx'ın vurguladığı “toplumsallaşmış insanlar”ın ortaya çıkmasıyla, bir başka ifadeyle, kapitalist toplumda yaşayan insanlarla beraber felsefenin toplum denilen alanda gerçekleşebilmesiyle artık mümkündür. Bu fikir, Marx'ın sözü edilen “kopuş”uyla hayat bulmuştur (Timur, 2007: 22).

Althusser'in yabancılaşma tartışması açısından esas iddiası ise, Marx'ın, *Alman İdeolojisi* ve *Feuerbach Üzerine Tezler*'le felsefeyi artık bir kenara koyarak hümanist bir gelecek vurgusundan uzaklaştığıdır. *1844 Elyazmaları* bu kırılmanın en görünür olduğu metindir ve bu nedenle bir sonuç metni olmaktan çok yaşanan kırılmanın gözlemlendiği bir “oluş” metnidir. Marx, ertesini yıl “felsefeyi terk etmeden” önce felsefe ve –uzun yıllar sonra esasını *Kapital*'de göreceğimiz- ekonomiyi buluşturmuştur bu elyazmalarında. Bu biraradalığa hâkim olan felsefe, klasik ekonomi politişinin emeğin yabancılaşmasına dayanılarak çözümlenmesidir: “Siyasal İktisadın ÇELİŞKİ'sini, bu çelişkiyi düşünerek ve bunun dolayısıyla tüm Siyasal İktisad, tüm kategorilerini bir anahtar kavramdan -yabancılaşmış emek kavramı- yola çıkıp düşünerek çözen felsefedir bu” (2015: 195). Ve diye ekliyor Althusser, *1844 Elyazmaları*, *Kapital*'deki çözümlenmenin bir eskizi gibi olsa da, onun “...büyüleyiciliğinde, mantıklarının karşı konulmazlığında ve diyalektiklerinin inandırıcılığında bu parıltıdan bir şeyler vardır” (2015: 195-196). O parıltı ve ikna gücü, felsefinin parıltıları ve gücüdür. “Felsefi derken, bu sözcüğü Marx'ın daha sonra *kesin mahkûm edeceği* anlam içinde ele alıyorum. Çünkü her kesinlik ve her diyalektik ancak hizmet ettikleri ve açıkladıkları anlam'ın değerindedir” (2015: 196). Marx ve Engels'in *Alman İdeolojisi*'nde pratik olana yaptıkları vurguyla felsefeden çıkmalarının arifesindeki bir buluşmadır söz konusu olan: “...bu ilişki çerçevesinde, yani bir süre sonra *kökten bağımsız olacak* bir içerik üzerinde felsefenin *kökten tahakkümü* koşulunda, Marx'tan en uzak Marx bu Marx'tır, kıyıda duran Marx'tır, arife gününün Marx'ıdır, eşikteki Marx'tır” (2015: 196). Dolayısıyla, “*Kapital*'deki Marx'a, yani esasen felsefeden ve dolayısıyla “ideoloji”den kopan “bilimsel” Marx'a en uzak noktadaki Marx, *1844 Elyazmaları*'ndadır. Althusser'in tespit ettiği “epistemolojik kopuş”un önemli dayanaklarından biri, Marx'ın metinlerindeki tartışma konularında gözlemlenen değişimdir. “Kopuş”u belgeleyen metin olarak *1844 Elyazmaları*'nda ortaya çıkan kategoriler (özel mülkiyet, sermaye, para, işbölümü) *Kapital* açısından oldukça “tanıdık” olsa da, daha sonraki çalışmalarında “emekçinin yabancılaşması ve özgürleşmesi ve ona vaat edilen gelecek olarak hümanizm” gibi temalar pek görülmez. 1845'le beraber “felsefeden çıkış”, hümanist bakışın ortadan kalkması, olgunlaşma dönemi eserleri ortaya çıkışı ve daha sonra *Kapital*'de yabancılaşma temasının yitimi anlamına gelir.

Ben bu tespiti paylaşmıyorum. Marksist bir felsefe olamayacağını savunan ve Althusser'e yakınlığıyla bilinen Balibar bile, Marx'ın “bilimsel” dönemiyle “ideolojik” dönemi arasındaki bağını yalnızca “tanıdık kategorilerle” sınırlı olamayacağını açıkça ifade eder. Balibar, *Alman İdeolojisi*'ndeki “ideolojik” Marx ile *Kapital*'de fetişizmi merkezi bir düzeyde çözümlen “bilimsel” Marx'ın, Hegel ve Feuerbach'tan devraldığı ve hiçbir zaman terk etmediği büyük bir mantık şeması olduğunu söyler. O

Bertell Ollman, Marx'ın *Alman İdeolojisi ve 1844 Elyazmaları*'nda ortaya koyduğu insan kavrayışını terk ettiğine dönük değerlendirmelerin Marksizmin teorik dayanakları göz önünde bulundurulduğunda oldukça sorunlu bir yerde konumlandığını vurgulamıştır. Marx'ın ekonomik ve siyasi nedenlerle bastıramadığı ama kendi fikirlerinin olgunlaşması açısından “amacına ulaştığını” ifade ettiği *Alman İdeolojisi ve 1844 Elyazmaları*'nda ortaya çıkan insan ve yabancılaşma kavrayışının, Marx'ın sonraki ve geç dönem çalışmalarında da büyük ölçüde aynen korunduğunu söyleyebiliriz. Dahası, Marx açısından “amacına ulaşan” bu yapıtlardan sonra, *Alman İdeolojisi*'nde eleştirilen felsefenin ve düşünürlerin gözden düşmesi de, Marx'ın bu tartışmayı devam ettirmemesinin bir diğer önemli nedenidir. Çünkü Marx ve Engels, yapıtlarını bastırmak için değil, belli bir amaca ulaşmak ve bir eleştiriyi tamamlamak adına kaleme alıyorlardı (Ollman, 2012: 15). Balibar da Marx'ın metinlerindeki bu değişimi 1848 devrimlerinin yenilgisinden sonra “ ‘bilimsel’ projesinin yeniden inşası, ya da nesnel bir alan değişimi, kendi toplumsal devrim perspektiflerinin, yakın vadeden uzun vadeye aktarılarak düzeltilmesi” çabasıyla açıklıyor (2014: 14, 102). Nitekim daha önce de hatırlattığım gibi, Marx öldükten sonra 1888 gibi geç bir tarihte Engels, tümüyle “eski” tartışmalara odaklanan Ludwig Feuerbach ve Klasik Alman Felsefesinin Sonu'nu yayınlamasının nedenini, Almanya dışında Alman İdealizmine artan ilgiyle açıklamıştır ve bu eserde de sözü edilen “kopuş” a dair en ufak bir gönderme bulunmaz. Amy Wendling de (2009) çoğunlukla erken dönem çalışmalarıyla özdeşleştirilen yabancılaşma teorilerinin, Marx doğrudan ele almış olsun ya da olmasın, ilk çalışmalarından en son yazışmalarına kadar Marx'ın düşüncesini şekillendiren en önemli unsurlardan biri olduğunda ısrarcıdır. Hyppolite, “Marx'ın tüm düşüncesinin

şema yabancılaşmadır. Marx'ın çözümlemelerinde çalışma yaşamı, işbölümü, emek, değer, mülkiyet gibi konuların tam da ortasında yer alan “yalıtılmış bireylerin durumu” ve “egemen soyutlamalar” her zaman iç içedir. Dolayısıyla yabancılaşma, kimi zaman açıktan kimi zaman biraz daha arka planda kalsa da, Marx'ın tüm çalışmalarında çözümlemelerine eşlik eden, kalıcı bir mantık şemasıdır (2014: 102). Yabancılaşmış emek ve meta fetişizmi konusunu ele alırken bu tez daha kapsamlı ele alınacaktır.

kökensel fikri ve bir bakıma tohumu, onun Hegel ve Feuerbach'tan aldığı *yabancılaşma* fikridir” diyor. Ancak bu kavramı gözeterek Marksist özgürleşmenin ne olduğunu anlayabiliriz ve *1844 Elyazmaları*'yla *Kapital* arasındaki teorik bağı çözebiliriz (2010: 173-174).

Belirtildiği gibi, Marx, pek çok eserine içkin yabancılaşma sorununu, o yaşarken hiçbir zaman basılmamış *1844 Elyazmaları*'nda, “yabancılaşmış emek” başlığı altında derli toplu bir şekilde değerlendirmiştir. Yine belirtildiği gibi, yabancılaşma konusu, Marx'ın *magnum opus*'unda da merkezi bir önemdedir. Şunu söylemek gerekir ki, Marx'ın Hegelci kökleri, üzerindeki Feuerbach etkisi ve yabancılaşma üzerine yazdıkları anlaşılmadan *Kapital*'i hakkıyla okuyabilmek çok mümkün değildir (Hyppolite 2010: 146). Marx yabancılaşma kuramında “eylemde bulunan bireyi merkeze alır” (Ollman, 2012: 213). *Kapital*'de ise Marx'ın erken dönem yabancılaşmış emek teorilerine içkin bir kavramsallaştırmayla, yabancılaşmış insanlık durumunun bir diğer yüzünün ortaya konulduğunu söyleyebiliriz. Bu anlamıyla, kapitalist toplumu fetişleştirilmiş meta hâkimiyeti açısından ele alıp, piyasa soyutlamasının cenderesi altında kıvranan bir toplum olarak çözümlenmek ile işçinin deneyimlediği sömürü mekanizmasını yabancılaşmış emek dolayısıyla çözümlenmek arasında belirlenen *konumlanma noktası (vantage point)* açısından bir fark bulunur. Marx'ın yönteminde konumlanma noktası, belirlenen önceliğe göre araştırmanın odak noktasının farklılaşması anlamına gelir. Dolayısıyla, erken dönem çalışmalarındaki yabancılaşma kavrayışında Marx'ın konumlanma noktası insandır, geç dönem çalışmalarında ve özellikle *Kapital*'deki fetişizm tartışmasında ise metanın ve sermayenin çözümlenmesi öncelik halini alır (2012: 13). Yaklaşım farkı buradan kaynaklanır.

Diğer tartışma başlığı ise “hümanist dönemindeki” –dolayısıyla yabancılaşma sorununu doğrudan ele aldığı *1844 Elyazmaları*'ndaki ve ona kadarki çalışmalarında Marx'ın insan kavrayışının bir tür idealist “özcülük”ten mustarip olduğu iddiasıdır

(Archibald, 1978: 123-124). Bu iddiadaki sorun, insan doğası üzerine yürütülen tartışmalarda kavramın daha çok ikili anlamda kullanılmasından ve bir tür ideolojik savrulmadan kaynaklanıyor. Sorun şu ki, insan doğası denildiğinde, tarihsel süreç içinde insana ve doğasına ait değişmez birtakım nitelikler atfedilir. Bu niteliklerin esas vurgusu, onların değişmezliği ya da sürekliliği üzerinedir. İnsanın insanın kurdu olduğu, insanın güce taptığı ya da Tanrı inancının ebedi olduğu türündeki varsayımlar buna örnek olarak gösterilebilir. Diğer yaygın bir kullanımda ise insan doğasının tarihsel süreç içinde ve belirli toplumsal koşullarda farklılaşabileceği –dolayısıyla insan doğasının göreceliliği ve yokluğu- vurgulanır ki pek çok Marksist düşünür de insan doğasını tartışmasında bu şekilde tutum alır. Marksistler açısından bu tür bir konumlanma, kavramın yaygın olarak ilk anlamda savunulması ve bu eğilime yapılan itirazdan kaynaklanır. Yani bir takım gerici inanç ve ilişkileri insana ait ebedi özellikler ve nitelikler gibi sunanlara karşı geliştirilen ama Marksizmin temel bir eğilimini de görmezden gelen bir savrulmadır söz konusu olan (Geras, 2011: 23-24).

Althusser'e göre, 1845'ten itibaren “insanın özü” düşüncesinden kopan Marx – ki yabancılaşma kavrayışı insanın koptuğu/koparıldığı doğal bir özü önceden varsayar- insanı herhangi bir öze sahip olmayan olarak ve “ideolojik” olarak değil de bilimsel olarak ele almaya başlamıştır. “Kopuş”tan sonra, insanı anlarken ya da tanımlarken ya da toplumsal bir sorun içinde ele alırken, bir tür öze başvuran her yaklaşım “bilimsel” Marx'a göre ideolojiktir.²⁰ Althusser'e ve Marx'ta insan doğası gibi bir şey olmadığında ısrar eden Marksistlere göre, insan doğası gibi özcü bir varsayımdan hareket eden “ideolojik” Marksistlerin gözden kaçırdığı yegâne şey, *Alman İdeolojisi*'nde ortaya konulan tarih teorisinde, özellikle *Feuerbach Üzerine Tezler*'de ve olgun Marx'ın tüm

²⁰Daha önce de aktardığım gibi, Althusser'e göre, Marx'ın olgunlaşma ve olgunluk dönemi eserlerinde ne yabancılaşmadan ne de şeyleşmeden bahsetmesinin nedeni böyle bir insan kavrayışını terk etmesidir. Örneğin *Kapital*'de, insanı boyunduruğu altına alan ve onun öz etkinliğini nesneleştiren bir “şey” olarak karşımıza çıkan tek şey paradır. Hâlbuki *1844 Elyazmaları*'nda insan kendi özüne yabancı bir şeyin boyunduruğu altındadır. Althusser, yabancılaşma ve şeyleşmeye –ki şeyleşme denilen şey *1844 Elyazmaları*'ndaki insan kavrayışı ve *Kapital*'deki fetişizm tahlilinin birleştirilmesinden ibarettir- ve dolayısıyla bir tür “teorik insan” idealine dayanan her Marksist yaklaşımın “teorik olarak küle döneceği”nden ya da “Marksizm öncesi bir ideoloji anıtı inşa edeceği”nden emindir (2015: 273-284).

eserlerinde verili ve sabit bir insan doğası fikrinin kabul edildiğine dair hiçbir kanıtın olmamasıdır. Hatta “ideolojik Marksistler”, özellikle tezlerde ve altıncı tezde doğrudan insan doğasının reddedildiğini bile göremiyorlar.²¹

Geras, *Marx ve İnsan Doğası*'da (2011) doğrudan bu iddiayı ve aslında mevcut haliyle yayınlanması düşünülmemiş bir karalamadan ibaret olan *Feuerbach Üzerine Tezler*'i ve *Alman İdeolojisi*'ndeki tarih teorisini ayrıntılarına kadar inceleyerek, Marx'ın özellikle altıncı tezde –Marx'ın verili bir insan doğası kavrayışını güçlü bir şekilde reddettiği iddia edilen yegâne tezde-, Feuerbach'ın insanın özünü dinsel öze indirgemesine itiraz ettiğini, dolayısıyla buradan insana ait hiçbir doğal özellik ya da nitelik tanımadığı sonucunun çıkartılamayacağı fikrini etraflıca savunmuştur. Marx'ın itiraz ettiği şey insan doğası kategorisi değil, fakat Feuerbach'ın kavradığı biçimdeki insan doğasıdır (Geras, 2011; Archibald, 2009: 160). Üstelik “kopuş eseri” olarak *Alman İdeolojisi*'ndeki tarih teorisi ve *Kapital* de dâhil tüm olgun dönem Marx eserleri, Marx'ın –birazdan ele alacağım- insanı hayvandan ayıran bir takım türsel güç ve gereksinimleri kabul etmeyi sürdürdüğünü, açıkça vurguladığını ve üzerine düşündüğünü gösterir (Geras, 2011). Dahası, bir bütün olarak Marksist emek teorisinin insanını insan yapan o türsel niteliğe dayandığını vurgular. Buna mukabil, Marx ve Engels'in 1845'den önce kaleme aldıkları eserlerde benimsedikleri insan doğası gibi ontolojik bir kavrayışı daha sonra terk ettiklerine dönük hiçbir öz eleştiri, gönderme ya da açıklama bulunmaz. Bu büyük iddiaların hemen hepsi, Marx'ın yaptığı düşünülen birtakım imalar ya da ön kabuller gösterilerek temellendirilmeye çalışılmıştır.

Marx'ın Hegel'den devraldığı “tarihsel olarak belirli insan” kavrayışı ya da Sayers'in tarihsel hümanizm olarak isimlendirdiği bakış açısı “Marx'ın, insanları esas

²¹ Feuerbach üzerine altıncı tezi hatırlatmak gerekirse: “Feuerbach, dinsel özü, insan özüne indirger. Ama insan özü, tek tek bireyde doğuştan bulunan bir soyutlama değildir. Bu öz gerçekte toplumsal ilişkiler bütünüdür.

Gerçek özün eleştirisine girmeyen Feuerbach, dolayısıyla: (i) Tarihsel akıştan koparak, dinsel duyguyu kendi içinde sabitleştirmek ve soyut –yalıtılmış- bir insan bireyini öncülleştirmek; (ii) Dolayısıyla da bu özü ancak ‘tür’ olarak, birçok bireyi doğal bir biçimde birbirine bağlayan içsel, dilsiz bir genel özellik olarak kavramak zorunda kalır.”

olarak aktif, toplumsal ve üretken yaratıklar olarak betimlemesi”nin bir ifadesidir. Bir başka ifadeyle, Marx’a göre “insan doğası, zorunlu olarak belirli bir toplumsal ve tarihsel bağlamda varlık gösterir, toplumsal ilişkiler de her zaman belirli ve tarihsel olarak belirlenmiş insan doğası biçimlerinin sonucudur” (Sayers, 2008: 24, 211). Dolayısıyla, insan doğasını tarihsel hümanist bir bakış açısıyla kavrayan Marx’ın zihninde, doğal olan ve toplumsal olan arasında dışsal bir ayrım bulunmaz. Tam tersine, insanın doğal gereksinimleri ve toplumsal gereksinimleri arasında diyalektik bir ilişki kurulur.

Bu diyalektik ilişkiyi Marx’ın hem erken dönem (örneğin *Kutsal Aile*) hem de “kopuş” dönemi (*Alman İdeolojisi*) eserlerinde doğrudan görebiliyoruz. Marx, ilk kitapta Eleştiri’nin (sol Hegelci düşünürlerin) insana dair dışsal ve içsel olan doğayı birbirine karıştırdığını vurgularken de bu diyalektik ilişki çerçevesinde düşünür; ikincisinde, Hıristiyanlıktaki “insanın kendi doğasını kendine ait varsaymayan” yabancılaşmış inancı tespit ederken de sözü edilen diyalektik ilişki çerçevesinde ilerler (Geras, 2011: 65-66). Bu örnekte, *Alman İdeolojisi*’ndeki Marx’ın insan kavrayışıyla *Kutsal Aile*’deki Marx’ın insan kavrayışı arasında “kopuş” olarak nitelenebilecek bir fark tespit etmek oldukça zordur.

Marx ve Engels’in maddeci tarih anlayışının çıkış noktası hayvanlar ve insanlar arasındaki belirleyici o ayırmadan (tıpkı Hegel’de olduğu gibi, fakat Hegel insan bilincinden hareket eder), insanların üretici etkinliklerinin tespitinden köklenir. “İnsanlık tarihinin ilk öncülü canlı insan bireylerin varlığıdır” (2013: 30). Bu önerme, rastgele seçilmiş bir tespit olmaktan çok daha fazlasına (ve tabii Hegel’e de) göndermede bulunur: “İnsanlar hayvanlardan bilinçle, dinle ya da başka herhangi bir şeyle ayırt edilebilir. İnsanlar, kendi geçim araçlarını *üretmeye* başlar başlamaz kendilerini hayvanlardan ayırmaya başladılar. Bu, onların fiziksel yapılarının koşullandığı bir adımdır. İnsanlar kendi geçim araçlarını üretirken, dolaylı olarak kendi

maddi yaşamlarını da üretirler” (2013: 30). Bu tespit, bir başka açıdan, insanların üretim etkinlikleriyle kendilerini de ürettikleri anlamına gelir. İnsanların “hayatlarını ortaya koyuş tarzı, onların ne olduklarını da ortaya koyar. Dolayısıyla, onların ne oldukları üretimleriyle –ne ürettikleriyle olduğu kadar nasıl ürettikleriyle de- örtüşür. Bu nedenle, bireylerin ne oldukları, onların maddi üretim koşullarına bağlıdır” (2013: 30).

Bu son alıntı –sadece bu alıntı olarak ele alınırsa- ilk bakışta Marx ve Engels’in herhangi bir insan doğası fikrini paylaşmadıkları şeklinde yorumlanabilir. Özellikle son cümle düşünüldüğünde, üretim tarzındaki değişimin insanların ne olduklarına dair değişime tekabül ettiği vurgusundan hareketle, yazarların bir insan doğası kavrayışından çok tarih içinde sürekli değişen insani özellik ve niteliklere vurgu yaptıkları şeklinde değerlendirilebilir. İnsani özellik ve nitelikler sürekli değişiyorsa, belirli bir insan doğasından bahsetmek zorlaşır. Hâlbuki bir önceki alıntıda da vurgulandığı üzere, insanları hayvanlardan ayıran şey onların geçim araçlarını üretme etkinliğidir ve bu “insanların fiziksel yapılarının koşullandığı bir adımdır”. “Ancak bundan sonra –insan doğasına dair bir nosyonun oluşmasından sonra- insanların ne olduklarıyla belirli bir üretim tarzı arasında var olduğu ilan eden uygunluğa ulaşabiliriz” (Geras, 2011: 71). Dolayısıyla insan doğasına dair o nosyon tespit edildiği müddetçe “tarihsel olarak belirli insan”dan ve değişen niteliklerinden bahseder Marx ve Engels.

İnsan, geçim araçlarını üretir ve geçim araçlarını üretim tarzıyla kendini de üretir. İnsanı hayvandan ayıran şey üretim, yani emek olunca, insanın üretici etkinliğini onu yaratan esas etkinlik olarak kavramamız gerekir. Bu nedenle yazarlar, *Alman İdeolojisi*'nde sunulan tarih teorisini, kendi verdikleri isimle *tarihsel maddeciliği* inşa ederken, insana dair bu temel niteliğin tespitiyle işe başlıyorlar. “İnsanların bir tarihi vardır; çünkü yaşamlarını üretmek, üstelik belli bir biçimde üretmek zorundadırlar. Bunu belirleyen, onların fiziksel yapısıdır; aynı şekilde bilinçlerini de” (Marx ve Engels, 2013: 38).

Ollman, Marx'ın “her insanın sadece insan olmasından” kaynaklı bir takım *güç* (“yetenek, beceri, işlev ve kapasiteler”) ve *gereksinimlere* (“birinin bir şey için; genelde de hemen bulunamayan bir şey için sahip olduğu arzu”) sahip olduğunu belirttiğini ve bunları doğal ve türsel olarak ikiye ayırdığını vurgular –ki doğal olan bir güç türsel, türsel olan bir gereksinim doğal olabilir ya da tam tersi (2012: 131-149): Doğal güç ve gereksinimler diğer canlılarla ortak olanlardır. İnsanın biyolojik güç ve gereksinimleri olarak bunlar *emek*, *yemek* ve *cinsellik*dir.²² İnsan, bu aşamada, biyolojik gereksinimlerini karşılayan ve biyolojik güçlere sahip bir canlıdır ve Marx, bu aşamada insana hayvan gözüyle bakar. Türüne ait olan güç ve gereksinimler ise onu diğer hayvanlardan ayıran ve yukarıda da belirttiğim gibi, insana özgü güç ve gereksinimlerdir. Sadece insanlar tarafından sahip olunan güç ve gereksinimler olarak 5 *duyumuz* da dâhil (görme, duyma, koku alma, tat alma, dokunma) *düşünme*, *farkındalık*, *hissetme*, *arzu*, tasarlayıp, uygulamak anlamında *hareket etmek* ve *aşk* sayılabilir. İnsanın 5 duyusu, ilk bakışta doğal özellikler gibi görünse de, insan gibi görmek ya da duymak söz konusu olunca, başka bir şeye, türsel bir niteliğe dönüşür.

İnsan *kendi için* varlıktır. Tıpkı Hegel'de olduğu gibi, insanın kendinin bilincinde oluşu, kendiyi mesafelenmesi ve özgür etkinliğinin peşinde olması vurgulanıyor bu kavramla. Kendi için varlık olarak insanın nesneyi sahiplenmesi “o şeyi yapıcı bir tarzda kullanma, kendinden bir şeyler katarak inşa etmeyi ima eder” (2012: 155). Sahiplenme derken, insanın herhangi bir materyali kelimenin ilk anlamıyla sahiplenmesini değil, bunu da içerecek biçimde, örneğin müzik dinlemekten zevk alması, doğal bir güzelliği resmetmesi, herhangi bir dışsal nesneyle çok yönlü bir ilişkiye girmesi kastediliyor. Nesneleşme, insanın doğayı kendi doğal ya da türsel güçleri doğrultusunda kullanmasıdır. Hegel'de de gördüğümüz anlamıyla, nesneleşmenin ilk boyutu budur. Nesneleşme *doğanın insanlaşması* anlamına gelir.

²² Burada bir “karmaşanın” önüne geçmek gerekiyor. İnsan ve diğer canlılarla ortak olarak gösterilen emek kategorisi biyolojik ihtiyaçları karşılamayı amaçlayan çaba olarak kullanılıyor. İnsana özgü emek ise türsel bir özellik olarak bundan farklıdır.

Nesne insanlaşır, insana ait olur. Doğa insana ait “ikinci doğa” olur. Öyle ki insanın organik parçaları bile bu yolla insanlaşır. “Göz, *insani* göz durumuna gelmiştir; tıpkı *nesnesinin* de insandan gelen ve insana yönelmiş toplumsal, *insani* bir nesne durumuna gelmiş bulunması gibi” (Marx, 2005: 177).²³ İnsan bu yolla, doğal bir güç olan bakmayı, insana özgü türsel bir güç haline getirir.

İnsanın nesnel dünyayı *kendi için* dönüştürmesi onun en önemli türsel etkinliğidir. “Emeğin amacı demek ki insanın türsel yaşamının nesneleşmesidir: çünkü insan, bilinçte olduğu gibi, kendini sadece entelektüel bir biçimde değil ama etkin bir biçimde gerçek bir biçimde *ikiler (dublicate)* ve böylece kendini yaratmış olduğu bir dünyada seyrederek” (2005: 147, vurgu ve parantez içi bana ait).²⁴ İnsanın kendini yaratan türsel etkinliği, önce doğayı olumsuzlayarak nesnesi haline getirmesine ve onu mülk edinerek dönüştürmesine, daha sonra ise mülkiyeti de olumsuzlayarak özgürleşmesine, yani olumsuzlamanın olumsuzlamasına dayanır (Raha 1973: 66). *Alman İdeolojisi*’nde özetlenen tarih teorisi de bundan farklı bir insan-emek-doğa ilişkisi sunmaz. Bu ilişkide, Marx ve Engels’in zihnindeki insan doğası ve insanın kendini yaratma koşulları göz önündedir.

Öte yandan, insana özgü bu üretici etkinliğin “Marx’ın devrimci duruşuna uygun olarak pratik bir işleve de sahip olduğu”nu önemle belirtmek gerekir. İnsanın “asli ihtiyaçları... bir eylem ve hüküm düsturu olarak da kullanılırlar. Böylelikle, örneğin, tüm tarihin ilk öncülünü oluşturmada rol oynayan herhangi bir ihtiyaç, bir o kadar da insanın özgürleşmesinin ön koşuludur” (Geras, 2011: 75). Çünkü sözü edilen ve emek etkinliğinin esası olan asli ihtiyaçlar, insanın en birincil yaşamsal gereksinimleri ve türsel güçleri olarak kendini gerçekleştirmesinin ifadeleridir. Geras, Marx’ın eserlerinde karşımıza çıkan, yaşamsal gereksinimlerin dışındaki türsel gereksinimlerini şöyle sıralar (2011: 77): İnsanların meşguliyetlerde çeşitliliğe ve derinliğe, böylelikle kişisel

²³ Çeviri metindeki “insanal” ifadesi “insani” şeklinde aktarıldı.

²⁴ Çeviri metindeki “cinsil” ifadesi “türsel” şeklinde aktarıldı.

gelişime duyduğu ihtiyaç. Marx bunu ‘çok yönlü faaliyet’, ‘bireylerin çok yönlü gelişimi’, ‘bireylerin serbest gelişimi’, ‘bir insanın kendi yeteneklerini her yönde geliştirmesinin araçları’ gibi ifadelerle dile getirmiştir” (vurgular bana ait).

Sonda belirtilen gereksinimler, şüphesiz beslenme gibi kelimenin gerçek anlamıyla yaşamsal ihtiyaçlar (fizyolojik ihtiyaçlar) kadar zaruri değildir. Ancak türsel varlık olarak insan söz konusu ise, Marx insanın fizyolojik ihtiyaçları dışındaki gelişim olanakları ya da koşullarını da kendini gerçekleştirebilmesinin, mutlu ve tatmin olmasının olmazsa olmazları olarak görür. Bu nedenle, Marx için, insanın kendini gerçekleştirme açısından esas olan şeyler, biyolojik ihtiyaçlarını karşıladıktan sonra yaptıklarıyla başlar. İnsan “zorunluluklar alanında”, bir başka ifadeyle, hayati ihtiyaçları dışında üretmeye başlar başlamaz kendini gerçekleştirme olanağına sahip olur ve “özgürlükler alanına” geçiş yapmış olur. Özgür emek etkinliği bireyin özgürlüğünün en güçlü öncülüdür. Açlık ya da susuzluk çeken insanın sanat ya da müzikle ilgilenememesi gibi, zorunluluklar alanında üreten bir insanın özgürlüğünü duyumsaması mümkün değildir. Marx, özgürlüğü, “insanın hakiki bireyselliğini ortaya koyabileceği pozitif güç” olarak tanımlar ve bu hakiki bireysellik insanın “...güçlerinin ve gereksinimlerinin doruğunda olması” anlamına gelir (Ollman, 2012: 193). Özgürlük, insanın teori ve pratik arasındaki diyalektik ilişkiyi deneyimleyebilmesidir: “Marx’ın özgür eylem için öne sürdüğü formül, ‘pratik-eleştirel etkinlik’tir; başka bir deyişle kişinin yaşamı için planlar ve tasarılar oluşturması, bunları deneyimleri ışığında şekillendirmesi ve bunlara işlerlik kazandırmak için elinden geleni ardına koymamasıdır” (Berman, 2014: 74)

Şunu da önemle belirtmek gerekir ki, Marksist anlamda özgürlük, gereksinimler alanının basitçe reddedilmesi gibi bir ütopyaya dayanmaz. İnsan –komünizmde de dâhil- her zaman birtakım gerekliliklerle yüzleşecektir. Marx’ın vurgu noktası, insanın bu gereklilikleri gözeterek özgürlüğünü kazanılabileceği bir toplum modeline ve

bireysel var oluşudur. Bu da insanın özgür etkinliği ve yaratıcılığının esas olduğu bir dünyaya işaret eder, cennetvari bir ütopyaya değil (Raha, 1973: 68).

Günümüzün dünyası ve kapitalist toplumda yaşayan insan düşünüldüğünde, Marx'ın insanın türsel niteliklerini fazlasıyla idealize ettiği düşünülebilir. Ancak Ollman, Marx'ın, insanın ancak komünizmde “eksiksiz türsel varlık” haline gelebileceğini vurguladığı uyarısını yaparak bu konuda akıllarda oluşabilecek haklı bir soruya cevap vermiş olur (2012: 193). Sadece komünizmde insan ve hayvan arasındaki ya da insan ve doğa arasındaki bu uzaklık gerçek anlamda tamamlanabilir. Dolayısıyla türsel bir varlık olarak insanın komünist toplumdaki etkinliğinin niteliği farklı, kapitalist toplumda ya da önceki toplumlarda daha farklıdır. Daha da önemlisi, kapitalist toplumlarda insanın türsel varlık olarak yeteneklerini gerçekleştirme ve geliştirmesinin nesnel koşulları elinden alınmıştır.

Bu durum bize, kapitalist toplumda yaşayan insanlar için sorunun başladığı yere işaret eder. Zira “komünizm, bizce, oluşturulması gereken bir *durum*, gerçekliğin kendisini uydurmak zorunda olduğu bir *ideal* değildir. Günümüzdeki durumu ortadan kaldıran *gerçek* hareket”tir (Marx ve Engels, 2013: 43). Bu anlamda, insanın gerçek etkinliği bir ideal olmadığı gibi, kapitalizmle arasındaki çelişkinin başladığı yere tekabül eder ve komünizmden anlamamız gereken şey de insanın kendini özgürce gerçekleştirebilmesinin koşulları ve bunu hedefleyen hareketin kendisidir.

Emek etkinliğinin insan üzerindeki devrimci, pratik işlevi insanın türsel güç ve gereksinimleriyle sömürü düzeni arasındaki çelişkiden temellenir. Bu anlamda esasen aynı etkinliğin iki farklı yüzü diyebileceğimiz bir ilişkisellikten bahsedebiliriz. İlk olarak, emeğin insanı insan yapan niteliği başlı başına devrimci bir yaratıcılık işidir. İnsan doğayı nesnesi yaparak dönüştürür, doğada kendi türsel varlığını verili olarak yaşamaz, doğayı da kendini de başka bir şey haline getirir, *kendi için* yapar. İkincisi ve daha politik anlamdaki devrimci, pratik işlevi ise kapitalist üretim tarzının, insanı insan

yapan üretici etkinliği boyunduruğu altına aldığı zaman ortaya çıkan çelişkiden kaynaklanır. Marx ve Engels, *Komünist Manifesto*'yu kaleme aldıklarında, üreticinin özgür emek etkinliğini boyunduruk altına alan burjuvazi ve işçi sınıfı arasındaki bu çelişkinin görüngülerini, insanlar arasında “katı ‘nakit ödeme’den başka bir bağ bırakmayan”, üreticiyi “makinenin bir uzantısı” yapan ve onu “kölece var oluşunu güç bela sürdürebileceği koşullara” mecbur eden, insana düşman bir nesnellik olarak ve pratik-devrimci itkileri olan bir karşıtlık olarak betimlemişlerdir (2014: 30-44). Bu nedenle, insanın kendini gerçekleştirmesinin en birincil ifadesi onun özgür yaratıcı etkinliğidir, yani özgür emeği üzerindeki tam kontrolüdür. Bu onun mutluluğunun da esas kaynağı ve kendi olmasının en önemli koşuludur.

Marx'ın bahsettiği bu mutluluğu günümüzden bir örnekle daha da somutlamak istiyorum. Kapitalist üretim ilişkilerinin cenderesi altında olsa da, henüz küçük bir çocukken hevesle tekne yapımında çalışmaya başlamış, bugün yaşını almış bir tekne ustası olan Ahmet Kalay “Ahşabın Tuzu”²⁵ isimli belgeselde çalışmaya olan bakışını şu sözlerle özetliyor:

Hevesli bir çocuk, mesela 8-10 yaşında, çok hevesli bir çocuk var ya... Şimdi, bendeki heves, 76 yaşındayım, ondan fazla. İnan bak yani. Hiç usanmadım, bıkmadım yani... Beni en birinci eğlence yerine götürün, ben zevk almıyorum. Zevki işimden alıyorum, inanın bak yani. Çok kayıklar yaptım, rüyalarımda. Kayığın her iki tarafında elciği var, çevirdikçe kayık gidiyor baya, iyi gidiyor yani... Ya, neler neler. Bak bunu da ilk defa söylüyorum, kaç sene evvelinden bu rüyayı gördüm ben. Çalışıyorum, rüyamda da çalışıyorum. Sabahleyin ama rüyamda çalıştığımda yorgun kalkıyorum (gülüyor)”

Hayatı boyunca sevdiği işi yapma şansına sahip olmuş, üreten, zorla değil isteyerek üreten ve hatta uykusunda dahi üreten Ahmet ustanın çalışmayla olan ilişkisi Hegel'in ve özellikle de Marx'ın insanın kendini gerçekleştirebilmesinin en önemli koşulu olarak belirlediği o kategoriye bir ölçüde gözler önüne sermiyor mu?

İnsanın kendini gerçekleştirmesi demek üretici etkinliğine özgürce sahip olması ve yeteneklerini özgürce geliştirebilmesi demektir. İnsan, hem kendini hem nesnesini bu

²⁵ “Ahşabın Tuzu” https://youtu.be/u2aLuXh__Rs?t=26m35s (Erişim tarihi: 15.09.2016).

yolla insanlaştırır, *kendi için* yapar. Hegel, bu süreci sekteye uğratan şeyi de kurtuluğu da bilincin serüvenlerinde ararken, tını insanın karşısına diker. Marx ise Hegel'in bu bakışını kıyasıya eleştirip mahkûm ederken insanın gerçek kurtuluğunu “tinsel dünya”nın soyutlamalarından kurtuluğ olarak koyar ve çözüm için maddi yaşama işaret eder.



2.1 KAPİTALİZM KOŞULLARINDA NESNELEŞME

Yaşadığımız dünyada, insanın kendini gerçekleştirmesinin önündeki en büyük engel, kendi türsel etkinliği olan özgür emek etkinliğine ket vuran kapitalist üretim ilişkileridir. İnsan kapitalist üretim ilişkilerinin cenderesi altına girdiğinde, daha önce de belirtildiği gibi, emeğine, emek ürününe, kendine ve diğer insanlara yabancılaşır. Fakat önemli olan soru şudur: İnsan, kendi mutluluğu ve özgürlüğü için bu kadar önemli olan o niteliği karşısında, bir başka ifadeyle, kendi emek etkinliğini karşısında nasıl nesneleşir? *Kendi için* bir varlık olarak insan, kapitalist üretim ilişkilerinin *kendindeliğine* nasıl teslim olur? Bu sorunun cevabını vermek, yabancılaşmanın görünümünü tespit etmekten daha zordur ve bu soru, Marksist yabancılaşma teorisinde kritik önemdedir. Şimdi, öncelikle, metalar aracılığıyla kurulan, zihinlerde olan ama zihinlerden kaynaklanmayan o evrensel soyutluğu kavramamız gerekir.

2.1.1 Evrensel Soyutluk: Meta Fetişizmi

Marx'a göre (2011a: 81), burjuva düşüncesi içinde meta, "metafizik safsatalar ve teolojik süslerle dolu karmaşık bir şey"dir: "Tahtadan bir masa yapıldığında, tahtanın biçimi değişmiş olur. Ama masa, yine bir tahta, sıradan bir doğal şey olarak kalır. Ama meta kisvesine bürünür bürünmez, doğal bir şey olmaktan çıkar, duyuyla kavranamayan bir şey olur." Meta fetişizminin tek cümlede özeti budur. Ancak Marx'ın, *şeyler meta kisvesine bürünür bürünmez duyuyla kavranamayan bir şey olur* derken tam olarak neyi kastettiğini anlamamız gerekir.

Tahta masanın meta olarak değeri *kullanım değerinden*²⁶ kaynaklanmaz ve metanın pazardaki değer büyüklüğü *değişim değeri*²⁷ olarak ifade edilen yeni bir formda karşımıza çıkar. Değişim değeriyle ortaya çıkan yanılsama meta fetişizmi açısından

²⁶ Bir ürünün herhangi bir doğal ihtiyacı karşıladığı durumda sahip olduğu değer. İnsan ve ürün arasındaki dolaysız ilişkiden kaynaklanır.

²⁷ Bir ürünün, kullanım değerinden bağımsız olarak, piyasadaki değişim koşullarında edindiği değerdir ve bu değer ancak pazardaki ilişkide kazanılır.

hayati önemdedir. Kapitalist pazar koşullarında emek toplumsallaşır ve özgünlüğünden soyutlanır. Herhangi bir emek ürünüyle başka bir emek ürünü arasında değer açısından kurulacak eşitlik, emeğin toplumsallaşmasıyla, bir başka ifadeyle soyutlanmasıyla mümkün olur. Birbirine benzemeye şeyler, ancak onları yaratan emek etkinliği belirli bir soyutlamaya tâbi tutulursa mübadele edilebilirler. Bu nedenle, Marx’a göre, “emek ürününün meta biçimi alır almaz kazandığı anlaşılmaz karakter” doğrudan *meta biçiminin*²⁸ kendisiyle ilgilidir.

Bu aşamadan sonra, ürünün biçimsel değerini belirleyen şey ve onu akıllarda bir “giz”e dönüştüren şey, mübadele etkinliğinin kendi içinde olmuş bitmiş, doğal bir etkinlik olarak görünen niteliğinden kaynaklanır: Ürünlerin pazar koşullarında ortaya çıkan değişim değeriyle kazandığı soyutluk sonucunda, “üreticiler arası ilişkiler, emek ürünlerinin toplumsal bir ilişkisi biçimini alır” (2011a: 82). Burada ortaya çıkan yanılsama yadsınamaz ve yabancılaşmayı anlamamız açısından son derece önemlidir. Bundan böyle, insanlar arasındaki ilişkiler metalar arasındaki ilişkilermiş gibi görünür ve bu görünüm her şeyin üstünde yer alan tözsel bir karakter kazanır.

Ürün pazarda meta olur olmaz, bir başka deyişle, emek değerinden soyutlanıp, rekabet ve pazar koşullarının etkisiyle kazandığı değişim değeri vasıtasıyla kendine yer bulur bulmaz böyle bir “giz” kazanır. Pazar koşullarında herhangi bir meta, kullanım değerinden bağımsız olarak, başka herhangi bir metayla “‘aynı değere’ sahip olan soyut bir kendiliğe indirgenir” (Zizek, 2011: 32). Bu soyut kendiliğindenlik insanlar arasındaki toplumsal ilişkinin ürünüyken, insanlara hiç de öyle görünmez: “Meta biçiminin esrarlı bir şey oluşunun nedeni” der Marx, “basitçe, insanlara, kendi emeklerinin toplumsal niteliğini, emek ürünlerinin nesnel nitelikleri olarak, bu şeylerin toplumsal doğal özellikleri olarak yansıtması ve dolayısıyla, üreticilerle toplam emek

²⁸ Meta her türlü emek ürün demek değildir. Emek ürünleri “birbirleriyle değiştirilmek üzere bir pazarda arz edilmeleri amacıyla üretilirse” metalara dönüşürler. Pazar koşullarında değişim değeri ve rekabet esas olduğu için metalar emek değerlerinden, yani üretimlerinde harcanan emek-zamandan kaynaklanan değerlerden soyutlanırlar (Duménil, Löwy, Renault, 2012: 119-121).

arasındaki toplumsal ilişkiyi de, şeyler arasındaki, üreticilerin dışında var olan bir toplumsal ilişki olarak göstermesidir” (Marx, 2011a: 82). Dolayısıyla, Marx’a göre meta fetişizmi, insanların kendi öz emek etkinliklerinin ve ürünlerinin, kendilerinden bağımsızlaşarak metalara ait ve onlar arasında var olan nesnel, toplumsal ve doğal niteliklere sahip ilişkiler gibi görünmesidir.

Marx, bu yanlış görüngüleri vurgulamak maksadıyla metalar dünyasıyla din dünyası arasında bir analogi kurar: “[din dünyasında] ...insan kafasının ürünleri, kendilerine özgü hayatları olan, kendi aralarında ve insanlarla ilişki halindeki bağımsız biçimler gibi görünür” (2011a: 82) der. Çünkü dini mistifikasyon insanları kendi kafalarının ürünlerinin yüklemi haline dönüştürür ve “insan elinin ürünleri olan metalar dünyasında da böyledir. Emek ürünleri metalar olarak üretilmeye başlar başlamaz onlara yapışan ve dolayısıyla da meta üretiminden ayrılmaz olan bu şeye fetişizm adını veriyorum” (2011a: 83).

Kapitalizm koşullarındaki nesneleşme bu tersine dönmüş ilişkinin ta kendisidir. Marx’ın meta ve meta fetişizmi derken anlatmak istediği şey, ilk bakışta basit gibi görünse de, görüldüğünden daha karmaşık bir toplumsal ilişkiye işaret eder. Belirtildiği gibi, fetişizm konusu, Marx’ın metadan hareket ederek yabancılaşma sorununu ele alışını anlamak açısından son derece önemlidir: Marx’ın yaptığı şey, sanılanın aksine, metanın değerinin emek kaynaklı olduğunu gösterip –ki klasik ekonomi politik hâlihazırda bunu “doğal” bir ilişki olarak kabul ediyordu, bu yolla değer, esas olarak, işçinin emek etkinliği tarafından yaratıldığını ortaya koymak ve varsayılan bu gizi ortadan kaldırmak değildi. Marx, metaların meta olur olmaz kazandığı gizin bizzat meta olmalarından kaynaklandığını göstererek, kapitalist üretim ilişkilerinin insan bilincinde yarattığı temel bir yanılgıyı gözler önüne serdi: “Mübadelede bulunanların kendi toplumsal hareketleri, onlar için, şeylerin bir hareketi biçimine sahiptir ve şeyleri denetlemek yerine, onlar tarafından denetlenirler” (2011a: 85). Buradaki kopuş oldukça

kritiktir: Nesnelere ancak bu mübadele ilişkisi içinde insanlar için “saf öznel değer anlamı”ndan sıyrılarak “nesnel ve kişi-üstü” bir nitelik kazanır (Simmel, 2014: 44-45).

Bu ilişki üreticilerin metaller üstünde denetimi kaybedip onların denetimine girmesinden daha fazlasına işaret ediyor ya da bu denetim kaybı, insanların gündelik hayatta metallerde aslında onlarda olmayan birtakım nitelikler atfetmesinden ibaret değildir. Fetişizm bir soyutlamadır. Daha önce de belirtildiği gibi, ürünlerin pazardaki mübadele ilişkisinde metaller dönüşmesiyle insan emeğinin cisimleşmiş hali olan emek, bu metallerde “soyut insan emeği”ne dönüşür (2014: 52). Ancak, bu tip bir soyutlama yoluyla metallerin kullanım değerleri değil mübadele değerleri esas olabilir. İnsan, ancak bu soyutlama yoluyla farklı metaller arasında bir eş değerlik kurabilir ve bunu bir dünya görüşü/görünüşü olarak zihninde canlandırabilir (Sohn-Rethel, 2011: 20). Emek ürünü kullanım değerinden, insanın dolaysız emek etkinliğinin ürünü oluşundan ve gerçek toplumsal bağlamından soyutlanmıştır artık. Birbirlerine indirgenemeyen, özgün nesnelere olarak görülmezler de, mübadeleye olanak veren, evrensel bir ilişki içinde, türdeşleştirilmiş metaller dönüşürler.

Bu soyutlamanın en ileri örneği “evrensel bir eşdeğerlik” olarak kabul ettiğimiz *para*dır. Para, üzerinde ayırt edici semboller olan bir materyal olarak şüphesiz somut bir şeydir. Ancak paranın önemi, insan emeğinin her ürününü ve dolayısıyla emek etkinliğini evrensel bir karşılığa eşitleyebilmesinden ya da indirgeyebilmesinden kaynaklanır. Fakat parayla mübadele edilen şey emek değildir artık, o tüm bu ilişkide görünmez olur, soyutlanır (Simmel, 2014: 72-73). İnsanlar, mübadele ediminin gündelik rutinine dalmışlarken, değer parayla eş anlamlı olarak görünür. Marx’ın metadan hareketle yaptığı paradan hareketle yapan Simmel, bu “evrensel eşdeğerlik” halini ve onun sahip olduğu gizli çözümlerken parayı “soyut değer” olarak nitelendirir: “Görülebilir bir nesne olarak para, akustik-fizyolojik bir oluşum olan fakat bizim için

kelimelerin sesi gibi sadece taşıdığı ya da sembolize ettiği temsil aracılığıyla anlam taşıyan soyut ekonomik değeri cisimleştiren tözdür” (2014: 90).

Bu töz insanı boyunduruk altına alan ilişkiler bütünlüğünün ifade edilmesinden başka bir şey değildir. Bir yerlerde, gerçekten de böyle bir töz bulunmaz. Bir yanılsama olarak, soyutlamanın yabancılaşmaya dönüştüğü yerdir burası. Bütün bu mübadeleye dayanan soyutlama, insan zihnindedir fakat “insan zihninin dışında bir varlığı yoktur, ancak insan zihninden kaynaklanmış da değildir. Tamamıyla toplumsal bir niteliğe sahiptir, insanlar arası karşılıklı ilişkilerin zaman-mekânsal alanında ortaya çıkar. Bu soyutlamaları meydana getiren şey insanlar değil onların eylemidir” (Sohn-Rethel, 2011: 34).

Bu töz, “insan ilişkilerinin şeyler arasındaki ilişkiye aktarılması, başka bir deyişle, mübadelenin ‘şeyleştirici’ (verdinglichende) özelliği, mübadele ediminin nesnelere üzerindeki eşitleyici etkisiyle ilişkilidir” (2011: 60). Belirtmelidir ki, nesnelere eşit oldukları için mübadele edilmezler –metalar farklı oldukları için mübadele edilir-, varsayılan eşitlik mübadele edilmeleri gerektiği için kurulur. Çünkü üretim kullanım için değil mübadele için yapılır artık.²⁹ Şüphesiz mübadele edilen her metanın aynı zamanda, hem satıcı hem de alıcı için, hâlâ kullanım değeri vardır ama mübadele esnasında kullanım değeri değil, mübadele değeri esastır. Bunun nedeni de “meta üretimi temelinde toplumsal sentezi işleterek toplum düzenini idare eden gücün, üreten emek değil de mülkiyet olmasıdır” (2011: 61).

²⁹ Burada şu açıklamayı göz önünde bulundurmak gerekir: “Öte yandan denebilir ki, söz konusu metalar eşit miktarda emeğin ürünü olmasalardı, belli oranlarda takas edilmeleri mümkün olmazdı. Bu kuralı dayatan, bütün bir toplum ve onun dış ticaret ilişkileri bağlamındaki iktisadi gerekleridir. Bu iktisadi açıdan bakıldığında, metaların, içlerine depolanmış emek miktarına göre takas edildiğini söylemek doğru olur. Gelgelelim biz buradaki analizimizde mübadelenin iktisadi yönüyle değil, bireyler arasındaki toplumsal ilişkinin özgül bir biçimi olmasıyla ilgileniyoruz. ‘Aralarındaki nicel mübadele ilişkileri başlangıçta tamamen rastlantısal olarak belirlenir’. Mübadelenin biçimsel oluşumuna dair hiçbir şey yoktur ki nicel ilişkiyi önceden belirlesin. Çölde susuzluktan ölmekte olan bir adam varını yoğunu bir yudum suyla ‘takas’ edecektir (Sohn-Rethel, 2011: 60). Yani insanlar arasındaki mübadele ilişkisi, metayı ortaya çıkaran emek gözetilse de rastlantısal olarak oluşur, bu kimi zaman örnekteki gibi uç bir durumda, çoğu zaman da piyasa ilişkilerinde böyledir.

Mülkiyet, esas olarak, metaların kullanım ve mübadele değerlerinin birbirinden ayrılmasının kavramsallaştırılmasıdır. Elinde, mübadele etmek için belli bir metayı bulunduran her iki kişi arasındaki ilişki, her birinin karşısındakinin elinde olan o metayı zorla almayacağına dair bir anlaşmayı gerekli kılar. Mübadele, her iki tarafın elinde olanı, bir başka ifadeyle, mülklerini karşılıklı olarak değiştirmesidir. İnsanlar, bu ilişkide kendi özel çıkarlarını gözettiklerini düşünürler ancak esasında mübadelenin yasalarını, metalar arasındaki varsayılan eşitliğin gereklerini icra ederler (2011: 55-54). “Mübadele, -bize açıklanması gerekmeyen bir şey olarak görünür- mülkiyetin el değiştirmesini adaletle birleştiren ilk ve kendi yalınlığı içinde gerçekten harika bir araçtır” (Simmel, 2014: 276).

Bu kopuşun, bir başka ifadeyle, insanların kendi yaptıkları şeyin esiri olmalarının kökü üretim tarzına dayanır. İlkel komünal toplumdaki üretim biçiminde, insanlar toplam işin ne olduğu ve diğer işçilerin neler yaptığı konusunda tam bir bilgi ve denetime sahiplerdi. Son derece somut nedenlerden ve kısıtlardan dolayı, topluluğun devamlılığa dair planlama ve çeşitli kararlarla herhangi bir topluluk üyesi arasında toplumsal bir karşıtlık bulunmazdı. Tüm iş, sonuç olarak, topluluğun tüm üyelerince ve onların ihtiyaçları için kotarılırdı (2014: 64).³⁰ Fakat komünal toplumun üretim tarzı, yerini, kapsamlı bir işbölümünün ve eşitsizliğin geçerli olduğu yeni bir üretim tarzına bıraktığında, bireysel mal sahipleri arasındaki mübadele ilişkisi esas haline geldi. “Böyle olduğunda toplumsal şebeke, üreticilerin değil, sahip oldukları malların çıkarına göre hareket eden mal sahiplerinin etkinliklerine bağlı hale gelir. Bu etkinlik ise, öyle ya da böyle, mübadele biçimini alır” (2014: 64).

Simmel de, bu nesneleşme sürecini kapitalizme özgü görmez, hatta onun esas iddiası, nesneleşmenin başlı başına bir hayat formu olduğudur. İnsanlar arasındaki pek çok ilişki (konuşmayı düşünerek örneklendirebiliriz) mübadele formu olarak

³⁰ Bu konu hakkında ikinci bölümde daha geniş bir tartışma yürütülüyor.

deneyimlenir ancak ekonomik mübadele diğer mübadelelerden farklı bir nesneleşme formu ortaya çıkarır (2014: 48-57, 275). Bu ekonomik mübadele tarzı kapitalist üretim tarzının egemen olmasından önce daha farklı bir karakterdeydi.

Feodal üretim tarzındaki toplumsal işbölümü kapitalist üretim tarzındaki işbölümünden temelde farklıydı. “Küçük özgür köylü ya da serflerin tarımı, kentlerin zanaatçılığı”na dayanan üretim ilişkilerinde “çalışma araçları, -toprak, tarım aletleri, atölye, zanaatçı avadanlığı, -bireyin, yalnızca bireysel kullanım için düzenlenmiş çalışma araçları idi; yani zorunlu olarak küçük, ufacık, sınırlı idiler. Ama işte bu nedenle de zorunlu olarak üreticiye ait bulunuyorlardı” (Engels, 2012: 65). Bu koşullar altında emek ürününün nasıl üretildiği ya da kimin olduğu konusunda karmaşık bir durum yoktu. “Genel kural olarak bireysel üretici, kendi öz çalışma araçları ve kişisel çalışması ya da ailesinin yardımıyla, onu kendi malı olan ve çoğu kez kendi başına ürettiği hammaddeler ile üretmişti. Ürünün önce onun tarafından sahiplenilmesinin hiçbir gereği yoktu, kendiliğinden onun malı idi. Yani ürünlerin mülkiyeti, *kişisel emeğe* dayanıyordu” (2012: 66). Ancak kapitalist üretim tarzı, üretime dair bu küçük ve sınırlı örgütlenmeleri ortadan kaldırarak, onları bir araya topladı ve daha önce bireylerin küçük ve sınırlı üretim araçlarıyla yürüten üretim faaliyeti *toplumsal* bir nitelik kazandı. Üretimin toplumsal bir nitelik kazanmasında, emekçilerin mülksüzleştirilmesi ve ücretli emeğin en yaygın çalışma biçimi olmasının payı büyük. Üretim araçları üstündeki bireysel mülkiyetini kaybeden kitleler, hızla, toplumsallaşan üretim ilişkilerinde emek güçlerini satarak işgücü olarak yer aldılar. “Ama toplumsal üretim araçları ve toplumsal ürünler, sanki şimdi de bireysel üretim araçları ve bireysel ürünler kalmış gibi işlem gördüler” (2012: 67). Kapitalist üretim tarzının en büyük çelişkisi buradadır: “Üretim araçları ve üretim, özsel olarak toplumsal duruma geldi; ama bireylerin, herkesin kendi öz ürününe sahip olduğu ve pazara taşıdığı özel üretimini öngerektiren bir sahiplenme biçimine bağlı tutuldular. Üretim tarzı onun önkoşulunu

ortadan kaldırdığı halde, bu sahiplenme biçimine bağımlı kılındı” (2012: 67). Sonuç olarak, üreticilerle kendi öz etkinlikleri arasındaki bağ koptu ve üretim etkinliği, birikim, zenginlik, tüketim ve dolaşım ilişkileri insanlara, kendi toplumsal ilişkilerinden başka bir şeymiş gibi görünmeye başladı. Hem kapitalistler hem de işçiler pazarın değişim ilişkilerine tâbi oldular. Bir başka ifadeyle, toplumsal ürün ve ilişkiler tözelleştirildi ve üreticilere egemen bir güç ilan edildi (2012: 69).

İlkel komünal toplumun çözülmeye başlamasından itibaren, günümüz kapitalist toplumuna dek tüm toplumlar, yani kafa ve kol emeğinin ayrıştığı, kolektif üretiminin değil de özel şahısların mal sahipliğinin başat olduğu, emek sömürsüne dayalı toplumlar, esas olarak mübadele ilişkisiyle birarada kalırlar. Ancak belirtildiği gibi, meta mübadelesi ve onu mümkün kılan soyutlama, doruk noktasına kapitalist üretim tarzıyla ulaşmıştır, ondan önceki üretim tarzlarında ise sürekli gelişen bir eğilim sergilemiştir. Meta ekonomilerinde insanları “birbirine bağımlı kılan tek şey meta mübadelesidir” (Sohn-Rethel, 2011: 43).

Dolayısıyla, meta mübadelesinde ortaya çıkan “giz”, insanları birbirlerine bağlı kılan toplumsal bir olgu olarak, insan ilişkilerine yön veren en yüksek düzeydeki yanılısamadan başka bir şey değildir. Bu “giz”, esasen, insanlar arasındaki tüm ilişkilerin kotarılmasına yarayan ve insanlar arasındaki ilişkinin metalar arasındaki doğal ilişkilermiş gibi görünmesine neden olur. Bu yanılısamanın toplumsal karşılığı, insanların metalara kullanım değerlerini aşan çeşitli simgesel anlamlar yüklemesinin çok ötesindedir. Meta üretimine dayalı bir toplumun tüm yönleri bu yanılısama etrafında biçimlenir. Kapitalizm öncesi toplumlarda, olsa olsa sadece parada ve faizde böyle bir gizem bulunabilirdi (Marx’tan aktaran Lukács, 2014: 211-212).

2.1.2 Bir Şey Olarak Toplum ve Seyreden İnsan

Görüldüğü gibi, mübadele koşulları içinde insanların emek ürününün bu nitelikten sıyrılarak kendi başına bir “şeymiş gibi” görünmesinin ardında çok boyutlu toplumsal

ilişkiler biçimi ve bir “şeymiş gibi görünmenin” kapitalist toplumun işleyişinde çok kritik bir işlevi mevcut. Lukács, bu tersine dönmüş ilişki biçimini *şeyleşme* olarak adlandırır. Şeyleşme, “insanın kendi faaliyetini, kendi emeğini insanın karşısına nesnel bir şeymiş, insandan bağımsız bir şey, insana yabancı olan yasalar çerçevesinde hükmeden bir şeymiş gibi koymakta olan” toplumsal ilişkileri tanımlar (2014: 211). Bu durum, tüm insan ilişkilerini birer şey olan nesnelere tabi hale getiren, onların dünyasına tercüme eden ve şeylere bağımlı bir toplumsal pratik bütünlüğüne işaret eder. “Şeyleşme bir sürecin ya da ilişkinin genelleme yoluyla bir soyutlamaya dönüştürüldüğü ve böylece bir ‘şey/neyse’ haline getirildiği anı imler” (Bewes, 2008: 23-24).

Tekrar etmek gerekirse, şeyleşmeyi ortaya çıkararak, meta mübadelesini mümkün kılan soyutlama tam da böyle bir genelleştirmeye ihtiyaç duyar. Metalar, ne kadar birbirlerinden farklı ve barındırdıkları emek ne kadar birbirlerine indirgenemez olursa olsun, insanlar, mübadele edimi içinde tüm metaları aynı şeylermiş gibi görmek, düşünmek ve davranmak zorunda kalırlar. Sonuçta, insanlar arasındaki ilişkiler metalar arasındaki ilişkilermiş gibi görünür. İnsan gözden düşer, meta öne çıkar. Kapitalist toplumlarda doruk noktasına ulaşan bu eğilim, toplumsal ilişkilere o kadar hâkimdir ki, Lukács şeyleşmeyi sınıflı toplumla eş düzeyde, mevcut kapitalist toplumun genel bir karakteri olarak ele alır (2008: 29).

Metalar arasında kurulan soyut eşitlik, insan faaliyetlerinin zaman ve mekâna olan bağlılığını da ortadan kaldırır. İnsan doğayla kurduğu ilişkide, doğanın mekânsal kısıtları, mevsimsel şartları veya hayvanların avlanması gibi koşullara bağımlıdır. Gittikçe evrenselleşen bir faaliyet olarak mübadelede ise, insanlar, tüm bu zaman ve mekân kısıtlarından soyutlanır, metaların değişmezliği (metaların mübadele esnasında değişmezliği genel bir kuraldır) ve mübadele ilişkisinin evrenselliğinde buluşurlar (Sohn-Rethel, 2011: 62). Bu ilişkiler bütünü içinde “spesifik bir bireye eskisiyle

kıyaslanmayacak ölçüde daha az bağımlı oluruz” (Simmel, 2014: 283). Toplumsal ilişkilerimiz zaman ve mekânın sınırlılıklarından kurtulurken, belirli bir insana bağımlılıktan da kurtularak insan-üstü bir niteliğe kavuşur.

Sonuç olarak, meta ekonomisi insanın doğayla kurduğu doğrudan ve doğal ilişkinin dışında, sentetik *ikinci doğa* ilişkisini yaratır. İlkel komünal toplumun meta üretiminden azade toplumsal üretim biçiminden farklı bir fiziksellik ortaya çıkar. İlki “doğayla maddi alışverişimiz olan kendi etkinliklerimizi içeren ve maddi fiziksellik”tir. “İkinci doğa” ise “mübadele nesnelere ve değer nicelikleri olarak metalarla ilgili soyut, tamamen toplumsal fiziksellik” olarak sentetik bir doğa. “Her ikisi de zaman ve mekânda gerçektir; birinci doğa insan emeği tarafından yaratılır, ikinci doğa mülkiyet ilişkileri tarafından yönetilir” (Sohn-Rethel, 2011: 70). Bu ilişki, bu soyut fiziksellik ya da soyut doğa ilişkisi “...yalnızca parayla tanışık, para kullanan ve kazanan insanlarca anlaşılabilir – yani yalnızca, Friedrich Engels’in ‘medeniyet’ olarak sınıflandırdığı ve ilk kez klasik Yunan antikçağıyla başlayan o bütünüyle sentetik toplumun üyeleri tarafından” (2011: 71).

Şeyleşme, bu anlamıyla –ulaştığı en üst düzeyle- kapitalizme ait yapısal bir özelliktir ve “bu karakteristik hem nesnel hem de öznel düzlemde ortaya çıkmaktadır” (Lukács, 2014: 211). Lukács, nesnel düzlemle şeyleşmiş toplumsal görüngülerin fiziksel dış dünyaya ve doğaya özgü bir özellikmiş gibi görünmesini ve öznel düzlemle, insanın kendi faaliyetinin bu özelliklere “boyun eğmesi”ni ifade ediyor. Ona göre, nesnel olarak “öyle bir dünya yaratıyor ki bu, olmuş bitmiş şeylerden ve şeyler arasındaki ilişkiden meydana geliyor (metalar ve metaların pazar hareketinden meydana gelen bir dünya)” ve öznel olarak, “insanın kendi faaliyeti, insanın kendisine karşı da nesnelleşiyor, meta haline geliyor, yani toplumdaki doğa yasalarının insana yabancı olan nesneliliğine boyun eğiyor” ve insan faaliyetleri de “meta şey” haline geliyor (2014: 211).

Lukács'ın toplum tahayyülü, henüz Marksizmi benimsemeden önce, Weber ve Simmel'den aldığı derslerle derinden etkilenmiştir. Marksizmi benimsedikten sonra sözü edilen her iki bilim insanının, sırasıyla akılsallaştırma (rasyonelleştirme) ve nesnelleşme süreçlerine dönük yorumlamalarını kapitalizm çözümlemeleriyle birleştirmiştir (Callinicos, 2011: 311-312; Kolakowski, 1978: 255-264). Nitekim Lukács'ın şeyleşme üzerine yazdıklarında sözü edilen bu etkiler açıkça görülmektedir. Nesnelleşme, insanın kendi faaliyetlerinin “meta şey” halinde kendisinin karşısına dikildiği ve ayak uydurulması gereken bir süreç olarak karşımıza çıkıyor. Akılsallaştırma ise artık “soyut, eşit, kıyaslanabilir olan emeğin, toplumsal-gerekli emek süresine göre giderek artan bir kesinlikle ölçülebilen emeğin, şu kapitalist iş bölümlü emeğin aynı zamanda kapitalist üretimin ürünü ve önkoşulu olarak ilkin bu gelişme boyunca ortaya çıkışını” ifade ediyor (Lukács, 2014: 212). Üretim ilişkilerinin gelişimiyle işbölümünün giderek çeşitlenmesi ve çalışmanın parçalara ayrılması sözü edilen akılsallaştırmanın/rasyonelleştirmenin temelini oluşturuyor (2014: 212-213).

Şeyleşmiş toplumsal bütünlüğe egemen olan ilke “hesaplamaya, hesaplanabilirliğe göre ayarlanmış olan rasyonelleştirme ilkesi”dir. Lukács'ın (2014: 214-216), burjuva rasyonelliğinin “ekonomik sürecin özne ve nesnelere gerçekleştirilen kesin sonuçlu değişiklikleri” üzerine argümanı şu şekilde toparlanabilir: (i) Çalışma süreci rasyonel hesaplamacılık yoluyla parçalanır. Çalışma hesaplanabilir bir hedefe kilitlenir, parçalara ayrılır, “ampirik çalışma deneyimlerinin geleneksel amalgamı'na dayalı olan organik manifaktür veya imalatıyla arasındaki tüm bağlarını koparmak zorunda kalır”, uzmanlaşma gerekli olur. Ürün, çalışma sürecinin nesnesi olmaktan çıkar. Meta üretimi o derecede parçalanır ki “teknik düzeyde özerkleşme giderek artar”. (ii) “Üretim nesnesinin bu parçalanışı aynı zamanda üretim öznesinin parçalanmasını da ister istemez beraberinde getirir.” İnsana ait özellikler hesaplanabilir ve rasyonel çerçeveye uyumsuz hale gelir ve “insan, hem nesnel açıdan hem de çalışma

süreciyle olan ilişkisi veya bu süreçteki davranışları açısından artık bu sürecin gerçek öznesi olmaktan çıkar.” İnsan kendisinden özerk bir biçimde yoluna devam eden “sistemin içine sokuşturulmuş ve böylece mekanikleştirilmiş bir parça rolünü oynar.”

Hem Marx’ın yaşadığı yüzyılda hem de günümüzde, işyerlerinde çalışan insanlar benzer bir çalışma pratiği ve öznel bölünmüşlükle karşı karşıya kalmışlardır. Marx, kapitalist üretimde artan makineleşmenin işçiler ve çalışma koşulları üzerine *Kapital*’de “Makineler ve Büyük Sanayi” başlıklı bölümde “bu nesnel organizmaya insan unsurunun nasıl katıldığı”nı ayrıntılarıyla değerlendirmiştir (2011a: 357-408). Daha güncel bir değerlendirmeyi ise modern çağrı merkezlerinde çalışanlar üzerine yapılmış bir araştırmadan Swain paylaşır (2013: 36):

Modern çağrı merkezleri mümkün olan her bir çalışma dakikasını çalışandan çıkarma dürtüsüne açık bir örnek sunmaktadır. Sıkı kılavuzlar telefonda zamanını nasıl en etkili şekilde kullanacağını dikte ederken, bilgisayar sistemleri tuvalet aralarını ve öğle yemeği aralarını düzenler. Her şey mümkün olan her bir çalışma dakikasını işçiden çıkarmak üzere ayarlanmıştır; işçinin kendi çevresi üzerindeki denetim düzeyi sifıra yakındır... Memur sendikası lideri Mark Serwotka’nın çağrı merkezlerinden ‘yeni karanlık şeytani fabrikalar’ diye bahsetmesi boşa değil.

Dolayısıyla, günümüzde de insanlar, meta üretiminin burjuva rasyonelliği ve parçalara ayrılmış yapısında, farklılaşan boyutlarda da olsa, “sistemin içerisine sokuşturulmuş” ve “mekanikleştirilmiş” bir konumda hayatlarını sürdürüyor. Lukács’a göre şeyleşmiş toplumsal ilişkiler, insan iradesi dışında gelişip kendini burjuva rasyonelliği içinde hazır ve bitmiş bir kalıp içinde sunduğunda *seyreden (kontemplatif)* davranış kategorilerini yaygınlaştırıyor (2014: 216-217). Seyreden davranış kategorileriyle Lukács, insanların “şeylerin yapısına kendisinin hiçbir şekilde müdahale edemeyeceği o yasalara uyumlu, hareketi izleyen, tamamıyla pasif bir seyirci haline gelmesi”ni kastediyor (2014: 196).

Lukács, bu genel çerçeveyi, felsefesi ve ekonomik pratikleri çerçevesinde çözümler, ancak kimi yerlerde de diğer toplumsal düzeylere ilişkin açıklamalar

geliştirir. Örneğin, *yaratıcılık* “ancak ‘yasaları’ uygulamanın -göreceli olarak- ne kadar bağımsızca ya da salt hizmetkârca yapıldığından belli olur; yani salt kontemplatif davranışın nerelere kadar geriye itildiğinden...” Yönetim kademelerinin biçimsel rasyonelleştirilmesi anlamına gelen *modern bürokrasi*, “bürokratik bireyin, şeyler arasındaki ilişkileri zorunlu olarak tamamıyla kendi karşılaştığı şeyler arası ilişkilere bağlaması, onun bu bağlantıya salt kendi ‘onuru’ ve kendi ‘sorumluluk duygusu’ nedeniyle itildiğini sanması ve hayal etmesi” şeklinde karşılığını bulur. Ya da *gazetecilikte*, “öznellik, bilgi, mizaç ve ifade gücü”nün “hem ‘sahibi’nin kişiliğinden hem de maddesel-somut özünden kopuk ve bağımsız olarak çalıştırılan bir mekanizma”ya devrinde seyredici davranış hâkim olur (Lukács, 2014: 231-233). Yine Lukács’a göre (2014: 234), meta ilişkisi “hayalet benzeri bir nesnellığe” dönüşür ve her şeyin metalaşmasıyla son bulmaz:

İnsanın tüm bilincine damgasını vurur: İnsanın özellikleri ve yetenekleri artık kişiliğin organik birliği halinde birbirleriyle bağlantı kurar olmaktan çıkar, insanın dış-dünyada ‘sahip’ olduğu veya tersine ‘feragat edip elden çıkardığı’ nesnelere benzer şeylerin kılığına bürünürler. Ve ortada insanların birbirleriyle ilişki kurabilecekleri hiçbir doğal biçim kalmaz.

Böylelikle Lukács, kapitalist toplumun şeyleşmiş maddi ve manevi evrenini genel hatlarıyla betimlemiş olur. Şeyleşme, esas olarak, “hayali bir nesnellığın” oluşmasını anlatır, “bu da bir insan yaratısının –diyelim ki bir kurum ya da bir ideolojinin ‘insanları kontrol eden bir güç’ niteliği edinmesi anlamına gelir” (Bewes, 2008: 24). İnsanın kendi faaliyetleri yine kendi karşısına dikilir. İnsanların toplumsal ilişkilerinden başka bir şey olmayan o soyutlama, kendini öyle bir sunar ki “‘şey-lik’in nesnel gerçekliğin ölçütü haline geldiği, başka bir deyişle, ‘verili dünya’nın bu dünyanın hakikati olarak kabul edildiği sürecin kendisi” oluverir (2008: 24).

Modern insanın yalnızlığı bu “kişisel-olmayan” “şeylik” dünyasının bağrında filizlenir. Günümüzde insanlar, geçmiş dönemlerde çok daha dar gruplarla hayatlarını sürdüren insanlara kıyasla, hayatlarını sürdürme konusunda topluma çok daha bağımlı

olsalar da, toplum içindeki her bir insana bir o kadar az bağımlıdır (Simmel, 2014: 283-284). Fakat, çağdaş toplumlar, kişisel bağımlılıkları tedavülden kaldırıırken, kişi-üstü, uzmanlaşmış, teknik yetenekleriyle ve insandan bağımsızlaşarak yoluna devam eder.

Bu durum, insanın özgürleşmesinin değil, insanın toplum karşısındaki edilgenliğinin ifadesidir. Bireyden böylesine bağımsız, kendi içinde yasaları olan ve doğa görüntüsü halini alan bir toplumsallık, bireyi hem pasifleştirir hem de günahlarından kurtarır:

Fetişizm ve genel olarak dinin işlevi, inananı kendi eylemlerinin sorumluluğunu üstlenme yükünden kurtarmaktır. Eyleyen, kişinin kendi değildir; onun içinde, onun aracılığıyla eyleyen Tanrı ya da şeytandır. Kişi dünyayı eleştirme ya da değiştirme gücüne sahip değildir; o da tıpkı dünyanın kendisi gibi yabancı bir iradenin aracıdır. Kapitalist de benzer bir yaklaşımla, piyasanın yıkıcı süreçlerini değiştirmenin kendi elinde olmadığını savunur durur. Zira piyasa kendisinin ve bütün insanların çaresizce tâbi olduğu kimi “ezeli kanunlar”a göre işlemektedir (Berman, 2014: 65).

İnsanın kendini özgür hissetmesi için doğaya ya da başka bir bireye bağımlılıktan kurtulması, kapitalist üretim ilişkilerinin cenderesindeki bir toplumda, bireyin özgürleşmesine değil, esaretine dönüşür. İnsan başka bir insana daha az bağımlı olurken, toplumun “şeylik”ine daha çok bağımlı olur. Bu arada, tüm “günahlar”, tıpkı dinlerde olduğu gibi, kendi ötesinde bir yere, o “şeylik”e havale edilir. Hayatın kendine özgü yasaları varken, bu yaşananlardan neden biz sorumlu olalım? Başarısızlıklar ya da başka türlü sorunlar, o “doğa”nın gereklerinin kavranamamasından kaynaklanır.

Fakat “iç bağımsızlığı sağlamak için en elverişli durum, bireysel kendine yeterlik duygusu”dur der Simmel (2014: 284) ve ekler “eğer yalnızlığın psikolojik bir gerçekliği ve önemi varsa, bu durum tek başına asla toplumun salt yokluğunu değil, daha çok onun ideal ve sonuç olarak inkâr edilen [*negation*] varoluşunu ifade eder. Yalnızlık toplumun uzak bir etkisi, bireyin negatif sosyalleşme kanalıyla pozitif belirlenimidir.” Toplumun bu biçimde olumsuzlanması ya da toplumun insan karşısında bir olumsuzlamaya dönüşmesi, yabancılaşmanın yalnızlık duygusu olarak tezahür

etmesi anlamına gelir ve insanın bu negatif toplumsallığını çözümlmek için gerekli olan anahtar bize verir.

2.1.3 Yabancılaşmış Emek

Bilindiği gibi Marx, yabancılaşmış emeğin dört boyutunu çözümlerken (insanın emeğine, ürününe, kendine ve diğer insanlara yabancılaşması) kapitalist üretim ilişkileriyle yüzleşen insanın doğal gibi görünen ilişkiler sistemine nasıl boyun eğdiğini somut bir biçimde gözler önüne sermiştir. Marx'ın 1844 *Elyazmaları*'nda ortaya koyduğu yabancılaşma tahlilleriyle, *Kapital*'de "Makineler ve Büyük Sanayi" başlıklı bölümde işçi ve makineler arasındaki ilişkiyi incelediği alt bölümlerde özsel olarak aynı şeyi dile getirmiştir (2011a: 357-408).

"Marx'ın geliştirdiği yabancılaşma teorisi, insan faaliyetlerinin nasıl harici, yabancı ve düşmanca bir şey olarak tecrübe edildiğini, bedenimiz ve aklımız için olumsuz etkilerini açıklamaktadır" (Swain, 2013: 5). Bu çaba, sadece kapitalizme özgü bir durum olmasa da modern kapitalizm koşullarında doruğuna ulaşan yabancılaşmış toplumsal ilişkilerin çözümünü hedefler. Marx, kısaca, insan ve doğa arasındaki bir ayrışmaya işaret eder ve söz konusu ayrışma "sadece ücretli emek ve sermayede eksiksizce tamamlanır" (Ollman, 2012: 216). Bir başka deyişle, "bireyin öncü rolünü azaltan bütün önemli değişiklikler insanla doğayı ayırıyormuş gibi değerlendirilir" ve Marksist yabancılaşma teorisi (insanla doğa arasındaki doğal ilişkilerden) "bağımsız olduğu varsayılan", toplumsal ilişkiler sürecinin ürünü olarak ortaya çıkmış unsurlara odaklanır (2012: 217).

Yabancılaşmanın birbiriyle bağlantılı dört biçimi, insanın (i) *kendi ürünü*, (ii) *üretici etkinliği*, (iii) *türü* ve (iv) *diğer insanlarla kurduğu ilişkide en belirgin şekilde* karşımıza çıkar. Marx'ın yabancılaşma konusundaki hareket noktası, kapitalist ekonominin işleyişini inceleyen klasik ekonomi politikçilerin özel mülkiyetten hareket etmesine nazire olarak belirlediği –çünkü bu kötülüğü ilk günahla açıklamak gibi bir

şey ve bir totolojidir- (Marx, 2005: 243) ve “güncel iktisadi bir olgu” olarak nitelediği, üreticinin yüzleştiği sömürünün çıplak görünümüdür:

“İşçi ne kadar çok zenginlik üretir, üretimi erk ve hacim bakımından ne kadar artarsa, o kadar yoksul duruma gelir. Ne kadar çok meta üretirse, o kadar ucuz bir meta olur. İnsanların dünyasının değersizleşmesi, nesnelerin dünyasının değer kazanması ile orantılı olarak artar. Emek sadece emtia üretmekle kalmaz; genel olarak emtia ürettiği ölçüde, kendi kendini ve işçiyi de meta olarak üretir” (2005: 140).

(i) Açıkça görüldüğü gibi, işçinin emek ürünü ve kendisi arasında düşmanca/karşıt bir ilişki vardır. Marx, emek ürününü emeğin nesneleşmesi olarak kavrar. İnsanın kendi öz etkinliği somut bir emek ürünü olarak onun nesnesi haline dönüşür. Ancak onun bu öz ürünü, yani onun kendi ürünü “...*yabancı bir varlık* olarak, üreticiden *bağımsız bir erk* olarak, ona karşı koyar”, dolayısıyla kapitalist üretim koşulları altında üretici etkinlik “...işçi için *kendi gerçekliğinin yitirilmesi* olarak, nesneleşme *nesnenin yitirilmesi* ya da nesneye *kölelik* olarak, sahiplenme *yabancılaşma*, *yoksunlaşma* olarak görülür” (2005: 140). Üreticiyle emek ürünü arasındaki bu çelişkinin esası “işçinin kendi ürünü karşısında, yabancı bir nesne karşısındakiyle aynı ilişki içinde” olmasından kaynaklanır (2005:140-141). İnsanı insan yapan etkinliğin ürünü, o insanın olmadığı gibi, bu sorun basit bir sahip olmama ya da denetim yoksunluğundan ibaret de değildir. Bu ilişki, üreticinin tüm maddi yaşam koşullarının emek ürünü açısından görünümünü de özetler.³¹

(ii) İşçi ve emek ürünü arasındaki bu karşıt konumlanma, işçinin kendi emek etkinliğine yabancılaşmasının da ifadesidir. Emeğin ürünü işçiye ait değilse, emek etkinliği de onun dışında ve karşıt bir şeye dönüşür. Kapitalist üretim koşullarında emek etkinliği, Marx’ın ifadesiyle, “...emeğin işçinin *dışında* olması, yani onun özüne ilişkin olmaması, demek ki emeğinde işçinin kendini olumlamayıp yadsıması, mutlu değil

³¹ “Gerçi emek zenginler için harikalar, ama işçi için yoksunluk üretir. Saraylar, ama işçi için inler üretir. Güzellik, ama işçi için solup sararma üretir. Emeğin yerine makineleri geçirir, ama işçilerin bir bölümünü barbar bir çalışma içine atar ve öteki bölümünü de makine durumuna getirir. Us, ama işçi için budalalık, aptallık üretir” (2005: 142).

mutsuz duyması, özgür bir fizik ve entelektüel etkinlik göstermeyip bedenine ve tenine eziyet etmesi olgusuna” dönüşür (2005: 143). Emek etkinliği özgür çalışma olarak ortadan kalkar ve işçinin fiziksel yapısına bile karşıt olan zorunlu bir çalışma haline dönüşür. Zorunlu çalışma, emeğin insan gereksinimlerini karşılayan niteliğini ortadan kaldırır ve zora dayanan bu etkinlik haricindeki zamanlarda duyduğu hayati gereksinimlerini karşılamamanın aracına dönüşür.³² İşçinin, zorlama ortadan kalkar kalkmaz işten “vebadan kaçır gibi kaçması”nın nedenini Marx burada görür.

Bu iki çözümlemede, nesneleşme sorunu açısından önceki başlıkta vurgulanan, Marx ve Hegel arasındaki farkı görmek mümkündür. Burada bir yandan Hegel’le açık bir hesaplaşma vardır (Lukács, 2013b: 230): Marx, insani bir etkinlik olan nesneleşme ile insana karşıt olan nesneleşme demek olan yabancılaşmayı birbirinden açıkça ayırt eder. İşçinin ürettiği ürün karşısında boyun eğmesi “*kendi gerçekliğinin yitirilmesi*” olarak, nesneleşme *nesnenin yitirilmesi* olarak ya da nesneye *kölelik* olarak, sahiplenme *yabancılaşma, yoksunlaşma* olarak” karşısına çıkar. Emek etkinliğinin işçinin “*dışında*” olması, yani onun özüne ilişkin olmaması”, emeğin esasen insanın özünde oluşunu fakat kapitalist üretim koşulları altında bu niteliği tümünden kaybetmesi anlamına gelir.

(iii) Tam da bu nedenle insan kendi türüne yabancılaşmıştır. Marx için, insanı insan yapan ve onun özü olan şeyin emek etkinliği olduğu belirtilmişti. İnsan, kendinin bilincine sahip türsel varlık olarak, doğayı kendi örgensel olmayan bedeni ve bilinçli geçim aracı haline getirdiği ölçüde insanlaşmıştır. Nesneleşme, yani onun dolaysız emek etkinliği, bu anlamıyla onun türsel etkinliğidir. Kapitalist üretim ilişkilerinde insanın emek etkinliği onun fizyolojik ihtiyaçlarının karşılanmasının bir aracına ve zorunlu çalışmaya dönüşünce, insan, türsel etkinliğini gerçekleştirmez hale gelir.³³

³² “İnsan artık kendini ancak yemek, içmek ve çoğalmak gibi hayvani işlevlerinde, bir de olsa olsa konutta, süslenmede, vb. özgürce etkin duyabilir, insan işlevlerinde ise ancak hayvanlığını duyar. Hayvani insani, insani de hayvani duruma gelir” (2005: 144).

³³ “Hayvan kendi yaşamsal etkinliği ile doğrudan doğruya özdeşleşir. Kendini ondan ayıramaz, o *bu etkinliktir*. İnsan kendi yaşamsal etkinliğinin kendisini, kendi istenç ve bilincinin nesnesi (konusu) durumuna getirir. Onun bilinçli bir yaşamsal etkinliği vardır. Kendisi ile doğrudan doğruya kaynaştığı bir

Hâlbuki insan yaşamsal gereksinimleri dışında da üretir, doğayı yeniden kendisi için üretir ve “güzellik yasalarına göre de üretir” (2005: 147). Çünkü insan türü, hayvandan farklı olarak, kendi yaşamsal etkinliğiyle özdeş değildir. İnsan kendisine mesafelenir ve yaşamsal etkinliği dışında, doğayı kendisi için yeniden üretir ve sanat gibi yaratıcı faaliyetlerle sürekli üretmeye devam eder. Kapitalist çalışma ise insanın tüm bu niteliklerini elinden alır ve insanın bireysel varoluşu fiziksel varoluşunun aracı olur (2005: 148-149).

(iv) İnsanın kendi emek ürününe, emek etkinliğine ve türüne olan yabancılaşması, insanın diğer insanlara yabancılaşması, aynı karşıt/düşmanca ilişkinin insanlar arasında da ortaya çıkması anlamına gelir. Üreticinin emek ürünü kendisine ait değilse bir başkasına aittir. Üreticinin emek etkinliği kendisine ait, onun öz etkinliği ya da iradesine tabii değilse bir başkasının iradesine tabiidir. İnsanın türsel özelliklerini kaybetmesi bir insanın ötekine yabancılaşması demektir. İnsanın tüm bu yabancılaşma pratiği, onun ötekisi haline gelmiş bir başka insan var olmadıkça olamaz ve bu insan işçi dışında bir başka insandır.

Marx, insanın tüm emek etkinliğinin bir başka insanın hizmetine girmesini özel mülkiyetin kökeni olarak kabul eder. “Özel mülkiyet demek ki yabancılaşmış emeğin, işçinin doğa ve kendi kendisiyle dışsal ilişkisinin ürünü, sonucu zorunlu vargısıdır” (2005: 150). Özel mülkiyet iş bölümünden kaynaklanır. “İş bölümündeki çeşitli gelişim aşamaları, bir o kadar farklı mülkiyet biçimlerini temsil eder; yani, iş bölümünün mevcut durumu, aynı zamanda, emeğin maddesi, araç-gereçleri ve ürünü bakımından bireylerin birbirleriyle olan ilişkilerini de belirler” (Marx ve Engels, 2013: 31). İnsanın emek ürününün ve emek etkinliğinin elinden alınması onların bir başka insana ait

belirlenim değildir bu. Bilinçli yaşamsal etkinlik insanı, hayvanın yaşamsal etkinliğinden doğrudan doğruya ayırır. İşte o tastamam bundan ve sadece bundan dolayı türsel bir varlıktır. Ya da o sadece ancak türsel bir varlık olduğu için bilinçli bir varlıktır; başka bir deyişle kendi öz yaşamı onun için bir nesnedir. Etkinliği sadece bundan ötürü özgür etkinliktir. Yabancılaşmış emek ilişkiyi tersine çevirir; öyle ki insan, bilinçli bir varlık olması sonucu, kendi yaşamsal etkinliğini, kendi *özünü*, ancak *varoluşunun* bir aracının ta kendisi durumuna getirir (2005: 146).

olması anlamına gelirken, bu ilişki mülkiyet eşitsizliğinin ve sınıflı toplumların temelini oluşturur. Zaten “iş bölümü ve mülkiyet özdeş ifadelerdir” (2013: 39).

Bu mülkiyet ilişkisi ise, tarihsel olarak, üretici güçlerin gelişmesinin bir sonucudur. Bir başka deyişle, artan faaliyet ölçeği, üretime dâhil olan üretici güçlerin hacim ve kapasitesinin büyümesi anlamına gelir. Bunun doğal sonucu olarak, üretime dâhil olan her bir birey toplumsal üretim zincirinin farklı aşamalarında yer edinirler. “İş bölümü, ancak maddi ve zihinsel emek arasında bir bölünme meydana geldiği andan itibaren gerçek anlamda iş bölümü halini alır” (2013: 38). Çünkü insan yapılan iş üzerindeki denetimini, özgür tasarımlarının filizleneceği nesnel koşulları kaybetmeye başlamıştır ve mülkiyet eşitsizliği ancak o zaman gerçek bir eşitsizlik halini almıştır. Üstelik bilinç ve pratik arasındaki makas da açılmıştır:

Bilinç, ancak bu andan itibaren, mevcut pratiğin bilincinden farklı bir şey olduğunu gerçekten imgeleyebilir; gerçek bir şey tasavvur etmeksizin *gerçekten* bir şey tasavvur ettiğini imgeleyebilir. Bilinç, bu andan itibaren, kendini dünyadan özgürleştirip ‘saf’ teorinin, teolojinin, felsefenin, ahlakın vb. yaratımına geçecek yetidedir ancak (2013: 38-39).

Bu açıklama, aslında, Marx’ın ideoloji kavrayışını ve idealist felsefeye bakışını da özetler. Kendini “saf teori” olarak sunan bilinç ve pratik arasındaki bu kopuş, ancak özel mülkiyet ve zorunlu işbölümü koşullarında ortaya çıkabilirdi. “Çünkü *iş bölümü* ile birlikte, zihinsel ve maddi faaliyetin, eğlence ile çalışmanın, üretim ile tüketimin, farklı bireylerin payına düşmesi olanağı, hatta gerçekliği doğmuş olur” (2013: 39).

Topluma dair tüm bu yanılsamalar zinciri Marx’ın esas çalışma konusudur. *Meta biçimiyle* belirginleşen, o biçimdeki “giz”i ortadan kaldırmak, Marx’ın esas amacıdır. Marx, insan yarattığı olan bu toplumsal ilişkiler üzerindeki “gerçekte mistifikasyon olan gizem”i ortadan kaldırmayı amaçlamıştır her zaman (Hyppolite, 2010: 145). *Kapital*’in ilk bölümünde karşımıza çıkan meta analizi de aynı çabanın ürünüdür. Marx’ın meta analizi, *meta biçiminden* kaynaklanan gizi, burjuva toplum düzeninin evrensel

kabulleriyle çelişen bir “semptom” ve toplumsal bir gerçek olarak ortaya çıkararak reddeder (Zizek, 2011: 27).

Fakat bu giz metanın dışında bir yerde değildir. Metanın meta olmaktan kaynaklanan fetiş karakterinin gözler önüne serilmesidir söz konusu olan ve fetişizm unsuru, sadece metanın kendisinde tespit edilen bir yanılsama değildir. Kapitalist üretim ilişkilerinin bir sonucu olarak ortaya çıkan meta fetişizmi ve yabancılaşma, tüm toplumsal faaliyetlerin metalar düzeyinde eşitlenmesine, türdeşleştirilmesine ve insanın metaların olmuş bitmiş, tıkr tıkr işleyen (gibi görünen) dünyasına boyun eğmesi anlamına gelir. Sonuçta, nesnelleşmenin kapitalist formunda insan ve nesne arasındaki “insandan yana” ilişki ters yüz edilir, nesnelere, insanlar için taşıdıkları anlamlarla beraber, insana karşıt öğeler olarak, metalaşır. Tüm bunlar olurken, insanın kendisi de “nesneleşir” ve bu sistemin içine sokuşturulur.

Genel olarak değerlendirmek gerekirse, insanın kendini gerçekleştirme olanakları, yeteneklerini açığa çıkarma ve onları özgürce geliştirme şansına sahip olması demektir. İnsan, insani yeteneklerini özgürce geliştirebildiği, üretici etkinliğini özgürce deneyimleyebildiği ve bu yolla kendi kafasına sahip olabildiği, bireyselliğini toplumsallığıyla el ele ve uyum içinde yaşayabildiği koşullarda kendini özgür ve mutlu hissedebilir. Bir olumsuzlama olarak insan, üretici etkinliğiyle kendini ve çevresini dönüştürür ve yeniden yaratır. O doğayla özdeş, kendini doğada bulan ve ifade edebilen, olmuş, bitmiş bir varlık değildir. Doğa onun nesnesidir ve onu *kendi için* dönüştürmek (“ikinci doğa”yı da bu yolla yaratır) onun en insani özelliğidir. Nesneleşme, bu anlamıyla, insanın insan olmasının pratik ifadesinden başka bir şey değildir.

İKİNCİ BÖLÜM

2. KAPİTALİZM, TEKNOLOJİ VE AKILLI TELEFONLAR

Önceki bölümde, insanın varlık ve gelişim koşulları diyalektik maddeciliğin sunduğu teorik yaklaşım çerçevesinde ele alındı ve yabancılaşma sorununa dair genel bir çerçeve çizildi. Bu bölümde ise aynı yaklaşım takip edilerek, insanın tarih boyunca (ve tarih öncesi) kendini yaratırken/geliştirirken icat ettiği iletişim araç ve olanakları genel hatlarıyla ele alınacak. Bu yapılırken yabancılaşma sorunu açısından iletişim araçlarına nasıl ve nereden bakılması gerektiğine dair bir yaklaşım oluşturulmaya çalışılacak. Devamında, akıllı telefonların bağrında serptildiği son “enformasyon³⁴ devrimi” ve insanın akıllı telefonlarla olan ilişkisi ise teknoloji ve toplum arasındaki ilişki kapsamında etraflıca değerlendirilecektir. Bu yolla, akıllı telefonların ortaya çıkmasına neden olan ve çağımızı şekillendiren, büyük umutlarla müjdelenen son “iletişim ve enformasyon devrimi”nin niteliğine, gelişim koşullarına, insana sunduklarına ve yabancılaşma sorunuyla olan ilişkisine tarihsel bir perspektifle odaklanılmış olacaktır. İnsanlığın uzun tarihini iletişim araçları açısından ele almak, bu çalışmanın sınırlılıkları ve amacı düşünüldüğünde faydalı görülmeyebilir. Buna karşın, iletişimin tarihsel öyküsünü göz önünde bulundurmak, iletişim araçları ve emek arasındaki ilişkiyi (biraradalığı) anlamak açısından önemlidir. Akıllı telefonların ve bağrında serptdikleri “iletişim ve enformasyon devrimi”nin niteliğini ortaya koymak ve insanların bu “devrim”in neresinde olduklarına odaklanmak açısından yararlı bir tarihsel perspektif oluşturmak anlamına gelecektir. Akıllı telefonlar söz konusu olduğunda karşımıza çıkan fetişist önkabuller ve insana yabancı ilişkiler ancak bu perspektif dahilinde hakkıyla ele alınabilir.

³⁴ Enformasyon çoğu zaman bilgiyle eş anlamlı kullanılsa da “Enformasyon örgütlenmiş ve iletilen veridir” (Porat’tan aktaran Castells, 2008: 20).

Daha önce de vurgulandığı gibi, Marx, en genel düzeyde, tarihsel bir bilinç durumunun dünyayı anlamlandırma tarzının, belirli bir zamanın nesnel koşullarıyla yakın bir ilişki içinde geliştiğini düşünürdü. Marx'ın bu bakışı, iletişime özgü ya da iletişim araçlarıyla dolayımlanmış herhangi bir bilinç durumu için de geçerlidir. Ancak çeşitli tarihsel bilinç durumları ve maddi pratikler arasındaki ilişki çoğu zaman açık bir şekilde gözler önünde değildir. Bu ilişkinin, iletişim etkinliğini içerecek biçimde, bilimsel bir yolla çözümlenmesi ve somut bir şekilde görünür kılınması gerekir.

Marx *Grundrisse*'de (2013a: 45-46) bu çözümlenmenin modelini bize sunuyor gibidir:

Yunan imgelemine esinleyen ve böylelikle Yunan [sanat]ının temelini oluşturan doğayı ve toplumsal ilişkileri görüş tarzı, *selfactors** ile, demiryolları ile, lokomotiflerle ve elektrikle işleyen telgrafla bağdaşır mı? Bir Vulkanus,** Roberts ve ortakları yanında nedir ki; Jüpiter,** paratonerin, Hermes**** *Credit Mobilier*'in yanında nedir ki? Her mitoloji, doğa güçleri üzerinde hayal alanında ve hayal aracılığıyla egemenlik kurar ve o güçlere biçim verir: Onun için doğa güçleri gerçekten egemenlik altına alınca, mitoloji de ortadan kaybolur. Printing House Alanı***** yanında Fama'nın***** sözü mü olur? (...) Öte yandan: Achilleus barutla ve kurşunla bağdaşabilir mi? Ya da, *Ilyada*, basınla ya da baskı makinesiyle bağdaşabilir mi? Türkü, destan, mitolojinin ilham perileri, mürettibin aletleri karşısında zorunlu olarak yok olmazlar mı, epik şiirin gerekli koşulları ortadan kalkmaz mı?

Marx'ın sorduğu sorular, verdiği örnekler ve yaptığı karşılaştırmalar oldukça önemli. Bu bakışın etkileyciliği ve önemi toplumların maddi pratikleriyle, genel olarak fikri pratikleri arasındaki ilişkiyi gözler önüne sermesinden kaynaklanıyor. Soru gerçekten de önemli: Antik mitolojinin dünyayı görüş tarzı Yunan sanatının temelini oluştururken ve Yunan sanatı, insanın (antik Yunan'daki insanın, o belirli insanın) doğa güçleri üzerinde, hayal alanında ve hayal aracılığıyla kurmaya çalıştığı egemenliğin bir ifadesiyse şayet, kapitalist üretim tarzı tüm doğayı egemenliği altına almışken, bu eski sanatın ve dünyayı görüş tarzının yaşama şansı kalmış mıdır? Bugün, sözlü kültürün

* Otomatik iplik eğirme makineleri.

** Roma mitolojisinde ateş ve maden tanrısı.

*** Roma mitolojisinde yıldırım vb. gibi doğal güçleri simgeleyen tanrı.

**** Yunan mitolojisinden hırsızların ve tüccarların tanrısı.

***** Londra'da Times'ın da aralarında bulunduğu basın yayın organlarının toplulaştığı alan.

***** Roma mitolojisinde dedikoduyu simgeleyen tanrıça.

günümüze ulaşan örneklerinin insanları ancak kütüphane raflarında büyüleyebileceğini söylemenin ilgi çekici bir yanı bulunmaz. Önemli olan, Marx'ın etkileyici bir biçimde yaptığı gibi, geçmişin dünyayı görüş tarzının neden ve hangi toplumsal dinamiklerle tarih olduğunu ortaya koyan yola ulaşmaktır.

Marx'ın şu an için (alıntılanan paragrafta) sormadığı ama tümüyle yabancılaşma sorununun esas konusuna işaret eden o soruyu şimdi biz soralım: Doğa kapitalist şirketler tarafından, teknoloji aracılığıyla mutlak surette egemenlik altına alınmışken ve epik şiir yerini önce baskı makinesine bırakmış ve şimdi görsel ve işitsel medyayı da içine alan dijital medya basımcılığın tahtını çoktandır sarsmışken, mitolojinin dünyayı görüş tarzının yerine ne konuldu? İnsanlar, “akıllı” ve ufacık bir alet aracılığıyla “tüm dünyayı” parmaklarının ucuna getirirken, yeryüzünde insandan daha egemen bir şey kaldı mı? İnsan gerçekten egemen midir ya da bu egemenliğin neresindedir? Bu egemenliğin niteliği ve toplumlara sundukları nelerdir? Bu egemenlik herkes için midir? Bu egemenliğin dünyayı görüş tarzı yeni mitler inşa etmiş midir? Akıllı telefonlar söylendiği kadar “akıllı” mıdır veya bu aklın niteliği nedir, bu akıl kimin ya da neyin aklıdır? Tüm bu değişim içinde, bir iletişim aracı hangi koşullarda ortaya çıkar/icat edilir ve insanlar tarafından kullanımı bir gereklilik haline dönüşür? İnsanlar bu iletişim araçları ve özelde akıllı telefonlar aracılığıyla yeni mitler yaratmışlar mıdır? Bu soruların hepsi iletişim ve yabancılaşma sorunu arasındaki ilişkiyi ortaya koymamız ve sorunu akıllı telefonlar açısından tartışabilmemiz açısından önemlidir.

Bu soruları cevaplamanın en iyi yollarından biri, Marx ve Engels'in maddeci tarih görüşlerinin bize salık verdiği yolu takip etmeye devam etmekten geçiyor. Maddeci tarih görüşü, *Alman İdeolojisi*'nde de belirtildiği gibi, canlı, faal, belirli insanların, “ne ürettikleriyle olduğu kadar nasıl ürettikleriyle de örtüşen” en geniş anlamdaki *yaşam tarzlarından* hareket eder (Marx ve Engels, 2013: 30). Bu bakış açısı,

esas olarak, insanların bölüşüm ilişkilerini de içeren üretim ve tüketim faaliyetlerine odaklanır:

Materyalist tarih görüşü, üretimin ve üretimden sonra üretilen ürünlerin değişiminin her toplumsal rejimin temelini oluşturduğu; tarihte görülen her toplumda, ürünlerin bölüşümünün ve ürünlerin bölüşümü ile birlikte sınıflar ya da zümreler biçimindeki toplumsal eklemlenmenin üretilen şeye, bunun üretiliş biçimine ve üretilen şeylerin değişim tarzına göre düzenlendiği tezinden yola çıkar (Engels, 2012: 63).

Biz de bu bakışı takip edersek, yani canlı, faal, belirli insanlardan ve onların kendi geçim araçlarını yaratma tarzları olan *üretim tarzları* ve bunun başka bir açıdan ifadesi olan *mülkiyet biçimlerinden* hareket edersek, tarihi çeşitli bilinç durumlarının birbirini izlediği bir hikâyeye olarak değil de, çeşitli üretim tarzları ve mülkiyet biçimlerinin birbirini çatışmalı olarak izlediği bir değişim süreci olarak kavrarız. Bu bilimsel yolu takip etmeyi sürdürürsek, iletişim araçlarının tarihsel gelişimini de, birbirini takip eden birçok iletişim aracının kronolojik hikâyesine indirgeme hatasına düşmekten kurtuluruz ve iletişim araçlarının ortaya çıkışını, toplumsal niteliklerini ve konumlarını, insan topluluklarının tarihsel üretim tarzları ve mülkiyet biçimlerinin koşulladığı toplumsal ilişki biçimlerinin parçaları olarak ele alırız. Böylece, iletişim araçları ve toplumsal üretim arasındaki ilişkiyi kavrayabilir ve günümüzdeki en yaygın iletişim araçları arasında yer alan akıllı telefonların kapitalist üretim tarzıyla olan ilişkisini gözler önüne serebiliriz. Pek tabii, akıllı telefon kullanıcısı, o “belirli insan”ın bu cihazla neler yaptığını ve aynı şekilde o cihazın ona neler yaptığı sorusunu cevaplamaya daha da yaklaşmış oluruz.

Marx ve Engels’in bahsettiği tarihsel üretim tarzları ve mülkiyet biçimleri nelerdir? Maddeci tarih görüşünün kurucuları, farklı üretim tarzları ve mülkiyet biçimlerinin köklerini o toplum içindeki bireylerin kendi arasındaki ve toplumun diğer toplumlarla olan üretim ilişkilerinde aramışlardır. Tarihsel üretim tarzları ve mülkiyet biçimlerine odaklanmadan önce, bunları ve insanların belirli yaşam tarzlarını koşullayan *işbölümünün* ne olduğuna bakmak gerekir (2013: 31):

Bir ulus içindeki işbölümü, önce sını ve ticari emeği tarımsal emekten ayırır; ardından *kent* ile *kır* arasındaki ayrım gelir ve bu ikisinin çıkarları çatışır. İş bölümünün daha da gelişmesi ticari emeği sını emekten ayırır. Aynı zamanda, bu çeşitli alanların kendi içindeki işbölümü nedeniyle, belirli iş kollarında birlikte çalışan bireyler arasında yeni görev bölüşümleri ortaya çıkar. Bu insan gruplarının birbirleri karşısındaki konumları, tarımda, sanayide ve ticarete işin örgütlenme tarzı (ataerkillik, kölecilik, kastlar, sınıflar) tarafından belirlenir. Bu aynı koşullar (daha gelişkin bir ekonomik ilişki söz konusu olduğunda), farklı ulusların kendi aralarındaki ilişkilerde de görülür.

Demek ki işbölümü derken, hem genel toplumsal üretimin farklı türleri (kır ve kente ait olan, sını, tarımsal ve ticari) arasındaki ayrımlar hem de bu üretim türlerindeki insanların karşılıklı aldıkları konumlanmalar kastediliyor. İşbölümünün ulusların birbirleri arasında gerçekleşebileceği de unutulmamalıdır. Toplumsal işbölümünün gelişimindeki çeşitli tarihsel aşamalar ise farklı üretim tarzları ve mülkiyet biçimlerinin ortaya çıkması anlamına gelmektedir.³⁵ Kabaca, toplumsal işin örgütlenme tarzı bölüşüm ilişkilerini düzenler ve ortaya çıkan mülkiyet biçimleri, bu ilişkilerin tarihsel bir sonucudur. Belirli işbölümü ve mülkiyet biçimleriyle örtüşen üretim tarzları ise o insan topluluklarının *yaşam tarzlarını* ifade ederler.³⁶

³⁵ Bunlara kısaca değinmekte yarar var. İnsanlığın ilk dönemlerinde işbölümünün çok sınırlı olduğu ve aile fertleri arasında paylaşıldığı topluluklarda, bu üretim tarzına uygun olarak, mülkiyet, topluluk üyeleri arasında görece ortaklaşmacı bir biçimde dağılır ve bu *kabile mülkiyeti* olarak adlandırılır. Kentlerin ortaya çıktığı ve işbölümünün hem kent hem kır özelinde ve arasında geliştiği, yurttaşlar ve kölelerin belirgin sınıflar olarak ayrıldığı toplumlarda ise toplumsal işbölümünün ve dolayısıyla üretimin gelişimine uygun olarak *antik komün ve devlet mülkiyeti* gelişmiştir. “Serleşmiş küçük köylülerin” emeğine dayanan toprak mülkiyetiyle şekillenen kır ve sınırlı bir zanaat üretimine dayanan kent ekonomileri arasındaki çelişkilerle şekillenen toplumsal işbölümüne dayanan üretim tarzı ise *feodal mülkiyet biçimini* koşullandırır (2013: 31-32). Tabii, son olarak, üretim ve ticaretin giderek birbirinden ayrılmasıyla, kentler arasındaki ticari bağların güçlenmesi ve yeni bir tüccar sınıfının oluşmasıyla ortaya çıkan *burjuva mülkiyet biçimi*, işbölümünün yeni üretim tarzına göre dönüşmesinin bir ifadesidir (2013: 58). Daha önce de belirtildiği gibi, “işbölümü ve mülkiyet, özdeş ifadelerdir: Birinde faaliyet bağlamında söylenen şey, ötekinde faaliyetin ürünü bağlamında söylenmektedir” (2013: 39, vurgu bana ait).

³⁶ Genel düzeyde, üretim tarzları ve ortaya çıkan mülkiyet biçimleri bir toplumun kendini yeniden ve yeniden üretim sürecinde ve tüm toplumsal ilişki biçimlerinin çözümlenmesinde kritik önemdedir. Rosa Luxemburg, *Sermaye Birikiminin Tarihsel Koşulları*’nda (1984: 53-54) sırasıyla Hindistan’daki Müslüman, Moğol ve İngiliz hâkimiyetlerini kıyaslar: “...birbirini izleyen Müslüman fatihlerden hiçbirisi köylü kitlelerin iç toplumsal hayatına ve geleneksel yapısına dokunmamıştı. Askeri örgütlenmeyi yönetmek ve halktan vergi toplamak için eyaletlere kendi valilerini yerleştirmekle yetindiler. Bütün fatihler ülkeye egemen olma ve onu sömürme amacıyla hareket ediyorlardı ama hiçbirisi halkın üretici güçlerine el koymak ve toplumsal örgütlenmesini parçalamak niyetinde değildi. Moğol İmparatorluğu’nda köylü yabancı yöneticiye yıllık ayni vergisini vermek zorundaydı ama köyünde işine karışılmadan yaşayabilir ve atalarının yaptığı gibi *sholgura*’sında pirincini ekebilirdi. Sonra İngilizler geldi. Ve kapitalist uygarlık vebası halkın bütün toplumsal örgütlenmesini çöktürmeyi başardı; binlerce yılın, Nogayların kılıcının yapamadığını kısa zamanda yaptı. İngiliz sermayesinin nihai amacı Hint topluluğunun varlık temelini, toprağın mülkiyetini ele geçirmektir.” Böylece, İngilizler, Hint toplumunun geleneksel yaşam tarzının en büyük koşulu olan toprak mülkiyetini kalıcı bir biçimde bozunca,

Peki, maddeci tarih görüşünde teknolojinin rolü nedir? Ya da yukarıda kısaca özetlenen toplumsal ilişkiler alanında teknoloji nereye tekabül ediyor? “Marx ‘teknolojiden’ bahsettiği zaman, verili bir anda fiili bir emek süreci tarafından takınılmış somut formu, belirli kullanım değerlerinin gözlemlenebilir üretim sürecini kasteder” (Harvey, 2012: 164). Ancak, teknoloji, emek sürecinin ne basit bir araçtır ne de tüm üretim ilişkilerinin toplam bir ifadesi olarak, belirleyici ve bağımsız bir toplumsal güçtür. Teknoloji, “doğrudan kullanılan alet ve makineler, üretim sürecinin fiziki dizaynı, teknik işbölümü, (hem nicelikler hem nitelikler olarak) emek güçlerinin fiili kullanımı, işbirliğinin merhaleleri, emir komuta zincirleri ve yetki hiyerarşileri ile kullanılan belirli işbirliği ve kontrol metotları”nı içerir (2012: 164). Marx’ın düşüncesindeki ilişkisellik teknoloji kavrayışında da geçerlidir.

Teknolojinin toplumsal anlamını, basit bir araç düzeyinden kurtararak değerlendirmek için, onu *üretici güçler*³⁷ teorisiyle beraber düşünmek gereklidir. Marx ve Engels, toplumsal üretimin parçası olan bütün unsurları, yani emek gücünü, işbölümünü, kastları, sınıfları, parayı, makineyi, nüfusu ve devlet gibi “üst yapı kurumları” da dâhil olmak üzere “insanoğlunun ta kendisi”ni üretici güçler olarak niteliyor (Sayer, 2002: 54). “Üretici güç, doğayı elde etme ve dönüştürme kudretini temsil etmektedir” (Harvey, 2012: 166). İnsanın doğayla olan dolaysız ilişkisinde rol alan tüm ilişkiler ve unsurlar üretici güçlerin toplam bir ifadesidir. Teknolojinin toplumsal mahiyeti ise tam da burada belirginleşir: “Teknoloji, temelde yatan üretici güçler ve ilişkilerinin ifade edildikleri emek sürecinin maddi formudur” (2012: 164-165).

Hindistan’daki İngiliz hâkimiyeti yüzyıllardır başarmamayan bir şeyi, tüm Hint toplumunun yaşam tarzını değiştirmeyi başardı. Hindistan bir daha asla eski Hindistan olamadı.

³⁷ İngilizcesi *productive forces*. Daha doğru bir şekilde *üretken güçler* olarak çevrilebilirdi, ancak bu çalışmada terimin dilimize giren ve yerleşen hali olan *üretici güçler* kullanılmaya devam edildi. Sayer çevirisinde de olduğu gibi, zaman zaman farklı kaynaklarda rastlanan *üretim güçleri* şeklindeki çeviriler de *üretici güçler* olarak kullanıldı.

Bu bakışın önemi, teknolojiye dair insanın kendini yaratma sürecine dokunan somut bir yaklaşım sunmasının yanında, teknolojiyi, üretici güçlerin ve ilişkilerinin ifade edildiği maddi bir emek formu olarak görmesinden kaynaklanıyor. Basit bir araç değil de maddi bir emek formu olarak teknoloji, insan topluluklarının yaşam tarzları hakkında da bize çok şey söyler: “Öylece teknoloji diye bir şey yoktur. (...) Gerçekten var olan bu çağdaş teknoloji belli amaçları tercih eder ve diğerlerini engeller” (Feenberg, 2010: 33). Öte yandan, bu tercih ya da engelleme kendiliğinden, teknolojinin özsel bir etkisi olarak ortaya çıkmaz: “Teknoloji bir mücadele alanıdır ve ona çelişik güçler kazandıran karşıt baskılar tarafından yaratılmıştır, dolayısıyla, bunların hangisinin gerçekleşeceği ilerideki mücadele anlarında belli olacaktır” (Yücesan-Özdemir, 2009: 50).

Marx, *Kapital*'in birinci cildinin dördüncü kısmının 95 numaralı dipnotunda şöyle bir düşünce geliştirir: “Teknoloji, insanın doğayla arasındaki aktif ilişki tarzını, insan yaşamının dolaysız üretim sürecini ve dolayısıyla da aynı zamanda onun toplumsal yaşamının ilişkilerini ve bunlardan kaynaklanan zihinsel tasarımlarını açığa çıkarır” (2011a: 358). Akıllı telefonları, yabancılaşma sorunu çerçevesinde ele alan elinizdeki çalışmanın hareket noktası, yaşam tarzları olarak da ifade edebileceğimiz bu toplumsal ilişkiler alanıdır. Diğer bir önemli hareket noktası ise Marx'ın vurguladığı bu zihinsel tasarımlardır.

Marx'ın genel olarak teknoloji üzerine yaptığı tespitler, her biri birer teknolojik araç olan iletişim araçları için de geçerli değil midir? Elinizdeki çalışma bunun geçerli olduğunu savunuyor. İnsanın iletişim etkinliğine baktığımızda, doğayla arasındaki ilişki tarzını, yaşamın dolaysız üretimini ve aynı zamanda toplumsal yaşamın ilişkilerini ve bunlardan kaynaklanan zihinsel tasarımları görebiliriz. Yalnızca akıllı telefonlar değil, bir “şey” olarak akıllı telefonların ardındaki akıl, bilgisayar, bilgi ve enformasyon,

teknolojik dünyanın dahi çocukları ve daha pek çok unsur bu incelemenin diğer başlıklarıdır.

Elinizdeki çalışma, tüm iletişim tarihini ve araçlarını sözü edilen minvalde yeniden ele alma amacıyla değildir, fakat insanın iletişim ve enformasyon araçlarıyla ve akıllı telefonlarla olan ilişkisini sözü edilen tarihsel ve toplumsal perspektife oturtma iddiasındadır. Bu nedenle, ilk başlıkta, iletişim araçlarının emek ve yabancılaşmayla olan ilişkisi tarihsel olarak genel düzeyde ele alınacaktır. Devamında ise bu perspektif derinleştirilerek, iletişim ve enformasyon araçlarının kapitalist üretim tarzıyla olan ilişkisi çerçevesinde son “iletişim ve enformasyon devrimi”ne ve onun en belirgin ürünlerinden biri olan akıllı telefonlara odaklanılacaktır. Akıllı telefonlar ve yabancılaşma arasındaki ilişki, tarihsel bir arka plana yaslanarak, bu yol boyunca ortaya konmaya çalışılacaktır.

2.1 NESNELEŞMENİN ZORUNLU BİR UĞRAĞI OLARAK İLETİŞİM ETKİNLİĞİ VE TARİHSEL GELİŞİMİ

Doğayı olumsuzlayarak aşan insanın en birincil türsel etkinliği kendi geçim araçlarını yaratmasıdır. Teknoloji, yukarıda belirtildiği gibi “insanın doğayla arasındaki aktif ilişki tarzını, insan yaşamının dolaysız üretim sürecini ve onun toplumsal yaşamının ilişkilerini ve bunlardan kaynaklanan zihinsel tasarımlarını açığa çıkarıyor”sa şayet, iletişim araçları da bu sıralananları ifade ediyor olmalıdır. Bu başlıkta, insanın kendini ve kendini çevreleyen “ikinci doğa”yı yaratma sürecinin iletişim etkinliğiyle yakın ilişkisi, sözü edilen bağlamda, ancak genel bir düzeyde ele alınacaktır.

İnsanın insan olmasının birinci koşulunun, varlığıyla özdeş doğal şartlar ve yaşam koşullarından yoksun olması olduğu bir önceki kısımda belirtilmişti. Nesneleşmenin bir diğer biçimi olan iletişim etkinliği söz konusu olduğunda da bu ilk koşulun hayati bir önemi var. Doğanın olumsuzlanması olarak insanın iletişimsel öyküsü, sözsüz jestler, mimikler, konuşmanın keşfiyle başlar ve akıllı telefonların olmazsa olmazı, bugünkü mikroçiplere kadar uzanırken (Crowley ve Heyer, 2014: 18) tüm bu gelişim basamaklarının insanın emek etkinliğinin kendisi ve doğrudan sonuçları olduğunu bilmek önemlidir. Ancak bu yolla, konuşmanın keşfinden mikroçiplerin icadına kadar süren o kadim etkinliğin esasını anlayabilir ve insan ile akıllı telefonlar arasındaki sorunlu ilişkiyi çözümleyecek ilk koşulu yerine getirmiş sayabiliriz kendimizi. İnsanın koşulsuz nesnel etkinliği olan emek etkinliği, konuşmanın keşfinden tutun da akıllı telefonların icadına kadar tüm bu iletişimsel öykünün merkezinde yer alır. İnsan emeğinin bu türü ve dönüşen niteliği o derece önemlidir ki, insan, bu etkinliğiyle hem kendini gerçek anlamda yaratmış ve dönüştürmüş hem de ikili bir etkiyle, kendinin ne olduğu ve ne yaptığına dair fikirlerini emek etkinliğinin bu niteliğiyle geliştirmiştir.

2.1.1 İlk Bilgi Devrimi ve Emeğin Rolü

Her ne kadar konuşmanın bir “keşif” işi olmadığı ve el ve ayaklarımız gibi “bize doğal olarak geldiği”ne dair fikirler olsa da (Poe, 2014: 52), insanın eli gibi bedensel parçaları dâhil olmak üzere, konuşma becerisi de insan emeğinin bir ürünüdür:

Doğa üzerindeki egemenlik, elin gelişmesiyle, emek ile başladı ve her yeni ilerleme de, insanoğlunun ufkunu genişletti. İnsan, doğal nesnelere, sürekli olarak, yeni, o güne kadar bilinmeyen özellikler keşfediyordu. Öte yandan emeğin gelişmesi, karşılıklı dayanışma, ortaklaşa etkinlik durumlarını çoğaltma ve bu ortaklaşa etkinliğin her birey için sağladığı yararın bilincine varma yoluyla toplum üyelerinin birbirine giderek yaklaşmasına zorunlu olarak yardım ediyordu. Kısacası, oluşum geçiren insanlar, birbirlerine *söyleyecek bir şeylerinin bulunduğu* noktaya eriştiler. Gereksinme kendine bir organ yarattı: Maymunun gelişmemiş gırtlığı, durmadan daha gelişmiş modülasyon elde etmek için yapılan modülasyon yoluyla yavaş ama sağlam biçimde değişti ve ağız organları, yavaş yavaş birbiri ardından düşünce ifade eden sesler çıkarmayı öğrendi (Engels, 2006: 189, vurgu bana ait.).

Bu kadar hayvan çeşitliliği içinde neden sadece insanlar “birbirlerine söyleyecek bir şeylerinin bulunduğu noktaya eriştiler?” Bu sorunun cevabı, yani maymundan insana geçişin tüm boyutları henüz kesin olarak bilinmemekle beraber şurası kesindir ki “İnsanlar, besin ve barınak edinmek için, fizyolojik donatımındaki eksikleri aletlerle tamamlarlar”, geçim için işbirliği yapar ve birlikte çalışırlardı (Childe, 2006: 42-44). Bunları yapmak zorundalardı. İnsan haricindeki hiçbir canlı türü hayatta kalmak için alet yapmak, geçim için işbirliği yapmak ve birlikte çalışmak zorunda değildir. Aslında hayvanlar da bunların her birini ya da hepsini yaparlar ama, çok sınırlı ölçülerde. İnsanların, diğer hayvanlar gibi pençelere ya da doğayla uyumlu bir şekilde yaşayabilecekleri başka uzuvlara sahip olmamaları alet yapmayı, işbirliği ve birlikte çalışmayı bir istisna değil, bir kaide olarak dayattı. İnsanın insanımsı ataları, bunu başarabildiği ölçüde çok uzun çağlar boyunca insanlaştılar. En basit aletleri üretmekten konuşmanın keşfine dek, insanların yaşama tutunmasının ürünleri olan tüm bu keşifler,

kendilerinin nesneleşmesinin ifadesi olarak, emek etkinliklerinin doğrudan ürünleri ve kendini yaratım sürecinin ta kendisiydi.³⁸

İnsanlar, yaşama tutunmalarını sağlayan emek etkinlikleri yoluyla birbirlerine söyleyecek bir şeylerinin bulunduğu noktaya eriştiler. İnsanların, karşılıklı dayanışma ve ortaklaşa etkinliklere koşulsuz şartsız mecbur olması, onların kendi aralarındaki iletişim sürecini bir zorunluluk olarak ortaya çıkardı. İnsan, diğer insanlarla beraber hareket etmeye mecbur olduğu için onlarla iletişim kurmaya mecburdu. Bu mecburiyeti, konuşmayı “doğanın bir lütfü” gibi görenler de kabul ederler: “İstediğimiz için değil, zorunda olduğumuz için konuşuruz” (Poe, 2014: 52).

Bu zorunluluk, ilk başlarda, insanın tüm vücuduyla iletişim kurmasını gerektirdi. “Dilsiz dil”, insanın yüzünü, kaslarını, uzuvlarını ve tabii en çok da ellerini kullanarak “konuşmaya” çalıştığı iletişim biçimini ifade eder (İlin ve Segal, 2000: 17). İnsan faaliyetlerinin nitelik ve nicelik bakımından daha da boyutlanmasıyla jest ve mimiklere çeşitli sesler de eşlik etti. En sonunda konuşma dediğimiz faaliyet “dilsiz dil”i kendi içine aldı ve böylece, ilk büyük iletişim devrimi gerçekleşmiş oldu. Bu yalnızca bir iletişim devrimi olmakla kalmadı, insan gırtlığı ve dili bu yeni iletişim becerisiyle gelişti. Dahası beyni de hacim olarak büyüdü, kapasitesi arttı ve soyutlama yeteneği keşfedildi:³⁹ “Ortaklaşa çalışma insana konuşmayı, konuşma da düşünmeyi öğretmişti. İnsan, aklını doğadan bir armağan olarak almamış, kendi emeğiyle kazanmıştır” (2000: 23-24). “Bilişsel devrim” ya da “enformasyon patlaması” olarak da adlandırılan bu devrim, insanların, artık, “maddi araçlar devrimi”ne ek olarak simgesel üretimi ifade

³⁸ Tarih öncesi kalıntılar, fizyolojik olarak doğa karşısında oldukça zayıf olan ilk insanların aletler yapıp, gruplar halinde yaşadıklarına, hangi eşyaları, ne amaçla kullandıklarına dair önemli kaynaklar sunar. Bilim insanları, yazının icadına kadar insanların neyi neden yaptıklarını ancak yorumlayabilmişlerdir, fakat bu yorumların bilimsel anlamda sağlam dayanakları olduğu unutulmamalıdır. Kaldı ki günümüzde dahi “taş devri”nde yaşayan topluluklara rastlamak mümkün. Bilim insanları hem tarih öncesi kalıntıları hem de günümüzde yaşayan bu toplulukların yaşam biçimlerini inceleyerek bu sonuçlara ulaşmış, farklı coğrafyalarda farklı gelişim özelliklerine rastlasalar da belirli düzeylerde genelleştirmeler yapabilişlerdir (Childe, 2006; İlin ve Segal, 2000).

³⁹ Şüphesiz ki insan beyninin gelişmesinin on binlerce yıl süren avcılık ve toplayıcılık döneminde edindiği gıda çeşitliliği ve ateşi keşfedip besinleri pişmiş tüketmeye başlaması gibi (Harari, 2015: 13-34) çok daha başka evrimsel nedenleri de vardı ama burada konunun iletişimsel yönüyle ilgileniyoruz.

eden “simgesel araç devrimi”ni gerçekleştirdiği anlamına geliyordu (Şenel, 2014: 69). Kolektif emek ve soyutlama yeteneğinin gelişimi arasındaki biraradalık, konuşmanın keşfinin bireysel karşılığı düşünüldüğünde karşımıza çıkar. İnsan ilk maddi aracı üretirken aslında ilk simgesel üretimi de gerçekleştirmiş oluyordu. Maddi üretim zihindeki tasarımından ayrı düşünülemez: “İnsanın kültürel evriminin, sivri uçlu bir nesnenin yontulması (maddesel araç) ve onun simgesinin kafada yaratılması (simgesel araç) ile başladığı söylenebilir” (2014: 103). Bu ilişkinin zorunlu sonucu ise “simgesel araçlarını iletişim yolunda kullanan insanın, onları zamanla geliştirip sistemleştirerek dile, konuşmaya ulaşması”nda karşımıza çıkar (2014: 103).

Bu devrim, soyutlama yeteneğinin ortaya çıkması ve gelişmesini ifade ediyordu. Soyutlama yeteneği, günlük, yaşamsal ve pratik işbirliğinden kaynaklandığı kadar insan topluluklarının “olmayan şeyler hakkında bilgi aktarması”ndan da kaynaklandı (Harari, 2015: 24). Bir arada yaşayan ilk insanlar, zamanlarının kısıtlı bilgi birikimine dayanan fikirler üretmeye başladılar. Efsaneler ve mitler olarak karşımıza çıkan bu tarihsel birikim, ileride üzerinde dinlerin serpileceği zihinsel zemini oluşturdu (2015: 24). Bilişsel devrim sözlü kültürün doğuşu anlamına gelirken, konuşma yaklaşık 150 bin yıl boyunca insanın kullandığı neredeyse tek iletişim biçimi olarak kaldı (Poe, 2014: 65).

İletişim ve emek arasındaki şu ana kadar özetlenen ilişkiyi göz ardı etmek, iletişimi, kabaca ve yanlış bir biçimde, “doğal” ve “teknolojik” olarak ikiye ayırmakla sonuçlandı (Williams, 2013: 67). Emek göz ardı edilince, yüz yüze ve konuşarak ya da jest ve mimiklerle gerçekleşen “doğal” iletişim tarzının zaten çok da önemli olmayan, doğal ve hatta basit bir etkinlik olarak görünmesi normaldi. Böylece iletişim etkinliğinin, insanın insan oluşuyla ve genel olarak emek etkinliğiyle olan ilişkisi ve kendini gerçekleştirmesinin bir yolu olduğu gözden kaçırılmış oldu. Öte yandan, geleneksel ve yeni iletişim araçlarıyla icra edilen iletişim etkinliği ise kabaca iletişim araçları ve onları kullanan kitleler/insanlar soyutlamasıyla ele alındı ve bir dizi yanlış

bakışla beraber daha çetrefilli sonuçları beraberinde getirdi. Bu sonuçlar mevcut kısmın sonlarına doğru, insanın bilgi ve iletişim teknolojileriyle olan ilişkisi açısından ele alınacaktır.

Her şeyden önce, “hem üretilen hem de üretim araçları olarak iletişim araçları tarihsel gelişime doğrudan tabidir” (2013: 66). Bu nedendir ki “en basit fiziki dil biçimlerinden en ileri iletişim teknolojisi biçimlerine kadar tüm iletişim araçlarının her zaman toplumsal ve maddi olarak üretildiği ve elbette yeniden üretildiği doğrudur” (2013: 66). “Doğal” olsun olmasın, tüm iletişim araçlarının toplumsal ve maddi olarak üretildiğini vurgulamak iletişim araçlarını yalnızca “araçlar” olarak gören ve beraberindeki toplumsalı göremeyen, gönderici-mesaj-alıcı hattında çeşitlenen ana akım yaklaşımların cenderesine girmenin önüne geçer. Diğer bir bakış, iletişim aracının toplumsal karşılığını ve özgül niteliklerini göz önünde bulundururken toplumsal üretici güçler ve üretim ilişkilerini göz ardı eder ya da kapitalist ideolojik çerçeve içinde ele alır ve teknolojik belirlenimciliğe teslim olur (2013: 68). Bu eğilimin son derece popülerleşmiş biçimleri mevcuttur ve sıradaki başlıkta bunlar ele alınacaktır (Törenli, 2003).

Şimdilik, her iki durumda, iletişim araçlarının insanın kendini gerçekleştirmesinin araçları olarak görmenin zorlaştığını söylemekle yetinelim. İster insanın “doğal” bir parçası olsun ister nesneleşmesinin “dışsal” bir aracı düzeyinde olsun, iletişim etkinliğini ve araçlarını, tarihsel olarak üretici güçlerin gelişimini ve ilişkilerini göz önünde bulundurarak ele almamız, hem üretilen hem de üretim araçları olarak iletişim araçlarının yabancılaşma sorunuyla olan ilişkisini anlamamız açısından kritik önemlidir.

İnsan faaliyetlerinin verimliliği ve çeşitliliği, insan topluluklarının besin üretebilmesi anlamına gelen *neolitik devrimle* ve ihtiyaç fazlası üretimin gerçekleşmesiyle, dolayısıyla ticaretin başlaması ve küçük köylerin büyük kentlere

dönüşerek devletleşmesiyle, yani *uygarlığın keşfiyle* sonuçlanan bir dizi devrimle görülmemiş ölçülerde arttı. “Avcılığa ve hayvancılığa tarım, tarıma örgücülük ve dokumacılık, metallerin işlenmesi, çömlekçilik, gemicilik eklendi (...) bunlarla birlikte insan kafasında insani şeylerin gerçeği aşan yansıması ortaya çıktı: din” (Engels, 2006: 194). Bu devrimler silsilesi, din ve yazının keşfi arasında hiç de karanlıkta kalmamış, doğrudan bir ilişki var. Bilim insanları, artık ölmüş dillere ait olsa da, antik uygarlıkların yazılarını çözümleyerek çok değerli tarihsel kayıtları binlerce yıl öncesinden bugüne aktarmayı başardı.

Neolitik devrim ve kentlerin ortaya çıkışıyla “çeşitli meslek ve sınıfları içeren devletler” de ortaya çıktı (Childe, 2006: 105). Bu mesleklerden, yazının keşfi açısından en önemlisi rahiplerdi. Neolitik köylerin büyücüleri, rahiplere dönüşmüş, ihtiyaç fazlası ürün tapınaklarda muhafaza edilmiş, rahipler de tüm bu süreci “tanrılar adına” yönetmişlerdi. Bir yandan ticaret gelişmiş ve hâlihazırda, kayıtları tutmak için resimlerden oluşan işaretler kullanılmaya başlanmıştı ama, “Tanrının gelirleri arttıkça, muhasebesini tutmak da güçleştiğinden, rahip yöneticiler yeni bir yazı ve rakam düzeni geliştirmek zorunda kaldılar, böylece yazılı kayıtlar hem kendi aralarında hem de kendilerinden sonra gelenlerce anlaşılabilirdi” (2006: 108). Kayıtları tutmada keşfedilen bu yeni yöntem o kadar başarılıydı ki bugün bile bilim insanları tarafından çözümlenebilir düzeydeydi. Dünyadaki en eski yazılı belgeler bu kayıtlardır (2006: 133).

İnsanın iletişimsel öyküsü önce jest ve mimiklerle başladı, konuşmayla devam etti ve yazının icadıyla yeni bir boyut kazandı. Artık tarih denilen ve insanın “kayıt altına alınmış” serüveni başlamış oldu. Tarihin, insanın “doğaya teknik açıdan başat olabilme” (2006: 95) çabasıyla gerçekleştirdiği önce neolitik devrim, sonra kent devrimi ya da uygarlığın keşfi diyebileceğimiz “ikinci devrim”le ve bu devrime eşlik eden yazının icadıyla (2006: 130) başladığı bilinen bir gerçektir.

Sonuç olarak, toplumsal üretim ölçeği o derece arttı ki, insanlar “önemli şeyleri anımsamak için grubun ortak belleğinden daha fazlasına gerek duydular. İhtiyaç duydukları şey, zaman zaman *ekstrasomatik bellek* diye de adlandırılan, bedenin dışındaki bir bellekti” (Crowley ve Heyer, 2014: 18). Jest ve mimiklerle başlayıp konuşmayla devam eden ve yazının keşfiyle yeni bir boyut kazanan iletişim becerisi, somut olarak, insanın dışında varlığını sürdürmeye olanak veren *nesnel* bir iletişim yöntemine kavuşmuştur. Şüphesiz, yazı bir gecede icat edilmedi. İnsanın, “veri işleme”nin ilk örnekleri olan kemik parçaları üzerindeki çentiklerden alfabeğe varabilmesi için on binlerce yıl geçmesi gerekmişti. Sonuç olarak, insanlar, kemik üzerindeki çentiklerden kil tabletler üzerindeki yazıya gelinceye kadar o zamana dek “eşi benzeri görülmemiş bir nesnellik” yaratmışlardı (Schmandt-Besserat, 2014: 38).

Yazının keşfedilmesi insan bilgisinde yaşanan bu büyük devrimin en önemli simgesidir (Childe, 2006: 130-136): Yazıyla, bu yeni iletişim yönteminin gelenekselleştirilmesi ve kuşaktan kuşağa aktarılması, yani okuma yazmanın öğretilmesi/öğrenilmesi zorunluluğu doğdu. Yazının gelişmesi, resimlerin basitleştirilmesi, simgeler ve işaretlerin kısaltılması ve sadeleştirilmesi ve en sonunda bahsettikleri nesnelere tamamen kopuşuna neden oldu. Tıpkı “dilsiz dil”den konuşmaya geçerken olduğu gibi, ideogramların yerine fonogramlar geçmiş, insanlar, bu yolla, görsel olarak ifade edilmesi zor olan soyut şeyleri yazarak ifade edebilir hale gelmişlerdi. Sonuç olarak, ilk alfabeler ortaya çıktı ve veri işlemenin ilk örneklerinden itibaren (i) somut bilgi soyut işaretlere dönüştürüldü; (ii) veriler kendi somut bağlamından koptu, soyutlandı; (iii) bilgi veriyi sunandan ayrıldı (Schmandt-Besserat, 2014: 38). Böylece insan faaliyetlerinin nesneleşmesi yolunda büyük bir devrim gerçekleşmiş oldu ve yazı için kullanılan malzemenin türüne göre (taş, kil tablet, papirüs, parşömen, kâğıt, kitap vb.) insanlar oldukça farklı iletişim olanaklarına sahip olmaya başladılar.

Yazı, üretici güçlerin gelişiminin vardığı aşamayı ve iletişimsel ihtiyaçları simgelerken, insan bilgisindeki devrim tabii ki yalnızca yazının keşfiyle sınırlı kalmadı. Gordon Childe, *Kendini Yaratan İnsan*'da bu devrimi oldukça etkileyici bir şekilde özetler: Kent sakinlerinin neolitik ataları tarıma başlayıp ekin yetiştirmeyi, sulama yöntemleri geliştirmeyi, hayvan evcilleştirmeyi, sınırlı da olsa ticareti, çömlek yapımını keşfetti ve böylece birbirinden tamamen yalıtık olmasa da bir köy ekonomisi içinde farklı farklı bölgelerde gelişim gösteren topluluklar biçimini aldılar. Bu sınırlı topluluklar zamanla daha da büyüdü, Ortadoğu'daki köyler kentleşti. Kent devrimleri, ihtiyaç fazlası ürünlerin, bu ihtiyaç fazlası ürüne el koyan çeşitli grupların, nihayetinde sınıfların, kolektif emeğin boyutlanmasının, ticaretin, iletişim araçlarının ve ulaşım ağlarının ortaya çıkması anlamına geldi. Köyler kentlere dönüştükçe imar için gerekli matematik bilgisi gelişti. İhtiyaç fazlası ürünün miktarı arttıkça sulama kanallarında çalışabilecek işçi istihdamı mümkün oldu ve metalürji gibi doğrudan besin üretmeye yaramayan çalışma alanları ortaya çıkıp yaygınlaştı. Kimya, zooloji ve botanik gibi bilimlerin temelleri atıldı. İşbölümü büyük boyutlara varınca sınıfsal ayrımlar giderek belirginleşti. Tekerleğin keşfi ticareti yaygınlaştırdı ve ortaya çıkan ilk ordulara savaş arabası yapmak gibi büyük destekler sundu. Atların ve develerin evcilleştirilmesi iletişim ve ulaşımın hızı ve kapsamı bakımından büyük bir devrimdi, aşılması son derece güç olan mesafeler ve çöller aşıldı. Topografya ve astronomi gelişti. İlk güneş takvimi geliştirildi ve iktidarlar, bu yolla, sel baskınları ve kuraklık gibi konularda önceden bilgi sahibi olabiliyor, dinsel-büyüsel güçlerini pekiştiriyorlardı. Daha da önemlisi, ilk büyük savaşlarla beraber insanların da tıpkı hayvanlar gibi “evcilleştirilebileceği” keşfedildi. Düşmanlar öldürülmek yerine tutsak edilip daha çok üretim için çalıştırılıyordu. Sonuç olarak, nesnel bir kültür ve uygarlık tüm ihtişamıyla ortaya çıkmış oldu.

Oldukça önemli olan noktalardan biri de tüm bu keşifler ve insan bilgisindeki büyük devrimin önemli ölçüde neolitik devrimin sonucu olmasıdır. Neolitik devrimin üzerinde yeşeren kent devrimlerinin bir sonucu olan ilk imparatorluklar ise bu buluşlardan faydalanıp üzerine çok az şey koymuşlardır. M.Ö. 5000 ve M.Ö. 3000 arasında on beş önemli buluş (yapay sulama, saban, hayvanın koşumu, yelkenli, tekerlekli araçlar, bahçecilik ve meyvecilik, mayalama, bakır, tuğla, kemer, sırlama, mühür, güneş takvimi, yazı, rakam ve bronz) gerçekleşmişken, bunlara kıyasla, sonraki iki bin yıl oldukça kısırdır: Ondalık sayılar, demirin artırılmasında ekonomik bir yöntem, alfabe ve kemerli su yolları bu süre zarfındaki kayda değer buluşlardır (Childe, 2006: 158).

Childe, bilimsel gelişmedeki bu belirgin durgunluğun nedenini ortaya çıkan sınıflı toplumların iç çelişmelerde aramıştır: Kent devrimleriyle artı ürün belli grupların elinde toplandı ve sınıflar ortaya çıktı. “Ne olursa olsun, bu gerçek, halk kalabalığının ekonomik açıdan alçalmasıyla sonuçlandı” (2006: 159). Toplumun sınıflara ayrılması ve üretim fazlasının küçük bir sınıfın elinde birikmesi insan bilgisi ve bilimsel buluşlarda yaşanan devrimin duraksamasının esas sebebidir. Bilimsel devrimin ilk aşamalarında, insan yaratıcılığı, emeği verimli kılmanın ve kolektif yararın gözetilmesiyle şekillenirken, sömürücü sınıfların ortaya çıkmasıyla köle emeği ve kolektif yararın gözden düşmesi, yaratıcılığın ve keşiflerin önüne set çekmiştir. Sınıflı toplumun ortaya çıkışıyla “gerçek üreticiler, ‘aşağı sınıflar’ düzeyine indirilmişti” (2006: 160).

Sonuç olarak, topluluk üyesi insanların ortak yararını gözeten ilkel komünal yaşam ve insan yaratıcılığını besleyen toplumsal koşullar yok edildi. İnsanın nesnel etkinliği olan emek etkinliği, kendisinin karşısına, bizzat insanı nesneleştiren sorunlu bir şeye dönüştü. İletişim araçlarının da bu sorunlu “şey”likten bağımsız gelişmesi

beklenemezdi. İletişimin, sınıflı toplumlardaki tarihsel gelişim öyküsü bu ilişkiyi gözler önüne seren bir öyküdür aynı zamanda.

2.1.2 Sınıflı Toplamlar ve İletişim Araçları

Konuşmanın keşfinden beridir gelişimini sürdüren insanın iletişimsel becerileri, sınıflı toplumların ortaya çıkışıyla yeni bir boyut kazandı. Yukarıda sıralanan bilimsel devrimlerle el ele gelişen iletişim devrimi, tarih sahnesine çıkan sınıflı toplumlar ve bu toplumsal yapının üzerinde yükselen yeni düzenin gereksinimleri doğrultusunda gelişimini sürdürdü. “İletişim (...) her zaman doğrudan üretim kapasitesinin ve teknik kapasitenin genel tarihsel süreçleriyle az çok ilişkilidir” (Williams, 2013: 66). Bundan dolayı, yönetici sınıfların ve uygarlığın gelişim gereksinimleri doğrultusunda şekillenen iletişim ve tabii ulaşım araçlarını sözü edilen ilişki çerçevesinde ele alacak bütüncül ve iletişim alanının özgünlüklerini kavrayan bir bakış açısına ihtiyacımız var.

Henüz kapitalist üretim ilişkileri gelişmemiş olsa bile, kapitalizm öncesi sınıflı toplumlarda iletişim araçlarına özgü nesneleşme, yabancılaşmış ilişkilerin görünümleri olarak karşımıza çıkabilir mi? Rahiplerin bir icadı olarak yazı, çağdaşları için bugün bizim paylaşmadığımız bazı anlamlara sahipti: “Yazı, önceleri giz, büyüğü güç taşıyan bir araç sanılıyordu” (Ong, 2003: 113). “Yeryüzünden göçüp gitmiş bir insanın, kil yazıttan ya da papirüs demetinden hala seslenip konuşabilmesi kuşkusuz büyüldü. Böylesine hecelenen sözcüklerin elbette bir *manası* olmalıydı” (Childe, 2006: 136). Birbirinden farklı zamanlarda ve bambaşka alanlarda çalışmış Ong ve Childe, sömürücü bir sınıf olan rahiplerin kullandığı iletişim aracının kendinde taşıdığı düşünülen anlamı vurgularken, o çağa özgü, günümüzdeki insanın paylaşmasının pek beklenmeyeceği, insana yabancı bir ilişkinin varlığından bahsediyorlar. Yazının büyüseliği yalnızca antik çağda görülen bir olgu da değildir. “Yazıya karşı bu ilk tutumun izleri, kelime kökenlerinde hâlâ saklıdır; örneğin Ortaçağ İngilizcesinde kitap eğitimi anlamına gelen *grammarye* veya *grammar*, giz veya büyü bilgisiyle eşanlamlı oluvermiş ve aynı

kelimenin İskoç lehçesindeki şekli İngilizceye *glamour* olarak geri dönmüştür (büyüleyici güç)” (Ong, 2003: 113).

Schmandt-Besserat’ın ileri sürdüğü gibi, iletişim devrimiyle somut bilgi soyut işaretlere dönüştürüldü, veriler kendi somut bağlamından koptu, soyutlandı, bilgi veriyi sunandan ayrıldı (2014: 38). Ancak “büyü” ya da yabancılaşma, sözü edilen bu “kopuş” ya da soyutlamadan kaynaklanmaz. İletişim ve yabancılaşma sorunu açısından kritik önemdeki nokta burada belirginlik kazanır: İnsan, simgesel üretimle zihninde tasarımlar inşa ederken özgür olabilir. Ama daha da önemlisi, o zihinsel tasarımları nesnelere dünyasına taşıyıp o dünyayı *kendi için* yaptığı aşamadaki duyduğu özgürlüktür. Bilginin insan zihni dışında kalıcı bir yere sabitlenmesinin anlamı da böyle değil midir? Bu yolla bilginin verimliliği artar, sonraki nesillere aktarımı kolaylaşır ve geliştirilmesi de daha olanaklı hale gelir. Somut bilginin soyut işaretlere dönüştürülmesi, bilginin insan dışında bir nesneye sabitlenmesi ve bilginin bilgiyi sunandan ayrılması insanın kendini gerçekleştirmesinin yolunu açan özgürleştirici potansiyeli içinde taşır (Şenel, 2014: 105). Vurgulanmalıdır ki iletişim ve ulaşım araçları “...*insan eli tarafından insan beyninin yarattığı organlarıdır, nesneleşmiş bilgi gücüdür*” (Marx, 2013b: 166). Dolayısıyla, önceki bölümde de ele alındığı gibi, sorun nesneleşmenin kendisinde, iletişim etkinliğinin insanın dışında bir şeye ya da sürece konu edilmesinde değildir. Sorun, nesneleşmenin insana karşıt bir şey haline dönüşmesinde, toplumsal ilişkileri gerçek kaynağından, yani insanlardan soyutlayan, bu dönüşümü yaratan ilişki biçimlerindedir. O halde, iletişimde insana karşıt olan ya da büyüsel olan şeyler varsa şayet, nesneleşmenin bu biçiminde gözlemlenen, insana karşıt olan şeyin toplumsal karşılığı üzerinde durulmalıdır.

Simgesel üretimin insanı tutsak edici niteliği bu toplumsal karşılıktadır. “Simgesel kopuş” ya da soyutlama, gerçek anlamda ancak sınıflı toplum koşullarında insanı tutsak edici ilişkilerin bir parçası haline gelebilirdi. Henüz sınıflara bölünmemiş

bir topluluğun insanı boyunduruk altına alan toplumsal ilişkiler ve onların simgesel karşılıklarına sahip olması olası değildir. “Yönetici sınıf konumuna yükselmiş toplulukların totem anaatalarının, sınıflı toplum döneminin eşitliksizçi ilişkileri ortamında, tarımla ilgili kişileştirilmiş doğa güçleriyle özdeşleştirildikleri görülecektir (...) Buna koşut olarak, eşitliksizçi sınıf ilişkilerinde sömürülen yanı oluşturan uyruklar, tanrıların kulları olarak görülecektir” (Şenel, 2014: 108). Yazının büyüelliği ve toplumsal sınıflar arasındaki ilişki tam da böyle bir sınıfsal ilişkinin bağrında ortaya çıkıyor olmalıdır. İnsanlar arasındaki ilişkiler “ikinci doğa” gibi, yani insan eliyle oluşturulmuş, mülkiyet ilişkilerince idare edilen ama hiç de öyle görünmeyen “sentetik doğa” olarak insanların karşısına çıktığında, rahiplerin “tanrıların gelirlerini kaydetmek için” icat ettiği bir iletişim aracı, özellikle okuma yazma bilmeyen ezilen insanlar için ulaşılmaz, insani olandan başka, insanüstü ve büyülü bir şeymiş gibi görünebilir. Hiç kuşkusuz, büyüsel olan yazı değildi ama yazı o “büyü”yü, o çağa özgü dini ideolojinin ve sömürücü sınıfların var olduğu bir dünyada, insan ilişkilerini insandan yalıtıp, ondan bağımsız bir “doğa”ya özgü olarak addedilen bir toplumda kazanıyordu. Önceki kısımda da üzerinde durulduğu gibi, bir şey olarak kabul edeceğimiz o “büyü”nün, “insan zihninin dışında bir varlığı yoktur ancak insan zihninden kaynaklanmış da değildir. Tamamıyla toplumsal bir niteliğe sahiptir, insanlar arası karşılıklı ilişkilerin zaman-mekânsal alanında ortaya çıkar. Bu soyutlamaları meydana getiren şey insanlar değil onların eylemidir” (Sohn-Rethel, 2011: 34).

Demek ki, kapitalist üretim ilişkilerinin ortaya çıkmasından çok önce dahi, emek ürününün metaya dönüştüğü sınıflı toplumların şafağından itibaren, yabancılaşmış toplumsal ilişkilere dair görünümlerin iletişimsel izlerine rastlamak mümkündür. Şüphesiz, kapitalizm öncesindeki insana yabancı ilişki biçimleri günümüzdeki yabancılaşmadan farklıdır. Eski çağlarda iletişim aracında keşfedilen büyüsellik, gerçek üreticiler olan geniş halk kesimleri ve yönetici sınıflar arasındaki toplumsal-sınıfsal

yarılmanın bir parçası olarak, dini ideolojiyle sıkı sıkıya bağlı olan iletişimin bu yeni formunda ortaya çıktı. Kapitalist üretim ilişkilerinde ise daha başka bir hikâyeye yürürlüktedir.

Yazının keşfinin sınıfsallığı, insan elinin kendi ürünü olan bir teknolojiye büyüsel bir güç kazandırmakla kalmadı, bu sınıfsal yarılmaya denk düşen yeni bir kültürel yarılmayı da beraberinde getirdi. *Yazılı kültür* söze dayalı iletişimden oldukça farklıydı. Yazı binlerce yıl boyunca çok küçük bir azınlığa özgü iletişim olanağı olarak kalsa da konuşmanın insana kazandırdıklarından çok farklı bir gelişime denk düşüyordu. Öte yandan, konuşma gibi “doğal” iletişim yolları dışında bir iletişim olanağına sahip olmayanların yarattığı bir kültür daha vardı: *sözlü kültür*. Tarih boyunca, yaşamları gereği ne böyle bir iletişim araç-ortamını kullanacak zenginliğe sahip olmuş ne de buna ihtiyaç duymuş geniş halk kesimlerinin sahip olduğu neredeyse biricik iletişim kültürü olarak gelişimini sürdürdü. Yeni bir kültür olarak yazının ortaya çıkışındaki sınıfsal ayrım çok keskindir ve ironik bir şekilde, tam da bu nedenle, yazılı ve sözlü kültürler birbirlerinden bıçakla ayrılır gibi ayrılmazlar. Keskin sınıfsal ayrımlar ve üretim ilişkilerindeki daha başka pek çok engel nedeniyle, binlerce yıl önce yazılı dillere kavuşmuş toplumlar bugün hâlâ gerçek anlamda “yazılı kültür” olamamışlardır, - kaldı ki insanlar okuma yazma öğrendiği andan itibaren yazılı kültürü tümüyle benimsemiş de olmuyorlar (Ong, 2003: 40-41).

Günümüzden yaklaşık 5500 yıl önce keşfedilen yazının kitleselleşmesi için bin yılların geçmesi gerekti. Tarih boyunca insanların ezici çoğunluğu için okuma yazma öğrenmek bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmadı ve okuma yazma öğrenmek çok dar bir yönetici kesim için (yukarıda kısaca özetlenen ihtiyaçlar çerçevesinde) anlamlı oldu. Bilindiği gibi, insanların büyük çoğunluğu için okuma yazma öğrenmek, burjuva devrimlerinin gerçekleşmesine kadar, Batıda on dokuzuncu yüzyıla, dünyanın geri

kalanında ise geçtiğimiz yüzyıla kadar mümkün olmadı. Bugün dahi dünya nüfusunun yüzde 17'si okuma yazma bilmiyor.⁴⁰

Sınıflı toplumlarla beraber ortaya çıkan yazılı kültür ve çok daha eski bir kültür olan sözlü kültür, kendilerine özgü iletişim ve düşünme tarzlarının da ifadeleridirler. Aralarında çok önemli farklar vardır (Ong, 2003: 52-66): (i) Söz ağızdan çıktığı anda, yani henüz var olduğu anda yok olur. Bu onun geçici niteliğidir, bu nedenle yüz yüze ve dinamiktir. (ii) Hatırlamaya dayalıdır, bu nedenle tekrar eden öğeleri, çözümlmeyi değil kümelemeyi ve ardı ardına eklemeleri gerekli kılar. (iii) Bilgi de tekrara ve insan hafızasına bağımlı olduğu için gelenekçidir, eski ve yaşlı olanların, bilgiyi depolama ve aktarmada avantajlı olmalarından dolayı değeri büyüktür. (iv) Soyutlama daha sınırlıdır ve pratik hayata çok daha yakındır, bilgi ve bilen arasındaki mesafe çok daha azdır. (v) Sözlü iletişimin en önemli koşullarından biri olan yüz yüze olmak diyalogu mümkün kılar. (vi) Diyalogun mümkün olduğu bir iletişim biçimi yatay bir etkileşime olanak tanır. Bu da sözlü iletişimin eşitlikçi ve ortaklaşmacı bir kültürü ve hiyerarşik olmayan veya çift yönlü iletişim biçimlerini potansiyel olarak taşıdığı anlamına gelir (Erdoğan, 1999: 24).

Yazı ise bambaşka bir kültüre kapı aralar. “Yazı, insan bilincini en çok değiştiren tekil buluştur” (Ong, 2003: 97-106): (i) Daha önce de vurgulandığı gibi, yazı “insan dışı” bir teknoloji olarak onun nesneleşmesinin ifadelerinden biridir ama bu “yapaylık” insana karşıt sayılamaz. Yapaydır, ama insan tüm diğer yapay nesnelere gibi, onu belirli bir nesnellik düzeyinde *kendi için* kullanmak üzere yaratmıştır. (ii) Yazı bilgiyi somut bağlamından ve bilgiye sahip olandan koparır, özerk bir karakter kazandırır. (iii) Sözü aksine yazılı bir metni defalarca değiştirmek veya düzenlemek mümkündür. Söze dayalı bilgi de tabii ki değişir ama burada anlatılmak istenen sözün sürekli değişmesinin tutarsızlık olarak algılanabileceğidir. Söz bilgiyi sabitlemeye

⁴⁰ “Literacy” <http://www.unesco.org/new/en/education/themes/education-building-blocks/literacy/resources/statistics> (Erişim tarihi: 05.03.2017).

meyillidir. (iv) Bilginin insandan giderek bağımsızlaşarak dışsal bir nesneye aktarılması, bilginin birikimi açısından çok daha iyi bir yoldur. Bilgi birikimi yazıyla daha verimli hale gelir. (v) Bilginin kaydedildiği dışsal nesne, kent yaşamına ve devlet yönetimine uygun, ticari ve hukuki işlerde büyük kolaylık sağlar. Yazının tam da bu nedenle icat edildiği zaten vurgulanmıştı. (vi) Sonuç olarak, yazı, kendi içinde bir soyutlama dünyası yaratarak metinlerarasılığın habercisidir. “...doğudaki bilgili kişiler, Ortaçağlardaki okulcular gibi, doğa yerine kitaplara yönelmeyi yeğlerdi” (Childe, 2006: 136). Yazıya özgü kapanıklık, tefekküre, idealizme ve büyük dinlerin doğuşuna zemin hazırlamıştır.

Olası bir yanlış anlaşılmanın önüne geçmek adına şu açıklamayı yapmak gereklidir: Söze dayalı iletişimin eşitlikçi bir halk kültürünü yazıya dayalı iletişimin ise yönetici sınıfların hiyerarşik kültürünü temsil ettiği iddiasında değilim. Her iletişim aracı belli tarzlardaki toplumsal ilişkiler alanında ortaya çıkar ve toplumsal ilişkinin niteliğine dair bir şeyler, hatta çok fazla şey söyler, mevcut ilişkileri ya destekler ya da dönüştürür. Bu kısmı birazdan daha da netleştirmeye çalışacağım. Bu açıdan bakıldığında, toplumsal sınıfların ortaya çıktığı, toplulukların devletleştiği ve iktidarın tekelleştiği coğrafyalarda “sınıflararası iletişim”in de hiyerarşikleşerek tek yönlü biçimler kazandığını görüyoruz: “Eski imparatorlukların aynı sınıf içindeki diyalogda ve sınıflararası monologda sözsel iletişim egemendir. Bu egemenliğe yazı sonradan eklenmiştir” (Erdoğan, 1999: 27). Demek ki sözlü iletişimin diyaloga imkân tanıyan yapısı diyalogu garantilemez. Öte yandan, sözlü iletişim, gezginler, âşıklar, efsaneler, hikâyeler vb.’leriyle dilden dile, nesilden nesle dolaşarak, eski çağlardan günümüze kadar geniş halk kesimlerinin elindeki biricik iletişim biçimi olarak ezilenlerin kolektif hafızasını da teşkil etmiştir (1999: 27-28).

2.1.3 İletişim Aracının Özgüllüğü

Kanadalı iktisatçı ve iletişim bilimci Harold Innis, bir iletişim aracının-ortamının ya da medyanın özgün etkilerini kapsamlı biçimde açıklayan ilk bilim insanıdır. Ancak Innis'in öğrencisi olan McLuhan bu konuda çok daha öne çıkan ve ün yapmış bir düşünürdür. Kısa bir parantez açarak, bu aşamada, Marshall McLuhan'ın "araç, iletidir" (*the medium is the message*) sözünün arkasındaki kavrayışa değinmek gerekiyor. Aracın, bir başka deyişle, basit bir araçtan ziyade *iletişim ortamının* insanlara sunduğu şey, bir aracılık ya da kanal görevi olmaktan ziyade bir toplumsal-kültürel çevredir (McLuhan ve Powers, 2001: 29; Meyrowitz, 1985: 16). İletişim araçlarını bu şekilde kavramak, uzun yıllar boyunca bilim insanlarınca göz ardı edilmiş olsa da (Meyrowitz, 1985: 20), bir iletişim araç-ortamının özgüllüğünü öne çıkarmak açısından oldukça önemlidir. Fakat adı anılan düşünürün, iletişim araç-ortamını, toplumsal bütünlüğün diğer unsurlarıyla kıyaslandığında başına buyruk, bağımsız güç olarak ele alması ise olsa olsa büyük bir savrulma olarak değerlendirilebilir. İletişim araçlarının teknik yapısı bazı değerleri ve anlayışları hâkim kılıyor ve bazılarını dışarıda bırakıyorsa şayet, bunun sınırları toplumun en geniş ilişkiler alanının ötesine geçemez.

Innis ise sınırları çok daha belli ve üretici güçlerin gelişimini gözetten bir yaklaşım ortaya atarak, iletişim araçlarının özgüllüğünü uygarlığın gelişim aşamalarında aramıştır. Ona göre "uygarlıklar, ancak imparatorlukları da içerecek biçimde, sırasıyla bilgi tekellerinin ve kurumlarının sınırlarının ne olması konusunda sürekli ilgilendiğinde canlılıklarını koruyabilirler" (2006: 24). İnsan toplulukları, üretim kapasiteleri arttıkça giderek birbirine yakınlaşan ve devletlerle merkezileşen yönetimler altında birleşen sınıflı toplumlara dönüşmeye başladılar. Ortaya çıkan yeni nesnel kültür ve uygarlık, kendi içinde yeterli ekonomileri ve birbirleri arasında gevşek bağları olan, yeryüzünün hemen her noktasına yayılmış, farklı farklı insan topluluklarının yerini almaya başladı. Bu koşullarda, bilgi tekelini elinde bulundurmak ve iletişim ve ulaşım ağları kurmak ve

onlara hükmetmek, bu yeni düzeni sürdüren iktidarların en önemli faaliyetlerinden biri oldu. “Geniş alanların etkin yönetimi, büyük ölçüde iletişim etkinliğine bağlıdır” (2006: 27). Tarihi başlatan iletişim devrimi, bir başka ifadeyle, yazının icadı ve diğer iletişim ve ulaşım araçları, bu bağlılığın zorunlu ifadesinden başka bir şey değildir. Ama bu zorunluluğu açmak gerekir.

Yönetimin “geniş alanlardaki”, tabiri caizse, eli, gözü, kulağı olan iletişim araçlarının *yapısal özellikleri* görüldüğünden çok daha önemlidir. Ortaya çıkan yeni düzenin işleyişiyle iletişim araçlarının yapısal özellikleri arasındaki uyum, rastlantısal olmaktan çok yukarıda bahsedilen zorunlu bağın getirileri olarak düşünülmelidir. Innis’in iletişim literatürüne bu minvalde olan katkısı, sınıflı toplumların, daha da somutlarsak, ilk devletlerin ve imparatorlukların veya uygarlığın işleyişinin iletişim ve ulaşım araçlarının yapısal özellikleriyle olan sıkı bağımlı ortaya koymuştur. Bu bağın en önemli uğrakları insan faaliyetlerinin zaman ve mekân boyutlarında ortaya çıkar (2006: 28):

Zaman ve mekân kavramları, uygarlaşmada medyanın önemini yansıtır. Zamana vurgu yapan medya, parşömen, kil ve taş örneğindeki gibi niteliği gereği dayanıklıdır. Ağır malzemeler, mimarının ve heykeltıraşlığın geliştirilmesine uygun düşüyordu. Mekâna vurgu yapan medya, papirüs ve kâğıt örneğinde olduğu gibi niteliği gereği daha az dayanıklı ve hafif olma eğilimindedir. Mektup, içinde devlet yönetimi ve ticaretin yapıldığı geniş alanlara uygundu. Mısır’ın fethi, Romalılara, papirüs üretim kaynaklarına erişim ve böylece geniş alanları yönetebilen temel bir imparatorluk haline gelme olanağı verdi. Zamana vurgu yapan maddeler, daha çok yerinden yönetilen ve hiyerarşik nitelikteki kurumlarca benimsenirken mekâna vurgu yapanlar, merkezileşmiş ve daha az hiyerarşik nitelikteki yönetim sistemlerince benimsenir. İmparatorluklar gibi büyük ölçekli siyasi örgütlenmeler, her iki boyutu, zamanı ve mekânı dikkate almak zorundadırlar.

Anlaşılabacağı üzere, Innis’in bahsettiği anlamda “medya yanlılığı”, bir ideolojik yanlılıktan ziyade, bir aracın zamana ya da mekâna yönelik iletişim olanağı sunmasını ifade ediyor. Bu yanlılık, araçların yapısal özelliklerinden kaynaklanır. İletişim araçlarını, taşıdığı içerikten farklı olarak, bu şekilde yapısal bir ayrıma tutmak literatüre gerçekten özgün bir katkıdır. Innis’in bu vurgusu, hem iletişim araçlarının yapısal

özelliklerinin toplumsal karşılığını anlamak açısından hem de iktidarların örgütlenme boyutlarını kavramak açısından oldukça önemlidir. Yazının icadıyla beraber kullanılan iletişim aracı taş, kil, papirüs, parşömen ve kâğıt olarak farklılaştı. Taşınması zor ya da imkânsız olan iletişim araçları nesiller arasında bağ kurar, yerel, bürokratik işleyiş ve örgütlenmeleri yansıtıran, taşınması kolay olanlar ise mekânı aşmaya yönelik iletişim olanakları olarak geniş alanları örgütlemenin gereklerini yansıtır. Yeni düzen, her iki boyutta, yani zaman ve mekâna yönelik iletişim becerisi imparatorluklar tarafından sergilenebildiği ölçüde gelişebildi. Yukarıda gördüğümüz gibi, yazı ve kil tabletlerin buluşması bilginin sonradan gelenlere aktarılmasını sağlarken, yazının papirüsle buluşması ise mesafeleri aşmayı sağladı. Ticaretin sürdürülmesi ve devletlerin işleyişi iletişim araçlarının zaman ve mekândaki örgütlenmeye sunduğu bu desteklerle olanaklı hale geldi.

Innis'in resim, yazı, kil tablet, taş, papirüs, parşömen, kâğıt, baskı makinesi, telgraf, telefon, radyo ve televizyonu anlamaya çalışırken geliştirdiği yaklaşım, yirmi birinci yüzyıldaki akıllı telefonların toplumsal rolünü anlamamız açısından önemli bir bilimsel katkı olarak düşünülmelidir. Bu yaklaşımı, geçmişten günümüze gelen tarihsel öyküsü içinde iletişim araçlarının yapısal özelliklerine odaklanarak düzenin işleyişinin iletişim araçları açısından niteliğini gözler önüne serdi. “Bir iletişim aracına-ortamına dayalı bir uygarlığı değerlendirme, aracın-ortamın özelliklerinin önemini kavramayı gerektirir” (2006: 178). Örneğin, hayvan derilerinden elde edilen parşömen, papirüse kıyasla çok daha kolay ve yaygın bir şekilde elde edildiğinden ve dayanıklı olduğundan, yerel ve dini örgütlenmelerin gelişimine uygun düşen bir iletişim aracı olmuştur. “Sınırlı bir alanda, sıkı denetim altında merkezileşmiş bürokratik bir yönetimin gereksinimlerini karşılama amacıyla üretilen papirüsün (ve onun kırılğan yapısı deniz seferlerini oldukça kısıtlamaktaydı) aksine, yerinden yönetimlerin gereksinimlerine ve kara taşımacılığına uygun olan parşömen, oldukça dağınık bir tarım ekonomisinin

ürünüydü” (2006: 178). Parşömen, bu nedenle, Ortaçağ boyunca birbirleriyle rekabet halinde bulunan manastır örgütlenmelerinin yerellikleriyle örtüşmüştür. Çin’de keşfedilen kâğıt ise, tam tersine, merkezi ve bürokratik bir örgütlenme biçimine uygun düşüyordu. “Zamanla bağlantılı ve parşömen aracına-ortamına dayalı bilgi tekeli, dini otorite altında gelişti ve kâğıdın rekabetiyle sarsıldı. Bir araç-ortam olarak kâğıdın yanlılığı, mekânın gereksinimlerine bağlı olarak gelişen bürokratik yönetimiyle Çin’de oldukça belirgindi” (2006: 207).

Bilindiği üzere, Çin’den sonra Arapların kullandığı kâğıt Avrupa’ya ulaşarak bambaşka toplumsal sonuçları beraberinde getirdi. Ortaçağ İslam dünyasındaki bilimsel ve teknik ilerlemenin, antik kaynakların Arapçaya çevrilmesi ve geliştirilmesiyle yakın bağı vardır (Burke ve Ornstein, 2014: 120-121). Kâğıdın Avrupa’da gittikçe daha çok kullanımı anadillerin önemini arttırdı ve İncil anadillere çevrilmeye başlandı. Kâğıt, manastırların ve katedrallerin eğitim sistemini ilk başlarda geliştirmiş olsa da uzun vadede sarstı. Ticaretin, hukukun, kent düzeninin gelişmesi sağlandı. En nihayetinde anadilde üretilen edebi eserlerin yaygınlaşmasıyla, hem dini ideolojiye ve kiliseye itaatsiz yayınlar ortaya çıktı hem milliyetçiliklerin önü açıldı hem de yazılı ve sözlü kültür arasındaki açığı genişledi (Innis, 2006: 178-208).

Yaşanan bu gelişmelerin her birinin devrimsel sonuçları oldu. Bin yılları alan bu dönüşümü burada ele alıp değerlendirmek konunun sınırlılıkları düşünüldüğünde ne mümkün ne de gerekli. Şimdiye kadar yabancılaşma sorununun iletişimsel boyutu, ilk ve kapitalist toplumlarla kıyaslandığında ilkel diyebileceğimiz sınıflı toplum koşullarında değerlendirildi. Bu amaç doğrultusunda, hem üretilen hem de üretim aracı olan iletişim araçlarının bu konumuna uygun, hem tarihsel hem de iletişim aracının özgüllüklerini göz önünde bulunduran bir yaklaşım benimsendi. Tüm bu tarihsel ve teorik yaklaşım, herhangi bir iletişimin aracının günümüzdeki toplumsal mahiyetini anlamak açısından önemli bir bakış açısı sunuyor.

Sonuç olarak, insanın emek etkinliği, hem maddesel hem de simgesel üretimle eş anlamlıdır. İlk nesnenin yontulmasından mikroçiplere uzanan nesneleşme sürecinde, insan zihnindeki belirli tasarımları geliştirdi ve o tasarımlar aynı zamanda nesnel bir güç olarak emek etkinliğine yön verdi. Sınıflı toplumların ortaya çıkışıyla beraber, insanın nesnel etkinliği *kendi için* olmaktan çok yönetici sınıfların ve iktidar yapılarının hizmetine sunuldu. Hem üretim aracı hem de birer ürün olan iletişim araçları da insan nesneleşmesinin bu yeni niteliklerini yansıttılar. İletişim araçları, yönetici sınıfların geniş alanlardaki eli, gözü, kulağı olurken kendilerine has medya yanlılıkları yaratmış, iktidarların zamanı ve mekânı örgütleme kapasiteleri ve biçimlerini desteklemişlerdir. İletişim ve yabancılaşma sorunu arasındaki ilişki, yabancılaşma insanın kendi etkinliği üzerindeki denetimini kaybetmesi sorunuysa şayet, ancak bu tarihsel ilişkiler sistemi içerisinde anlaşılabilir. Gerçek üreticilerin aşağı sınıflara dönüştüğü bir toplumda -ki bu durum insanların kendi hayatları üzerindeki denetimi kaybetmeleri anlamına gelir, ezilen insanlar için *kendi için* iletişimin mümkün bir yolu kalmaz. Günümüzde hiçbir şekilde büyülü görünmeyen “sıradan” bir iletişim olanağı, geçmiş toplumların insana dışsal ilişkiler ağı içinde son derece büyüleyici nitelikler kazanabilir.

Bu başlığı noktalarken şu soruyu sormak gerekiyor: Innis’in kullandığı anlamda medya yanlılığı, zamanın ve mekânın örgütlenmesinde iletişim araçlarının kritik önemini açık ederken, zaman ve mekân boyutunda bir ilişki biçimi olarak ortaya çıkan sermayenin örgütlenme aşamaları açısından da düşünülemez mi? Innis’in ortaya koyduklarıyla “ekonomi politik arasında köprü kuran bir yaklaşım” sermayenin zaman ve mekândaki hareketini göz önünde bulundurarak iletişim araçları ve kapitalist üretim tarzı arasındaki bağı ortaya çıkarabilir (Manzerolle ve Kjoson, 2014). Böylelikle, akıllı telefonların hangi toplumsal ilişkilerin ürünü olduğu anlamak ve hangi tür medya yanlılıklarını beraberinde getirdiğini ortaya koymak kolaylaşır. Yabancılaşma sorunu çerçevesinde ise akıllı telefonların ne gibi yeni görünümler ve potansiyeller taşıdığını

tartışmak açısından önemli bir tarihsel-teorik çerçeveye ve ilişkiler ağına yaslanmak mümkün olur. Sıradaki başlıkta, bu bakış, sözü edilen minvalde geliştirilecektir.



2.2 GÜNCEL ENFORMASYON DEVRİMİ VE AKILLI TELEFONLAR

Bir önceki başlıkta, bir olumsuzlanma olarak insanın iletişim etkinliği ve tarihsel süreçte ortaya çıkan çeşitli üretim tarzlarıyla beraber gelişen iletişim araçlarının mahiyeti, genel bir düzeyde ele alındı. Buna göre, insan, toplum ve iletişim üçgenindeki ilişki, yabancılaşma sorunu açısından, canlı, faal, belirli insanlardan ve onların kendi geçim araçlarını yaratma tarzları olan üretim tarzlarından hareket edilerek çözümlenmeye çalışıldı. Bu başlıkta ise aynı yöntemin, kapitalizm ve iletişim araçları arasındaki ilişki bağlamında ve akıllı telefonlar özelinde sürdürülmesi amaçlanıyor. Bu yolla, akıllı telefonların birer meta olarak ortaya çıkışına vesile olan son, güncel enformasyon devrimi, bu devrimin sermayenin değerlendirme süreciyle olan ilişkisi ve bu ilişkinin bir iletişim aracı olarak akıllı telefonların ortaya çıkışında, taşıdığı özelliklerde ve insanlara sunduklarında somutlaşan görünümleri ele alınacaktır.

Yabancılaşma sorunu, çağımızın hâkim üretim tarzı olan kapitalist üretim tarzında ve çağımızdaki teknolojik devrim silsilesinde oldukça merkezi bir sorundur. Bölümün başında da sorulduğu gibi, üretici güçlerin bu kadar geliştiği bir toplumsal evrede, doğa güçleri bu kadar somut bir biçimde denetim altına alınmışken, insanlar bu denetimin ve gelişmişliğin neresindeler? Şatafatlı söylemler eşliğinde her geçen gün daha da gelişen iletişim araçları, insanın kendini gerçekleştirme olanağının araçları mıdır, yoksa insanın denetimi dışında ve ona rağmen gelişen, yeni yanılısamar ve şeylikler yaratan, insana dışsal araçlar mıdır? Bu soruların cevabını vermek ve akıllı telefonlar açısından tartışabilmek için, öncelikle iletişim teknolojileri ve çağımızın üretim tarzı arasındaki ilişkiyi anlamaya ihtiyacımız var. Çağımıza ait yabancılaşma sorunu burada düşünülür.

Tarihsel olarak feodal üretim tarzı, Batı Avrupa'da tam da doruğunda olduğu on birinci yüzyıldan itibaren, kendi iç çelişkilerinden kaynaklanan bir dizi gelişim sonucunda (Haçlı seferleriyle, yağmayla ve gelişen ticaretle zenginleşen liman

şehirlerinde ortaya çıkan ticaret burjuvazisi ile kırsal bölgelerden şehirlere kaçan ve ucuz iş gücü temin eden yoksul köylülerle, yani “özgür çalışma”nın ortaya çıkması gibi toplumsal gelişmelerle beraber) yavaş yavaş çözümlenerek yerini kapitalist üretim tarzına bıraktı (Beaud, 2016: 19-20). Kapitalist üretim tarzı, yüz yıllar boyu gelişimini sürdüren ticarete ve sınırlı bir imalata dayanan ilk veçhesinden sıyrılıp bugünkü aşamasına, yani Marx’ın *Kapital*’in ilk cümlesinde tanımladığı “muazzam bir meta yığını olarak görünen” (2011a: 49) biçimine on dokuzuncu yüzyılda sanayi devriminin gerçekleşmesiyle kavuştu. Kapitalizm, muazzam bir meta yığını görüntüsüne, ürünlerin kullanım değeri için değil yalnızca değişim değeri için, pazardaki değişim yasalarına konu edilen şeyler olarak ve büyük miktarlarda üretildiği zaman bu karakteri kazanır.

Kapitalist üretim tarzını, “meta yığını olarak görünen” bu evresine, önceki evrelerinden farklı olarak, ancak modern sanayi üretimi taşıyabilmiştir (Engels, 2012: 18). Biz hâlâ, tabii ki pek çok önemli farklılıkla beraber, Marx’ın çözümlenmek için ömrünü vakfettiği ve bugün Marx’ın yaşadığı dönemle kıyasla çok daha fazla “meta yığını olarak görünen” o toplumsal ilişkiler sistemi içinde yaşıyoruz.

Kapitalist toplumsal ilişkilerin iletişim araçlarının gelişimi açısından önemi hayatidir. Fakat bu ilişkiye geçmeden önce toplumsal üretim tarzının kapitale, yani sermayeye dayanan biçiminin temel parametrelerini anlamaya ihtiyacımız var. Kapitalist üretim tarzının zorunlu birtakım varoluş nitelikleri mevcut. Bunlardan bizim için en önemlisi, sermayenin sürekli olarak *daha çok sermaye için* harekete geçirilmesi zorunluluğudur. Bu gereksinim içinde “geçmiş birikimler yalnızca daha fazla sermaye biriktirmek için kullanıldığı ölçüde ‘sermaye’dir” (Wallerstein, 2009: 12). Sermayenin bu niteliği ne iradi ne de keyfidir, sermayeyi sermaye yapan bir ilişki olarak, onun varlığıyla özdeş bir zorunluluktur:

Kapitalizm ne bir kişi ne de bir kurum. Ne istiyor ne de seçiyor. Bir üretim tarzı sayesinde var olan bir mantık: sermaye birikiminin inatçı kör mantığı. Malların üretimine dayanan bir mantık ki, orada kullanım değeri sadece

artık değerin destekçisi, tabii artık değer de yeniden sermayeye dönuşmek kaydıyla (Beaud, 2016: 181).

Sermayenin bu kör mantığını anlamak, yalnızca, kâr etme hırsının kapitalist sistem içindeki nesnel karşılığını ve kullanım değerinin sermaye için bir araç düzeyine indirildiği koşulları anlamak açısından değil, bir bütün olarak Marx'ın yöntemini ve kapitalist toplumu kavrayışını anlamak açısından da önemlidir. Zira bu kavrayış biçimi üzerine daha derinlemesine düşünüp, bu çerçevede yürütölen tartışmalara daha yakından baktığımız zaman, aslında karmaşık ve çoğu zaman belirsiz görönen pek çok tanım ve toplumsal ilişki biçimi bizim için daha anlaşılır bir hale gelir. Sermayeyi sözü edilen bu zorunluluk içinde kavramak, yani sermaye ancak kendini yaratan hareketle birlikte var olur demek, basit gibi görünse de, kapitalist üretim ilişkilerinin hâkim olduğu toplumsal formasyonların tüm bileşenlerini tarihsel bir ilişkisellik içinde ele almak anlamına gelir. Bu da, Marx'ı, klasik ekonomi politikçilerden ayıran en önemli farka işaret eder. Her şeyden önce, Marx'ın en önemli keşiflerinden biri sermayenin doğal bir şey olmadığı, tamamen tarihsel bir ilişki olduğudur.⁴¹

Sermaye, kapitalist üretim ilişkilerinden önce var olmamıştır. Bu kulağa totolojik bir önerme gibi gelebilir. Bunun anlamı şudur: Sermaye doğal bir şey değildir ve sürdürölmesi, yukarıda tanımlandığı gibi kör bir mantığa ve tabii bu kör mantığı sürdüreceğ zora dayalıdır. Bu zorun, savaş, yağma, gasp, emekçilerin ölesiye çalıştırılması, kolluk gücünün devreye sokulması, piyasalara devlet müdahalesi ve piyasa koşullarında, esasen rekabet halindeki kapitalistler arasında inşa edilen dayanışma pratikleri gibi bilinen biçimleri vardır.

Kapital'in birinci cildinin yirmi dördüncü bölümünde sermayenin toplumsal bir ilişki olarak doğuşunun hangi koşullarda ve ne pahasına gerçekleştirildiği özetlenir.

⁴¹“Bir zenci bir zencidir. Zenci, ancak belirli koşullar içinde köle olur. Bir pamuk eğirme makinesi, pamuk eğirmek için kullanılan bir makinedir. Bu, ancak belirli koşullar içinde sermaye haline gelir. Bu koşulların dışına çıkarılırsın, altın kendiliğinden ne kadar para değilse ya da şeker ne kadar şeker fiyatı değilse, makine de sermaye olmaktan o kadar çıkar. (...) Sermaye bir toplumsal üretim ilişkisidir. Tarihsel bir üretim ilişkisidir” (Marx, 2011a: 732). Marx'ın ifade gücü, sermayenin tarihselliğini vurgularken, meta fetişizminin ardındaki soyutlamayı da ortaya çıkarmıyor mu?

Marx, sermaye sahibi olmayan ve emek güçlerinden başka satacak bir şeyi olmayan insanların içinde buldukları sefalet koşullarının “doğallığına” inanan klasik ekonomi politikçilere nazire olarak, Âdem ve Havva’nın “ilk günah”ına atfen, “İlk Birikim” başlığı altında, sermayenin ihtiyaç duyduğu emek gücünün yüzyıllar boyunca hangi toplumsal ilişkilerle yaratıldığını etkileyici bir şekilde anlatmıştır: “...serflikten ve lonca zincirlerinden” kurtulan insanlar “bütün üretim araçlarından ve eski feodal düzenin kendilerine sağladığı bütün yaşama güvencelerinden yoksun bırakıldıktan” sonra der Marx, “kendi kendilerinin satıcıları durumuna gelir(ler). Ve onların mülksüzleştirilmesinin öyküsü, insanlık tarihine kandan ve ateşten harflerle yazılmıştır” (2011a: 688).

Buna karşın, sermayenin tarihsel bir ilişki değil de doğal bir şey olarak görülmesi, klasik ekonomi politikçilerin cephesinden, yabancılaşmanın basit bir ifadesinden başka bir şey değildir. Sermaye, gözünü kar hırsı bürümüş bir takım kapitalistin elinde sözü edilen bu niteliklerine kavuşmamıştır. Sermaye birikiminin hep daha çoğa ihtiyaç duyması ve zoru gerektirmesi, onun bir toplumsal ilişki olarak inşa edilen, doğal olmayan hareketinin “doğal” bir sonucudur. Sermayenin mantığı içinde üretimin kendisi daha fazla sermaye biriktirmeye yaradığı ölçüde anlam kazanır. Çünkü “değerin gerçekleşmesi için üretilen malın (metanın) satılması gerekiyor, aksi halde sermaye birikim süreci tıkanır ki, o zaman da kriz kaçınılmaz olur” (Beaud, 2016: 181).

İşte tam da bu nedenle, sermayenin var olabilmesinin ilk koşulu, sürekli çoğalması ve bu amacın önündeki tüm *engelleri kaldırmasına* bağlıdır. Bu bir “kısır döngü” yaratır ve Engels’in “üretim anarşisi” dediği şeyi ortaya çıkarır: daha çok sermaye için üretim. Sermayenin önündeki engellerin kaldırılması pazarların genişlemesi anlamına da gelir ki “pazarların genişlemesi, üretimin genişlemesi ile birlikte gidemez. Çatışma kaçınılmaz olur ve bu çatışma, kapitalist üretim tarzının kendini parçalamadığı sürece bir çözüm yaratamayacağı için, dönemsel duruma gelir”

(Engels, 2012: 73). Yani, kapitalist üretim tarzı için birbirini izleyen kriz dönemleri kaçınılmazdır. Bu nedenledir ki, kapitalist sistem, sermayenin yeniden değerlendirilmesi sürecinin sekteye uğradığı her tarihsel aşamada büyük bir yapısal krizle karşılaşmıştır (Keyder, 1984: 16).

Marx, bu durumu, sermayenin dolaşım aşamasındaki evreler üzerinden ele alır. Sermayenin daha en başta *meta biçimine* dönüşmemesi, üretim araçlarının işlevsiz kalması, emek gücünün işsiz kalması ve satılmayan meta stoklarının dolaşım tıkanması bu evrelerdeki sorunları ifade eder (Marx, 2012: 59). Diğer bir deyişle, kapitalizmin tarihindeki krizler, sermayenin daha fazla sermaye biriktirmek için yeterince etkin bir şekilde kullanılmadığı, yeniden değerlendirilmesi sürecinin tıkanmış dönemlere tekabül ediyor.

Sermaye birikim sürecinde yaşanan sorunlar nedeniyle ortaya çıkan kriz ve engellerin, kapitalizmin tarihinde ve gelişim aşamalarında özel bir yeri var. Teknolojinin ve iletişim teknolojilerinin gelişiminin ise hem bu kriz ve darboğazlarla hem de sermayenin kör işleyiş mantığıyla yakın bir ilişkisi var. Mevcut bölümde bu ilişki ele alınacaktır. Ama şimdilik, bu ilişkinin kapitalizme teknolojik bir dinamizm verdiğini belirtmekle yetinmek gerekir. Kapitalist üretim tarzı ve teknolojik gelişim arasındaki yakın ilişkinin gerçekten etkileyici olduğu kabul edilen bir gerçektir: “Bu sistemin büyüleyici yaratıcılığı nasıl inkâr edilebilir? Zira, birkaç yüzyılda dokuma tezgahından buharlı makineye, bir dizi karmaşık işlemi yapabilen sanayi robotuna, matbaacılıktan teletransmisyona, Amerika’nın keşfinden uzayın keşfine uzanan süreç nasıl yadsınabilir?” (Beaud, 2016: 352). Şüphesiz yadsınamaz.

Ancak bu ilişkinin, insanların yaşam tarzları olan üretim tarzlarıyla, ne ürettikleriyle olduğu kadar nasıl ürettikleriyle de örtüşen o en birincil nesnel etkinlikleriyle beraber somut bir biçimde gözler önüne serilmesi gerekir. Önceki bölümde de değinildiği gibi, ister insanın iletişimsel etkinliğinin ilksel biçimleri olan

konuşmanın ve yazının icadı söz konusu olsun ve ister daha gelişkin iletişim araçlarının icadı ele alınsın, tarihsel gelişim öyküsü içinde insanların kendilerini üretim tarzları, iletişim etkinlikleri açısından birincil önemde olmuştur. Yine aynı şekilde, ister iletişim etkinliğinin teknik olarak daha gelişkin biçimlerinden günümüzün mikroçiplerine, oradan sayısal iletişim araçlarına ve akıllı telefonların icadına kadar varan tarihsel gelişim süreci içinde olsun, insanların yaşamlarını üretim tarzı son “enformasyon devrimi”nin ve araçlarının ortaya çıkışında birincil etmen olmuştur.

2.2.1 Güncel Enformasyon Devrimine Giden Yolda Sermaye ve İletişim Teknolojileri

Kapitalist üretim tarzı ve teknoloji arasındaki yakın ve etkileyici ilişki, sermayenin daha çok sermayeye dönüştürülme gayretiyle doğrudan ilişkilidir. Sermayenin yeniden değerlendirilmesiyle nihayete eren hareketin tüm aşamaları, bu hareketin zaman ve mekân boyutlarında ortaya çıkan tüm düzenlemeler, genel olarak, teknoloji ve kapitalist üretim tarzı ve tabii iletişim teknolojileri ve kapitalist üretim tarzı arasındaki ilişkiyi gözler önüne serer.

Marx, sermayenin daha fazla sermayeye dönüştüğü hareketi sermayenin dolaşım/başkalaşım süreci olarak anar ve $P-M \dots \ddot{U} \dots M'-P'$ olarak formüle eder (Marx, 2012: 35). Buna göre, kapitalist, hem emek gücünü hem metayı satın alarak parasını metaya çevirir (P-M) ve bu sermayenin para-sermaye devresini oluşturur. Yeni metalar üretim sürecinde tüketilir (\ddot{U}). Marx bu aşamaya “üretken tüketim” der ve sermaye devrinin kesintiye uğradığı, satın alınan hammadde, emek gücü ve daha önce satın alınmış üretim araçları aracılığıyla üretimin gerçekleşmesini ifade eder. Üretim sürecinin ardından daha çok meta (M') elde edilir ve sonunda bu metalar piyasada daha çok paraya (P') çevrilir.

Sermaye çevrimi olarak da anılan bu sürecin her bir aşaması sermayenin başkalaşım aşamasıdır. Sermaye her bir aşamada farklı bir biçime bürünür. Bu biçimsel

hareketin, basit bir metanın sermaye oluşunda kritik bir önemi vardır: “Metalar, öncesinde değerlendirilmiş olan sermaye değerinin, dolaysız olarak üretim sürecinin kendisinden türeyen işlevsel varoluş biçimi olarak *meta-sermaye* haline gelir” (Marx, 2012: 47). Marx’ın *Kapital*’de verdiği örneği takip edersek, sürecin en başında, kapitalist, örneğin parayla iplik alıp üretim sürecinden sonra elde ettiği ürünü piyasada tekrar daha çok paraya çevirdiğinde, başlangıçtaki varoluş biçimi olan iplik, sürecin sonunda paraya dönüşmüş olur. Bu sürece dâhil olan tüm metalar satılmak ve paraya çevrilmek zorundadır. Bu zorunluluk nedeniyle bu sürece dâhil olan tüm metalar, meta-sermaye olarak sermayenin bileşkesi olurlar (Marx, 2012: 47).

Sermayenin daha fazla sermaye için çeşitli formlara dönüştüğü bu başkalaşım süreci onun biçimsel birliğini oluşturur. Sermaye bu süreçte para, meta, üretici etkinlik sonrasında yeniden meta ve para olarak görünür. Bu biçimsel dönüşüm, diğer bir deyişle başkalaşım süreci, kapitalistlerin iradi etkinliği dışında tamamlanamaz. Zaman ve mekândaki dolaşıma bağımlı bu hareket, daha önce de belirtildiği gibi, doğal değildir, zorunlu değildir, kendiliğinden var olmaz ve kapitalistler tarafından gerçekleştirilmesi gerekir. Bu süreç kesintiye uğrarsa sermaye sermaye olmaktan çıkar. Dolayısıyla, sermayenin biçimsel bütünlüğüyle (içsel birliği) gerçek, maddi dolaşım süreci (dışsal birliği) arasında kritik bir çelişki vardır (Manzerolle ve Kjoson, 2014: 227-228). Sermayeye ait bu içsel çelişki, somut olarak, sermayenin daha çok değerlendirilmesi sürecinin araçlarında, altyapısında, ulaşımında vb. aşamalarında ortaya çıkar. Bu nedenle, “sermayenin dolaşımı, doğası gereği belirli bir örgütlenmeyi veya uzamın ve zamanın bağlanmasını gerektiren lojistik bir olaydır” (2014: 228).

Sermaye dolaşımının eksiksiz bir biçimde tamamlanmasında zaman ve mekân boyutundaki örgütlenme mekanizmaları bu nedenle kritik önemdedir. Herhangi bir meta-sermayenin para-sermayeye dönüşme hızı ne kadar yavaşsa, iletişim ve ulaşım o kadar önemsiz hale gelir. Ama “üretim, değişim-değerine, dolayısıyla değişime ne kadar

çok dayanırsa, değişimin fiziksel koşulları –iletişim ve taşıma araçları- dolaşım giderleri açısından o kadar daha çok önemli duruma gelir. Her türlü yersel sınırların ötesinde dolaşmak sermayenin doğasında vardır” (Marx, 2013b: 17). Bir başka ifadeyle, bir metanın paraya tahvili ne kadar çok zaman alıyorsa, transfer edilebileceği zaman-mekân mesafesi o kadar uzun olur ve bu sürecin tamamlanmasında iletişim ve ulaşım araçları o kadar önemli olur.

“Marx, sermayenin bir biçimden ve aşamadan bir sonrakine geçişini geciktiren ve/veya belirli bir dönem içerisinde üretilen ve gerçekleştirilen artı-değer miktarını sınırlandıran, dolayısıyla serbestçe faaliyette bulunma ve sınırsızca genişleme eğilimine ters düşen engeller koyduğunu ileri sürer” (Manzerolle ve Kjosen, 2014: 229). Dolayısıyla, sermayenin dolaşımı söz konusu olduğunda zaman ve mekân sınırlılıkları önemli bir sorun teşkil eder. Tam da bu nedenle, “...değişimin fiziksel koşullarının – iletişimin ve taşıma araçlarının- yaratılması, mesafenin zamanla ortadan kalkması, onun için olağanüstü bir gereklilik haline gelir” (Marx, 2013b: 17). Sermaye, bu nedenle, döngünün zamanını daha da kısaltacak, yani mekânı daha kolay aşacak iletişim araçlarına ihtiyaç duyar. Bu nedenle, her zaman ve her yerde daha fazla hız, hem zamanı hem mekânı aşma konusunda en önemli dolaşım talebi haline gelir. Sermaye, kendini yaratan içsel birlik ve dışsal zorunluluklardan dolayı bu çelişkiyi yaşarken, önüne çıkan engelleri iletişim ve ulaşım teknolojilerini geliştirerek aşar (Manzerolle ve Kjosen, 2014: 229).

Sermayenin daha çok sermayeye dönüşme hareketinin iletişim teknolojileriyle olan ilişkisi açısından üstünde durulması gereken bir diğer önemli konu daha var. Sermayenin zaman ve mekândaki örgütlenme zorunluluğu yalnızca lojistik bir sorun değildir. Bununla bağlantılı olarak, sermayenin üretim süreci üzerindeki hâkimiyeti sermaye çevriminin gerçekleşmesi açısından kritik önemdedir. Marx, kapitalist üretim ilişkileri içinde sermayenin emek üzerinde iki tür boyunduruğu olduğuna işaret eder

(Harvey, 2012: 171-172): (i) Biri *biçimsel boyunduruktur* ve artı değerın üretimi için emekçinin emek gücünü satması yoluyla kurulur. Bu, kapitalist üretim ilişkisi içinde işçinin özgür bir birey olarak emek gücünü satma zorunluluğuna işaret eder. İşçi emeğini nasıl kullanacağı konusunda, en azından yasal olarak, serbesttir ama yaşayabilmesi için emek gücünü satmak zorundadır. (ii) Diğeri ve konumuz açısından daha önemli olan boyunduruk ise *gerçek boyunduruktur* ki “emeğin sermayeye gerçek biatı” görelı artı değerin üretimi için üretim sürecinin kendisinin yeniden organize edilmesi yoluyla mümkün olur ve *kapitalist bir üretim formu* ancak o zaman gerçek anlamda ortaya çıkar. “İşçiler, gittikçe ‘sermayenin varlığının özel biçimleri’ haline gelirler ve artan oranda sermayedarların ve onların temsilcilerinin ‘despotik’ kontrolüne maruz kalırlar. Sermaye çalışma yaşamı ve biçimlerini kendi meşrebince düzenlemeye çalışırken “*toplumsal ilişkilerin hiyerarşik ve otoriter yapısı, iş yerinde ortaya çıkar*” (2012: 172, vurgu bana ait).

Bu önemli tespit zincirini şöyle de okuyabiliriz: Sermayedarların emek süreci üzerindeki despotik ve hiyerarşik kontrolü, emek sürecini yeniden ve yeniden organize ederken, işyerinde ortaya çıkan değişim toplumsal ilişkilerin bir yansımasıdır. Demek ki emek süreci üzerindeki sözü edilen kontrol, toplumsal ilişkilerin yapısına dair bize çok şey söyler.

Sonuç olarak, sermayenin daha çok sermaye haline getirildiği süreçte, iletişim teknolojilerinin gelişimi açısından temel bir odak noktası oluşmuş olur. Sermayenin emek süreci üzerindeki kontrolü, zamanı ve mekânı lojistik olarak örgütleme zorunluluğuyla beraber düşünüldüğünde, teknolojik gelişimin tarihsel aşamaları açısından tayin edici bir rol üstlenmiştir. Bütün bunların, yani emek sürecini de içerecek şekilde, sermayenin zamanı ve mekânı kendi sürekliliğinin gerekliklerine göre düzenleme zorunluluğunun güncel enformasyon devrimiyle olan bağı oldukça somuttur. Şimdi bu somut bağı özetlemek gerekir.

Sanayi devrimi, kömür ve buhar gücünün pamuk üretim makinelerinde kullanılmasıyla başlayan, daha sonra elektrik ve kimya endüstrisinin doğuşuyla yol alan ve insanlığın gelişimine temelden yön veren büyük bir teknolojik devrim olarak Pandora'nın kutusunun açılması anlamına geldi (McNeill, 2015: 591-592). On dokuzuncu yüzyılın ikinci yarısından itibaren yaygınlaşan sanayiye dayalı üretimle, sanayileşmenin arifesindeki ülkelerde üretimin örgütlenmesi ve buna mukabil gerekli olan tüketimin sağlanması ve yine bu amaca uygun dağıtım, ulaşım ve iletişim ağlarının oluşturulması zaruri bir ihtiyaç haline geldi (2015: 594-595). Hatta sermayenin mekândaki gelişim eğilimi düşünüldüğünde, ulaşım ve iletişim araçlarının gelişimi, yukarıda da belirtildiği gibi, bir sonuç olmaktan ziyade koşuldur: "...meta ekonomisinin fetih seferi, çoğunlukla görkemli modern ulaşım inşaatlarıyla, örneğin bakir ormanları geçen ve dağları delen demiryolları, çölleri aşan telgraf telleri ve en uzaktaki limanlara uğrayan okyanus-aşırı gemilerle başlar" (Luxemburg, 1984: 72). Bu nedenle, iletişim araçları sermayenin genişleme sürecinde hem koşullayan hem de koşullanan bir rol üstlenir.

Bu gelişmenin bir diğer önemi ise, iletişim ve ulaşımın neredeyse aynı faaliyetler olduğu, bir şeyin ya da bilginin transferinin fiziksel bir transfer sürecini gerekli kıldığı zamanların da sonu olmasından kaynaklanır (Meyrowitz, 1985: 116-118). İletişimde elektroniğin kullanılması, iletişim ile fiziksel çevre arasındaki bağımlılık ilişkisini oldukça azalttı. Sermayenin ihtiyaç duyduğu iletişim ve ulaşım altyapısı, bir bütün olarak, insanlığın iletişim olanaklarını bambaşka bir evreye taşıdı. Bu dönüşümün çok boyutlu toplumsal sonuçları vardır.

Marx, aşağıdaki uzun alıntıda teknoloji ve kapitalist üretim tarzı arasındaki bu ilişkiyi anlatırken iletişim teknolojilerinin işgal ettiği bu konumu özetlemiştir. Sunduğu zincirleme ilişki, iletişim teknolojilerinin kapitalist üretim ilişkileri içindeki gelişim koşullarını gözler önüne seriyor:

Sanayinin bir alanındaki üretim tarzında meydana gelen köklü bir değişiklik, diğer alanlarda da köklü değişiklikleri gerektirir. Bu söylenen, ilk önce, toplumsal işbölümü nedeniyle her birinin bağımsız bir meta üreteceği şekilde birbirlerinden yalıtılmış olmalarına karşın, yine de bir toplam sürecin evreleri olarak birbirine bağlanan sanayi kollarında geçerli olur. Bu şekilde, makineli iplik yapımı, makineli kumaş dokumacılığını ve ikisi birlikte ağartmacılıktaki, baskıcılıktaki ve boyamacılıktaki mekanik-kimyasal devrimi bir zorunluluk haline getirmişti. ... Ne var ki, sınai ve tarımsal üretim tarzlarında meydana gelen devrim, özellikle toplumsal üretim sürecinin genel koşullarında, yani haberleşme ve ulaştırma araçlarında bir devrimi zorunlu kıldı. Eksenini, Fourier'in bir ifadesini kullanarak söyleyecek olursak, yan ev sanayisi ile birlikte küçük tarım ve şehir zanaatlarının olduğu bir toplumun haberleşme ve ulaştırma araçları, toplumsal işbölümünü yaygınlaştıran, emek araçları ve işçileri bir araya toplayan ve sömürge pazarlarına sahip olan manifaktür döneminin üretim koşulları için nasıl tümüyle yetersiz kalmışlarsa ve bundan dolayı nasıl köklü bir değişikliğe uğratılmışlarsa, manifaktür döneminden devralınan haberleşme ve ulaştırma araçları da, çok geçmeden, üretimin baş döndürücü bir hız kazandığı, yığımsal bir düzeye ulaştığı, sermaye ve işçi kitlelerinin devamlı biçimde bir alandan çekilip bir başka üretim alanına sokulduğu ve dünya piyasalarında yeni ilişkilerin ortaya çıktığı büyük sanayi için tahammül edilmez *ayak bağları* olmuştu. Bundan dolayı, baştan sona köklü bir değişikliğe uğramış olan gemi yapımı sanayisi bir yana bırakılırsa, haberleşme ve ulaştırma araçları, nehir vapurlarından, demir yollarından, transatlantiklerden ve telgraflardan meydana gelen bir sistemle yavaş yavaş büyük sanayinin üretim tarzına uyduruldu (2011a: 368-369, vurgu bana ait).

Teknolojik gelişimin sektörler ve üretim alanları arasındaki zincirleme yayılışı sanayiye dayalı yeni üretim tarzının koşulladığı ilişkiler çerçevesinde şekillenirken, haberleşme ve ulaştırma araçları ise bu yeni üretim tarzına uyarlanırlar. Daha da önemlisi, eğer var olan iletişim araçları yeni üretim tarzının ihtiyaçlarına cevap veremezse “ayak bağı” olurlar ve üretim tarzının ihtiyaçlarına uygun yeni bir iletişim tarzı geliştirilir. Bu tespit kapitalizmin tarihindeki iletişim ve ulaşım araçlarının gelişiminin ardındaki lokomotif itkiyi açıklar.

Beniger de (1986), sanayi devrimiyle beraber küçük ölçeklerden büyük ölçeklere doğru kayan üretim yapıları için ihtiyaç duyulan enformasyon ve iletişim olanaklarının yetersizliğinden kaynaklı sorunları *kontrol krizi* olarak tanımlarken Marx'la aynı şeyi ifade etmiştir. Kapitalist üretim ilişkileri içindeki bu ihtiyaç, sermayenin yeniden sermaye oluşu için yaratılan o kör mantığın ihtiyaç duyduğu alt yapıyı ve örgütlenme stratejilerini kapsar. Beniger'in bahsi geçen eserde sorunu ele alış tarzı, her ne kadar

sınıf mücadelesinin baskın etkilerini dışlıyor olsa da, oldukça önemlidir. On dokuzuncu yüzyılda sanayi devriminin ortaya çıkışıyla belirginleşen kontrol krizleri, yirminci yüzyılın ilk çeyreğini de içine alan dönemde ortaya çıkan teknolojik ve organizasyonel atılımının esas tetikleyicisi olmuştur (1986: 278).

“Endüstrinin gittikçe daha büyük boyutlara ulaşacak biçimde gelişmesi, ulaştırmanın ve iletişimin görülmemiş ölçüde yoğunlaşmasını gerektirdi. Uzak yerlerden hammaddelerin sağlanması ve yapılan malların uzak pazarlarda satılması, makinelerle yapılan kitlesel üretimin başarıya ulaşması bakımından yaşamsal bir önem taşıyordu” (McNeill, 2015: 594). Bu nedenle, sanayi devrimiyle aynı dönemde geleneksel iletişim araçları olarak bilinen iletişim araçlarının icat edilmesi ve aktif biçimde kullanılmaya başlanması asla tesadüf değildir: Fotoğraf ve telgraf 1830’larda, rotatif basım 1840’larda, daktilo 1860’larda kullanılmaya başlandı. Atlas okyanusunun kabloyla aşılması 1866’da mümkün oldu. Telefon 1876’da icat edildi. Standart 35 mm sinema filmi ilk kez 1894’te kullanıldı. Telsiz telgraf 1895’te icat edildi. Manyetik bant kaydı için 1899, radyo için 1906 ve televizyon için 1923 milattır (Beniger, 1986: 7). Bu arada, demiryolu ve karayolu ulaşımı sözü edilen minvalde önemli ölçüde genişlemiştir. Sibiryaya’yı boydan boya aşan demiryolu (1903) ve Berlin-Bağdat demiryolu (1914) bunlardan bazılarıdır (McNeill, 2015: 594).

Ortaya çıkan sorunların çözümü, yerel piyasalardan ulusal ve uluslararası ölçeklere doğru gelişen bir ekonomi için ihtiyaç duyulan yeni ulaşım ağları ve iletişim araçlarının kullanımını gerekli kılıyorken, işin kotarılması için daha üst düzey bir organizasyonel aşamayı da gerekli kıldı. *Bürokrasinin* icadı sermayenin kontrol krizine verilen en kapsamlı organizasyonel cevaptır (1986: 279). Yeni ofis teknolojileriyle beraber iş yerini ve işi akıllıca örgütlenme çabası el ele gelişmişti (1986: 284-285). Sonuç, geleneksel iletişim araçlarının icadıyla beraber işyerinin yönetiminde ortaya çıkan “sofistike işletmecilik hünerleri” ve “düşünsel ve teknik mühendislik hünerleri”dir

(Harvey, 2012: 173-174). Bu yeni üretim ve yönetim eğilimleri, Fordizm ve Taylorizm olarak da bilinen, yirminci yüzyılın egemen üretim ve örgütlenme tarzının doğuşu anlamına geliyordu. İlk defa Henry Ford'un kullandığı yürüyen bant sistemi bu üretim tarzıyla simgeleşmiştir. Aynı ve çok miktardaki meta üretimini ifade eden *kitlesel üretim* tarzıyla her parça, aşama ve görev standart bir hal almıştı ve F. W. Taylor'ın ortaya attığı bilimsel yönetim ilkeleri gerekli olan yönetim ihtiyacına cevap vermişti (Murray, 1995: 47). Beniger, bunların tümünü, sanayi üretimine dayalı bir ekonominin üretim, tüketim, dağıtım ve bir bütün olarak sermayenin birikim aşamalarındaki belirsizlikleri ortadan kaldırmaya dönük geliştirilen iletişim araçları ve yönetim sistemlerinin (bürokrasi) icadını *kontrol devrimi* olarak nitelendirir (Beniger, 1987).

Yeni yönetim biçimleri “iş sürecini kapsamlı kılma, işbirliği, işçi-idare entegrasyonu stratejileri, spesifik olarak, emek sürecine zorunlu olarak hakim olan temel hükmetme ve boyun eğdirme ilişkileri”ni kapsar (Harvey, 2012: 170). İmalatın “dar teknik temelleri” makinenin ve fabrika sisteminin organizasyonu ile sürekli olarak sermaye lehine fakat emek gücü aleyhine düzenlenir (2012: 173). Bunun ilk sonucu, standartlaşmış üretim ve dolayısıyla standartlaşmış bir emek gücüdür. Bu da vasıflı ve vasıfsız emek arasındaki ayrımının ortaya çıktığı aşamadır. İş basitleşir ve standartlaşırken, işçi “*kişisel üretim gücünden yoksun kılınmak zorundadır*” (2012: 172, vurgu bana ait).

İşin basitleşmesi, işçiyi daha ucuz bir iş gücü haline getirmenin yollarını aramanın, makineye dayalı, standartlaşmış üretim biçiminin doğrudan bir sonucudur. Bunun emekçiler açısından ilk sonuçları görüldüğünden daha acı olmuştur: “Makinelerin kapitalist tarzda kullanımının ilk sonucu kadın ve çocuk emeğidir!” (Marx, 2011a: 378) Sonuç olarak, sermayedarların emek süreci üzerindeki kontrolü vasıfsızlaşmayı dayattı, makineleşmeyi doğurdu ve üretim küçük atölyelerden büyük

fabrikalara geçti. Kitlesele ve standartlaşmış metaların üretimi, iş yerinin, emekçinin ve emek sürecinin standartlaşmasından bağımsız düşünülemezdi.

Emek sürecinin kontrolü tekdüze bir yol izlemedi ve sürekli yeni gereksinimler ve çelişkiler ortaya çıkardı. Gelişen yönetim sistemleri ve işletmecilik hünnerleri, vasıfsızlaşmayı dayatırken bunla zıt gelişmeleri de beraberinde getirdi. Kişisel üretim gücünden yoksun kalan işçiler “her yeni teknolojiye adapte olmaya hazır ve bir üretim hattından diğerine serbestçe gönderilebilir hale gelirler. Çoğu zaman okuma yazma, işlem yapabilme, talimatları takip edebilme ve görevleri hızlıca rutin bir işe dönüştürme kabiliyetini kapsayan bu adaptasyon gücü, emeğin itibarsızlaşma sürecine karşıt birçok ve önemli açıdan zıt eğilim ortaya çıkarır” (Harvey, 2012: 174). Nihayetinde, emek sürecinin yeni ve teknik biçimlerine ayak uyduran işçiler için yeni bir bireysel gelişim olanağı ortaya çıktı. Okuma ve yazma öğrenmenin yaygınlaşmasının emekçi kitleler açısından böyle bir anlamı yok mudur? Önceki başlıkta, yazının icat edildikten sonra binlerce yıl boyunca geniş halk kesimleri için işlevsel bir iletişim biçimi olmadan kaldığı vurgulanmıştı. Okuma yazma bilmek, kendine yeten doğal ekonomilerde üreticiler açısından kritik bir öneme sahip değilken, meta ekonomisindeki teknolojik ve organizasyonel devrimde emek gücü için önemli bir şart halini aldı.

Öte yandan, emek gücündeki vasıfsızlaşma, bireysel vasıfların tümüyle kaybı olmaktan ziyade çok boyutlu toplumsal sonuçları olan bir dönüşüm sürecidir. Sermaye açısından kişilerin tekelinde kalan el sanatı ve zanaatkârlık gibi vasıfların bir anlamı yoktur. Sermayenin tekeline alınabilen vasıflar makbuldür ve bunlar “esneklik, adaptasyon kabiliyeti ve her şeyden önce ikame edilebilirliğe izin veren” bireyin tekelinde kalmayan, onun kişisel yeteneği olmayan vasıflardır (Harvey, 2012: 174). Dolayısıyla, “Marx’ın bahsettiği ‘vasıfsızlaştırma’ genellikle tekel altına alınabilen vasıflardan, tekel altına alınamayan vasıflara yönelik bir dönüşüm sürecini içerir” (2012: 174). Emek gücünün büyük bir kısmı kişisel üretim gücünden mahrum bırakılıp

kitlesel üretimin standart işgücüne indirilirken, geçerli olan vasıflar, üretimin o tarihsel biçiminin ihtiyaç duyduğu uyum, esneklik, adaptasyon kabiliyeti ve ikame edilebilirlik gibi insanı üretim etkinliği karşısında nesneleştiren “vasıflar”dır.

Sonuç itibariyle, sermaye çevriminde kitlesel üretim ve tüketime dayalı bir modelin yerleşmesi, kapitalist üretim ilişkilerine tarihsel bir aşama kaydettirerek özgün pek çok nitelik kazandırmıştır. Sermayenin sanayiye dayalı yeniden değerlendirilme sürecindeki bu tarihsel aşama, döneminin enformasyon ve iletişim araçlarının bağrında serpiştiği toplumsal ilişkileri ve o araçların niteliğini anlamamız açısından önemlidir. Bütün bunlar, sermayenin dolaşım devrelerindeki kısalmayı hedefleyen, zaman ve mekândaki engelleri ve eşgüdüksüzlükleri ortadan kaldırmayı planlayan ve sermayenin dolaşımını mümkün olan en hızlı biçimde tamamlamasını sağlayan çabanın ortaya çıkardığı teknolojik ve organizasyonel atılımlardır. Öte yandan, bu yeni aşama, kapitalist üretim ilişkilerinde genel geçer bir işleyiş modelinin varlığından çok tarihsel olarak farklılaşan işleyiş stratejilerinin olduğunu göz önünde bulundurmamız gerektiğine de işaret ediyor.⁴²

Üretimin sanayiye dayalı standartlaşmış tarza göre örgütlenmesi kapitalizmin tarihinde teknelci birikim rejimine denk düşer. Yeni birikim tarzının işleyişi kitlesel üretimin yarattığı stokların eritilmesine bağlı olduğu için, (i) *kitlesel tüketim* en önemli ihtiyaçtır ve talebin düşmemesi esastır, (ii) ulusal ve korunaklı bir pazara ihtiyaç duyulur ve (iii) “kitlesel emek”le modern anlamda *kitleler* ortaya çıkmış olur (Murray, 1995: 48). Sermayenin, standartlaşmış, kitlesel üretime dayalı birikim biçimi, kitlesel tüketimi ve kitlesel emek gücünü yaratır. Standartlaşmış metaların kitlesel tüketimi ve

⁴² Sermayenin tarihsel olarak farklılaşan birikim stratejileri dikkate alınarak yapılan dönemselleştirmeler göz önünde bulundurulursa kapitalizmin tarihinde üç temel *birikim rejimi* karşımıza çıkar. Bu rejimlerden ilki, sanayi devriminin şafağında Birinci Dünya Savaşı'na kadarki döneme kadar geçerliliğini koruyan *rekabetçi birikim rejimi*dir. İkincisi, kitlesel üretim ve tüketim pratiklerinin yerleştiği ve İkinci Dünya Savaşı'ndan 1970'lere kadar süren *teknelci birikim rejimi*dir. Kapitalizmin 1970'lerdeki yapısal bunalımı teknelci birikim modelinin temel parametrelerinin değişmesiyle sonuçlandı. Bu tarihlerden itibaren yerleşen ve hala içinde bulunduğumuz *neo liberal birikim rejimi* ise, kabaca, teknelci modelin rekabetçi tarzda yeniden düzenlenmesini içeren güncel birikim modelidir (Gökalp, 1984; Şeni, 1981; Jessop, 2005).

insanların kitleler halinde fabrikalarda ve diğer işyerlerinde çalışmaya başlaması modern anlamda kitlelerin ortaya çıkması anlamına gelir.

Böyle bir toplumda, standartlaşmış üretim biçimleriyle, standart metalleri üreten ve tüketen insanlar “standart” insanlar olarak görülür. En azından insanların bir kitleyi oluşturacak ölçüde çeşitli üretim ve tüketim davranışlarında, ideoloji ve kimliklerde bulunduğu varsayılır (Tourain, 2014: 174-188). Aslında bu sıralananlar gerçekliği olmayan varsayımlardan ibaret değildir. Gerçekten de kapitalizmin bu tarihsel aşamasında geleneksel topluma kıyasla homojenleştirilmiş kitlelerin doğuşu bir vakıdır. Ancak, şüphesiz, modern kitleler ve uluslar kitlesel üretim ve tüketim modelinin mekanik bir sonucundan ibaret olmaktan daha fazlasıdır.

Belirli bir standartlaşmanın, kitlesel üretim ve tüketim ölçeğinin esas olduğu bir dünyaya ait iletişim tarzının da bu standart ve kitlesel işleyiş tarzına uygun olması tesadüf değildir. Söz konusu olan şey modern kitlelerin doğuşuydu, bunu kitle iletişiminin veya medyasının doğuşundan bağımsız düşünemeyiz. Kitle iletişimi (i) “görece geniş, heterojen ve anonim bir izler kitleye yöneliktir”; (ii) “kamusal, hızlı ve gelip geçici olarak karakterize edilebilir”; (iii) bu iletişim biçiminin “araçlarında, iletişimci, genellikle yaygın bir işbölümü ve buna eşlik eden bir harcama derecesi içeren karmaşık bir şirket örgütü aracılığıyla çalışır” (Gerbner, 2005: 81).

Kitlesel tüketim *kitlesel reklamın* doğuşunu da gerekli kılmıştır ki “sanayi kapitalizmi bir tür sihirbazlık yapmıştı: Kitlelerin bulanık bir arzusunu gerçek bir talebe dönüştürmüştü” (Poe, 2015: 260). Sermaye birikiminin devamlılığı metallerin piyasaya olan arzının gerçek bir taleple buluşmasına bağlıdır. “Kitlesel reklam bir kitle tüketim normu oluşturulmasında merkezi bir rol oynar” (Murray, 1995: 48).

Geleneksel iletişim araçlarının yapısal özellikleri, kitle iletişiminin sözü edilen özelliklerinin taşıyıcısıdır (Thompson, 2005: 211-214): Radyo, televizyon, günlük gazeteler ve diğer süreli yayınlar ya da kitaplar anonim ve pasif bir izler kitleye

seslenirler. Bu araçlar üzerinden yürütülen iletişim faaliyetinin seslendiği izler kitlenin değişkenlerini (yaş, cinsiyet, ilgi alanları vb.) gözetme olanağı son derece sınırlıdır. Ulus ölçeğinde ya da belirli düzeylerde lokalize olsa da homojenliği varsayılan geniş bir izler kitle öyle ya da böyle esastır. İşin gerçeği şudur ki, teknik olarak, izler kitle gerçekten izler. İzleyicileri, televizyon, radyo ya da gazeteyle aktif bir biçimde iletişim kurmak isterlerse, mektup, telefon ya da telgraf gibi başka tür bir iletişim aracını kullanmak zorunda kalırlar. Noktadan noktaya, karşılıklı iletişime olanak tanıyan iletişim araçları olarak telekomünikasyon araçları ya da geleneksel biçimleriyle telgraf ya da telefon, diğer örneklerle kıyaslandığında tekyönlü iletişim biçimlerinden farklıdır. Onlarda diyalog, teknik olarak, mümkündür. Dolayısıyla, geleneksel iletişim araçları söz konusu olduğunda, her bir iletişim aracının diğerleriyle arasında yapısal farklar esastır ve *içerik araç ikiliği* zorunludur (Taş, 2006). Radyo için radyo, televizyon için televizyon altyapısı ve aracı gereklidir, fakat geri bildirim başka bir telekomünikasyon aracıyla yapılır.

Buraya kadar, geleneksel enformasyon ve iletişim teknolojilerinin bağrında serpildikleri toplumsal ilişkiler alanına odaklanıldı. Sanayiye dayalı üretim biçimlerinin yaygınlaşması, sermayenin kitlesel üretim ve kitlesel tüketim modeline dayalı yeniden değerlendirme modelinin yerleşmesine neden olmuştur. Geleneksel medya araçları ise sözü edilen birikim modelinin iletişim araçları olarak ortaya çıkmış ve sermaye birikimine verdikleri destek çerçevesinde gelişip yaygınlaşmışlardır. Ancak kapitalist üretim tarzının daimi bir birikim modeli, sermayenin tarih üstü bir değerlendirme tarzı yoktur. Sermayenin kendine özgü çelişkileri çok fazla zaman kaybetmeden bu gerçeği hatırlattı.

2.2.2 Akıllı Telefonlara Giden Yolda Güncel Enformasyon Devrimi

Tam anlamıyla İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra yerleşen kitlesel üretim ve kitlesel tüketime dayalı birikim modeli, altın çağını yaşadığından sonra 1970'li yıllarda,

her ne kadar çoğu zaman petrol fiyatlarının ani yükselişine bağlansa da (Hobsbawn, 2012: 387-386) bu modelin kendi iç çelişkilerinden kaynaklanan yapısal bir krizle karşılaştı (Beaud, 2015: 352). “Standartlaşmış malları ucuza ve kitlesel ölçekte sağlama yeteneği konusunda Fordizm emsalsizdi. Belli bir nüfus içinde kitlesel üretimin meyvelerinden yararlanmak için sıranın gelmesini bekleyen yeterli sayıda grup olduğu sürece bir sorun ortaya çıkmıyordu. Ama bu yeni kitlesel tüketici grupları tükendiğinde ne olacaktı?” (Kumar, 2004: 62). Kitlesel emek gücü, nicel olarak büyüyen bir işçi sınıfı demektir. İşçilerin ücretleri artırma talebi ve grevler, piyasaya gittikçe daha çok sürülen metallerin yeterince hızlı eritememesiyle birleştikçe kâr oranlarında belirgin bir azalma yaşandı. Kitlesel emek gücüne ve kitle tüketimine dayanan fordist model, kendi sınırlarına ulaştıkça, piyasalarda doygunluk ve durgunluk, işsizlik, çevre kirliliği ve enflasyon yaratan bir birikim rejimi olarak sürdürülmesi mümkün olmayan bir “ayak bağı”na dönüştü (Beaud, 2015: 304-307, 352). Çünkü sermaye yoluna devam etmek zorundaydı ve daha çok sermayeye dönüşme ihtiyacı en yakıcı ihtiyacı.

Kapitalizmin yirminci yüzyıldaki büyüme dönemi, yeni hayat tarzlarını ve modayı, kitlesel üretimin birbirine benzeyen metalleriyle karşılanması zor bir tüketim kültürü yaratmıştı. İnsanların giderek daha çok gelire sahip olması, kişisel tüketimi öne çıkarmıştı (Ritzer, 2016: 60). Artık kitle halindeki tüketicilerden çok “tüketici grupları çeşitliliği” söz konusuydu. Kitlesel üretim ve tüketim rejimini bir yandan sarsan bu yeni durum, ironik bir biçimde, sermayenin kendi mantığı içinde gayet anlamlı bir yere de tekabül ediyordu. Metallerin çeşitliliğine olan talebin yaratılması ve karşılanması, sermayenin büyümesi için oldukça elverişli bir zeminin doğmakta olduğu anlamına geliyordu. Kitlesel üretim ve tüketim ölçeği daha esnek bir hale getirilmeliydi: “...ölçek bakımından yeni bir üretim ve tüketim örüntüsü, ‘esnek uzmanlaşma’ örüntüsü ortaya çıkmaktadır” (Kumar, 2004: 62). Esnekleşmeyi fordist modelin yarattığı “ayak bağları”ndan kurtulma olarak, sermayenin daha çok sermaye olma yolundaki

serüveninin yeni bir vechesi olarak da anlayabiliriz. 1970’li yılların derin ekonomik bunalımı, sermayenin bir kere daha “ayak bağları”ndan kurtulmaya ihtiyaç duyduğunun habercisiydi.

1980’li yıllardan itibaren yerleşen “yeni kapitalizm”in veya daha önce andığımız biçimiyle, neoliberal birikim rejiminin, iletişim teknolojileriyle olan güçlü bağı sermayenin esnekleşmeye duyduğu ihtiyaçtan kaynaklanıyordu: “Tüm seri üretimcilerin talebi kestirmek gibi bir sorunu vardır. Çok az üretirlerse piyasa paylarını kaybedecekler, çok fazla üretirlerse, yüksek maliyetle elde tutulabilen ya da düşük fiyatla satılmak zorunda kalınan stoklarla başları belaya girecektir (...) Onların yanıtı, talebe uygun sipariş vermelerini sağlayacak enformasyon ve arz sistemleri geliştirmek olmuştur” (Murray, 1995: 51). Artık “...yeni yöntem, envanerin çok daha küçük olmasını sağlayacak, satıcılar için ‘tam zamanında’ ve yeterli miktarda üretecek ve her durumda çok daha büyük bir kapasiteyle talepte meydana gelecek değişiklikleri karşılamak için kısa süre içinde çıktıyı çeşitlendirecekti. Bu Henry Ford’un değil Benetton’un çağıydı” (Hobsbawn, 2012: 544-545).

Hem piyasaların nabzını tutabilen hem de üretimi piyasa değişkenlerine göre gerçekleştirebilen bir esneklik ve emek gücünde buna uygun düşen yeni bir tür uzmanlaşma, sermayenin daha çok sermayeye dönüşme hareketi için gerekli olan yeni motor gücü oluşturdu. Bu anlamda, her ne kadar sermaye “ayak bağları”ndan kurtulmaya çalışıyorsa da, sanayi devrimi ve yeni enformasyon teknolojilerine dayanan esnekleşme arasında bir zıtlık ya da çatışmadan çok uyum ve süreklilik olduğu açıktır. Sanayi devriminden sonra aşama aşama devreye sokulan ve geliştirilen kontrol araçları ve mekanizmaları, günümüzün yeni iletişim ve enformasyon teknolojilerini yakın atalarıydılar.

İlişki aslında gözler önündedir. “Esnek uzmanlaşma yeni enformasyon teknolojisine bağımlıdır” (Kumar, 2004: 62). Kapitalist üretim tarzı ve yeni teknolojiler

arasındaki bu bağın giderek merkezi hale gelmesi, Castells tarafından *enformasyonelizm* olarak anılan, kapitalizmin işleyişinde yeni bir aşamayı ifade ediyordu. “*Enformasyonelizm* kapitalizmin genişlemesiyle, yenilenmesiyle bağlantılıdır; tıpkı sanayileşmeciliğin, bir üretim biçimi olarak kapitalizmin oluşmasıyla bağlantılı olması gibi” (2008: 23). Sanayi üretimi, o zamana dek kapitalist üretim tarzının gelişmesi ve şekillenmesinde hangi rolü oynadıysa, enformasyon da günümüzde kapitalist üretim ilişkilerinde aynı rolü oynamaktadır. Beniger de kontrol devriminin yirminci yüzyıldaki gelişim öyküsünün, toplumsal ilişkilerde enformasyonun merkezi önemde olduğu toplumsal bir aşama olan *enformasyon toplumunun* doğuşuyla sonuçlandığını özellikle belirtir (1987: 291).⁴³

Bütün bu dönüşüm, kapitalizmin işleyişi önündeki tüm “ayak bağları”nı ortadan kaldırmayı hedefleyen bir istikamette devam etti. Ancak kapitalizm açısından “ayak bağı” olan şeyler üretimin ve tüketimin esnekleşmesinin önündeki engellerden ibaret değildi. Daha doğru bir şekilde söylemek gerekirse, üretim ve tüketim aşamasındaki esnekleşme, fabrikalarda ve pazarlama aşamasında gerçekleştirilmek istenen esnekleşmeyi hedefleyen taktiklerden ibaret değildi. Esnekleşme, aynı zamanda, fordizmle özdeşleşmiş ulusal üretim ölçeğinin aşınması ve sermayenin ulusal bağımlılıklardan giderek daha çok kurtulup yabancı pazarlara açılması anlamına geliyordu. Esnekleşmenin bu boyutu, *üretimin adem-i merkezileşmesi* (decentralization), *sermaye ve kontrolün merkezileşmesi* olarak tanımlanan, sermaye birikiminde ortaya çıkan mekânsal dönüşümlere denk düşüyor (van Dijk, 1999: 51-53). Bundan böyle (ezici çoğunlukla Batılı) kapitalist şirketler için ulusal ve yerel sınırların giderek daha kolay aşılır hale gelmesi bilinen bir eğilimdir. Üretim adem-i merkezileşirken sermayenin ve üretim sürecinin kontrolü, tam aksine merkezi biçimini sürdürdü ve pekiştirdi. Bu gelişme yalnızca ulusal ya da uluslararası ölçek söz konusu

⁴³ “Temelde askeri bir ağ olan ama yakın geçmişte sivilleştirilen internetin bu kadar fazla ön plana çıkması da bu kontrolle ilgilidir” (Virilio, 2003: 16).

olduğunda karşımıza çıkmaz. Sayısal tabanlı yenilikçi teknolojiler, işin örgütlenmesinin her aşamasında etkin bir kontrol ve düzenleme ihtiyacına cevap verdiği için, küresel ölçekte olduğu kadar, oldukça sınırlı alanlarda da ulaşım altyapısının değişimi doğrultusunda kullanılageldi (Teigen, Wheet ve Rall, 2013: 12-15)

Bu süreç, yeni enformasyon ve iletişim teknolojileriyle mümkün oldu. “Ancak ne teknoloji ne de girişimcilik, küresel ekonominin kendi başına gelişmesini sağladı. Yeni bir küresel ekonominin kurulmasında belirleyici olan hükümetler, özellikle de en zengin ülkelerin, G-7 ülkelerinin hükümetleri ve Uluslararası Para Fonu, Dünya Bankası, Dünya Ticaret Örgütü gibi onların yardımcı uluslararası kurumlarıydı” (Castells, 2008: 172). Küresel ekonomiye “uyum politikaları” olarak da bilinen, uluslararası düzenleyici kuruluşların ve iktidarların siyasi güçlerini kullanarak uygulamaya koyduğu bir dizi dönüşüm 1980’li yıllardan itibaren gittikçe yaygınlaştı. “Birbirleriyle ilintili üç politika küreselleşmenin temellerini attı: Ülke içinde ekonomik etkinliklerin yasal düzenlemelerden muaf tutulması (finans piyasalarından başlayarak); uluslararası ticaretin ve yatırımların serbestleştirilmesi; kamunun kontrolündeki şirketlerin özelleştirilmesi (genelde yabancılara satıldılar)” (Castells, 2008: 172). Sermayenin önündeki “ayak bağları” bu şekilde aşıldı.

Sayısal teknolojiler, tüm bu dönüşümün teknik altyapısını oluşturdu. Askeri teknolojinin ve savunma sistemlerinin geliştirilmesinin bu teknik altyapının oluşturulmasındaki rolü önemlidir. İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra, hem İngiltere hem de ABD’de, tamamen askeri amaçlar için karmaşık hesapları çok hızlı yapabilen bir makine geliştirilmek istenmişti. ABD’de kullanılmaya başlayan ENIAC isimli ilk bilgisayara uygun bir hesaplama biçimi için çalışan John Von Neuman ve İngiltere’de Enigma türü şifrelemeleri kısa sürede çözebilecek bir makine geliştirmek isteyen Alan M. Turing tarafından icat edilen *sayısal iletişim* modeli (dijital iletişim), enformasyon araçlarının gelişiminde gerçek bir devrim yarattı. Sayısallaşma, elektronik alanında yarı-

iletkenlerin kullanılması ve bugünkü çiplerin atası olan transistorun icadıyla hayata geçirilebildi. Sayısal mantık (ikili mantık), transistorlerin açıldığı “var” (1) konumu ve kapandığı “yok” (0) konumuyla bizim ondalık sistemde yaptığımız her türlü matematiksel işlemin bilgisayarlar tarafından yalnızca “1”ler ve “0”lar kullanılarak yapıp iletilmesini olanaklı kıldı (Geray, 1994: 22-28). Bu gelişme insanların bilgi ve enformasyonla olan ilişkisini oldukça köklü bir biçimde değiştirdi.

Transistörlerin yerini mikroişlemciler aldıkça sayısal sisteme dönüştürülen verinin boyutu ve hızı da gittikçe arttı. Veri aktarımı ve depolanmasındaki bu gelişme birbirlerine sayısal ağlarla bağlanabilen milyarlarca cihazın hayatımıza girmesinin önünü açtı. 1971’den itibaren mikroişlemcilerin geliştirilmesi, ilerleyen yıllarda “kişisel bilgisayar”ların (*personal computer*, PC) kullanıcılara sunulmasına olanak tanıdı. Steve Wozniak ve Steve Jobs’ın ilk *Apple*’ı piyasaya sürmesi, Bill Gates’in *Microsoft*’u kurması ve *IBM* gibi şirketlerin yaygınlaştırdığı kişisel bilgisayarların kullanıcı arayüzlerinin geliştirilmesi bu sürecin köşe taşlarını oluşturdu (Castells, 2008: 60). İlk kişisel bilgisayarların teknik ve yazılım becerileri yıldan yıla katlanan bir hızla gelişti. Bu bilgisayarlar, donanımlarının gittikçe küçülmesiyle, veri işleme hızlarının ve depolama kapasitelerinin artmasıyla gittikçe daha küçük birimler halinde çalışmaya başladılar (Törenli, 2005: 103). Bilindiği gibi, bu küçülme, hızlanma ve kapasite artışı günümüzde de artarak devam etmektedir.

Bilgisayarların veri işleme dili aynıydı ve doğal olarak, bunların kapalı bir kutu gibi çalışmalarından ziyade “birbirleriyle konuşabilmeleri” de gerekiyordu (Castells, 2008: 60). Yine askeri bir gelişme bu ihtiyacı karşıladı. 1960’larda ABD Savunma Bakanlığının SSCB’den gelecek olası bir saldırıda iletişim ağlarının çökmesi tehlikesine karşı planladığı bir önlem olarak geliştirilen internet (o zamanki adıyla *ARPANET*), 1990’da *World Wide Web*’in (WWW) geliştirilmesiyle sıradan bir PC kullanıcısının kullanabileceği şekilde bu ihtiyaca cevap verdi (2008: 7-8, 61). *World Wide Web*’in en

önemli yanı interneti hem multimedya kullanımına hem de ticarileşmeye uygun hale getirmesiydi. *Hiper-Metin Transfer Protokolü* ise (HTTP-Hyper Text Markup Language) internetin temel iletişim modeli oldu. Böylece internet üzerinden paylaşılacak her türlü içerik için ticarileşmeye uygun, standart bir transfer ve bilgi sistemi oluşturuldu (Başaran, 2010: 152, 155). Geriye içerik, mal ve hizmetlerin her geçen gün katlanarak büyüyen bu ağ üzerinden paylaşılması ya da pazarlanması kalıyordu. Fakat internetin kendi doğallığında ticari faaliyetlere olanak verdiği yanılgısına düşülmemeli. İnternet, büyük hükümet harcamaları sonucunda işler hale gelen ve ticarileştirilmesi yolunda özenle çaba harcanan bir iletişim mecrasıdır (Foster ve McChasney, 2011: 87)

Sonuç olarak, yirminci yüzyılın ikinci yarısı boyunca sürekli gelişen sayısal tabanlı veri işleme ve aktarma kapasitesi, insan nesneleşmesinin en birincil öğelerinden olan iletişim faaliyetinde köklü bir devrim yarattı. İletişim içeriklerinin ortak ve standart bir dilde buluşmasını sağlayan dilin (sayısallaşma) icadı ve bu buluşmayı kotaran donanımın (mikroişlemciler, bellekler, yazıcılar vb.) ve veri transferini sağlayan altyapının (telekomünikasyon altyapısı) giderek yetkinleşmesi günümüzdeki iletişim devriminin teknik özetidir. Bu ortaklaşmayla “sayısal (dijital) teknoloji, veri, ses, müzik, metin, fotoğraf, görüntü biçiminde her türlü enformasyonu “bit”lere (0 ve 1’lere) ya da bilgisayar ‘diline’, mikro işlemciler yardımıyla dönüştürebilmiştir” (Törenli, 2005: 98). Sayısallaşmanın devrimci niteliği, bugüne kadar farklı farklı iletişim araç ve ortamlarında icra edilen iletişim faaliyetlerinin artık tek bir iletişim araç ve ortamında toplanabilmesine olanak sağlamasından kaynaklanıyor. Bu durum geleneksel iletişim araçlarına özgü ve daha önce değinilen *içerik araç ikiliğinin kırılması* demektir. Birbirinden farklı tüm iletişim araçları teknik olarak “aynı dili konuştuğu” birbirlerine daha çok benzeyecek şekilde ortaklaştılar. İletişim ve enformasyon araçlarında giderek

daha güçlü bir şekilde görülen bu ortaklaşma teknolojik *yöndeşme* ya da *yakınsama* olarak anılır (Stevenson, 2008: 298).

2.2.3 Telefondan Akıllı Telefona

Bu ağ yapılanmasının kurulması ancak telekomünikasyon altyapısının kullanılması ve geliştirilmesiyle mümkündür. Telekomünikasyon altyapısı, noktadan noktaya iletişime olanak veren, sayısal mantıkla çalışan yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerini aynı altyapıda buluşturan ve onların aynı dili konuşmalarına aracılık eden iletişim ağıdır. Geçmiş telgraf ve telefona kadar uzansa da günümüzde telefon ve internet hizmeti için gerekli olan tüm ağ yapısını ve cihazları içerir. Telefonlar, santraller, yönlendiriciler, fiber optik kablolar, baz istasyonları ve uydular bunlardan en önemlileridir. Noktadan noktaya iletişimin sayısal teknolojiyle buluşup zaman içinde daha da gelişmesi internet ağlarının omurgasını teşkil etti (Törenli, 2005: 113).

Telefonun bütün bu değişimlere ayak uydurmasının, cebe sığabilecek kadar küçülmesinin, kablolardan kurtulmasının, veri işleme ve iletme kapasitesinde görülen bu denli artışın uzun bir öyküsü var. Graham Bell, tarihe telefonun icat eden kişi olarak geçmiş olsa da, “konuşan telgraf”ın hayatımıza girmesinin arkasında, eski bir merak, birden fazla insan ve kuruluş var. Henüz 1627’de, Francis Bacon’un *Yeni Atlantis*’inde geçen telefon benzeri bir cihaz hayali, elektroniğin çok sonraları keşfi, birbirleriyle irtibatla olan veya olmayan pek çok bilim insanı ve girişimcinin varlığı, sesi aktaran bir cihaz yapma girişimleri (ve bu konuda Bell’in patentini aldığı telefonla oldukça benzer teknik özelliklere sahip cihazlar yapmaları) gösteriyor ki, telefonun icadının arkasında oldukça büyük bir toplumsal birikim var (Mercer, 2006: 23-36; Briggs ve Burke, 2011: 172-176). Bell tarafından, 1876 yılında, ABD’de patenti alınan telefon, birkaç on yıl içerisinde teknik yapısındaki ilerlemelere paralel olarak oldukça işlevsel bir haberleşme aracına dönüştü. Öyle ki on dokuzuncu yüzyılın ortasında, Büyük Britanya’da “ulusun

ve imparatorluğun sinir sistemi” olarak anılan telgrafın yerini aldı, “konuşan telgraf”a ise “toplumun sinir sistemi” tanımı layık görüldü (Mercer, 2006: 1, 63).

Telefonun gelişim tarihi, farklı teknolojilerin bir araya getirilmesinin ve ilk etapta ulusal, sonra bölgesel ve nihayetinde küresel ölçekte hayata geçirilen düzenlemelerin tarihidir. 1878’de ilk defa Büyük Britanya’da hayata geçirilen ticari telefon hizmetinden sonra, yirminci yüzyılda elektronik alanında yaşanan gelişmelerle beraber, yaygınlaşmanın ve ticari kullanımın önü açıldı ve bu alanda, sert rekabet koşullarının hüküm sürdüğü, giderek büyüyen bir sektör ortaya çıktı. 1912 yılından itibaren ise bu sektör özel girişimciliğin elinden alınarak devlet düzenlemesine tâbi tutuldu (Jarvis, 1958: 226-227).

Telefonu ve telefon hattını oluşturan her bir parçanın zamanla daha verimli hale gelişi, ses kaybının azaltılmasını, hatlardaki kapasite artışını, sesin giderek daha da uzaklara ulaşılabilmesini ve tek bir hattan ziyade ağlar oluşturulmaya başlanmasını mümkün kıldı. Giderek güçlenen mekâna yayılma eğilimi, Atlas Okyanusu’nun telefon hattıyla aşıp ABD ile Büyük Britanya’nın birbirine bağlanmasıyla (1956) –bu tarihten önce radyo temelli transatlantik telefon hizmeti veriliyordu- ve en sonunda bu ağların tüm küreye yayılmasıyla sonuçlandı (Mercer, 2006).

Şehirleri, ülkeleri, kıtaları birbirine bağlayan bu ağı, yani telekomünikasyon altyapısını düzenleme tarzı, kapitalist üretim tarzının tarihsel birikim modellerini uyum içinde takip eden bir yol izledi. Geçtiğimiz yüzyılın başlarında, noktadan noktaya iletişim giderek yaygınlaştıkça ve bu alan sektörleşmeye doğru yol aldıkça ortaya çıkan rekabet koşulları, bu hizmetin yaygın ve ucuz bir şekilde verilmesinin önünde engel teşkil etti. Telekomünikasyon hizmeti, en ucuz şekilde, belirli büyüklükteki bir pazarda tek bir kuruluşun faaliyet göstermesini gerekli kılar. Bir başka deyişle, telefon hizmetinin 100 bin hanelik bir şehre en düşük maliyetle verilebilmesinin koşulu, tüm hanelere aynı kuruluşun telekomünikasyon altyapısını kurup, hizmet sunabilmesinden

geçer. Telekomünikasyonun maliyetli altyapısı bir kere kurulduktan sonra, o altyapıdan dağıtılacak hizmeti kullanacak hane sayısı ne kadar çok ise toplam maliyet o kadar düşme eğilimi gösterir. Bu durum nedeniyle, 1980'lere kadar telekomünikasyon, bu sektörde tek bir kuruluşun faaliyet göstermesini tanımlayan “doğal tekelle” yaklaşımı çerçevesinde düzenlenmiştir (Geray, 2005: 75-77).

“Doğal tekelle” düzenlemesi yalnızca kârlılıkla ilgili de değildi. Tekelci birikim rejiminin varlığı, kamusal hizmet anlayışının varlığına da bağlıydı. Bu birikim rejimi, belli ölçülerde, *Lauderdale Paradoksuna* (kamu refahıyla özel refah arasındaki çelişki) düşmeme konusunda duyarlılık gösteriyordu (Foster ve McChasney, 2011: 59) 1980'li yıllara kadar devletlerin “evrensel hizmet” ilkesini gözeterek, toplumun her kesimine iletişim hizmetini götürmeyi hedeflemeleri de telekomünikasyon sektörünün korunaklı bir sektör olarak gelişimini sağladı. Ülkelerin en ücra noktalarının bile bu hizmetten ucuza yararlanmasını sağlamak, ekonomik boyutuyla “doğal tekelle”i politik boyutuyla “evrensel hizmet”i buluşturdu ve kamusal bir gelişim modeli hedeflendi (Geray, 2005: 78). 1980'lere kadar bütün dünyadaki telekomünikasyon altyapısı ve hizmetleri, devlet kuruluşları (PTT'ler) tarafından yürütülürken, ABD'de aynı hizmet anlayışı özel bir “doğal tekelle” olan AT&T (*American Telegraph and Telephone Company*) tarafından sürdürülmüştür (2005: 78-79).

Ancak özellikle dijitalleşme ve bilgisayarların ortaya çıkmasıyla beraber telekomünikasyon altyapısı üzerinden çeşitli hizmetleri pazarlamak isteyen özel ve çokuluslu şirketler “doğal tekelle”lerin sınırlayıcılıklarıyla karşılaşuyordu. “Evrensel hizmet” anlayışı sermayenin sınırsız gelişim eğilimiyle çelişki içindeydi. Özellikle 1980'li yıllardan itibaren, kamusal hizmet veren “doğal tekelle”ler giderek daha çok gelişime engel olan, gereksiz yere çok fazla memur barındıran, hantal ve ayak bağı kurumlar olarak lanse edilmeye başlandılar (Mercer, 2006: 98).

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra kurulan ve uluslararası ticareti düzenleyen yegâne anlaşma olan *Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması* (GATT) kapsamında düzenlenen *Uruguay Yuvarlak Masa Toplantıları* olarak anılan bir dizi toplantıda (1986-1993), gelişmekte olan ülkelerin büyük direncine rağmen, o zamana kadar uluslararası ticaret kapsamı dışında tutulan hizmetler sektörünün de uluslararası ticarete dahil edilmesi, telekomünikasyon sektörünün küresel ölçekteki dönüşümü açısından en kritik karardır (Geray, 2003: 65-67). Bu anlaşmadan sonra, telekomünikasyon sektöründeki “doğal tekelleşme” ve “evrensel hizmet” ilkelerinden uzaklaşıldı ve sektör, özelleştirmeler yoluyla parçalanarak, uluslararası birikim rejimine dahil edildi.

Daha önce de vurgulandığı gibi, serbestleşme ya da derügalasyon olarak anılan bu dönüşümle beraber telekomünikasyon altyapısı yeni medyanın altyapısına dönüştürüldü. Buradaki özel ya da devlete ait tekeller piyasanın rekabet mantığına göre parçalanıp, sermaye birikiminin kör mantığına uyarlanınca, sayısal mantığa göre çalışan pek çok elektronik cihaz ve hizmeti pazarlayan şirketlerin ortak bir pazarda buluşacağı teknik bir ağ altyapısı yaratılmış oldu. Sektörün altyapısı piyasanın ihtiyaçları doğrultusunda yeniden ve yeniden düzenlendi ve daha önceleri “evrensel hizmet” kapsamında ulusal, bölgesel ve küresel çapta örgütlenmiş bu yaygın altyapı, internet hizmetlerinin üzerinde yükseldiği ana omurgaya dönüştürüldü (Törenli, 2005: 113). Yalnızca telefonlar değil, santraller, yönlendiriciler, fiber optik kablolar, baz istasyonları ve uydular “birbirleriyle konuşabilen” sayısal dile uyarlanınca, teknolojik yondeşmenin bir gereği olarak, bütün bir yeni medya teknolojisinin üzerinde yükseleceği yaygın bir altyapıya kavuşuldu.

Sabit telefonların önce mobil telefonlara, sonra cebe sığacak kadar küçülmelerinde ve nihayetinde akıllı telefonlara dönüşmelerinde hem bu sektörel düzenlemenin hem de teknolojik yondeşmenin kritik bir rolü var. Daha önceleri, sabit telefondan farklı olarak, gerek duyduğu parçalar nedeniyle bir araba ya da gemi

ebatında olan ve her bir görüşme için özel bir frekansa ihtiyaç duyan mobil radyo telefonlar, bu gibi kısıtlar nedeniyle sadece askeriyenin ve polisin kullandığı bir iletişim olanağı olarak kaldı. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra, bazı sınırlı ölçeklerde radyo telefonların mobil kullanımının farklı örnekleri olsa da, transistörlerin yardımıyla *hücresel iletişim*in keşfine dek, radyo frekanslarından kaynaklı sınırlılıklar aşılamadığı için mobil telefonların yaygınlaşması pek mümkün olmadı. *Bell Laboratuvarı*'nda D. H. Ring ve W. R. Young tarafından icat edilen hücresel iletişim teknolojisi, geniş bir alanın tek bir noktadan değil de küçük küçük pek çok radyo vericisi (hücrelerle) arasında paylaşılmasını sağlıyordu ki, bu yolla, radyo dalgaları, pek çok telefonun daha yüksek kapasiteyle ve daha az enerji harcanarak kullanabilmesinin önünü açtı (Mercer, 2006: 108-109). Hücresel radyo teknolojilerindeki gelişme günümüzde de devam ediyor. 1G (*Generation*), 2G, 3G, 4G ve önümüzdeki yıllarda kullanılması planlanan 5G teknolojileri bu yola işaret ediyor. Kısaca ifade etmek gerekirse, mobil veri transferindeki kapasite artışı, mobil telefonların giderek daha taşınabilir boyutlarda üretilmesi ve telekomünikasyon sektörünün, sermaye birikiminin önünü açacak biçimde düzenlenmesiyle, cep telefonları hızla yayılmaya başlamıştır (Başaran, 2010: 158; Törenli, 2005: 114). 2003 yılında, dünya çapında ilk defa, cep telefonu abonesi sabit telefon abonesini sayı olarak geride bıraktı (Castells, Fernandez-Ardevol, Qiu ve Sey, 2004: 5).

İnternetin telekomünikasyon altyapısı üzerinden cep telefonlarıyla buluşmasının, ortaya çıkan ağ yapısında ve yeni iletişim düzeninde özel bir önemi var. Bundan böyle, insanlar, yalnızca evlerinde ya da işyerlerinde değil, hücresel kapsama alanının el verdiği ölçüde tüm kürede, gün geçtikçe gelişen cep telefonları ve diğer mobil cihazlar aracılığıyla internete erişmeye başladılar. Bu, hem dünya çapında milyonlarca mobil cihazın birbirine bağlanması ve insanların mekânla olan ilişkisinin dönüşmesi demektir

hem de son derece hızlı büyüyen gözde bir sektörün ortaya çıkması demektir (Başaran, 2010: 145-156).

Cep telefonları bu süreçte “akıllı telefonlar”a dönüştü. Akıllı telefonla ilgili formel bir tanım olmasa da, bir cep telefonu (*cellular telephone*) yerleşik uygulamalar ve internet erişimine sahipse, akıllı telefon (*smartphone*) olarak kabul edilir (Hsiao ve Chen, 2015: 158). Bugün bu uygulamalar, kamera,⁴⁴ sosyal medya, navigasyon, dijital ses kaydı, MP3 çalar, kısa mesaj, radyo, web tarayıcısı, e-mail ya da barkod okuyucu gibi, internet ağlarına bağlanabilen ya da doğrudan bağlanmasa da bu ağla entegre olan sayısız uygulama çeşitliliğine ulaşmıştır. Günümüzde bir akıllı telefon, birçok sınırlılığa rağmen (ekranının küçük olması buna verilen bir örnektir ama ekran küçüklüğü, yani boyutunun küçüklüğü diğer bir açıdan rahat taşınabilirliği sağladığı için avantajdır), kişisel bir bilgisayarın yaptığı her şeyi ve hatta fazlasını yapabilir.⁴⁵ İnternet erişimi olan bir akıllı telefon aracılığıyla sunulan iletişim olanağı, tarihin daha önce hiçbir döneminde herhangi bir iletişim aracında görülmediği kadar çeşitlidir. Teknolojik yöndeşmenin bir sonucu olarak, daha önce farklı farklı araçlarla kullanılan geleneksel medyanın hemen hemen her türünü barındırır (telefon, fotoğraf, video kamera, gazete, televizyon ve radyo). Cepte taşınabilen bir cihaz olarak son derece “kişisel”dir ve hizmetlere mobil erişim sağlayabilmesinden dolayı kişisel bilgisayarların bile önüne geçmiştir. Bu kişiselleşme, hem tek bir kullanıcıya ait olmasından hem de içeriği ve dış görünüş de dahil olmak üzere, daha 1990’lı yılların başından beri birçok özellik (değiştirilebilir telefon kapakları) ve uygulamasıyla (zil sesleri) kişiselleştirilebilir olmasından kaynaklanır (May ve Hearn, 2005: 196). Kullanım değerinin yanında,

⁴⁴ Bilindiği gibi, akıllı telefonların en önde gelen bileşenlerinden olan kameralar, sayısallaşmayla beraber, diğer fotoğraf makineleriyle beraber “akıllı” oldu ve “*smart camera*”lara dönüştü. *Camera obscuranın* akıllı kameraya dönüşümünün uzun bir öyküsü olsa da, bu öyküde bizim için önemli olan üç özellik şunlardır: (i) entegrasyon, (ii) işlemci ve yazılıma sahip olma, (iii) manuel işleme gerek duymadan birden fazla uygulamayla çalışabilme özelliği (Belbachir ve Göbel, 2009: 3-17). Bunların gerçekleşebilmesi için internet erişiminin, insan-bilgisayar entegrasyonunun ve mobil kullanımın sağlanabilmesi gerekiyor (Real ve Berry, 2009: 42-50).

⁴⁵“Definition of: Smartphone” <http://www.pcmag.com/encyclopedia/term/51537/smartphone> (Erişim tarihi: 22.10.2017).

kullanıcıların duygularına seslenen ve birtakım popüler imajları taşıyan tasarımlar cep telefonlarının birer meta olarak pazarlanması açısından her zaman önemli bir konu oldu (Moody ve Burtner, 2005: 1758-1761). Bugünkü akıllı telefon sektörünün “kişiselleştirme” üzerine kurulu olduğu söylenebilir.

Bütün bunlar olurken, mekâna olan bağımlılık da oldukça aşındı ve hücrel kapsama alanının sınırlarına dek uzandı. Pek çok sosyal medya uygulamasının yalnızca mobil cihazlarda çalışması ise bu durumu daha da pekiştirici bir etken oldu. Mobil telefonların evde, işte, okulda, toplu taşıma araçlarında vb. yerlerde gittikçe artan kullanımı, mekâna bağımlılığın her geçen gün daha çok aşılması anlamına gelirken, gündelik hayatta deneyimlediğimiz fiziksel gerçeklik boyutuna alternatif –sıklıkla “sanal uzam” da denilen, yeni bir boyutun ortaya çıkması anlamına da geldi (Başaran, 2010: 201).

Şu da vurgulanmalıdır ki; akıllı telefonlar özelinde teknolojik yöndeşmenin vardığı yer o derece ileri boyutlara ulaşmıştır ki bugün bir akıllı telefona “telefon” demenin alışkanlıktan başka bir nedeni bulunmaz. Akıllı telefonların telefon özelliği, teknik açıdan, diğer özelliklerinden daha merkezi önemde değildir. Yaptığım görüşmelerde de sıklıkla bu duruma uygun kullanım pratikleriyle karşılaştım. Görüştüğüm hiçbir akıllı telefon kullanıcısı, telefon ve SMS hizmetini, sosyal medya uygulamaları, müzik, oyun ya da online anlık mesajlaşma uygulamalarından daha çok kullanmıyordu. Tarihsel olarak, telefonların önce mobil biçiminin yaygınlaşması ve yöndeşmenin mobil telefonlar üzerinden gerçekleşmesi bizim bugün akıllı telefonları hâlâ “telefon” olarak anmamızın en önemli nedenidir. Diğer mobil cihazların büyük çoğunluğunun telefon hizmeti vermemesi (fakat bilindiği gibi bazı tablet bilgisayarlar sim kartla entegre olup telefon hizmeti sağlayabiliyor) ise bu alışkanlığın benimsenmesinde kolaylaştırıcı bir faktör olarak not edilmelidir.

Teknolojik yndeme, pek çok iletişim olanağının tek bir cihazda bulumasına yarayan bir bütünleşme sreciyse, akıllı telefonlar diğer pek çok mobil cihazla beraber bu sürecin yıllar içinde vardığı, en önde gelen somut sonuçlarındandır. Bu noktaya gelene kadar, teknolojik yndemenin yıllar içinde giderek daha güçlü bir Şekilde gerçekleşmesinin örneklerinin izini sürmek mümkün. 1990’lı yıllarda, birbirinden farklı pek çok iletişim türü arasındaki yndeme ve ortaya çıkan yeni kullanım türleri ve olanaklar akıllı telefonlara giden yolu hazırlıyordu. Beaud’nn muhtemelen 2000 yılında⁴⁶ kaleme aldığı Şu satırlar buna iyi bir rnek (2015: 334):

Durumu halen mevcut olan durumdan hareketle karikatürize edersek... Japonya’da çocukların elektronik gözetim altında tutulduğu kreler faaliyet gösteriyor; ABD ve Japonya’da sıra ve kara tahta yerine bilgisayarın düğmesine basarak karşıdaki bir ekranda işlem yapıldığı okullar çoğalıyor; kahveyi veya tost u piirdikten sonra haber veren, ihtiyaçları tespit edip yemeği ısıtan, telefona cevap veren, televizyon yayınlarını kaydeden, istenmeyen kişilerin ziyaretini gözetip caydıran (ABD’de) alet tasarlandı, üretildi ve kullanılıyor. Kentte en kestirme yoldan seyahati sağlayan programlanmış, bireysel bir sistem, gideceği yeri söylediği andan itibaren sürücülerin nerelerden geçeceğini tayin ediyor; sağa dn, sola dn, yavala gibi komutlarla (Japonya); “yakında bir koruyucu melek” sürücüye (yavaş sr, çok hızlı gidiyorsun, çok enerji harcıyorsun gibi) uyarılarda bulunacak. (...) Elektronik oyunlar da çoğalıp eitleniyor. İlk ekran gazetesi deneyi ABD’de yapıldı. Elektronik ve teletransmisyon çeşitli haberlere ulaşma biçimini baştan sonra değiştiriyor: haber edinme (telefon, demiryolları, meteoroloji, turistik), yeni günlük gazeteler (genel veya özel alanlarla ilgili), bilimsel ve teknik veriler, katalogla ilişki yoluyla dahası mektupla satışlar...

Bu sıralananların çoğu bugün sadece tek bir akıllı telefonla yapılan sıradan faaliyetlerden değil midir? Anne ve babalar anaokullarındaki çocuklarını akıllı telefonları aracılığıyla izleyebiliyor.⁴⁷ Eğitimde akıllı tahtalar ve akıllı televizyonlar uzun süredir kullanılıyor. Navigasyon uygulamaları ise en çok kullanılan uygulamalar arasında.⁴⁸ Akıllı telefonlar diğer bir yanıyla birer oyun konsolu konumunda.⁴⁹ Günlük

⁴⁶ Yazar bu alıntının ait olduğu bölümü 1980 yılında kaleme aldığını belirtiyor ama 2000 yılında bu bölüme bazı ekler yaptığını da vurguluyor. Sözü edilen teknolojik gelişmelerin 2000 yılında eklendiği olasıdır.

⁴⁷ Bu uygulama Türkiye’de 2009 yılında Milli Eğitim Bakanlığı tarafından yasaklandı, <http://www.hurriyet.com.tr/cocuk-haklari-icin-okullara-kamera-yasagi-10905315> (Erişim tarihi: 03.03.2017).

⁴⁸ rneğin Google Play Store’da Yandex Navigasyon’un yüklenme sayısı 10 milyon ile 50 milyon arasında, <https://play.google.com/store/apps/details?id=ru.yandex.yandexnavi> (Erişim tarihi: 03.03.2017).

gazeteleri veya dergileri PDF formatında, web sitelerinden ya da uygulamalardan takip etmek uzun zamandır mümkün. Hiç basılmayan e-gazeteler ve e-dergiler de giderek yaygınlaşıyor. İnternet üzerinden satışlar gün geçtikçe artıyor ve akıllı telefonların bu satışlardaki payının azımsanmayacak düzeyde olduğunu söylenebilir.⁵⁰

Manzerolle ve Kjoson'e göre, *kişiselleştirme ve her an her yerde bağlanabilirlik* günümüzün sayısal medyasının en önemli iki özelliğidir (2014: 220): “sayısal medya yalnızca zaman ve uzamda dolaşım hızlanması sunmakla kalmaz, kişiselleştirme vasıtasıyla üretim noktası ve mübadele, üretici ve tüketici arasındaki en kestirme yolu bularak sermaye için yeni taşıyıcılar da sağlar” (2014: 223-224). Bu iki özelliği bugün, yukarıda sıralanan nedenlerden dolayı, en iyi şekilde akıllı telefonların taşıdığını söyleyebiliriz. Bu nedenle, yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri arasında akıllı telefonların önemli bir yeri ve ayrıcalıklı bir konumu olduğu rahatlıkla söylenebilir.

Şu da belirtilmelidir ki, sermaye daha fazla sermaye dönüşecek ve kendini yeniden üretecek döngüyü mümkün olan en hızlı ve verimli biçimde tamamlamayı hedeflemektedir. Akıllı telefonların hayatımıza girmesiyle sonuçlanan teknolojik devrim silsilesinin dayandığı esas toplumsal ilişki alanı, sermayenin daha çok sermayeye dönüştürülmesi amacıyla zaman ve mekânsal boyutlarındaki engelleri kaldırmaya dönük bu hareket alanıdır.

Şimdiye kadar, güncel enformasyon devriminin dayandığı toplumsal köken sermayenin dolaşım koşulları ve emek sürecini kontrol edebilme yeteneği çerçevesinde ele alındı. İletişim teknolojilerinin kitlesel üretim ve kitlesel tüketim modeline uyarlanmış biçimlerine değinildi. Söz konusu modelin taşıdığı çelişkiler ve bu çelişkilerden kaynaklı karşılaştığı yapısal kriz, yine sermayenin dolaşım sürecinin bu

⁴⁹Türkiye’de şu sıralar en çok indirilen 20 ücretsiz uygulamanın 6’sı oyun kategorisinde. Bu uygulamalar arasında en az indirileni tüm dünyada en az 1 milyon kez indirilmiş, diğer uygulamalar ise en az 500 milyon kez indirilmiş (Erişim tarihi: 03.03.2017).

⁵⁰ Örneğin Ebay’in Play Store uygulaması en az 100 milyon kez indirilmiş <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.ebay.mobile> (Erişim tarihi: 03.03.2017).

tarihsel bağlamı açısından tanımlanmaya çalışıldı. İletişim teknolojilerinin gelişimi ise bu modelin işlerliğine ve sınırlılıklarına sunduğu cevap ölçüsünde ele alındı. Sonuç, sayısal medyanın doğuşu olmuştur.

Bu ilişkiler alanında devinen ve sürekli gelişen iletişim araçlarının mikroçiplerle buluşması ve sayısal dile uyarlanmasıyla yakınsama olarak da adlandırılan teknolojik ortaklaşma gerçekleşmiş oldu. Teknolojik yakınsamayla beraber, daha önce farklı farklı iletişim araçlarında icra edilen etkinlikleri artık aynı iletişim araç ve ortamında icra etmek mümkün hale geldi. Sermaye, zaman ve mekân kısıtlarından eskiye nazaran daha etkin bir şekilde kurtulma ve emek sürecini kendi lehine düzenleme çabası içindeyken, daha önce birikim alanından ve uluslararası ticaretten görece azade tutulan telekomünikasyon sektörünü birikim rejimine dahil etti ve sayısal iletişim hizmetleri ve araçlarıyla bu sektörü yeni medyanın altyapısı haline getirdi. Sermayenin dolaşım sürecinin gereklilikleri ve emek üzerindeki kontrol mekanizmaları, sayısal iletişim medyasının üstlendiği kritik rolün en özet halidir. Akıllı telefonlar, sözü edilen teknolojik dönüşümün ve sermaye hareketlerinin önümüze koyduğu, günümüzdeki en önemli iletişim araçlarından biridir. Kişiselleştirme ve her an her yerde bağlanabilirlik akıllı telefonların en önemli iki özelliği, bütün bunların sermaye birikimi açısından yeni olanaklar olarak değerlendirildiğini ve metalaşmanın önde gelen konularından biri olduğunu unutmamak gerekir.

2.2.4 İnsana Karşı Teknoloji Fetishi

Akıllı telefonları birer meta olarak bize sunan teknolojik gelişmeler, ideolojik ve politik arenayı kaplayan güçlü bir fütürist söylemle beraber ortaya çıktı. Kökeni 1960'lı yıllara dek uzansa da, özellikle 1980'li yıllardan itibaren, yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri üzerinden geliştirilen birçok teori, çeşitli üst anlatılar halini alarak popülerleşti: Bunlar daha çok *enformasyon toplumu*, *sanayi sonrası toplum*, *teknolojik toplum*, *teknokratik çağ*, *bilgi toplumu*, *bilgi çağı* gibi daha kapsamlı ve akademik

biçimlerde ifade edilmiş olsalar da, çoğu zaman *bilgisayar çağı*, *dijital çağ* veya *teknoloji çağı* gibi daha gündelik isimlendirmeler halinde de kullanıldı. Farklı isimlendirmeler ve vurgu noktalarına rağmen hepsinin müjdelediği şey ortaktı: Yeni bir toplumsal aşamayı giderek daha güçlü bir biçimde müjdeleyen tahayyüller olarak yaygınlaştılar ve artık hiçbir şeyin eskisi gibi olmayacağı konusunda emindiler.

Bu yeni fütürist tahayyüllerin üzerinde anlaştıkları yegâne tespit, yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin klasik sanayi toplumuna özgü çelişkilerini ortadan kaldırdığıydı. Sanayi toplumuna özgü çelişkilerin ortadan kalkması, çok daha eşitlikçi bir düzenin kapılarının aralanması anlamına geliyordu. Bu toplumsal tasavvurların daha gerçekçi örnekleri bulunmakla birlikte açıkça ütöpik olanları da vardı. Aralarında teknoloji vurgusu daha merkezi olanlar olduğu kadar, bu teknolojik anlatılarla bütünleşen siyasi ve ideolojik vurguları ön planda olanlar da vardı. En nihayetinde, 1980’li yıllardan itibaren hegemonik bir nitelik kazanan bu fütürist tahayyüller, çağ atlatan teknolojik bir devrim vurgusu çevresinde dolaşan siyasi ve ideolojik bir blok oluşturdular. Bu sorunlu bakışın akıllı telefonlara günümüzde yüklenen anlamlardaki payı oldukça büyük. Akıllı telefonlar söz konusu olduğunda karşımıza çıkan pek çok fetişist eğilim, bu ideolojik dalgadan güç alıyor.

Hobsbawn’ın (2012: 345-350) “altın yıllar” olarak andığı İkinci Dünya Savaşı’ndan 1970’li yılların ortasına kadar olan dönemde, özellikle gelişmiş kapitalist ülkelerde gerçekten önemli bir refah dönemi yaşandı. Her ne kadar sözü edilen bu dönemde, iki büyük dünya savaşının anıları hâlâ taze olsa da ve soğuk savaşın nükleer gerilimleri teknolojik gelişime dair korkuları beslemiş olsa da, sağlanan toplumsal refahın teknolojiye ve geleceğe dair genel bir iyimserliğin yayılmasına yardımcı olduğu söylenebilir.

Tabii teknolojiye dair bu iyimserliğin çok daha derinlerde yer alan modernist ve pozitivist kökleri olduğu da unutulmamalıdır (Marx, 1998: 237-257). Bu kök, on

dokuzuncu yüzyılın başından beridir süren endüstriyel üretim ve bilimsel yöntemler arasındaki evliliğin bir getirisi olarak düşünülmelidir. Üretimin rasyonelleşmesi, yönetim ve idare mekanizmalarının geliştirilmesi, yollar, makineler, talebin yaratılması ve “boş zaman”ın düzenlenmesi gibi konular bilimsel faaliyetlerden bağımsız gelişemezdi (Habermas, 2010: 172-173). Bilim ve sermaye arasındaki bu yakınlaşmanın iyimserliği ve sözünü ettiğimiz refah döneminin gelişim trendi, fütürist tahayyüllerin bağrında serpildiği toplumsal koşulları belirledi.

“Altın yıllar”da, henüz 1962’de Fritz Machlup, sektörel değişimlere ve ulusal gelirin sektörel karşılığına bakarak ABD ekonomisinin enformasyon ekonomisi olmaya doğru ilerlediği tespitini yaptı. Marc Uri Porat ise 1967’de ABD’de bu tespiti geliştirerek toplam gelirlerin yüzde 46,2’sinin enformasyon sektöründen kaynaklandığını ileri sürdü (Beniger, 1986: 22). 1970’li yıllarda, Daniel Bell ve Zbigniew Brzezinski gibi teorisyenler, bu değişimi popülerleştirdiler ve gelişmiş kapitalist ülkelerde enformasyonun artık en merkezi toplumsal öge olduğunu iddia ettiler (Kumar, 2004: 22). Alvin Toffler’la simgeleşmiş “üçüncü dalga kuramcıları”, insanlık tarihini üç temel teknolojik devrimin (ilk dalga tarım devrimi, ikincisi sanayi devrimi ve üçüncüsü İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra ortaya çıkan enformasyon ve iletişim devrimi) şekillendirdiğine dönük tarihsel bir anlatıma giriştiler (Preston, 2001: 29).⁵¹

Benzer iddialar benzer düşünürler ele alınarak daha da çoğaltılabilir ve ortaya atılan temaların pek çoğu farklı farklı teorisyenler arasında oldukça geçişkendir. Bunları teknolojik, ekonomik, mesleki, mekânsal ve kültürel olmak üzere 5 temel boyutta

⁵¹ Marshall Berman, kapitalizmin tarihinde en az üç fütürist dalga tespit eder ve nasıl evrim geçirdiklerini özetler: “Fütüristler modern teknolojinin kutsanmasını grotesk ve özyıkıcılığa varan bir uca dek götürdüler. Buysa aşırılıklarının bir daha tekrarlanmamasını sağladı. Ama makinalara karşı düzdükleri, eleştiriye yer vermeyen romansları, halktan kopukluklarıyla birleşerek, daha az aykırı ve daha uzun ömürlü tarzlarda yeniden hayat bulacaktı. Bu tarz modernizme, Birinci Dünya Savaşından sonra “makine estetiği”nin rafine biçimlerinde; Bauhaus, Gropius ve Mies van der Rohe’nin, Le Corbusier ve Leger’in, *Ballet Macanique*’in teknokratik pastorellerinde rastlıyoruz. Bir Başka Dünya Savaşının ardından, bu kez Buckminster Fuller ile Marshall McLuhan’ın *high-tech* rapsodilerinde ve Alvin Toffler’in *Gelecek Şoku*’nda karşılaşıyoruz” (2012: 42).

toplayabiliriz (Webster, 2002: 9-21): (i) Kablolu televizyon, kişisel bilgisayarlar, yeni ofis teknolojileri, enformasyon servisleri ve ağları, internet ve enformasyon otobanları gibi yeni teknolojiler doğmakta olan yeni toplumun tartışmasız olarak en birincil göstergeleridir. (ii) Enformasyonun ekonomik faaliyetlerdeki artan payı ise yeni toplumun doğuşuna gösterilen en önemli kanıtlardandır. Yukarıda da değinildiği gibi, tarım ya da sanayi imalatından farklı olarak, ekonomik faaliyetin büyük bir kısmı enformasyona dayalı faaliyetlerle sağlanıyorsa yeni bir toplum doğuyor demektir. (iii) Mesleki olarak, emek gücünün diğer sektörlerle kıyasla enformasyon sektöründe yoğunlaşması da bu kritik dönüşüme işaret eder. Bu düşünürler, tarihte ilk defa ABD’de beyaz yakalı işçilerin ve hizmet sektörü çalışanlarının mavi yakalı işçileri sayı olarak geride bırakmasını enformasyon toplumunun doğuşuna kanıt olarak gösterdiler (Preston, 2001: 29). Bu da teknolojik ve ekonomik dönüşümle beraber düşünüldüğünde en güçlü kanıtlardan biri olarak öne sürülür. (iv) Mekânın dönüşümü ve siberuzamın ortaya çıkışı bir diğer önde gelen konudur. İnternetin yayılması ve artan bağlantılılık, fiziksel mekânın yanında sanal bir mekân ve ağ ortamı yarattı. Hızın artışı ve “zaman ve mekân sıkışması” dünyamızı hiç olmadığı kadar küçülttü ve iletişim “ışık hızı”yla kıyaslanmaya başlandı. Bu da çağ açıcı bir dönüşüm olarak görüldü. (v) Kültürel alanda ise özellikle gündelik hayatta kullanılan iletişim araçlarının dönüşümü, enformasyona erişimin büyük ölçüde artması, yeni enformasyon ve iletişim araçlarıyla kullanıcının öne çıkışı gibi temalar sayılabilir. Tüm bunlar, şimdilik, insanların gündelik hayatta iletişim araçlarıyla olan ilişkisinden hareketle tespit edilirken en sık işlenen ama neden daha başka bir çağa adım attığımız anlamına geldiği konusunda çok fazla temellendirilmeyen söylemler olarak not edilmeliler.

Tüm bu tespit ve iddialarda, farklı vurgu noktalarına işaret edilse de müjdelenen şey aynı kaldı: sayısal tabanlı yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri ya da bilgisayarlaşma yeni bir çağın kapılarını aralıyor. Bu düşünürlerin diğer bir ortak

noktası, yeni enformasyon ve iletişim araçlarının doğuşuyla beraber artık bildiğimiz toplumun “karşı konulmaz” bir şekilde yok olduğu ve yerini çok daha iyi bir topluma bıraktığını iddia etmeleridir. “Bu devrimin kuramcılarına göre bilgisayarlarda, telekomünikasyonda ve biyoteknolojilerde berraklaşan teknobilimsel bilgi, kısa vadede travmatik sonuçlar yaratsa da uygarlığın önünde ütöpik ufuklar açan sürekli ve *karşı konulmaz* bir dönüşümü başlatmıştır” (Dyer-Witthford, 2004: 24, vurgu bana ait).

Yeni teknolojiler ve değer olarak enformasyonun/bilginin kendisi yeni çağın kapılarını aralayan iki temel öge olarak öne sürüldü. Bu çerçevede, toplumsal dönüşümü, toplumun kendisinden bağımsız gibi duran bir teknolojik değişkene ve insandan bağımsız bir değere bağlama çabası açıkça öne çıktı. Bu bakışın fetişist sorunlarla yüklü olduğu açık.

Enformasyon toplumu kuramcılarına göre, teknoloji önce icat edilir daha sonra içine doğduğu toplumu değiştirir (Preston, 2001: 36). *Teknolojinin dışsallığını* benimseyen bu bakışta, toplumu çeşitli teknolojilerle beraber anmak ve teknolojik değişimler üzerinden bir tarih anlatısına girişmek sorunlu görünmez. Zaten Marx’ın kendisi bile “eldeğirmeni size feodal beyli toplumu verir, buharlı değirmen ise sını kapitalistli toplumu” (Marx, 2011b: 109) derken aynı şeyi yapmamış mıdır? (Yücesan-Özdemir, 2009: 35).

Bu çokça alıntılanan cümleye göre, Marx, toplumları, mekanik bir biçimde, teknolojinin bir sonucu olarak görüyordu. Halbuki Marx, tam da sık sık tamamen yanlış bir bağlamda alıntılanan bu cümlesinin bulunduğu yerde, üretici güçler ve toplum arasındaki ilişkiye öyle bir yerden ışık tutuyordu ki, ilişkinin hiç de söylendiği gibi “teknolojik” kurulmadığını gösteriyordu:

İktisatçı M. Proudhon ise, insanların, kumaş, keten ve ipekli maddeleri belirli üretim ilişkileri içinde yaptıklarını çok iyi kavriyor. Ama onun kavrayamadığı şey, bu *belirli toplumsal ilişkilerin tıpkı keten bezi, vb. gibi insanlar tarafından üretilmeleridir.*

Yeni üretici güçler sağlamak için insanlar, kendi üretim biçimlerini değiştirirler; kendi üretim biçimlerini değiştirmek, yaşamlarını kazanma

yollarını değiştirmek için de, bütün toplumsal ilişkilerini değiştirirler. Eldeğirmeni size feodal beyli toplumu verir, buharlı değirmen ise sınıai kapitalistli toplumu” (2011b: 109, vurgu bana ait).

Burada eldeğirmeniyle feodal bey ya da buharlı değirmenle kapitalist arasında kurulan doğrudan ilişki, üretici güçler ve üretim ilişkileri arasındaki ilişkiden yola çıkılarak kurulur. İnsanların kendi yaşamlarını üretim tarzı toplumsal bir üretim ilişkisi tarzıdır. Bu üretim ilişkilerini herhangi bir şeyi üretir gibi üretirler ve üretici güçlerin gelişimi insanlar arasındaki üretim ilişkilerine bağlıdır. Dolayısıyla, sanılanın aksine, eldeğirmeni feodal beyi yaratmaz, fakat, eldeğirmenini de feodal beyi de yaratan şey insanların toplumsal üretim ilişkileridir. Bu ilişkide başat olan şey teknoloji (eldeğirmeni ya da buharlı değirmen) değildir, aksine, insanların kendi yaşamlarını üretim tarzları ve ilişkileridir. Bu üretim ilişkileri değiştiğinde eldeğirmeni ve feodal bey tarih sahnesinden silinir. Marx’ın Proudhon’la bu konudaki tartışmasındaki tüm amacı bu ilişkiyi ortaya koymak içindir.

Tartışmanın bu yönünü yok sayıp, Marx’ın, bağımsız teknolojik değişimlerin toplumsal ilişkileri doğrudan dönüştürdüğüne dönük bir yorumda bulunduğunu iddia etmek, giriş kısmında özetlenen, diyalektik yöntemin ilişkisel düşünme tarzını tümüyle rafa kaldıran, soyutlama sürecini göz ardı eden, belirli kavramlarda sabit tanımlar arayan ve yaklaşımın bütününü dikkate almayan bir bakışın sonucu olabilir ancak (Ollman, 2012: 32).

Marx’ın, teknolojiyi, “verili bir anda fiili bir emek süreci tarafından takınılmış somut form” olarak gördüğünü belirtmiştik (Harvey, 2012: 164). Ancak bu somut formun, basit bir araçtan daha fazlasına işareti ettiği, emeğin kullanımını, üretkenliğinin örgütlenişini ve düzenlenişini, ortaya çıkan ürünün kullanılmasını ve yaygınlaştırılmasını da ifade eden fiziki ve teknik iş bölümlerini kapsayan tüm maddi formları içerdii unutulmamalıdır. Yukarıda da tartışıldığı gibi, kapitalist üretim tarzında teknolojinin bağrında serpiildiği esas ilişki alanı, birikmiş emeğin yeniden sermaye olarak değerlendirilmesi sürecinin teknik ve fiziki koşullarının geliştirildiği o

Üretim ilişkileri alanıdır. Teknoloji, retim sürecini düzenleyen işbölümü ve yönetiminin parçası olduğu ölçüde en yüksek düzeyine ulaşır. Bu nedenle, Marx'a göre teknoloji ne bir neden, ne otonom bir g, ne de belirleyici bir Şeydir (Bimber, 1990: 345). Teknoloji, insanların yaşam tarzlarını meydana getiren üretim tarzları ve ilişkilerinin belirleyiciliğinde gelişir.

Teknolojik belirlenimcilik, bir sorun olarak, herhangi bir teknolojiyi toplumsal ilişkiler alanından bağımsız olduğu varsayılan bir Şey olarak grldğu anda başlar (Williams, 1989: 125). Ancak yine de gerçek anlamına, bugünden geriye doğru bakıldığında teknolojik gelişimin merkeze alındığı ve insanlığın kaçınılmaz bir Şekilde teknolojinin belirlediği yönde ilerlediğini iddia eden tarihsel bir öyküde kavuşur (Bimber, 1990: 341). Fütürist tahayyüllerin "karşı konulmaz"lığı tam da bu tarihsel zorunluluk öyküsünü ima eder. Oysaki teknolojinin kendisi var olan toplumsal ilişkinin dışında anlamlı bir bütünlük oluşturmaz, tarihi ilerletmez ya da belirlemez. Teknolojinin kendisi bir Şey yapmaz. Teknoloji, değişimin ya da gelişimin bir kaynağı da değildir, kendi başına üretici bir g olmadığı gibi.

"Teknolojiyi retici glerle aynı görmek, değerin maddi formu olan parayı değerle (...) aynı görmeye benzer" (Harvey, 2012: 165). Bu bakışın, sorunun bam teline dokunduğu açık. Para nasıl değerin kaynağı değilse, teknoloji de üretim veya toplumsal değişimin kaynağı değildir. Teknoloji, retici güçlerin ve üretim ilişkilerinin maddi emek formu olarak tabii ki üretimden ya da toplumsal değişim koşullarından yalıtılamaz. İnsanın dünyayı kendi için yapma çabası teknolojiyi somut bir form olarak ortaya çıkarır. Ancak Marx'a göre, insanın dünyayı kendi için yapma yetisi "...özgül olarak *toplumsal emeğin yetisidir*. 'O' retici güçleri –Şeyleştirici bir formülleştirme- toplumsal emeğin tastamam doğayı (ve onunla birlikte insani doğayı) dönüştürecek yetileridir. Üretici güçler böylelikle topluluk halindeki insanlığın, kolektif kapasitelerinin bir niteliğidir, bir dizi Şey değildir" (Sayer, 2012: 52, vurgu bana ait).

En büyük üretici güç, insanın türsel yetenekleridir. Teknolojinin üretici bir güç olmasının koşulu, insanın türsel yetenekleriyle olan birliğinden gelir. Ama "...belirli koşullar altında insan emeğinin üretken yetileri, yalnız ve yalnız bu niteliği edinmelerini sağlayan toplumsal ilişkilerden bağımsız olarak, bu yetilerin nesnelleştirdiği *maddi eşyanın içkin niteliği olarak görünmeye başlar*. Fakat böyle bir görünüş, Marx'a göre tastamam fetişist bir yanılsamadır" (Sayer, 2012: 52, vurgu bana ait).

Peki, teknoloji hangi "belirli" koşullar altında bir "şey" gibi, insandan bağımsız, üretici bir güç gibi görünür? Sorunun cevabı aslında kısa: Kapitalist üretim ilişkilerinin geçerli olduğu koşullarında. Ama bunu açmak gerekirse; üretim ilişkilerinin insanlar arasındaki ilişkiler olduğu gözden kaçtığı anda ve aslolanın insan değil de, insandan bağımsız bir takım şeyler olarak görüldüğü zamanda. Zihinlerde yer alan ama zihinlerden kaynaklanmayan bu soyutlama, kapitalist üretim ilişkilerinin sonuçlarının toplumsal ilişkilerden bağımsızmış gibi görüldüğü anda hâkimiyetini ilan eder. İlişkinin bu şekilde ters yüz edilmiş bir şekilde görünmesi, kapitalist üretim ilişkilerinin insana karşıt niteliklerinden kaynaklanır. Üretim sürecindeki üzerindeki denetimini, özgür iradesini ve aklını kaybeden gerçek üretici, olmuş bitmiş, kendi içinde kendine özgü yasaları olan "ikinci doğa"ya tabii olduğu anda, teknolojiyi de tüm üretim ilişkilerini de insandan bağımsız bir şey gibi görmeye başlar. Kapitalist üretim tarzının, en büyük üretici güç olan insana karşıt niteliği buradan kaynaklanır. Gerçek üretici güçler ve kapitalist üretim tarzı arasındaki çelişkinin düğümlendiği ve yine fetişist bir yanılsamaya dönüşüp gizlendiği yer burasıdır.

Teknolojik belirlenimcilik işte bu pür fetişist yanılsamaya dayanır. Emeğin maddi formu olarak teknoloji, toplumsal ilişkileri belirleyen, insana yabancı ve onu güden bir "şey"e dönüştüğü anda fetiş bir unsur olarak göklere çıkarılır. Ama sorunlu olan "şeylik", maddi bütünlüklerle beraber emeğin örgütlenmesi ve yönetimi de kapsayan teknolojinin kendisinden kaynaklanmaz. Sorun, teknolojinin insanın

toplumsal emeğinin yetisinden başka bir “şey”miş gibi karşısına dikilmesine yol açan kapitalist üretim ilişkilerinin yabancılaştırıcı karakterindedir. Teknoloji fetişizmi, bu yanıyla, gerçek üretici olan insanın, kapitalist üretim tarzının komutasına hediye edilmiş teknoloji karşısındaki yabancılaşmasının ifadesidir.

2.2.5 Emeğe Karşı Bilgi Fetishi

Enformasyon teknolojilerinin dışsallığına yönelik bu kabul, *bilginin dışsallığını* kaçınılmaz bir şekilde beraberinde getirir. Kapitalist üretim tarzının bilgiyle olan ilişkisi bilgiyi de fetiş bir şeye dönüştürür ve gerçek üreticilerin karşısına diker. Fütürist tahayyüllerin müjdelediği değişim, yeni teknolojilerin doğuşuna dayandırıldığı kadar yeni bir değer teorisine dayandırılıyordu. Yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin tüm toplumu dönüştürme gücü, enformasyonun emeğin yerini aldığı iddiası üzerinden temellendirildi: “Sanayi toplumunun merkezi değişkenleri olan emek ve sermayenin yerini, temel değişkenler olarak enformasyon ve bilgi alır. Locke ve Smith’den Ricardo ve Marx’a dek birbirinin peşi sıra gelen düşünürler tarafından formülleştirilen klasik emek-değer kuramı, yerini bir ‘bilgi-değer kuramı’na bırakmalıdır” (Kumar, 2004: 25) “Şimdi ‘değerin kaynağı emek değil, bilgidir” (Bell’den aktaran Kumar, 2004: 25). Sanayi imalatı gözden düşerken, dolaşımdaki enformasyon, değer en önemli unsuru haline dönüşmüştür. Böylece değer yaratmanın emek yoğun yapısı sarsılmış, merkezinde bilgisayarların olduğu ve enformasyona dayalı yeni bir üretim biçimi ortaya çıkmıştır.

Fütürist tahayyüllerin iyimserliğine ütöpik bir ruh halinin eşlik etmesinde emek-değer teorisinin dışlanması rolü büyüktür. Joneji Masuda, tarihsel bir öykü içinde üçüncü dalga kuramcılarıyla hemen hemen aynı dönüşümlere dikkat çekerken, emek-değer teorisinden kurtulmanın verdiği mutluluğu ve yaklaşımının ütöpik niteliğini ilan

etmekten çekinmedi. Bir düş ülke olan *Computopia*'da⁵², enformasyon, bilgisayarlar aracılığıyla zihin emeğinin yerini alırken, “teknolojik sinerjizm” sanayi toplumunun toplumsal sınıflarını gönüllü topluluklara dönüştürecektir. Enformasyonun “üçüncü nesnelleşmesi” adı verdiği bu dönüşümle değerın kaynağı insandan bilgisayara geçmiştir. Enformasyonun nesnelleşmesi (insandan bağımsızlaşması) insan emeğinin dışlanması olarak görüldüğünden, emek ve sermaye arasındaki kadim çelişki ortadan kalkmış olacak ve “teknolojik sinerji” toplumsal barışı ve mutluluğu sağlayacaktır (Masuda, 1990).

Emek-değerin dışlanması, enformasyon teknolojilerinin çalışma prensibinin insandan bağımsız olduğu varsayılan karakterine dayandırılmasıyla mümkün oluyor. Enformasyon teknolojilerinin, kas gücüyle çalışan aletlerden ve enerjisini insan dışı kaynaklardan alan ama yine de insan kontrolüne ihtiyaç duyan makinelerden farklı olarak, insanın anlık kontrolüne ihtiyaç duymamaları ve kendi kendini düzenleyebilmeleri nedeniyle farklı oldukları kabul edilir (Mitcham, 2010: 485). Kendi kendini düzenleyen, bağımsız bir çalışma tarzına sahip olan ve insanlığın iyiliğini düşünen bu teknolojilere dayanan varsayımları “ütöpik” olarak nitelenmek haksızlık mıdır? Böyle bir ütopyanın gerçekleşeceğine ikna olmamız için, önce enformasyon teknolojilerinin çalışma prensibinin kendi kendine yeten birtakım nitelikleri taşıdığına ve daha önemlisi, gerçekten de insanların eşitlikçi tahayyüllerinin hizmetine sunulduğuna ikna olmamız gerekir.

Enformasyona dayalı üretimde, ilk birim için (örneğin bir yazılım için) gerekli olan emek-zaman sonraki kopyalar için sıfır ya da sıfıra yakındır (Jeon, 2015: 267). Yazılım bir kere üretildiğinde, telif haklarını göz ardı edersek, istenildiği gibi sınırsız sayıda çoğaltılabilir. Ama bu durum hiçbir yazılıma insan emeğinden bağımsız bir

⁵² Masuda, Japonya Enformasyon Toplumu Enstitüsü’de hazırladığı *Managing in the Information Society* başlıklı kitabında, *computer* ve *utopia* kelimelerinin birleşiminden oluşturduğu *Computopia* öngörüsünü kamuoyuyla paylaşır. *Computopia* hakkında daha kapsamlı değerlendirme için bk.: Canpolat, Emre (2012), Teknolojik Belirlenimcilikte Bir Uğrak: *Computopia*, *Akdeniz İletişim*, Haziran (17): 43-62.

karakter kazandırmaz. Bugüne dek, insan kontrolünden bağımsız, insan emeğine ihtiyaç duymadan çalışan ve daha da önemlisi insanlığın eşitlikçi özlemlerini gerçekleştirmesini sağlayacak ve bu amaca adanmış, kerameti kendinden menkul bir enformasyon teknolojisi ya da ürününün icat edildiği görülmemiştir.

Sorun, en başta, *bilgi üreten emek ve meta üreten emek* ayrımını koyarken başlar (2015: 264) ve kapitalist üretim tarzının bilimsel ve teknik bilgiyle olan sıcak ilişkisiyle boyutlanır. Her şeyden önce, herhangi bir şey üreten insan, üreteceği şeyi kafasında tasarlar ve üretmeye öyle başlar. Önceki başlıkta da değinildiği gibi, insan ilk maddi üretimi yaparken aslında ilk simgesel üretimi de gerçekleştirmişti. “İnsanın kültürel evriminin, sivri uçlu bir nesnenin yontulması (maddesel araç) ve onun simgesinin kafada yaratılması (simgesel araç) ile başladığı söylenebilir” (Şenel, 2014: 103). Nitekim Marx da (2011a: 182), aynı şeyi, şu ünlü alıntıda insanın türsel yeteneklerine yaptığı vurguda anlatır:

Bir örümcek, dokumacının çalışmasını andıran faaliyetlerde bulunur ve bir arı, bal peteğini yaparken bazı mimarları utandırır. Ama en kötü mimarı en iyi arıdan daha en başından ayırt eden şey, mimarın, peteği balmumundan yapmadan önce kafasında kurmuş olmasıdır. Emek sürecinin sonunda, bu sürecin başında zaten işçinin imgeleminde, yani düşünsel olarak var olan bir sonuç ortaya çıkar.

İşçi kafasında kurduğu imgelemi pratiğe döktükten sonra, zihnindeki tasarım sonuca göre şekillenir, yeni bilgilere ulaşır, yeni yol ve yöntemler geliştirir. Bilgi ve pratik arasındaki bu ilişki, teori ve pratik arasındaki diyalektik ilişkidir. Teori ve pratik birbirini dışsal iki ayrı şey değildir. Bilmek yapmaya yapmak bilmeye içkindir. Ancak bu tespitle yetinmek, kapitalist üretim tarzının, tarihsel olarak, bilgi ve emek ilişkisine getirdiği yeni boyutları gözden kaçırmak anlamına geleceğinden, tarih dışı bir açıklamayla yetinmek anlamına gelir (Jeon, 2015: 269). Bu nedenle, tarihsel olarak üretim sürecinin nasıl dönüştüğünü ve kapitalizmin bilgi ve emek ilişkisine getirdiği yeni boyutları göz önünde bulundurmak gerekir.

Üretimin ilksel biçimlerinde “doğal sistemde kafa ile el nasıl bir bütün oluşturuyorsa, emek süreci de kafa emeği ile el emeğini birleştirir. Daha sonra bunlar birbirlerinden ayrılır, bu ayrılma bunlar arasında düşmanca bir karşıtlığın doğacağı noktaya kadar devam eder” (Marx, 2011a: 485). Bu ayrım, yani bilgi üreten emek ile meta üreten emek arasındaki ayrışma kapitalist üretim tarzında en yüksek aşamasına ulaşır. “Bu süreç, işçiyi parça-işçi şeklinde güdükleştiren manifaktürde gelişir, bilimi bağımsız bir üretici güç olarak emekten ayıran ve sermayenin hizmetine sokan büyük sanayide tamamlanır” (Marx, 2011a: 349). Bu aşama, işçinin üretim sürecinin tamamında yapılan iş üzerinde hiçbir kontrolü ve bilgisinin olmadığı, kapitalist üretim ilişkileri içinde işçinin emek etkinliğine yabancılaştığı aşamadır, aynı zamanda. İşçi açısından yabancılaşma olarak deneyimlenen süreç, üretimin örgütlenme sürecinde meta üreten emek ile bilgi üreten emeğin gerçek anlamda ayrılması olarak ortaya çıkar.

Bilgi üreten emek ve meta üreten emek arasındaki bu ayrışma, kapitalist üretim tarzının bir sonucu olarak ortaya çıktığı için, zihinlerde ortaya çıkmış bir yanılsama olarak değerlendirilemez. Bu ayrışma, tam olarak, kapitalist üretim tarzının üreticiye düşman niteliğinden kaynaklanır. Hatırlamak gerekirse, “işbölümü, ancak maddi ve zihinsel emek arasında bir bölünme meydana geldiği andan itibaren gerçek anlamda işbölümü halini alır” (Marx ve Engels, 2013: 38). Şurası önemlidir ki kapitalist üretim tarzında, artan teknolojik gelişme ve bilgi, sermayenin bir bileşeni olduğu ölçüde gerçek üretici gücünü yitiren emeğin⁵³ aleyhine kullanılır. Teknoloji ve bilgi, sermayenin mantığını sürdürmenin araçları olarak kullanıldığı müddetçe, bilgi üreten emek ve meta üreten emek arasındaki ayrım boyutlanır. Bu sürece, bir önceki daha önce, sermayenin emek süreci üzerinde artan kontrol ve örgütlenme kabiliyetini ve emek gücünün vasıfsızlaşmasını ele alınırken değinmiştik.

⁵³ “Kapitalist üretim, yalnızca meta üretimi değil, özünde artık değer üretimidir. İşçi, kendi için değil, sermaye için üretir. Bundan dolayı, artık genel üretimde bulunması yetmez. Artık değer üretmek zorundadır. Yalnızca, kapitalist için artık değer üreten ya da sermayenin değerlendirilmesine hizmet eden işçi, üreticidir” (Marx, 2011a: 349).

Bu ayrılma ve yabancılaşma nedeniyle, meta üreten emek son derece vasıfsızlaşmış, ilkel ya da basit bir faaliyet biçimi gibi görünür. Oysa her tür bilimsel üretim ve buluş, sermayenin, teknolojinin ya da başka bir “şey”in değil, o ya da bu ölçüde tüm insanlığın bilgi birikiminin ve emek etkinliğinin ürünüdür. Marx’ın “bireylerin dolaysız elbirliği” dediği *ortak emek* ve “her tür bilimsel emek, her tür keşif, her tür buluş” olarak tanımladığı *evrensel emek* arasında yaptığı ayırım, emeğin bu niteliğine ve onun bilgi ve buluşlarla olan ilişkisine ışık tutar (Marx, 2015: 113). Evrensel emek “kısmen canlı emekle el birliğine, kısmen geçmiş emeklerin kullanımına bağlıdır” (2015: 113). Dolayısıyla, emek ve bilgi arasındaki diyalektik ilişki, kapitalizm koşullarında da varlığını sürdürür. Ama artık görünmeyen bir şeye dönüşür ve oldukça dolaylıdır. Bir yanda, basit, vasıfsız emek varken, diğer yanda da bilimsel buluşlara imza atan, bilgi üreten emek varmış gibi görünür. Böyle bir ayrıma başvurmak, emeğin kendi ortak ve evrensel karakterine yabancı bir tarzda bölünmesinin ifadesidir.

Emek-değer teorisinin terk edilmesi ve yerine bilgi-değer teorisinin ikame edilmesi ancak bu koşullarda, insanın emek etkinliğine yabancılaştığı koşullarda mümkün olur. Bilgi üreten emek ve meta üreten, vasıfsız emek birbirinden ayrıştıkça, bilgi üreten emek, emek olarak değil, sermayenin bir kerameti ya da bazı yetenekli insanların bireysel bir özelliği gibi süslü ve püslü bir şey olarak görünür. Yirminci yüzyılın son çeyreğinden itibaren gittikçe artan bir şekilde ilan edilen emekten kurtulma (gerçekte mümkün olmasa da) manifestolarının dayandığı esas fetiş zemin budur.

Halbuki bilgi üreten emek ve somut bir nesne olarak meta üreten emek arasında da diyalektik bir ilişki vardır. “Bilgi emekçisi, meta üreten emekçiyi ‘olağanüstü verimli’ hale getirebilir ve bu açıdan, ‘yoğunlaştırılmış emek’ işlevi görür” (Jeon, 2015: 270-271). Yoğunlaştırılmış emek olarak bilgi üreten emek, insanlığın ortak ve evrensel emeğinden başka bir şey değildir.

Emeğin bu şekilde dışlanması ve yerine emek olarak görünmeyen bilgi üretiminin ve emeğin maddi formundan başka bir şey olmayan teknolojinin konulmasının örneklerine, akıllı telefonlara yüklenen fetişist anlamların popüler tezahürlerinde rastlamak mümkün. Sosyal medyada, akıllı telefonların ve *Apple*'ın yüksek teknolojisine dair çoğunlukla övgüyle ama son satış fiyatının yüksekliğine bakarak zaman zaman yergiyle paylaşılan aşağıdaki görsel, bahsedilen yanılısamanın en belirgin örneklerinden biridir.



Görsel 6: Fetişist bakışa göre, *iPhone 6* ve *6 Plus*'ın üretilmesinden harcanan emeğin *Apple*'a olan maliyeti, bu aletleri meydana getiren parçalarla kıyaslandığında oldukça önemsizdir.⁵⁴

Bu görsel, *Apple*'ın en ünlü tedarikçisi olan *Foxconn*'un ürettiği ekran da dâhil olmak üzere, *iPhone*'un tüm bileşenlerinin ve kullanılan emeğin şirkete maliyetlerini ve perakende satış fiyatını gösteriyor. Bu tabloya göre, emek, *iPhone 6* ve *6 Plus*'ın üretim sürecinde maliyeti en düşük ve dolayısıyla en önemsiz girdisidir. *iPhone 6*, yaklaşık 200 Dolara mal olurken emeğin bundaki payı yalnızca 4 dolardır. *iPhone 6 Plus* ise yaklaşık 215 Dolara mal olurken gerekli olan emeğin payı yaklaşık 5 dolardır. Bu sınırlı açıklama için pek çok soru sorulabilir ama konumuz açısından en önemli nokta, emek

⁵⁴ "Foxconn in talks for China display plant" <https://www.wsj.com/articles/foxconn-in-talks-for-china-plant-investment-1414051635> (Erişim tarihi: 12.04.2017).

derken tam olarak neyin kastedildiği sorusunda ortaya çıkıyor: Emek, farklı tedarikçilerden sağlanan parçalar *Apple* tarafından satın alındıktan sonra, montajda gerekli olan emek midir? Yoksa bununla beraber, küresel ölçekte farklı tedarikçilerin sağladığı ve *Apple* tarafından satın alınan her bir parça için daha önce gerekli olan tüm üretim ve dağıtım aşamalarında emeğe ödenen ücretlerin, o parçalar ve hizmetlerin fiyatında gömülü bir şekilde *Apple*'a maliyet olarak yansıyan emek midir?

Bu tabloda, emek derken neyin kastedildiği kesin olarak anlaşılmasa da (muhtemelen yalnızca ilki kastediliyor), her hâlükârda emeğe dair bir dizi yanlış kesin olarak anlaşılıyor: (i) Emek gücünün değerini ve üretimdeki payını ücretler üzerinden ölçmek; metalara gömülü emeği görememek, mübadele eşdeğerliğini sağlayan “soyut emek” kategorisine yabancı olmak, (ii) emeği, esas olarak, fiziksel güce ya da olsa olsa ulaştırmaya ve bu aşamadaki hizmetlere dayalı önemsiz bir faaliyet olarak görmek; (iii) akıllı telefonların kullanımı için gerekli olan tüm yazılım ve hizmet üretimini de kapsayan enformasyonel üretimi emek faaliyeti olarak görmemek.

Yanılgıları kısaca yanıtlamak gerekirse; (i) bilindiği gibi, emek gücünün değeri ve işçinin aldığı ücret arasında bir eşdeğerlik kurulabilmesinin yolu yoktur: “...kapitalist, parayı büyütme için emek gücü gibi bir metayı satın alabilmektedir; fakat satın aldığı meta öyle bir metadır ki kendi maliyetinden daha büyük değerler üretebilmektedir” (Fine, 2015: 183). Bu nitelik diğer hiçbir metada olmayan, yalnızca emek gücünde olan bir niteliktir. Emek gücüne ödenen ücret, sermayenin değerlenmesini öngören bir süreç için ödenir ve her hâlükârda, sonradan elde edilen değer, emek gücüne biçilen değerden yüksek olmalıdır. Aksi halde sermaye birikimi gerçekleşemez. Kaldı ki, kapitalist üretim ilişkileri içinde mübadelenin gerçekleşme koşulu emeğin soyutlanmasına dayandığı için, ücretin emeğin eş değeri olabilmesi ancak zihinlerde mümkün olabilir. Emeğe ödenen ücretin büyüklüğü ve değerlenme sürecindeki oranı ise sınıf mücadelesinin seyrine göre belirlenir (2015: 183). (ii) Emek,

yukarıda anlatılan nedenlerden dolayı, arkaik bir şey olmaktan ziyade, hem meta hem bilgi üretim sürecine içkindir. (iii) Yine bu nedendir ki, hem donanım hem yazılım hem de diğer hizmetler için harcanan şey, üreticilerin emek-zamanından ve teknolojik araçlarda somutlaşmış emek gücünden başka bir şey değildir.

iPhone özelinde, meta üreten emek mümkün olduğunca önemsizleştirilip gizlenirken, bilgi üreten emek ve ileri teknoloji, *Apple*'ın ya da *Apple*'ın ünlü kurucusu Steve Jobs'ın⁵⁵ bir kerameti olarak görünür, gizemleştirilir. *iPhone*'u ve diğer akıllı telefonları, ileri teknolojik ürünler olarak sermayenin, belirli şirketlerin ya da birtakım yetenekli insanların icadı olarak görmenin her biri fetişist yanılsamalara örnek teşkil eder. Halbuki Steve Jobs'ın *Apple* ürünleri üzerindeki payı, hiç de abartıldığı ölçülerde değildir.

Steve Jobs'ın bilime ve teknolojiye olumlu hiçbir katkısı olmadı, çünkü Steve ne bir bilim adamıydı ne de bir teknolojik araç icat etti. *Machintosh* sistemini, *iPhone*, *iTunes*, *iPod* ve *iPad*'i o icat etmedi. Steve Jobs *Apple* bilgisayarını icat etmedi. *Apple* üretiminde teknik işi ortağı Steve Wozniak ve diğerleri yaptı. Bilgisayar faresini de o yaratmadı: *Xerox* firması *Apple*'ı satın almayı düşünüyordu; bu nedenle Steve'i *Xerox*'a davet etti ve bu sırada *Xerox* ciddi bir hata yaptı: Steve'e *Xerox* araştırma merkezini gezdirdi. Jobs, bu merkezde *Alto* isimli, faresi olan bilgisayar (1979) gördü. Ziyaretinden sonra, hemen *Apple* teknisyenleri ve mühendislerine fare yapma ve ekranda menü koyma üzerinde çalışma yapmalarını emretti. Sonuçta, önce "*Apple Lisa*" ve bir yıl sonra da "efsane *Machintosh*" inşa edildi. *Pixar Animasyon Stüdyoları*'nı Steve Jobs değil, *Lucas* firmasında çalışan uzmanlar ve mühendisler yarattı. Steve Jobs "*The Nomad Jukebox*"ı (dijital müzik çalıcı) da icat etmedi; bir Singapur firması yaptı. *iPod* Jon Rubinstein ve Tony Fadell tarafından yapıldı. Steve icatların kurnaz ve fırsatçı bir işadamı ve pazarlamacı olarak "alıp/çalıp" geliştirilmesini ve bu icatların pazarında tekel kurmayı başardı (Erdoğan, 2011).

Bu ileri teknolojik ürünlerin yaratılması, çoğunlukla mühendislerin ortak zihin emeğine dayanır. Mühendislik başarıları ise ayrıcalıklı ya da seçilmiş kişilere değil,

⁵⁵ "Steve Jobs (1955-2011) 1970 sonlarında ortakları Steve Wozniak, Mike Makkula ve diğerleriyle *Apple II* serisi kişisel bilgisayarların tasarımı, geliştirilmesi ve pazarlama işinde lider rol aldı. *Apple* firmasındaki yöneticiler kadrosu içindeki güç mücadelesini kaybeden Steve, 1985'de *Apple* firmasını terk etti. *NeXT* isimli yüksek-egitim ve ticarî pazarda uzmanlaşan bir bilgisayar platformu kurdu. 1986'da *Lucasfilm Ltd.*'nin bilgisayar grafik bölümünü aldı ve buradan *Pixar Animation Studio* oluştu. 1996'da *Apple* firması *NeXT* firmasını satın alınca, Steve *Apple* yönetimine geri döndü. 2006'da *Pixar*'ı *The Walt Disney Company* aldı; fakat Steve hisselerin yarısından fazlasına sahip olarak kaldı. *Apple*'da 2000'den itibaren sürekli CEO olan Steve, *iPod*, *iPhone* ve *iPad* serüveninin kahramanı olarak nitelendi. 2000'de başlayan kansere Ekim 2011'de yenik düşerek dünyayı terk etti" (Erdoğan, 2011).

insanlığın ortak ve evrensel emeklerinin birikimine bağlıdır. Fakat, kapitalist üretim tarzının hâkim olduğu bir toplumda başarının ölçütü, şeyleşmiş bir dünya görüşüne yaslandığı ölçüde anlamlı olduğu için, *iPhone*'u yaratan gücün, kolektif emek gücü değil de, Steve Jobs'ın dahiyane zihni olduğu düşünülür. Halbuki Steve Jobs'ın başarısının esası, bir patron olarak yürüttüğü başarılı pazar stratejisinden başka bir şey değildir.

Sermaye birikiminin başını tutan insanlar “her şey” ve gerçek üreticiler ise önemsiz bir ayrıntı gibi görünürken, *Apple*'ın ünlü tedarikçisi *Foxconn*'un fabrikalarındaki işçilerin kölelik koşullarına dayanamayıp intihar etmelerine pek şaşırılmamalı. 2010 yılı boyunca *Foxconn*'un Shenzen'deki kampüsünde yaşları 17'yle 28 arasında değişen 18 göçmen işçi intihara kalkıştı, 14'ü hayatını kaybetti, 4'ü de yaralı kurtuldu.⁵⁶ Bu şok edici olay, ileri teknoloji ürünü akıllı cihazların, hangi koşullarda üretildiğini gözler önüne sermekle kalmadı, fütürist tahayyüllerin ve fetişist yanılgıların gerçeklerle karşılaştığında neden anlamsızlaştığını da kanıtladı. Enformasyon sektöründeki ucuz emek gücü sömürsününün vardığı boyut işçiler için o kadar dayanılmaz bir hâl almıştır ki, işçiler fabrikalarda seri bir biçimde intihara kalkışabiliyordu. Soruna daha yakından baktığımızda ise karşımıza çıkan resim şu (Pun ve Chan, 2012): Sadece *Apple* için değil, pek çok firma için dizüstü, masaüstü, tablet bilgisayarlar, akıllı telefonlar, MP3 çalarlar, kameralar, televizyonlar, oyun konsolları, *Kindle* gibi önde gelen şirketlere e-kitap okuyucuları ve parçalarını üreten, her birinde 20 bin ila 400 bin çalışanın işbaşı yaptığı onlarca üretim kampüsüne sahip *Foxconn*'da, 2011 yılı itibariyle, haftalık 40 saat çalışan bir işçinin aylık ücreti 950 Yuandır (147 Amerikan Doları) (2012: 399). Enformasyonelizmin tılsımlı gücü, milyonlarca işçinin barınma ve beslenme gibi temel ihtiyaçlarını dahi karşılamaya yetmeyen bu ücretlerin üzerinde yükseliyor.

⁵⁶ “Foxconn Suicides”, https://en.wikipedia.org/wiki/Foxconn_suicides (Erişim Tarihi, 20.09.2017).

İnsan emeği, insanın doğadaki esas gücüdür. İnsan, bildiği şeyleri emeği sayesinde bilir ve bu bilgiler araçlar ve ürünler olarak nesneleşir. “Doğa, makine, lokomotif, demiryolu, *elektrikli telgraf, kendi kendine işleyen taşıyıcılar* vb. yapmaz. Bunlar insan sanayisinin ürünleridir; doğa üzerindeki insan istencinin ya da insan etkinliğinin organlarına dönüşmüş doğal gereçtir. Bunlar, insan eli tarafından insan beyninin yarattığı organlarıdır; nesneleşmiş bilgi gücüdür” (Marx, 2013b: 166). Kapitalist üretim tarzında üretici güçlerin gelişimi kritik bir dönüşüm geçirir. İnsanın bu nesnel gücü, yani teknoloji ve bilgi, *doğrudan üretici güç* konumuna yükselir. Bu tespit gerçekten ilginç ve bir o kadar da önemlidir:

Sabit sermayenin gelişmesi, genel toplumsal bilginin ne dereceye kadar doğrudan üretici güç olduğunu, dolayısıyla da toplumsal yaşam süreci koşullarının kendisinin genel bilginin denetimi altına girdiğini ve ona göre biçimlendiğini gösterir. Toplumsal üretici güçlerin, hem bilgi biçiminde, hem de toplumsal uygulamanın, gerçek yaşam sürecinin doğrudan organları olarak ne dereceye kadar üretildiğini gösterir (2013b: 166).

İnsanın toplumsal bilgisinin vardığı düzey o derece artmıştır ki, canlı emeğin dışında üretici bir nesnellik haline gelmiştir. Teknoloji ve bilginin *doğrudan üretici güç* olabileceğine dönük bu önemli tespit, ilk bakışta, yukarıda ele alınan fütüristleri haklı çıkarıyor gibidir! Ama bu yalnızca ilk bakışta öyledir.

Marx, sermayeyi nitel olarak üç parçaya ayırır (2013b: 157): *Emek malzemesi, emek aracı* ve *canlı emek*. Bunların hareketli birliği emek sürecini oluşturur, hareketsiz birliği ise metadır. Emek aracı, bu hareket içinde çeşitli dönüşümlerden geçer ve makineler ortaya çıkar. Makineler hem doğrudan meta hem de üretim araçları olabilir. Makineler, bir başka ifadeyle teknolojik araçlar, emeğin maddi formu olarak kapitalist üretim sürecinde işçinin karşısına nesnel bir güç olarak çıkarlar. Burası, teknoloji ve canlı emek gücü arasındaki çelişkinin görüldüğü yerdir: “Makinede, canlı emeği mal edilmiş bulunan, biçimi bakımından sermaye olan, emek süreci içerisinde canlı emek karşısında görünüşte egemen olan bu gücün kendisi, *nesneleşmiş emektir*” (2013b: 158-159, vurgu bana ait). Metalar, teknolojik araçlar ya da bilginin kendisi, esas olarak,

üretim sürecinde *nesneleşmiş emekten* başka bir şey değildir, ama bunlar yalnızca durgun, nesneleşmiş emek ürünleri değildir. “Nesneleşmiş emeğin kendisi, makinelerde, doğrudan, yalnızca ürünün ya da emek aracı olarak kullanılmış ürünün, biçiminde değil bizzat *üretici güç* biçiminde ortaya çıkar” (2013b: 159). Emeğin nesneleşmiş formu olan teknolojik araçlardaki üretici güç bizzat nesneleşmiş emeğin kendisinin üretici gücüdür ama ondan bağımsızlaşmıştır artık.

Özde bu şekilde gelişen toplumun ortak üretici güçleri, biçimde, emeğin nesneleşmiş formu olan teknolojik araçlarda deyim yerindeyse ete kemiğe bürünmüş olduğu için, sermayenin doğal bir bileşeni olarak görünür. Bu durum, bölümün başında değinilen sermayenin biçimsel birliğinin bileşenlerinin (değerlenme süreci içinde başkalaşan) farklı görünümünden başka bir şey değildir. Böylece, emeğin nesneleşmiş formu sermaye tarafından kendisine mal edilmiş olur. Teknolojik araçlar ve bilginin üretici gücü, sermayenin bir marifeti gibi görünür: “Bilgi, makinede, işçinin dışında, yabancı herhangi bir şey olarak görünür; canlı emek ise, bağımsız biçimde etkileyen nesneleşmiş emeğin arasında görünür. İşçi, sermayenin gereksinimiyle koşullandırılmamış ölçüde, gereksiz olarak görünür” (2013b: 160).

Tam da bu nedenle ve bu şekilde, aslen, insanın üretici yeteneklerinin ürünleri olan akıllı telefonlar (ve tabii diğer tüm teknolojik ürünler), sermayenin ellerinde, insanların evrensel ve ortak emeklerinin bir ürünü olmaktan çok büyüsel bir görünüm kazanır. Yaratıcı olan, insanların kolektif emeği değil de, enformasyon, teknoloji ya da bazı yetenekli insanların “insanüstü” özellikleriymiş gibi görünür. Fakat, bu yanlış görünümün toplamı, insanın üretici etkinliğinin sermaye tarafından kendine mal edilecek biçimde soğurulmasının sonuçlarından başka bir şey değildir.

Teknoloji ve toplumun genel bilgi düzeyinde somutlaşan insanlığın üretici yetileri, insandan bağımsız, ortak üretici güç niteliği kazanırken, kapitalist üretim koşullarında bu ilişki, yani üreticiler ve onların emeklerinin somut formları arasındaki

ilişki düşmanca bir ilişkiye dönüşür. Bu düşmanca ilişki, üreticilerin karşısına, bizzat kendilerinin ortak üretici yetilerinin dikilmesi yoluyla olur. Ama sorun teknolojinin kendisinde, makinelerde ya da enformasyonda değildir. Teknoloji, makineler ya da enformasyon kendiliklerinden bir şey yapmazlar. Onlar insanların ortak emeklerinin nesneleşmiş araçları oldukları ölçüde üretici güçlerdir. Bu üretici yetiler, sermayenin ellerinde, gerçek üreticilerin aleyhinde kullanılır. Bu ilişkinin tersine çevrilmesi gerekir. Marx, tam da bu nedenle, on dokuzuncu yüzyılın başlarında, makinelerin işçi düşmanı özelliklerine karşı mücadele eden ve “makine kırıcılar” olarak anılan hareketi şiddetle eleştirmiştir. Üreticilere düşman olanlar teknolojik araçlar ya da bilgi değildir. Teknoloji ya da bilgi, emek karşıtı bu niteliklerine belirli tarihsel ilişkilerde kavuşurlar. Üreticilerin teknoloji ve bilgiyle olan ilişkisi, farklı bir üretim tarzında yeniden kurulduğunda, teknoloji ve bilginin sermayenin ellerinde kazandığı düşmanca nitelikler de ortadan kaldırılabılır. Tıpkı gerçek zenginliğin kapitalist değerle aynı şey olmaması gibi, teknolojinin varlığı ve üretici gücü de kapitalist değeri maksimize etmesinden kaynaklanmaz. Kapitalist üretim tarzında ortaya çıkan bu potansiyel (insanlığın üretici yetilerinin teknoloji ve bilgi olarak nesneleşmesi) komünist geleceğin inşası için fırsatlar sunar (Wendling, 2009: 105). Bu nesnellik insanlığın üretici yetilerinin vardığı boyutu gözler önüne serer.

2.2.6 Akıldışı Akıl Fetişi

En nihayetinde, insanın üretici yetilerinin insana karşıt dışsallığı, *insan aklının dışsallığıdır*. Üretici güçlerin tarih boyunca gelişimi insanın toplumsal aklının gelişmesi anlamına gelirken, bu süreç teknolojinin ve bilginin gelişimine içkindir. Marx, *Grundrisse*'de, şu ana kadar özetlenen ve makineler ve bilgi üzerine yazdığı fragmanlarda, teknolojilerde somutlaşan bu üretici etkinliği “genel toplumsal bilgi” ve “genel akıl” olarak anmıştır (Marx, 2013b: 166). Genel toplumsal bilgi ve genel akıl, kapitalist üretim ilişkilerinde sermayenin hizmetine sunulmuş teknolojik araçlarda ve

bilgide somutlaşırken, “yüksek teknoloji kapitalizmindeki sınıf mücadelesi genel akla egemen olma mücadelesi” halini alır (Dyer-Witthford, 2004: 325).

İnsanlığın kolektif emeği ve bilgisine dair, kapitalist üretim ilişkilerinde ortaya çıkan yanlış görüngüler, genel olarak aklın nesneleşmesinin insandan biçimsel bağımsızlığına, ama gördüğümüz gibi yalnızca biçimsel bağımsızlığına değil, sömürü ilişkisi içinde ortaya çıkan gerçek bağımsızlığına dayanır. Sermaye, insanlığın kolektif emeği ve bilgisine el koyarken, genel akla da el koymaya çalışır. Teknolojinin ve bilginin dışsallığı sorunu, genel aklın dışsallığı sorununda düğümlenir.

Kapitalist üretim tarzında, genel akıl “genel” olmaktan çıkar. Kolektif niteliğini kaybederek insan dışı ve insana karşı nitelikler kazanır. Aklın bu şekilde başkalaşımı, teknoloji ve bilgi fetişlerinin doğrudan bir getirisi olmakla beraber, teknoloji ve bilgiyle beraber aklın da insana dışsal, fetiş bir unsur haline gelmesi, insana yabancı ilişki biçimlerinden kaynaklanır. “Günümüzün teknik akılsallığı egemenliğin akılsallığıdır; kendine yabancılaşmış toplumun zorlayıcı karakteridir” (Adorno, 2009: 49).

Bu yabancılaşmış ilişkiler ve toplum, İşbölümünün kapitalist tarzından türer ve bilimsel ve teknolojik gücü, ayrıcalıklı bir kesimin tekeliyle sınırlar: “Bütün kapitalist çalışma örgütü, aslında kolektif işçinin ‘başını’, kollar, ayaklar, sindirim, boşaltım ve üreme organlarından ayırmaya dayanır” (Dyer-Witthford, 2004: 342). İşbölümünün kapitalist tarzının bir sonucu olan sınıfsal ve emek içi ayrımlar, insanlığın kendi kolektif aklından ayrılması anlamına gelir.

İnsanın kendi aklını yitirishi, Marcuse’nin “akıl dışılığın akılsallığı” olarak kavramsallaştırdığı insanlık durumunu, meta fetişizmini, sınıfların eşitleştirilmesini, görünüşte özgürlüğü, bilimde deneyciliği ve davranışçılığı dayatır: “Bu uygarlık üretiyor, bu uygarlık konforu artırmaya ve yaymaya yeteneklidir, gereğinden fazla olanı ihtiyaç haline getirmeye, yıkımı yapıcı kılmaya yeteneklidir; bu uygarlık ‘dünya-

nesne'yi insan aklının ve bedeninin bir boyutu haline getirdiği ölçüde, yabancılaşma kavramı sorun hale geliyor” (Marcuse, 1975: 24).

Açıkça teknolojik bir temele dayanmasa ve hatta buna itiraz etse de, bu akıldışılığın en iyi bilinen örneklerinden biri Francis Fukuyama'nın “tarihin sonu” tezi oldu (1989). Bu oldukça coşkulu kapitalist figür, teknolojinin rolüne vurgu yapan diğer analistleri maddeci eğilimleri içlerinde taşımakla eleştirerek, insanın ekonomik faaliyetinin onun bilincinden kaynaklandığı türünden radikal idealist diyebileceğimiz bir tutumla piyasaların zaferini ilan etti. SSCB'de ve Çin Halk Cumhuriyeti'nde sosyalizminin çözülüşünü ise buna en büyük kanıt olarak gösterdi. Piyasa liberalizmi ideali dünyanın her köşesine öyle ya da böyle hâkim olduğunda, liberalizm öncesi tüm çelişkiler (kapitalist toplumdaki emek-sermaye çelişkisi de dâhil tüm çelişkileri bu şekilde anıyor) çözülecektir. Sınıfsal çelişkiler, Batıda, hâlihazırda çözülmüştür bile. Fukuyama, daha önce anılan fütüristlerin hareket noktasını paylaşamayıp eleştirse bile vardığı yer hiç de farklı değildir.

Bu nüans, dünyaya aynı sınıfın gözlerinden bakarken kullanılan gözlükler arasındaki farklılıktan kaynaklanıyor. Kimisi teknolojik belirlenimci fütüristler gibi bu sonuçlara, teknolojik araçlar ve bilginin kapitalist üretim tarzında ortaya çıkan çarpık görüngülerinden hareket ederek varırken, bir başkası doğrudan idealist inançlardan hareket edip daha kestirmeci yolları deneyebiliyor. Ama meselenin özü ve “ortak akıl” değişmiyor. “Ütopya”, kelimenin çarpıtılmış anlamıyla, emek sömürüsüne dayanan bir zenginleşme zorunluluğuna ve “emek yükü”nden kurtulma özlemine dayanınca, emek ve sermaye arasındaki çelişkiler, ister “maddeci” ister idealist bir yol izlensin, bir anda yok oluveriyor. Emek ortadan kalkmışken, sermaye yoluna çok daha güçlenerek devam ediyor. Şirketler daha da büyüyor, emek gücü daha da ucuz bir meta oluyor ve yoksulluk daha da artıyor ama emek ve sermaye arasındaki kadim çelişkinin artık geçerli olmadığı iddia edilebiliyor. Akıl ve o aklın ideali her şeyi çözdüğü gibi bu

çelişkiyi de çözüyor, fakat gerçekte değil, zihinlerde. Fütüristler ve Fukuyama gibi radikal idealistler bu zaferin tadını çıkarırken, gerçek üreticiler gerçek akli yitiriyor.

Bu teknolojik gelişmelerin ve teorilerin hepsi, en baştan beri savunulduğu gibi, kapitalizmin yapısal krizlerinin ve yeniden yapılandırılmasının fikri sonuçlarıdır. 1960'lı yıllarda ortaya çıkmış ve 1980'li yıllardan günümüze dek sürmüş olan bu hegemonya, ekonomilerin işleyişini, tüketimin ve iletişim biçimlerini, aidiyet biçimlerini, kısacası dünyanın çehresini değiştirdi. Ama bu değişim, fütürist düşünürlerin müjdelediği yönde gerçekleşmedi. Özellikle “gelişmekte olan ülkeler” açısından bu süreç “tanıklık edilen ya da seyredilen bir süreç gibi işledi” (Törenli, 2003: 192). Demek ki, yalnızca, karşılarında kendilerine dışsal bir teknoloji, bilgi ve akıl fetişlerini bulan insanlar *seyreden* davranışlar sergilemekle kalmadılar, sermayenin talan ettiği ekonomileriyle “gelişmekte olan ülkeler” de bu *seyreden* bakışa teslim oldular.

Tüm bu şatafatlı teoriler ortaya atılırken *akılın bölünmesi* küreselleşti, bir yanda kararları alanlar, diğer yanda bu kararların sonuçlarına katlananlar olarak:

Uluslararası uzmanların teknokrat elitiyle bağımlı halklar arasında tam anlamıyla bir kopukluk yaşanıyor. Biri işsizlik oranını değerlendiriyor, diğeri eğer hâlâ kalmadıysa işsiz kalmanın tehdidi altında. Birinin akli fikri büyüme oranında, diğeri yarın ne yiyeceğini bilmiyor. Bu noktadan itibaren iki dünya görüşü arasında artan bir zıtlık oluşuyor. Biri finansal piyasaları serbestleştirmek, kamu açığını düşürmek, enflasyona hâkim olmak, gümrük bariyerini kaldırmak, korumacılığa son vermek, kamu hizmetlerini azaltmak gerekliliğine kafasını takmış. Diğeryse fakirlik, sağlık, eğitim, aile, güvenlik, günlük tüketim, uygun yaşam koşullarına erişmek için yeteri kadar üretim yapmakla meşgul (de Gaulejac, 2013: 51).

Sonuç olarak, fütürist tahayyüllerin, tarihin sonunu ilan edenlerin, çokuluslu şirketlerin ve teknokratların, mimarı oldukları politikaların öngördüğü hiçbir teknolojik iyimserlik gerçekleşmedi. Ne çift yönlü iletişim olanakları devletleri ya da hükümetleri demokratikleştirdi ne eğitim ne de bilgiye erişim genele yayıldı ne de ekonomik eşitsizlikler ortadan kalktı ya da bu yönde bir gidişatın kapıları aralandı (Foster ve McChasney, 2011: 58).

Ama bu dönüşümdeki “akıl”, “ütopyacı” tahayyüllerin dayanak noktası olan enformasyon ve iletişim teknolojilerinden en önemlilerinden biri olan akıllı telefonlarda (ve tabii daha pek çok teknolojik üründe) akıllı, pratik, hızlı çözümleri ifade ettiği kadar, şık bir görünümü de ifade eden *smart* kelimesinde karşılığını buldu.⁵⁷ Bu sembolik anlam, hem kelimenin anlamındaki değişiklikte hem de akıllı teknolojilere (iletişim ve enformasyon teknolojilerine) dönük iyimser önkabulleri besledi ve genele yaydı.

Önceleri, yalnızca insanlar *smart* olabilirken, artık teknolojiler de *smart* olabilir ve kelime, yeni enformasyon ve iletişim teknolojileriyle beraber teknokrat bir havaya bürünüp, programcının tasarısına hataya mahal vermeden itaatkâr olan, düşük maliyetli ve kullanıcı dostu alt anlamlar kazandı (Rose, 2001: 356). Bununla birlikte, işin “akla uygun”, verimliliği baz alan ve yeni durumlara adapte olarak öğrenmeyi öne çıkaran bir biçimde düzenlenmesini ve insan ile teknoloji arasında, teknolojinin öne çıkartılmasıyla, bu minvalde kurulacak bir uyumu da ifade eder oldu (Marinova ve diğerleri, 2017: 29-30).

Akıllı telefonlar, akıllı şehirler, akıllı arabalar, akıllı saatler vb.’lerinin ortak noktası, “ikinci doğa”ımızın bu “insan dışı” akla göre dizayn edilmesidir. “İnsan dışı”lık, bu açıdan, gerçek anlamda insanın dışında, kendi kendini idare edebilen bir akla da göndermede bulunuyor. Akıllı teknolojiler bizim için “düşünür” ve hayatımızı kolaylaştırır. Yapmamız gereken kendi gündelik faaliyetlerimizi bu akıllı teknolojilerdeki “akla” emanet etmektir.

Bu durum, yalnızca yüksek teknoloji metalarının hayatımızın kılcal damarlarına sinmesinde ortaya çıkmadı, bir yandan da, gündelik hayatımızı bu “akıl” ekseninde tümünden dönüştüren “uyum politikaları”nın hayata geçirilmesinde var oldu. Diğer

⁵⁷ Bilindiği gibi, İngilizcedeki *smartphone* Türkçede *akıllı telefon* olarak yer etti. Fakat Türkçedeki “akıllı”nın İngilizcedeki *smart*’ın tüm anlamlarını karşılamadığı da açık. Vurgulandığı gibi, *smart*, akıllı, pratik, hızlı gibi anlamların yanında görünüş olarak da estetik ve şık olmayı içerirken, Türkçedeki karşılığı yalnızca akla vurgu yapacak biçimde oldu. Odak noktamız *smart*’taki akıl olunca, çeviri farkının şimdilik önemsizleştiğini söyleyebiliriz.

yandan, kelimenin teknokrat anlamı, yönetici sınıfların yeni egemenlik biçimlerini de ifade eden anlamlar kazandı (Rose, 2001: 359). Bu akıl, “özgürlük”, “sınır tanımamak”, “dünyayı yakalamak” ve “çağın gerisinde kalmamak” gibi, dönemin politikalarına destek çıkan popüler ve ideolojik söylemleri yaygınlaştırdı. Özellikle yirminci yüzyılın kolektif hafızalarda bıraktığı teknolojiye karşı olan kötümser bakışı da, kültürel olarak, sermayenin atılımları doğrultusunda dönüştürdü. Sermayenin hizmetine sunulan ve savaş teknolojilerinde de oldukça önemli roller üstlenen bu akıl, çok daha insani bir forma büründü. Akıllı teknolojilerin insanla barışık “doğası” ve dijitalleşmenin kişiselleştirmeye uygun yapısı, mekanik teknolojilerin “soğuk”luğunun yerine geçti.

Şimdi, o halde, bilgi ve teknoloji, gerçekten de insanlığın esas yaratıcı gücüken ve yenilikçi teknolojiler insanlarla bu kadar barışıkken, neden her şey, çağın ruhuna uygun bir şekilde, bu aklın gösterdiği yönde dönüştürülmesin ki? Akıllı telefonların meta olarak pazarlanmasının önünü açan “enformasyon devrimi”nde böyle bir akıl gizlidir. *Smart* kelimesiyle beraber paketlenip satılan bu cihazlarda, “sıcak” ve “insani” ilan edilen bu ideolojik yükler var. Akıllı telefonlarda ilk bakışta fark edilmeyen bu ideolojik yükler ve o yüklerin ardındaki “akıl” bunların hepsini ima ediyor.

Öte yandan, “tarih öncesi” bir çağda yaşamıyoruz. Ortaya çıkan yanılsamalar, “doğa üstü” görünseler de aslında oldukça dünyevi. Bu dünyaya ait bu “akıldışı akılsallık”, sınırları oldukça belli, özenle ölçülmüş biçilmiş bir yerden insanlara sesleniyor. Şeyleşmiş ve tüm anlamını o şeyler düzeyinde kazanan bir dünyanın, kesinliklere dayanan ve bunu her yerde öne çıkaran bir “aklı” da var. Hesaplanabilirlik ve öngörülebilirlik, akılcılaştırmanın metalaşma düzeyinde ele alınabilecek en önemli iki eğilimdir (Ritzer, 2016: 136-143). Bu “akıl”, günümüzdeki tüketim kültürünün tüm zaman ve mekânda insanlara sunduğu garantide ortaya çıkar. Dünyanın neresine gidersek gidelim, aynı mantık dizgesi içinde düzenlenmiş metalara, akıllı telefonlara, uygulamalara, fast food restoranlarına vb. ulaşabilmek mümkün.

Bu sistem, insan aklının yerine insan dışı bir aklı ikame ederken sözü edilen bu süreç iki şekilde gerçekleşir (144-155): (i) İlk olarak, gerçekten de, artan işlem kapasitesini sürdürebilmek için insan kapasitesini aşan teknolojik bir kapasiteye ihtiyaç duyulur. Alışveriş de iş yaşamı da güvenlik de tam otomatik bir hâl alır. Herkes, aynı sisteme dokunarak alışveriş yapar, çalışır ya da güvenliğini sağlar. Bu tıkr tıkr işleyen yapı, *smart* kelimesinin “insanla barışık” ve işlevsel anlamlarını karşılar. (ii) Fakat bütün bunlar olurken, eğer işlemlerde bir sorunla karşılaşıyorsa, sorun çıkaran taraf insan olur. Her şey, bilgisayarların üstün işlem kapasitesinin şaşmazlığına göre ayarlanır ve halledilirken, insan aklı fiili olarak bilgisayarların aklının yanında gereksizmiş gibi görünmeye başlar.

Akıllı telefonlardaki aklın dışsallığı, insan aklının bu şekilde ötelenmesinde karşımıza çıkar. Şu veciz söze eşlik eden karamsarlık ise belki de aklın bu şekilde insanlardan cihazlara aktarılmasının bu kadar mahirce kotarılmasından kaynaklanır: “On dokuzuncu yüzyıl kapitalizmi milyonlarca işçinin hayatını tüketti; yirminci yüzyıl kapitalizmi, uygar insanın aklını yok ederek sonlanabilir” (Normal Mailer’den aktaran Baran ve Sweezy, 2014: 65). Günümüzdeki insanın aklını tümüyle kaybedip kaybetmediği tartışmaya açık olsa da akıllı teknolojilerde karşımıza çıkan “aklın” genel akıl olmadığı artık kesinleşmiş oluyor: Kapitalizme içkin ve son enformasyon devrimine hükmeden “akıl dışı akılsallık”, görüngülerden hareket edip görüngüleri yüceltirken, metaların fetiş dünyasından bizeler seslenir, fütürist tahayyüllerin sermaye için ütöpik ama gerçek üreticiler için distopik karakterinde ortaya çıkar, emeğin sermayenin ellerinde uğradığı gözden düşmede kendini bulur ve bilimi ve teknolojiyi fetiş unsurlar haline getirir.

Böylece, bu bölümün girişinde, Marx’tan hareketle sorduğumuz sorular dizisinin cevabını vermiş oluyoruz: Kapitalist üretim tarzının dünyayı görüş tarzı, teknoloji, bilgi ve akıl fetişlerine dayanarak, yanlış görünümleri merkezileştirir ve yeni mitler yaratır

(Mosco, 2004: 13). Bu mitlerin ne zaman öngörü ne zaman şu anda gerçekleşmek olduğu bile belirsizdir. Ama inanç sağlamdır: Emeğin dışlanmasına dayanan, postmodern çağa özgü bu mitoloji, emeği kovduğu yerde, aslında insanın türsel etkinliğinden başka bir şey olmayan emek etkinliğinin dolaysız ürünlerini görür. Emek etkinliğinin dolaysız ürünleri olan bilgi ve teknolojiyi fetiş unsurlar haline getirerek, onları “tanrısal” şeyler düzeyine yükseltir ve tözselleştirir. Tarihin, politikanın ve coğrafyanın sonu, mitlere dayanan bu özgüvenle ilan edilir ve insan emeği ile akılının dolaysız ürünü olan akıllı telefonlarla simgeleşen son iletişim devrimine damgasını vurur.

Sonuçta, ortada kendini yaşayabilecek ve türsel etkinliğini özgürce hayata geçirebilecek bir insan unsuru kalmaz. İnsan emeği, yine tamamen kendi emek ürünleri olan teknoloji, bilgi ve akıl fetişleri karşısında edilgen, ucuz ve önemsiz bir şey ilan edilerek gözden düşürülür. Yabancılaşma, görüngülerden hareket edip görüngüleri yüceltirken ve gerçek üretici olan insan unsurunu, o görüngülere boyun eğdirirken gerçekleşir. Akıllı telefonları *meta biçimi*yle önümüze getiren sürecin toplumsal hikâyesi, iletişim olanakları bakımından dur durak bilmeden gelişen tüm bu kapasite artışının, insan için değil de sermaye için olduğunu ortaya koyarken, insan unsurunun hangi ölçülerde aşıldığını gözler önüne seren bir hikâyedir, aynı zamanda.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. GÜNDELİK HAYAT, ZAHİRİ TOPLULUKLAR VE ÖTESİ

Akıllı telefonlar gündelik hayatın ayrılmaz bir parçası haline geldi. Bunun en önemli nedeni, giderek küçülen boyutlarına sığan multimedya hizmetlerini çok daha hızlı ve yüksek kapasiteyle katarabilmeleridir. Bu cihazlar, görüntülü konuşma hizmeti de sağlayan birer telefon olmanın yanında, aynı zamanda birer televizyon, gazete, radyo, video kamera, fotoğraf makinesi, elektronik posta aracı ve çok daha fazlasıdır. Uygulamalar dünyasının giderek büyüyen çeşitliliği ve kapasitesiyle beraber, daha önceleri mümkün olmayan iletişim biçimleri, yeni ağlar, bilgi alma ve paylaşım hizmetleri insanların ceplerine sığabildiği ölçüde yaygınlaştı. Önceki kısımda da belirtildiği gibi, küçüklük akıllı telefonların en önemli avantajıdır. Küçük olabildikleri ölçüde “büyük”lerdir. Daha küçük ama daha güçlü çipler, daha küçük ama daha büyük hafızalar, daha ince ama daha yüksek çözünürlüklü ekranlar, daha küçük ama daha kaliteli objektif ve dijital sensörler ve benzeri bileşenler sayesinde, bu kadar çeşitli iletişim olanağını o küçük boyutlarına sığdırmak olanaklı olmuş ve yaygın bir kullanım düzeyine ulaşmışlardır. Bu cihaz ve hizmetlerin insanlara *meta biçimiyle* sunulması ise gündelik hayatı kapitalist üretim tarzının daha önce hiç olmadığı kadar nesnesi haline getirdi.

Bu bölümün esas sorusu şudur: Akıllı telefonlar gibi küçük cihazlar, kapitalist üretim ilişkilerinin insana yabancı niteliklerinin gündelik resmini bize sunabilir mi? Elinizdeki çalışma bu soruya “evet” cevabını veriyor. Akıllı telefonlar, taşıdıkları kullanım olanakları ve sembolik anlam yönleriyle, insanların gündelik hayatlarının dolaysız bir parçası olarak, yabancılaştırma sorunu çerçevesinde, bize o bahsedilen bütünlüğü, şeyliği ve insana yabancı ilişkileri sunma açısından oldukça önemli cihazlardır.

Lefebvre, “İnsan bilimi, var olduğundan bu yana, malzemesini ‘bayağılığın’, gündelik olanın içinde bulur. Bilincimizi oluşturan da bu bilgidir” (2010: 138) der. Bilimin “bayağı” kaynakları hep var olsa da insan bilgisinin kendi gündelik köklerini keşfetmesi on dokuzuncu yüzyıldan itibaren sosyal bilimlerin bugünkü anlamına kavuşacak şekilde ortaya çıkışıyla ve özellikle Marksizmin doğuşuyla olmuştur. “On dokuzuncu yüzyılda, düşüncenin merkezi yer değiştirir; düşünce ampirik ve pratik gerçekliğe, hayatın ve bilincin ‘verileri’ne yaklaşmak üzere, spekülasyonu terk eder. O sıralarda ortaya çıkan Marx’ın yapıtı ve sosyal bilimler, bu güzergâh boyunca sıralanır” (Lefebvre, 2013: 21). Marksizm özelinde, kimi zaman yanlış bir biçimde Marx’ın “felsefeden kopuşu” olarak anılan bu yer değiştirme, birinci bölümde de tartışıldığı gibi, bilimin idealist felsefeden kesin olarak kopuşu anlamına geliyordu. Pozitivist olmayan, Marx’ın tanımladığı şekliyle gerçekten maddeci bilim (“kaba maddecilik”ten farklı olarak), idealist felsefenin spekülatif geleneğini terk edip, en genel anlamda insanların yaşam tarzlarına, pratiğe ve onu değiştirmeye odaklanırken gündelik hayatın bir inceleme alanı olarak ortaya çıkması bu koşullarda mümkün oldu.

Bilimsel düşüncedeki bu devrim zihinlerden kaynaklanmamıştır. Kapitalizmin insan hayatına “muazzam bir meta yığını olarak” (Marx, 2011: 49) giderek daha güçlü bir biçimde girmesi, gündelik hayatın bir inceleme alanı olarak ortaya çıkışı ve yükselişindeki esas nedendir. İnsanların kendi yaşamlarını üretim tarzı, bir başka ifadeyle, kapitalist üretim tarzı, metalaşmayı bir norm olarak dayatırken, gündelik hayat sadece metaların maddi hücumuna uğramadı. Gündelik hayat, kapitalist üretim ilişkileriyle giderek daha çok belirlenirken, insana dair hiçbir şey “bayağı” sayılamazdı artık. Toplumsal yaşamın somut ve pratik görünümleri, sıradan insanların gündelik rutinlerinin hiç olmadığı kadar merkezinde olduğu için, üretim ilişkilerinin insana yabancı karakteri de gündelik rutinleri kendine üs edinir.

Kapitalist üretim tarzıyla beraber insanın kullandığı araçlar ve sahip olduğu nesnelere niceliksel olduğu kadar niteliksel bir dönüşüm de geçirmiştir. Lefebvre'ye göre (2013: 41), kapitalizm öncesi toplumlarda metalaşma oldukça sınırlı olduğu için, gündelik hayatta kullanılan metalden ziyade üsluba sahip “yapıt”lardan bahsedilebilir. Üsluptan “kullanılmalara, alışılmış (gündelik) nesnelere henüz içlerindeki şiiri yitirmemiş olmaları”nı anlamalıyız. Diğer bir ifadeyle, eski zamanlarda üretilen “şeylerin biçimleri, işlevleri, yapıları ne ayrılmış ne de birbirine karışmıştı. Şeyler hayli kalabalık, neredeyse sınırsız (üstelik dökümü yapılabilen) bir çeşitleme sayısına sahiptiler” (2013: 41). Kullanılan araç ve gereçler çevreye ve toplumsal kesimlere göre farklılaşmaktaydı. Dolayısıyla yazarın kurduğu bir analogiye göre kendilerine özgü bir “şiir”e sahiptiler. Ancak sermayenin hâkimiyetinde gelişen üretim dünyasında ve metalaşmanın kuşatıcı ortamında “her şey, nesnelere, insanlar, ilişkiler, dünyayı bir düzyazıya indirgeyen bu baskın nitelik tarafından belirlenmekte, sürekli değişmektedir” (2013b: 42). Metalaşmanın dünyayı türdeşleştirici etkisidir bu.

Marx'ın yabancılaşma teorisi, tam da bu açıdan, metalar dünyasının mistifiye edilmiş unsurlarını ve anlam dünyasını eleştirirken gündelik hayatın eleştirisinin kapılarını aralamıştır. Marksizm, bu nedenle düşüncenin pratik hayatın somut görünümüne yönelmesini temsil eder:

Marx'la Engels'in yöntemi özellikle insanların kendileri hakkında düşündükleri, istedikleri, söyledikleri ve inandıkları şey ile oldukları şey, yaptıkları şey arasında mevcut bir bağın aranışından ibarettir. Bu bağ hep vardır ve iki yönde kat edilebilir. Bir yanda, tarihçi ya da eylem insanı, fikirlerden insanlara, bilinçten varlığa -yani pratik, gündelik gerçekliğe- gidebilir, onlarla karşılaşabilir ve böylece edimler ve gerçeklikler yoluyla fikirlerin eleştirisine varılır. Marx'la Engels'in neredeyse bütün eserlerinde mevcut yön budur (2013b: 150).

Şunu söylemek gerekir ki, *insanların kendileri hakkında düşündükleri, istedikleri, söyledikleri ve inandıkları şey ile oldukları şey, yaptıkları şey arasında mevcut bağın aranışı doğrudan yabancılaşmanın konusudur. Marx ve Engels söz konusu bağı ararken bir inceleme yolu inşa ederler ve bu yol bilinçten varlığa, pratik ve*

gündelik gerçekliğe doğru ilerleyen bir rota izler. Marksist yabancılaşma teorisi, bu yolla, kapitalist toplumlardaki gündelik hayatın eleştirisini olanaklı kılan bir görüş açısı sunar.

Gündelik hayatı yabancılaşma sorunu çerçevesinde ele almak bir öz-görünüm tartışmasına girmek demektir, aynı zamanda. “Gündelik ortamı ve insan yaşamının rutin atmosferini dolduran, eyleyen bireylerin bilincine bir özerklik ve doğallık hissi aşıl原因an bir düzenlilik, dolaysızlık ve apaçıklık barındıran görüngüler derlemesi *sözde-somut* dünyayı oluşturur” (Kosik, 2015: 13). Gündelik hayatı sözde-somut yapan şey, kendi rutini içinde ilişkiler ve şeylerin gerçek niteliklerinin çoğu zaman görünmez kılınmasından kaynaklanır. Gündelik hayat, (i) dışsal görüngüler, (ii) yönlendirme, (iii) rutin fikirler ve (iv) sabitlenmiş nesnelere dünyasıdır (2015: 13). İnsanlar, gündelik hayatta dışsal görüngülerin yönlendiriciliği altında birtakım rutinleşmiş fikirlere meyilederler ve sabitleşmiş, insandan ve insan ilişkilerinden bağımsızmış gibi görünen nesnelere dünyasında bu fikirleri edinirler. On dokuzuncu yüzyılda düşüncenin yer değiştirip *bilinçten varlığa, pratik ve gündelik gerçekliğe* doğru hareket etmesinin ve insanların basit ve önemsiz gibi görünen gündelik faaliyetlerinin bilime daha çok konu edilmesinin önemi, öz ve görüngü arasındaki bu ilişkinin varlığından kaynaklanır.

Gündelik hayatın bir inceleme alanı olarak yükselişinin başka bir önemi daha vardır. Lefebvre’ye göre (2013: 21-37) gündelik hayat teorileri, pratiği ve gündelik olanı incelemeye değer bulmayan ve sadece düşünce alanında etkinlik gösteren felsefeden sıyrılmıştır; fakat böyle bir yaklaşım kendini felsefi olanın karşısında konumlandırmaz. Teori ve pratik arasındaki ayrımı reddederek dünyayı değiştirmeye odaklanan Marksist yaklaşımı benimser, ki böylelikle bilimlerdeki bölünmüş inceleme alanlarını birleştiren ve diyalektiğin bütünlük ilkesini gerçekleştirmeye olanak tanıyan bir inceleme alanı inşa etmiş olur: “Gündelik hayat (...) ekonomik, psikolojik veya sosyolojiktir, özel yöntemler ve yollarla kavranması gereken özel nesnelere ve alanlardır.

Beslenmedir, giyinmedir, eşyadır, evdir, barınmadır, komşuluktur, çevredir” (2013b: 32). Gündelik hayat bu araştırma başlıklarıyla burjuva bilim anlayışının sınırlarının dışına çıkar. Burjuva bilimi her şeyi parçalara ayırır, görüngülerden hareket ederek onları yalıtılmış kategorilere böler, insan yaşamının içeriğinin bütünlüğü ve çelişkilerini gözden kaçıır. “Aile sosyolojisi, tüketim psikolojisi, çağdaş toplumların incelenmesini de içeren antropoloji veya etnoloji” bu eğilimleri sürdürür (2013b: 38). “Dahası, gündelik olguları, mobilyaları, nesnelere ve nesnelere dünyasını, zamanın kullanımını, çeşitli olguları, gazetelerdeki ilanları bilinmeye layık görmeyerek küçümserler. Böylelikle, ‘*Alltäglichkeit*’ dan, gündelik olandan nefret eden felsefecilere katılırlar” (2013b: 38). Gündelik hayat incelemeleri, bilimsel anlamda yaşanan bu parçalanmışlığı ortadan kaldırmanın ve inceleme nesnesinden hareketle söz konusu toplumsal bütünlüğe ulaşmanın olanaklarını sunar.

Akıllı telefonlar tam da bu aşamada anlam kazanır. Başta da vurgulandığı gibi, bu cihazlar, yalnızca konuşmaya yarayan telefonlar değiller. Onlar, *meta biçimiyle* hayatımıza dahil olurlarken, *kişiselleştirme* ve *her an her yerde bağlanabilirlik* (Manzerolle ve Kjoson, 2014: 220) gibi özellikleriyle, son derece bireysel ve yaygın iletişim araçlarına dönüşmüşlerdir. Bu, aynı zamanda, girift bir toplumsal ilişkiler manzumesini de o küçük boyutlarının içine sığdırdıkları anlamına gelir.

Akıllı telefonların, meta fetişizminin ve şeyleşmenin güncel görünümünü dolaysız bir biçimde karşımıza çıkardığını önceki kısımlarda gördük. Özellikle İkinci Bölümde akıllı telefonlardaki aklın, teknolojinin ve bilginin, hangi koşullarda ve nasıl birer fetiş unsura dönüşerek insanlığın karşısına dikildiği ele alınmıştı. Kapitalist üretim ilişkilerinin gizemleştirici temeli, akıllı telefonların birer emek ürünü olduğu gerçeğinin perdelenmesiyle ve insanlığın ortak üretici yetileri çeşitli mitler yaratılarak sanki sermayenin, bazı yetenekli kişilerin, teknolojinin ya da bilginin kendisinin marifetiymiş gibi sunulmasıyla atılıyor. Tüm bunlar, insanın kendi türsel niteliklerine

yabancılaşmasının bir ifadesi olarak, güçlü ideolojik yönlendirmelerle “emekten kurtuluş” teorilerinin inşa edilmesine de vesile oluyor. Ancak bunların hepsi bütünüyle fetişist yanılsamalara dayanıyor.

İnsanın kendi yaşamını üretme tarzı, en genel anlamda, kendisine dışsal ve düşman bir nitelik kazandıkça, o üretim tarzına dayalı toplumsal ilişkiler de insana dışsal ve düşman bir nitelik kazanır. Marx ve Engels, kapitalist toplumların bu niteliğinden hareketle, kapitalist örgütlenme ve toplum biçimini *zahiri topluluklar* olarak nitelerken insan ve kapitalist toplum arasında ortaya çıkan bu çelişkiyi özetliyordu: “Bireylerin şimdiye kadar oluşturdukları *zahiri topluluklar*, bu bireyler karşısında daima bağımsız bir nitelik kazandı ve bir sınıfın diğer sınıf karşısındaki birliği olduğundan, ezilen sınıf için yalnızca tamamen *sanal* bir topluluk değil, aynı zamanda yeni bir prangaydı” (2013: 75, vurgular bana ait). Kapitalist üretim tarzının çeşitli ideolojik ve fetişist yanılsamalar eşliğinde yerinden ettiği ve yeniden bir yerlere yerleştirdiği, inşa ettiği ve yaygınlaştırdığı topluluk biçimleri, insana dışsal topluluk biçimleridir. Bu topluluklar sınıfsal çelişkilerle örülü oldukları için, insanın kendini gerçekleştirme olanaklarını içermekten ziyade bu olanakları yok ederler. İnsan, kişisel özgürlüğünü ancak topluluk içinde yaşayabileceğinden, kendisini pranga altına alan ilişkiler içerisinde, topluluğun sadece sınıfsal çelişkileriyle yüzleşebilir ve sadece kapitalist üretim tarzının kendine düşman varlığını deneyimleyebilir. Bu yabancılaşmış ilişkiler gündelik hayatın her köşesine siner.

Günümüzde akıllı telefonlarla eriştiğimiz sosyal ağlar, sahip olduğumuz sosyal medya hesapları, oluşturduğumuz profiller ve seçtiğimiz profil fotoğrafları, kurduğumuz ilişki biçimleri, bu ağlar üzerinden politikaya dahil olma biçimlerimiz, tüketim biçimlerimiz ve daha fazlası, Marx ve Engels’in bahsettiği bu dışsallıkta, *zahiri toplulukların* güncel veçhelerinde anlamını bulur. İronik bir biçimde, Marx ve Engels’in bahsettiği anlamda, yani dışsallık anlamında sanallık, günümüzde gerçek bir sanallık

olarak ve aynı zamanda, yine insana dışsal bir ilişkiler ağı olarak karşımıza çıkar. Elinizdeki bölümüm esas amacı, bu toplulukların insana dışsal topluluklar haline dönüşmesini, yani yabancılaşmanın en kuşatıcı ve gündelik biçimlerini, akıllı telefonlar ve meta fetişizmi açısından çözümlemektir.

Bu çözümlemenin ana duraklarından biri tüketim alanıdır. Akıllı telefonlar ve onlar aracılığıyla erişilen yeni medya hizmetleri, *meta biçimiyle* insanlara sunulduğundan, gündelik hayat giderek daha fazla tüketim olgusu tarafından belirlenmeye başlar. Gündelik hayatın tüm veçheleri, arkadaşlık, aşk, aile ilişkileri, çalışma yaşamı, “boş zaman” vs., bu dönüşüm ekseninde yeni nitelikler kazanır, başkalaşır ve metalarla dolayımlanmış bir *yorumlama sistemine* tâbi olur (Baudrillard, 2013: 27). Bu yorumlama sistemi insana yabancı ve fetişist soyutlama sisteminden türer. Dolayısıyla, gündelik yaşama akıllı telefonlar ve yabancılaşma açısından odaklanmak, bu son derece girift inceleme alanına odaklanmak demektir. Akıllı telefonlar gibi, sunduğu olanaklar açısından bu kadar çeşitliliğe sahip olan aletlerin temas ettiği tartışma başlıkları, yabancılaşma sorunu açısından ele alındığında daha da genişler. Gündelik rutinlerin “doğal”lığı içinde insanları kuşatan soyutlama sistemi, gündelik hayatın tümüyle, “boş zaman”ı içerecek biçimde sömürgeleşmesini ve ilişkilerin metalaşmasını, kamusal ve özel alanların dönüşümünü içerir. Bu sıralananlar, aynı zamanda, elinizdeki bölümde öne çıkan inceleme başlıklarıdır.

3.1 SÖMÜRÜNÜN EN “DOĞAL” BİÇİMLERİ

Gün içinde akıllı telefonları kullanmak için ayırdığımız zamanın boyutlarını kesin olarak tespit etmek için özel ve kapsamlı bir çalışma yapmak gerekse de bu aletlerin gündelik hayatımızın en önemli parçalarından biri olduğu izahtan varestedir. Herkes kendi gündelik rutinine, evdeki, okuldaki, işteki ya da yoldaki diğer insanların rutinine göz ucuyla baktığında bile, akıllı telefonların sosyal yaşamımızdaki baskın önemini kavrayabilir. Bu konunun medya organlarında sık sık ele alındığının tanığıyız ve buna paralel olarak, gündelik kişisel sohbetlerimizin sıradan konularından biri olduğu da aşikâr. Hem yaptığım derinlemesine görüşmelerde hem de günlük hayatın bir parçası olan diğer sohbetlerde akıllı telefonları yabancılaşma sorunu çerçevesinde ele aldığımı söylediğimde, insanların genellikle bu konuya gündelik görünümle bağlamında yaklaştıklarını söyleyebilirim. Giriş’te de vurgulandığı gibi, gündelik algıda yabancılaşma sorununun, akıllı telefonlara ya da sosyal medyaya bağımlılık olarak yer ettiği bir sır değil. Akıllı telefonlar kimi zaman vakit kaybına yol açan ya da külliyen zararlı, her türlü insani ilişkiyi erozyona uğratan ve ortadan kaldıran aletler olarak vb. şekillerde anılsa da bunların her birinin akıllı telefonların gündelik görünümünün yüzeysel ya da çarpık yorumlarından kaynaklandığını vurgulamak gerekir.

Akıllı telefonlar, bütünüyle dönüşen gündelik hayatımızın yeni bir veçhesinde boy gösterirken, son derece somut bir gerçeklik alanında, çalışma yaşamımızda, arkadaşlık ilişkilerimizde, kendimizi sunma ve tanıtma biçimlerimizde, hayattan beklentilerimizde, haber alma ve dünyayla irtibata geçme ya da çok basit günlük işleri kotarma biçimlerimizde kendini var ediyor. Dolayısıyla inceleme alanı gündelik hayatın tüm kılcal damarlarını, sıradan görünümünü, rutin fikirleri ve kullanım biçimlerini içeriyor. Tabii ki inceleme alanını gündelik olanın sıradan görünümü olarak belirlediğimizde, araştırma yöntemi *bilinçten varlığa, pratik ve gündelik gerçekliğe*

doğru ilerleyecek ve görünen ile gerçekte yaşanan arasındaki bağın aranışı ve ortaya konuluşu çalışmanın izlediği yolu tarif edecektir.

Bu amaç ve yöntem kapsamında yol almak adına Ceyda'nın (27) şu sözleri bir başlangıç olabilir:

Sabah kalkınca ilk işim telefona bakmak. Günaydın bile demiyorum kimseye (gülüyor). Ya ne bileyim? Telefonu aldığımda ilk işim *mail*'leri kontrol etmek oluyor. Çünkü biraz daha belki profesyonel bakıyorum, iş gelir mi falan diye bakıyorum yine. Ondan sonra *Twitter*'a giriyorum, ondan sonra *Facebook*'a giriyorum ama hemen yanımda, bir 50 cm ileride duruyor, şöyle uzanıyorum ve şöyle bakıyorum. Böyle Ercan'la (sevgilisi) sürtüşme bile yaşadık. Sabah bir günaydın de be kadın falan (gülüyor). Ama o da alıştı, o da bağımlı oldu.

Her yerde elimde, cebimde yani telefon. Evin içindeyim mesela bir yere koyayım da çalınca bakayım yok. Cebe sokuyorum bütün evi benle geziyor. Tuvalete bile giriyorum yani telefonla o derece. Bir şey de yapmıyorum, *Facebook*'a bakıyorum, *Twitter*'a giriyorum. Haberlere bakıyorum. Magazine çok bakıyorum (Ceyda'yla yapılan görüşme, 11.10.2015).

Ceyda'nın akıllı telefonuyla olan ilişkisi, biroğumuzda olduğu gibi, sabah ilk uyandığı andan itibaren başlıyor. Sosyal medyada “bir şey yapmasa” ve “amaçsızca” gezinse de iş gelip gelmediğini kontrol etmek gibi hayatını devam ettirmesi açısından önemli işler de yapıyor. Sabah gözünü açtığı andan itibaren, tuvalette, gündelik hayatının her köşesinde akıllı telefon ve sosyal medya var. Ceyda'nın, çoğu zaman “bağımlılık” derecesinde amaçsızca sosyal medyada gezinmek için kullandığı, kimi zaman bir iş aracına dönüşen ve tüm gün yanından ayırmadan kullandığı bu cihazla ilgili söyledikleri birçok inceleme başlığı sunuyor.

Ceyda, Amerikan Kültürü ve Edebiyatı bölümünden mezun ve Ankara'da özel dil kurslarında İngilizce ğretmenliği yapıyor. Görüşme yaptığımda işsizdi. Bu dil kurslarında dil bölümlerinden mezun olan ama pedagojik formasyonu olmayan öğretmenler işçi statüsünde gösterilip sigortalı olarak alıştırılabilse de bu Ceyda'ya hiç yapılmamış. Bu zamana kadar hep sigortasız, yani “kaçak” olarak İngilizce ğretmenliği yapan Ceyda, diğer yandan bazı yayınevlerinde editörlük ve eviri işleri de yapıyor. Bu ikinci işini daha çok benimsiyor ve daha çok yaptığını söylüyor.

Akıllı telefonların sıklıkla vurgulanan zararlı etkileri, gündelik hayatımızın köklü bir şekilde dönüşmesinin bir getirisi olarak düşünüldüğünde anlam kazanabilir. Gündelik hayatımızın dönüşümü göz önünde bulundurulduğunda, Ceyda'nın, akıllı telefonuyla ilişkisini anlatırken aktardıkları, ne ölçüde doğru ya da yanlış görünüm içerir? Yabancılaşma sorunu açısından konunun düğümlendiği yer burasıdır. Giriş bölümünde de belirtildiği gibi, bu konuyu yabancılaşma sorunu çerçevesinde ele alırken fayda-zarar veya bağımlılık-kontrol ikilemleri içerisinde tartışmanın bir anlamı olmadığı kanısındayım. Sorunu bu aletleri gereğinden fazla kullanmak olarak koyduğumuzda, yabancılaşma sorunu açısından kör bir noktaya savrulmak kaçınılmazdır. Sorunu, insana “dışsal” bir cihazla “bu kadar” hemhal olmak ve gerçek olmayan (örneğin sanal âlem) bir dünyada bu kadar çok zaman geçirmek olarak koyduğumuzda ontolojik açıdan yine bir çıkmaza gireriz. Yabancılaşma sorunu neyin gerekip neyin gerekmediğine dair bir tartışmaya ya da insanın nesnesiyle “gereksiz” ölçüde çok fazla zaman geçirmesine dair bir eleştiriye ya da sanallığın gerçekliğin yerini almasına dönük bir tespitler zincirine indirgenemez. Bunların her biri kimi durumlar ve ölçülerde ayrıca sorun olarak ele alınabilse de, yabancılaşma konusu açısından sorunun kendisi, en genel anlamda, insanların kendi yapıp ettiklerinin kendilerinin yapıp ettikleri dışında bir şeymiş gibi görünmesi ve onları kontrol eden bağımsız bir güce dönüşmesiye şayet, gereklilik-gereksizlik, bağımlılık-kontrol, fayda-zarar veya sanallık-gerçeklik gerilimleri üzerinden şekillenen gündelik tespitler, sorunun kısmi, yüzeysel ya da çarpık görünümüne odaklanmak anlamına gelir. İnsanın her zaman nesnesiyle beraber var olduğunu ve insanın doğayı *kendi için* yaparak kendini de yarattığını hatırlarsak, bu ilişkiye gereklilik-gereksizlik ya da fayda-zarar ikilemi içinde yaklaşmanın dışında bir şeyler söylemek gerekir.

Sorunun düğümlendiği yere doğru yol almalıyız. Değinen gündelik görünümünün her biri kendi içinde kendini yanlışlayan öğeler içerir. Örneğin, çoğu

durumda, akıllı telefonların faydalarından övgüyle bahsederiz. Ancak, fayda olarak anılan şeyin birden zarara, zarar olarak anılan şeyin birden faydaya dönüştüğünü de fark ederiz genellikle. Ankara İskitler’de bir ecza deposunda işçi olarak çalışan Soner (35), akıllı telefonların gündelik faydalarını anlatırken, bir aşamada birdenbire serzenişe dönüyor ve bu ikilemi gözler önüne seriyor:

Şimdi mesela şu bankacılık uygulaması, bir fatura yatırmak için ben koltuğumdan kalkmıyorum. Çok rahatlatı işimizi. Rahatlatı, ayrıyeten hani önceden kapalı bir kutu halindeydik. Öyle düşünüyorum ben, kapalı kutuydu, ama şimdi Face'e attığım bir fotoğrafı, atıyorum Almanya'daki bir akraban görüyor. Atıyorum, Çin'de tanıdığım, bir arkadaşın varsa bir arkadaşın görüyor. Hani seni biraz daha ne diyeyim, tanıtıyor. Daha önce mesela bildiğin numaraya mesaj atıyordun. Cep telefonu varsa mesela arıyordun. Sadece buydu. Daha çok sosyalleştik. Daha çok paylaşımda bulunuyoruz. Adam yediği kahvaltayı paylaşıyor! Mesela sen biliyorsun, bu arkadaş sabah menemen yapmış diyorsun. Her şeyi biliyoruz biz! (Soner’le yapılan görüşme, 16.10.2015).

Burada, yabancılaşma açısından sorun, gündelik angaryadan kurtulurken ya da Çin’deki arkadaşımızdan haber almaya çalışırken, diğer bir arkadaşımızın yediği menemeni görmekte midir? Tabii ki değil. Yabancılaşma ve akıllı telefonlar arasındaki ilişkinin gündelik görünümleri bambaşka biçimlerde kendini gösterir. Bu geçişkenlik istisnai olmaktan ziyade kural olacak kadar yaygındır ve gereklilik-gereksizlik, bağımlılık-kontrol ve sanallık-gerçeklik ikilemleri söz konusu olduğunda da geçerlidir.

Peki yabancılaşma sorununun gündelik görünümleri akıllı telefonlarda nasıl tespit edilebilir? Tabii ki akıllı telefon kullanıcılarının gündelik kullanım pratiklerine bakarak. Daha da önemlisi, kendini gizleyebildiği ölçüde doğallaştıran, zihinlerde olan ama zihinlerden kaynaklanmayan, kapitalist üretim ilişkilerinin bir sonucu olarak ortaya çıkan ve bilinçlerde yanılsamaya dönüşen fikirlerin izini akıllı telefonlarla erişilen dünyada sürerek. Bu yolla, çeşitli duygu durumlarının ve algıların yabancılaşmayla olan bağı ortaya konulabilir ve gündelik hayatta neden ve nasıl başka biçimlerde görüldüğü sorusu cevaplanabilir. Akıllı telefonlar söz konusu olduğu zaman, yabancılaşma sabah kalkar kalkmaz, henüz yataktan kalkmadan işin yolunu gözlerken, tuvalette dahi çeşitli sosyal medya uygulamalarında “hiçbir şey yapmadan” gezinirken, oturduğumuz yerden

fatura öderken, bütün bu en doğal ve en sıradan kullanım pratiklerinde hem görünür olur hem de kendini gizler. Ama yalnızca bu yetmez, bu görünümlerden öze doğru hareket eden bir yolu inşa ederek, öze ait olan ilişkinin neden kendini gizlediğini de açıklamak gerekir.

Peki insan akıllı telefonlarda sosyal medya uygulamalarında gezinirken, iş beklerken ya da fatura öderken kime veya neye yabancılaşır? Neden yabancılaşır? Akıllı telefonlar söz konusu olduğu zaman, yabancılaşma sabah kalkar kalkmaz, henüz yataktayken, işin yolunu gözlerken, tuvalette dahi çeşitli sosyal medya uygulamalarında “hiçbir şey yapmadan” gezinirken, oturduğumuz yerden fatura öderken, bütün bu en doğal ve en sıradan kullanım pratiklerinde görünür olan bir dizi ilişki biçimini alır ve kapitalist üretim ilişkilerini doğallaştırılan gündelik rutinler olarak karşımıza çıkar. Sıradaki başlıklarda bunlar somut olarak ortaya konulmaya çalışılacak.

Tüm bu ilişkiyi somut bir biçimde ortaya koymak için, bir başka ifadeyle, yabancılaşmanın gündelik hayattaki görünülerinden hareket edip ilişkideki öze doğru yol almak için ikili bir yol izlememiz gerekiyor. Bunlardan ilki, bir süreliğine akıllı telefon kullanıcılarının sıradan hayatlarından uzaklaşmayı gerektirirken, ikincisi ise doğrudan gündelik faaliyetlerimizden yola çıkmayı gerektiriyor. Ancak bunları mekanik bir tarzda birbirinden ayırmaktansa bir arada düşünmek ve yabancılaşmanın gündelik ve sıradan görünümleri ile kapitalist üretim tarzının bu görünümleri belirleme tarzıyla beraber incelemek gerekiyor. Elinizdeki bölümde böyle bir sunum yöntemi izlenecek.

3.1.1 Akıllı Telefonlarla Gündelik Hayat Nasıl Sömürleştirilir?



Gece yazıyoruz gündüz yazıyoruz bari sigortamızı yatırsa şu twitter. Günaydın.

[Translate from Turkish](#)

24/04/16 10:39

1 RETWEET 26 LIKES

Görsel 7: Anonimleştirilmiş bir tweet.

Günümüzdeki insanın gündelik hayatı metalarla kuşatılmıştır ve bu metalar yalnızca insana dışsal birtakım nesnelere değildir. Daha önce de ele alındığı gibi, emek gücünün kendisi de metalaşmadan azade değildir. Emek gücü sermayenin organik bir bileşenine ve piyasada alınıp satılan birer metaya dönüşür. İşçi, emek gücünü satarken görünürde özgürdür, piyasa koşullarına boyun eğerek ve bu şekilde hem çalışma zamanı hem de çalışma zamanı dışında kalan zamanı (“boş zaman”) metalaşır. Tüm bunlar gündelik hayatta nasıl gerçekleşir ve insanlar bunu nasıl deneyimler? Çalışmanın kapitalist biçimi ve akıllı telefonlarla eriştiğimiz sosyal medya ve onun göz kamaştırıcı dünyasının buluşması burada anlam kazanır. Akıllı telefonlar ve yabancılaşma arasındaki ilişki, ilk olarak, insanın tüm zamanının metalaştırılması gerçeğinde ortaya çıkar.

2017 yılında ilk defa *BoomSonar* ve *Marketing Türkiye*'nin ortaklaşa düzenlediği, *Doğan TV Holding*'e bağlı tüm iştiraklerin sponsorluğunda gerçekleştirilen “Social Media Awards Turkey” etkinliğinde⁵⁸ çeşitli dallarda sosyal medya ödülleri dağıtıldı. *Doğan TV Holding*'in ve birçok başka şirket temsilcisinin yer aldığı jüri, “Fikir Önderi Kampanyası”, “Online Reklam ve Viral Video”, “Gerçek Zamanlı Kampanya”, “Kurumsal Blog”, “Medya Satın Alma”, “Online-Offline Entegrasyonu”, “Veriden Esinlenen Sosyal Medya Kampanyası”, “En Başarılı YouTube Ünlüsü”, “En

⁵⁸ “Social Media Awards Turkey” <http://www.socialmediaawardsturkey.com/> (Erişim tarihi: 03.07.2017)

Başarılı Instagram Ünlüsü”, “En Başarılı Twitter Ünlüsü”, “En Başarılı Facebook Ünlüsü” ve “Sosyal Medyayı En İyi Kullanan Aktör” gibi farklı dallarda 140 ayrı altın, gümüş ve bronz ödül dağıttı. Ödüllerin, çeşitli şirket ve ünlü ismin sosyal medya performanslarına göre, daha çok yenilikçilik, verimlilik, reklam, kampanya ve entegrasyon gibi kategorilerde dağıtıldığı görülüyor.

Buradaki soru şudur: İnsanların çoğu zaman (pratik faydalarını da vurgulayarak) vakit kaybı veya tembellikle eş tuttuğu, insan ilişkilerini erozyona uğratan ve doğallığını ortadan kaldıran bir mecra olarak nitelediği ama kullanmaktan da kendini alamadığı sosyal medya, büyük burjuvazi için neden görkemli organizasyonlar eşliğinde ödüller verilecek kadar değerli bir mecra olarak görülmektedir? Bu sorunun cevabı, yukarıda belirtilen ikili yol takip edilerek verilebilir. Sosyal medya büyük burjuvazi için ya da bir başka ifadeyle, kapitalist üretim tarzı için neden önemlidir? Kapitalist üretim tarzının sosyal medyayla arasındaki sıcak ilişki, yabancılaşmış ilişkilerin gündelik görünümünü nasıl koşullandırmaktadır?

Gündelik algıda, genel olarak, izlerkitle ve medya arasındaki ilişki ideoloji tartışmaları çerçevesinde düşünülür ve kapitalist üretim tarzının bu ilişkiye kattığı yeni ve kritik boyutlar genelde göz ardı edilir. Tam olarak aynı olmasa da benzer bir durum iletişim literatürü için de geçerlidir. İletişim araştırmalarında medya organlarının tartışmalı konuları ve manipülatif yayınları, ideolojik veya yapısal yanlılık sorunları üzerine kayda değer bir literatürün oluştuğu muhakkak. Fakat, geçtiğimiz yüzyılın sonlarına dek, kapitalist üretim tarzı ve medya arasındaki ilişkinin kapsamlı bir şekilde ele alındığını söylemek ise zor. Bu fikrin esas savunucusu olan ve söz konusu eksikliği “Batı Marksizminin kör noktası” olarak niteleyen Dallas W. Smythe, *izleyici emeği* ve *izleyici metası* kavramlarıyla Marksist literatürde ayrıksı bir yerde konumlanarak, kapitalist üretim tarzı ve kitle medyası arasındaki ilişkiyi ele alan yaklaşımlara önemli bir katkı yaptı (Smythe, 1977). Smythe’in sözü edilen katkısı bugün özellikle sosyal

medya ve yabancılaşma arasındaki ilişkiyi anlamamıza da olanak veriyor. Fikrini çok daha erken zamanlardan beri olgunlaştırmaya çalışan Smythe (1951), kitle iletişim araçlarının gerçek ürününün ne olduğu sorusuyla ve bunun doğasıyla ilgilenmiştir. Kısaca özetlemek gerekirse, ona göre, kitle medyasının esas ürünü son derece somut bir ürün olan izlerkitle gücüdür (sanılanın aksine izlerkitlenin kendisi değil) ve izlerkitle için görünüşte bedava olan kitle medyasının çalışma prensibi, izleyicinin üretici etkinliğine, sömürülmesine ve metalaşmasına dayanır (2006: 233). Bu şekilde işleyen kitle iletişimi aslında bedava değildir, izlerkitle metalaşır ve daha da önemlisi, üretimin kapitalist tarzının devamlılığı kitle iletişimi aracılığıyla sağlanır.

Bütün bunlar nasıl gerçekleşir? Örneğin televizyon karşısında hiçbir şey yapmadan oturan insanlar ne üretirler, nasıl metalaşırlar ve nasıl sömürülürler? Görünüşte kapitalist üretim ilişkileri çerçevesinde üretken bir faaliyette bulunmayan radyo dinleyicileri, televizyon izleyicileri veya gazete okurları, sözde bedava olan bu iletişim etkinliğinde (gazetelere cüzi miktarda ücret ödense de) esasında üretici bir faaliyet içindeler, kapitalistler tarafından sömürülürler ve metalaşırlar, meta olarak satılırlar.

Sondan başlarsak, izlerkitle nasıl metalaşır? Reklamcılar medya organlarına belirli bir zamanda, tahmini bir izlerkitleye ulaşmak için ücret öderler ve medya organları da reklamcılara o belirli zamandaki tahmini izlerkitleyi satarlar. Bu ilişkide dolaşımda olan ve el değiştiren şey izlerkitlenin kendisidir. Dolayısıyla, örneğin televizyon karşısında hiçbir şey yapmadan oturan insanlar birer meta olarak alınıp satılmış olurlar. İzlerkitle, her ne kadar tahmini de olsa, çeşitli araştırma şirketleri izlerkitlenin demografik özelliklerini belirleyebilmek için çalışırlar. Reklamcılığın ve demografik araştırmaların maddi büyüklüğü, “hiçbir şey yapmadan” oturan izlerkitlenin ne kadar büyük bir metaya dönüştüğü hakkında fikir verir (1977: 4). Bu faaliyet talebi oluşturur, yönlendirir ve eğilimleri tahmin ederken kitle medyasının “bedava” olduğuna

dair gündelik sanı çöker. Kitle medyası, üretim-tüketim tekerini döndürebildiği ölçüde ve reklamlar kapitalistlere “kâr” olarak döndüğü ölçüde “bedava” olarak sunulur.

Kitle medyası izlerkitleyi metalaştırırken, izlerkitle ne üretir? Tam da yukarıda özetlenen ilişkiden dolayı izlerkitleler üretici bir faaliyet içindedir. Smythe’ın teorisinin gücü şu tespitten kaynaklanır (2006: 249-251): Kapitalist üretim tarzı toplumun kılcal damarlarına ne kadar hükmederse, “boş zaman” o kadar çalışma zamanına dönüşür. Hayatlarını sürdürmek için çalışmak zorunda olmayan çok küçük bir azınlık dışında, insanlar, ücretli çalışma zamanı dışında kalan zamanda, yani “boş zaman” olarak adlandırılan zamanda ve uykularında, kendilerini, yani emek güçlerini yeniden üretirler. Emek gücünün evde yeniden üretimi başlı başına üretici bir etkinliktir. Aksi takdirde “ev içi emek” nasıl üretici bir etkinlik olabilirdi ki?

Kapitalizmin giderek daha çok gelişmesi bu etkinliğe yeni bir boyut kazandırdı. Kitleselel üretimin henüz yaygınlaşmadığı zamanlarda, insanlar, temel ihtiyaçlarını kendileri karşılayabiliyorlarken (örneğin, kendi ekmeklerini yapabiliyor ve kıyafetlerini dikebiliyorlarken), kitleselel üretimle beraber insanlar tüm yaşamsal ihtiyaçlarını piyasada erişilen metaları satın alarak karşılamaya başladılar. Üreticilerin kendi emek güçlerini yeniden üretme faaliyeti, metaları tüketme faaliyetiyle eşleşmiştir artık. Emek gücünün yeniden üretilmesinin bu biçiminde, çalışma zamanının karşılığı ödenmediği gibi, bu etkinlik, gündelik algıda ev içi emekte olduğu gibi, “çalışma” olarak bile görülmez. Dolayısıyla, insanlar, “boş zaman”larında tüketim için gerekli pazarlamanın muhatabı olurlar, reklamlar aracılığıyla üreticilere kendi ürettikleri ürünler pazarlanır ve üretim-tüketim döngüsünün devamlılığı bu şekilde sağlanır.

Tüm bunlar olurken, insanlar hem izlerkitle olarak hem ücretli çalışan olarak hem televizyon başında “hiçbir şey yapmadan” otururken hem de emek güçlerini yeniden üretirlerken sömürülürler. Bu açıklama, kapitalist üretim tarzının, ücretli çalışma zamanı dışında kalan ama emek gücünün yeniden üretildiği “boş zaman”ı dahi

nasıl sömürgeleştirdiğini ortaya koyar. Bu sömürü ilişkisinde kitle medyası en merkezi öge konumundadır. Bu sömürü ilişkisi dolaylı olduğu kadar gerçektir, “doğal” görüldüğü kadar mitlere dayalıdır (“boş zaman” ve “bedava” mitleri yaratır), basit görüldüğü kadar karmaşıktır ve gündelik hayatın kılcal damarlarına her yönüyle sinmiştir, televizyon izlerken, radyo dinlerken, gazete okurken gerçekleşir.

Gündelik hayatın bu şekilde dönüşümü kapitalist üretim tarzındaki daha önemli bir dönüşümden kaynaklandı: üretim ve tüketim arasındaki ayrımın giderek muğlaklaşması. De Certeau'nün “tüketim olarak nitelenen üretim” hakkında söyledikleri bu süreci tanımlar: “Bu üretim, kurnazdır, dağımıktır ancak her yere sızar, sessizdir ve neredeyse görünmezdir, çünkü bu üretim kendini, kendisine ait ürünlerle belli etmez; kendini egemen ekonomik düzen tarafından dayatılan ürünleri *kullanma biçimleriyle* ortaya koyar” (2009: 45).

Üretimin kullanma biçimiyle gerçekleşmesi, “tüketirken üreten” insanlar olgusunun ortaya çıkışı anlamına gelir. Bu da yeni bir kavramsallaştırma ihtiyacını ortaya çıkarır. İnsanlar tükettikleri kadar üretiyorlarsa, artık onları yalnızca tüketicisi olarak görmek ve bu şekilde nitelenmek yeterli olamaz. Üretici ve tüketicisi kavramlarının birleşimiyle oluşturulan *üretketicisi* terimi (İngilizce *producer* ve *consumer* kelimelerinin birleştirilmesiyle oluşturulan *prosumer*'un karşılığı olarak) bu ihtiyacı karşıladı. 1980'de ilk olarak Alvin Toffler tarafından kullanılan üretketicisi kavramı (Ritzer ve Jurgenson, 2010: 17), düşünürün kendine özgü iyimserliğinden farklı olarak, bugün, “işin dışı kaynak kullanımı yoluyla ödeme yapılmaksızın çalışan kullanıcılara ve tüketicilere yaptırılması”nı ifade ediyor (Fuchs, 2015: 151). “Bu şekilde şirketler, yatırım ve emek maliyetlerini düşürür, işler yok edilir ve ücretsiz çalışan tüketiciler aşırı derecede sömürülür. Ücret ödemeyen şirketler tarafından el konulan ve kâra çevrilen artı değeri bu tüketiciler üretir” (2015: 151).

Üretim ve tüketim pratikleri arasındaki sınırların bu biçimde muğlaklaşması, bu iki ve birbirinden bağımsızmış gibi görünen süreci bir arada düşünmenin önemini gündeme getirdi. Daha da önemlisi, bu eğilim yalnızca medya söz konusu olduğunda karşımıza çıkmaz. Pek çok fast-food restoranında, benzin istasyonunda (Türkiye’de henüz yaygınlaşmasa da), ATM’lerde, internet bankacılığı hizmetlerinde, süper marketlerdeki kasiyersiz kasalarda, *online check-in* ya da hizmet *kiosk*’larında ve hatta mobilya ve ev dekorasyonu mal ve hizmetlerinin teminindeki pek çok iş artık tüketiciler tarafından yapılıyor (Ritzer ve Jurgenson, 2010: 18-19). Bu eğilim, giderek bilgisayarlı sistemlere daha uyumlu hale gelen üretim ve tüketim biçiminin, bir başka ifadeyle, esnek birikim rejiminin en önemli özelliklerinden biridir. Kapitalizmin bu aşamasında çalışma zamanı ile “boş zaman”ı ayırmak artık mümkün değildir (De Certeau, 2009: 103).

Smythe’in yukarıda özetlenen fikirleri geleneksel kitle medyasını temel alsada iletişim günümüzdeki yeni biçimlerine ve bireyselleşmenin ön plana çıktığı yeni iletişim ortamında daha da önemli bir hale geldi. Yeni medyanın geleneksel medyanın sınırlılıklarını aşan yapısı gündelik hayatın sömürgeleştirilmesinin boyutlarını daha da arttırdı. Üretici ve tüketici arasındaki ayırımın nesnel olarak en çok muğlaklaştığı alanların başında ise sosyal medya geliyor. Günümüzün yeni medyasının en önemli iki özelliği olan *kişiselleştirme* ve *her an her yerde bağlanabilirlik* (Manzerolle ve Kjoson, 2014: 220), güncel birikim düzeninin “esnekleşme” eğilimleriyle bir arada düşünüldüğünde, sosyal medya aracılığıyla gündelik hayatın sömürgeleşmesinin sınırlarının nerelere kadar “esnetilebildiği” daha da belirgin bir resim olarak karşımıza çıkıyor.

Smythe’in izleyici emeği teorisini sosyal medyayla beraber düşünürsek, kullanıcıların kolektif olarak içerik üretebilmesini vurgulayan *Web 2.0*’la beraber “izleyici emeği”nin yerini ne aldı? Yeni medyanın ortaya çıkışı ve akıllı telefonların

ayrılmaz bir parçamız haline gelişi “boş zaman” ve gündelik hayatın sömürgeleşmesini hangi biçimlerde etkiledi?

Birinci sorunun cevabı kısa: Kitle medyasının kişiselleştirilememesi ve mekâna bağlılığı gibi birçok sınırlılığı akıllı telefonlar ve diğer mobil bilgisayarlarla aşılrken, izleyici emeğinin yerini sosyal medya kullanıcısının emeği aldı. Kullanıcılar içerik ve hizmetlerin esas üreticisi konumundalar artık (Castells, Fernandez-Ardevol, Qiu ve Sey, 2004: 244-245). Bugün, ticari olsun olmasın, sosyal medyayı da içine alan, bilinen *Web 2.0* hizmetlerinin hemen hemen hepsinde mevcut içeriğin tamamı ya da önemli bir kısmı kullanıcılar tarafından oluşturuluyor: *Wikipedia* ve *blog*'lar gibi içerik paylaşan siteler, *Linux* gibi ücretsiz, işbirliği içinde kurulmuş, açık kaynaklı bir işletim sistemi ya da *Mozilla Firefox* gibi diğer açık kaynaklı yazılım uygulamaları, *E-bay* ve *Ali Baba* gibi üretici ve tüketicileri buluşturan siteler, *Twitter*, *Facebook* ve *Instagram* gibi sosyal ağ hizmetleri, *Swarm* ve *Foursquare* gibi yerel arama-keşif uygulamaları, *You Tube* ve *Flickr* gibi video ve fotoğraf paylaşım siteleri mevcut içeriklerini önemli bir çoğunluğunu kullanıcıların katkılarıyla oluşturuyor. *Google Maps* gibi birçok yer-yön bulma hizmeti ise kullanıcıların çeşitli içerikler ekleyebildiği ve mevcut hataları düzeltebildiği hizmetler olarak yine önemli ölçülerde kullanıcıların emeklerine dayanıyor (Ritzer ve Jurgenson, 2010: 19-20).

Bu hizmetlerin ticarileşmesi, içeriği kullanıcılar tarafından oluşturulan uygulama ve *web* sitelerini oldukça kârlı bir sektör haline getiriyor. *Web 2.0* içeriklerinin ticarileşmesinin işleyişinde kitle medyasındakinden bazı farklılıklar görülse de özü itibariyle çok da farklı olduğu söylenemez. Kullanıcıların ortak emeğine dayalı bu alan ticari kaygılarla yönetildiği müddetçe kullanıcılar metalaştırılır ve onların ortak emeklerinin sömürülmesi kaçınılmazdır:

Facebook ve *Twitter* gibi internet platformları, iletişim araçlarına erişimi, erişim ve içeriği bir meta olarak satmaksızın sağlar, ama yine de *meta biçiminin* dışında durmaz, bunun yerine *kullanıcıların verilerini metalaştırır*. Verilerin metalaştırılması karşılığında *Facebook* ve *Twitter*,

kullanıcılarına iletişim araçları sağlar. Bu araçlar, kullanıcıların kişisel verilere erişim ve bu verileri metalaştırma imkânını şirketlere bağışlanması karşılığında sağlanan aynı yardım olarak değerlendirilebilir (Fuchs, 2015: 136, vurgu bana ait).

Burada, Smythe'in kuramsal zeminine dayanarak günümüzün internet dünyasını ele alan çalışmalara karşı savunulabilecek ve "gündelik" yanlısamlara dayanan olası bir itirazı değerlendirmek gerekiyor. Şüphesiz bu sava karşı pek çok eleştiri getirilebilir. Örneğin, kitle medyası söz konusu olduğunda izleyicilerin değil onların zamanlarının metalaştırıldığını savunan Jhally ve Livant'a göre (1986) izleyicilerin ücretleri televizyon programlarıdır. Bu noktada Fuchs'un itirazı oldukça haklıdır: "Burada ortaya çıkan soru ise temel yapısı para ve sermaye olan toplumda izleme zamanının bir ücret eşdeğeri sayılıp sayılmayacağıdır. (...) Televizyon izleyerek yaşayamazsınız, bu yüzden televizyon izlemek, ücretin eşdeğeri değildir" (2015: 136).⁵⁹ Benzer şekilde, sosyal medya kullanıcısının üretken bir faaliyet içinde olmadığı da savunulabilir. Tıpkı izlerkitlenin reklamlar yoluyla alınıp satılırken karşılığında kitle medyasının ürünlerini (programlar, diziler, filmler vb.) "bedava" tüketme şansı yakalaması gibi, sosyal medya kullanıcıları da kişisel verilerini bu uygulamalarla paylaşarak onları "bedava" kullanma şansına sahip olurlar. Dolayısıyla bu ilişkide ne bir kullanıcı üretkenliği ne de bir sömürü söz konusudur. İnsanlar *Facebook*'a kullanıcı bilgilerini verirler, karşılığında arkadaşlarıyla ilişki içinde olabilecekleri ücretsiz bir hizmetten faydalanırlar.⁶⁰

Bu bakış, görünümlele yetinildiğinde son derece akla yatkın görünür. Ancak bu eleştirideki sorun daha en başta, iletişim araçlarının ve içeriğinin alınıp satılabilen meta formundan başka bir şey olarak görül(e)mediği anda başlıyor. Sosyal medya hizmetinin ücretin bir eşi olamayacağı gerçeği bir yana, iletişim araçları ve ürünleri neden

⁵⁹ Bu bakışa getirilen eleştiriler ve tartışmalar için Fuchs'un adı geçen çalışmasına bakılabilir.

⁶⁰ Bir diğer argümanı ise Rey savunur (2012): Her ne kadar sosyal medyadaki üretim ve sömürü mesai saatlerinin sınırlarını aşmış 7 gün 24 saat gerçekleşiyor olsa da, sosyal medya kullanıcısının yabancılaştığını söylemek zordur. Çünkü ortada, klasik iş ve fabrikalarda olduğu gibi, ne bir zorlama ne de aşırı bir çalışma söz konusudur. Kullanıcıların bu gönüllü üretim sürecinde sömürülmeleri sosyal medyanın kullanım değerinden faydalanmadıkları anlamına gelmez. Rey'in bu bakışındaki en temel sorunun, yabancılaşmayı zorunlu çalışmaya indirgenmesinde olduğu açık.

metalaşmak zorundadır? İnsanlar neden iletişim gibi yaşamsal önemdeki bir ihtiyacı karşılamak için kişisel bilgilerini “satmak” zorunda kalırlar? Tüm bunlar işin doğasında mı vardır yoksa bu durum tarihsel bir ilişki biçiminin sonucu mudur?

Burada yabancılaşma, iletişim etkinliğini *meta biçimi* dışında tahayyül edememek olarak kendini gösteriyor. Zira, bir önceki bölümde de değinildiği gibi, internetin ticarileşmesi, doğal bir süreç olmaktan ziyade, yapısı gereği ticarileşmeye pek de uygun olmayan bu mecranın özenle bu yola sokulmasıyla mümkün oldu. Kamusal hizmet anlayışıyla geliştirilmeye oldukça müsait bir iletişim olanağı olarak internet, birikim rejimine dahil edilerek şirketlerin ticari faaliyetlerinin pazarlama nesnesi ve altyapısına dönüştürülerek metalaştırıldı. İnternet hizmetleri “hava ve su kadar bol” olabilecekken, piyasa koşullarında yaratılan “kıtık” sonucunda, paketlenip satın alınabilecek metalara dönüştürüldü (Foster ve McChasney, 2011: 87-88).

İletişimin kendisi sermayenin bir icadı olmadığı için, internet hizmetlerinin “doğal” olarak meta formunda olması gerekmez. Aksini düşünmek sermayenin düşünsel sınırları içinde kalmanın bir ifadesi olabilir, ancak. İnternetin, çift yönlü iletişim biçimlerinin ve bireyselleşmeye uygun yeni iletişim biçimlerinin metalaşması onların “doğal” bir özelliği değildir. Biliyoruz ki, “iletişim araçları, hayatta kalma araçlarının bir parçasıdır. İletişim araçları, kamusal ya da müşterek mallar olarak organize edilirse, para biçiminden kurtulabilir ve insanlar bu araçlara erişmek için para ödemek zorunda kalmaz” (2015: 136). Nitekim yukarıda, metalaşmanın karşısında alternatif iletişim olanakları sunan çeşitli *Web 2.0* hizmetlerinin var olduğunu gördük. İlişki gündelik hayatta kapitalist üretim tarzının ihtiyaçlarına cevap verecek bir şekilde kurulduğunda, zihinlerdeki yansıması bir yanılsamadan ibaret olur ve çeşitli kişisel verilerin metalaştırıldığı bir sosyal medya platformunun bedava olduğu yanılgısı oluşur. Bu yanılgı gündelik hayatın basit bir gerçeği gibi görünürken, görünenin altındaki gerçek ilişki bize farklı bir resim sunar.

Bu resme farklı bir açıdan daha bakabiliriz. “Bedava” olan sosyal medya alanında sermaye birikimi o kadar büyük boyutlara ulaşmıştır ki dünya çapında en çok kullanılan 10 sosyal medya sitesini kullanıcı sayılarına göre sıralayıp gelirlerine göz atarsak şöyle bir tabloyla karşılaşırız (Toprak ve diğerleri, 2014: 31):⁶¹

Sosyal Medya Siteleri	Kullanıcı Sayıları	Toplam Gelir
Facebook	2,000,000,000'dan fazla ⁶²	27,638,000,000 ABD Doları, (2016 yılı için) ⁶³
Twitter	645,750,000	2,520,000,000 ABD Doları, (2016 yılı için) ⁶⁴
Instagram	300,000,000	2012'de <i>Facebook</i> tarafından 1,000,000,000 ABD Doları karşılığında satın alındı ⁶⁵
Tumblr	226,950,000	13,000,000 ABD Doları, (2012 yılı için) ⁶⁶
Linkedin	200,000,000	3,000,000,000 ABD Doları, (2015 yılı için) ⁶⁷
Foursquare	55,000,000 ⁶⁸	Yaklaşık 760,000,000 ABD Doları (2013 yılı için) ⁶⁹
Tinder	50,000,000 ⁷⁰	-
Academia.edu	47,000,000 ⁷¹	-
Flickr	32,000,000	-
Last.fm	30,000,000	2007'de CBS Interactive tarafından 280,000,000 ABD Doları karşılığında satın alındı. ⁷²

Tablo 1: En çok kullanılan sosyal medya siteleri ve toplam gelirleri.

⁶¹ Bu tablo dünya çapında en çok kullanılan sosyal medya sitelerinin Türkiye'deki kullanım yaygınlığı göz önünde bulundurularak oluşturuldu. Özellikle Uzakdoğu'da oldukça yaygın bir şekilde kullanılan kimi sosyal medya siteleri (örneğin Bebo 117,000,000, BlackPlanet 20,000,000, Classmates.com 50,000,000, Douban 46,850,000, Friendster 90,000,000, Habbo 268,000,000 ve Hi5 80,000,000 kullanıcıya sahip) Türkiye'de çok az oranlarda kullanıldığı için tabloya dahil edilmedi.

Tabloda verilen kullanıcı sayıları https://en.wikipedia.org/wiki/list_of_social_networking_websites adresindeki bilgilere dayanılarak oluşturuldu (Erişim tarihi: 13.07.2017) ve farklı kaynaklardaki daha güncel veriler bir araya getirildi.

⁶² “List of virtual communities with more than 100 million active users” https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_virtual_communities_with_more_than_100_million_active_users (Erişim tarihi: 13.07.2017).

⁶³ “Facebook”, <http://en.wikipedia.org/wiki/Facebook> (Erişim tarihi: 13.07.2017).

⁶⁴ “Twitter”, <http://en.wikipedia.org/wiki/Twitter> (Erişim tarihi: 13.07.2017).

⁶⁵ “Facebook buys Instagram photo sharing network for \$1bn” <http://www.bbc.com/news/technology-17658264> (Erişim tarihi: 13.07.2017).

⁶⁶ “Tumblr”, <http://en.wikipedia.org/wiki/Tumblr> (Erişim tarihi: 13.07.2017).

⁶⁷ “LinkedIn”, <http://en.wikipedia.org/wiki/LinkedIn> (Erişim tarihi: 13.07.2017).

⁶⁸ “Foursquare CEO: Business Revenue Grew 170% in 2015”

<https://www.bloomberg.com/news/videos/2016-01-20/foursquare-ceo-business-revenue-grew-170-in-2015> (Erişim tarihi: 13.07.2017).

⁶⁹ “Foursquare on the way to Profitability”, <http://www.sramanamitra.com/2017/04/12/foursquare-on-the-way-to-profitability/> (Erişim tarihi: 13.07.2017).

⁷⁰ “Tinder swipes right on monetization” <https://www.cnn.com/2015/03/02/-monetization.html> (Erişim tarihi: 29.09.2017).

⁷¹ “Academia.edu”, <http://en.wikipedia.org/wiki/Academia.edu> (Erişim tarihi: 13.07.2017).

⁷² “Last.fm”, <http://en.wikipedia.org/wiki/Last.fm> (Erişim tarihi: 13.07.2017).

Gündelik hayatın medya araçlarıyla sömürgeleşmesi ya da “boş zaman”ın bu yolla çalışma zamanına dönüşmesinin kapitalist üretim tarzının yıllar içindeki gelişiminin bir parçası olarak ortaya çıktığı açık. Özellikle sosyal medyanın gündelik hayatın sömürgeleştirilmesi sürecinde yeni ve önemli bir birikim alanına dönüştüğü ve “bedava” görünümünü pekiştirerek sürdüğü görülüyor.

Esasen bu durum, Adorno’nun “boş zaman” ve çalışma arasındaki ilişkiyi eğlence ekseninde ele alırken yaptığı tespitin daha da derinleşmesinden ve boyutlanmasından başka bir şey değil:

Eğlence, geç kapitalizm koşullarında çalışmanın uzantısıdır. Mekanikleştirilmiş emek süreciyle yeniden baş edebilmek için ondan kaçmak isteyen kimselerin aradığı bir şeydir. Ama aynı zamanda mekanikleştirme, boş zamanı olan kimseler ve onların mutluluğu öyle bir güce sahiptir ki, eğlence metalarının üretimini temelde belirleyerek bu kimselere boş zamanlarında emek süreçlerinin kopyasından başka bir şey yaşatmaz (2009: 68).

Gündelik hayatın bu biçimde sömürgeleşmesi, bir önceki bölümde vurgulandığı gibi, kapitalizmin zaman ve mekândaki artan örgütlenme kapasitesinin önemli bir bileşeni olarak görülmelidir. Kitle medyasıyla yaratılan ve yönlendirilen kitlesel tüketim olgusu ve tüketim toplumu, esnekleşme politikalarıyla beraber dönüşüm geçirirken, yeni medya ve akıllı telefonların üzerinde yükseldiği birikim zemini de netleşmiş olur. Kitle medyasındaki eğlencenin yanında, sosyal ilişkiler de akıllı telefonlar aracılığıyla sermaye birikimine dahil edilir. Bütün bu ilişkiler gündelik hayatta hiç de bu biçimde görünmezken, sömürünün sınırları insanların tüm “boş zaman”ını ve sosyal ilişkilerini de içine alacak biçimde genişler.

“Kaçak” İngilizce öğretmeni Ceyda, evde “boş boş otururken” aslında hiç de boş boş oturmaz. Gündelik rutin içinde hiç öyle görünmese de onun hayatındaki bu “anlamsız” etkinlik, kapitalist sömürünün katmerlenmesinin yansımasından başka bir şey değildir. Ceyda ne kadar çok *anlamsız etkinlik* içinde olursa, sermaye o kadar *anlam kazanır*, o kadar hızlı bir biçimde değerlendirilir. Sosyal medya üretketicileri, sosyal medyada *hiçbir şey yapmadan* ne kadar çok gezinirse, yukarıdaki tabloda görünür olan

sermaye birikimi için *o kadar çok çalışıyor* olurlar. Demek oluyor ki, yabancılaşma, emek sömürüsüne dayalı gerçek ilişkilerin “bedava” gibi mitler altında görünmezlik kazanmasıyla da ortaya çıkar.

3.1.2 İşin “Boş Zaman”ı İşgali ve Akıllı Telefonun İş Aracına Dönüşmesi

Kapitalist üretim tarzının “boş zaman”ı akıllı telefonlar ve diğer yeni medya araçlarıyla sömürgeleştirmesinin birçok biçimi ve bu yolla gündelik hayat rutinini dönüştüren birçok sonucu vardır. Ücretli işin mesai dışına taşınmasının hiç olmadığı kadar yaygınlaşması yeni kapitalist çalışma biçiminin gündelik hayatımızdaki ilk getirilerinden biri olarak ele alınabilir. Bu yeni biçim, kapitalizmin tarihinde her zaman var olan “ev odaklı üretim”den farklıdır. Yeni medya araçlarının gelişimi ev odaklı çalışma biçimlerini hiç olmadığı kadar yaygınlaştırırken, diğer bir yandan, işyerindeki ücretli işin eve ve “boş zaman”a sarkması da hiç olmadığı kadar kolaylaşıyor.

Ankara’da çokuluslu bir şirkette elektrik mühendisi olarak çalışan İlker’in (33) anlattıkları işin “boş zaman”ı sarkışının hangi boyutlara varabileceği hakkında fikir veriyor. İş için sık sık yurtiçi seyahatlere çıkan İlker, hem bu uzak gezilerde hem de akşamları evde ya da herhangi bir yerde, iş yerindeki bilgisayara *Teamviewer* isimli program aracılığıyla yanında taşıdığı kişisel bilgisayarından ulaşabiliyor. *Teamviewer* kendini “en geniş platformlar ve teknolojiler üzerinden, dünyanın her yerindeki insanları, mekânları ve nesnelere bir araya getirir”⁷³ diye tanımlarken tam da sözü edilen bu işlevi, insanları, mekânları ve nesnelere iş üzerinde buluşturuyor: “*Windows, Macos, Linux, Chrome OS, IOS, Android, Evrensel Windows Platformu ve Blackberry*’i destekleyen değişik platformlar arası bilgisayardan bilgisayara, mobilden bilgisayara, bilgisayardan mobile ve hatta mobilden mobile bağlantılar” kuran *Teamviewer* kişisel bilgisayarlar ve mobil cihazların entegrasyonunda kullanılabilen bir çalışma biçimi sunuyor.

⁷³ <https://www.teamviewer.com/tr/> (Erişim Tarihi: 05.07.2017).

Bu buluşma ve entegrasyonun herhangi bir zaman ve mekân sınırlılığı olmadığı için ve hatta tam da zaman ve mekân sınırlılıklarını aşmayı amaçladığı için mesai ve “boş zaman” arasındaki sınırlar hiç olmadığı kadar muğlaklaşıyor. İlker her ne kadar mesai dışında *Teamviewer*'i özellikle kullanmadığını ve hatta kendi bilgisayarında daha çok edebi yazılar yazdığını belirtse de işyeriyle arasında bu tip bir iletişim yolu her halükârda kurulmuş oluyor. Öte yandan, şirketin çalışanlara temin ettiği akıllı telefonu mesai saatleri dışında kapatıp, gelen aramaları kendi kişisel telefonuna yönlendirerek kullanırken, yine benzer bir taktikle, “*e-mail list'i*” kontrol etmediğini ve gelen aramaları eğer tanımıyorsa cevaplamadığını belirterek, işin “boş zaman”a sarkışının önüne geçmeye çalıştığını anlatıyor. Ama bu konuda bu kadar rahat olabildiğini ise “başım da bir patron yok” diyerek açıklıyor: “Müdürüm var ama o da İstanbul'da bir adam, o da çalışan. Hani genel müdürüm de çalışan” (İlker'le yapılan görüşme, 20.08.2015).

Tabii herkes İlker kadar şanslı değil. Ankara'da eğitim alanında danışmanlık hizmeti veren küçük bir şirkette çalışan Yeşim ise mesai dışında hem patronu hem de müşterileriyle kesintisiz bir şekilde irtibatta kalmak zorunda ve bu amaçla şirket kendisine bir akıllı telefon sağlamış. O da tıpkı İlker gibi, biri iş için diğeri kişisel olmak üzere, iki akıllı telefon kullanıyor. Ama şirket telefonu bozulunca yaşadığı sorunu şu sözlerle ifade ediyor: “En acil olan şeyim, hocalarla *mail*'leşmek, telefonda konuşmak. Patronum çok azarlamaya başladı işte, telefonun kesinlikle kapalı olmayacak, işte acil bir durum olabilir falan. Olabiliyor bizim işlerde maalesef. Onun için o demişti zaten gerekirse sana yeni bir telefon alalım diye” (Yeşim'le yapılan görüşme, 12.08.2015).

Ankara Ostim'de hidrolik pompa bakım ve onarım işi yapan Ercan (53) için de akıllı telefonu bir iş aracı konumunda. İş nedeniyle sık sık yurt içi hatta yurt dışı gezilerine giden Ercan, akıllı telefonların birçok fonksiyonundan yararlanıyor. En başta,

Whatsapp üzerinden kendisine gönderilen fotoğraftan cihazın barkodunu okuyarak model bilgisine kısa yoldan ulaşıyor ve yola ona göre çıkıyor. Gidecekleri ücra yeri ararlarken harita ve konum bulma özelliklerini kullanmalarını da diğer bir önemli iş için kullanım pratiği olarak görülmelidir.

Gazetecilik belli ölçülerde doğası gereği mesai saatlerinin belirsizliğine en yakın meslek grupları içindedir. Tatil ve iş günü düzenlemeleri diğer meslek gruplarından yasal olarak da farklıdır.⁷⁴ Buna rağmen, akıllı telefonların gazetecilik sektöründe mesai ve “boş zaman” arasındaki muğlaklığı daha da artırdığı bir gerçek. Hükümete yakın ulusal bir haber kanalının Başbakanlık ve Dışişleri Bakanlığı’ndan sorumlu diplomasi muhabiri Nazan’la (33) yeni medyanın gazetecilerin çalışma rutinlerine yaptığı etkiyi kendi gözlemleri üzerinden konuştuk. Kurumun kendisine tahsis ettiği *Samsung* akıllı telefonu kendi *iPad*’iyle uyumlu olmadığı için kullanmak istemeyen Nazan, kişisel telefonu olan *iPhone 6 Plus*’ı kullanıyor, bu nedenle, kurumun kendisine verdiği, modelini bile hatırlamadığı akıllı telefonu hemen hemen hiç kullanmıyor ve tüm haber kaynaklarına kişisel cep telefonu numarasını veriyor. Nazan, bu yolla, iş ve kişisel cep telefonunu birleştirerek işin “boş zaman” a sarkışını bir ölçüde daha da artırmış oluyor. Tüm çalışma rutini gazeteciliğin kendi temposuyla devam ederken, akıllı telefonlar ve uygulamalarıyla olan ilişkisini ve bu tempoya kattığı yeni boyutları şu şekilde anlatıyor: “Gözümü açar açmaz *e-mail*’lerime bakarım. Sürekli *e-mail*’lerim açık ve onları (akıllı telefonun) ekranına sürekli yansıyacak şekilde ayarladım. *Whatsapp*’ı kullanıyorum ikinci olarak. Çünkü şirkette bir haber ağımız var. Diğer muhabirler ve editörlerle bir grubumuz var, haber akışı sürekli var, sevk ve idareyi oradan yapıyoruz (Nazan’la yapılan görüşme, 07.09.2015).

⁷⁴ Detaylı bilgi için Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı’nın “Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Kanun İle İlgili Sıkça Sorulan Sorular” başlıklı bilgilendirmesine bakabilir <https://www.csgeb.gov.tr/home/contents/faq/basin/>

Gündemden genel olarak haberdar olmak için Twitter'ı kullanan Nazan yurt dışında görevde olduğunda ise *Skype* üzerinden haber bürosuna bağlandığını anlatıyor. Hafta sonları ve tatildeki durumu ise şöyle anlatıyor:

Sürekli iş takibindeyim. Başbakanlıktan bir *e-mail* geldiyse onu mutlaka iletirim izinliyken bile, gece 1-2 fark etmez. Yeni bir *e-mail* geldiyse hemen ekranıma düşer, söylediğim gibi, önemlilere işaretliyorum takip etmekle sorumlu olduğum alanları. Anında haber merkezine iletıyorum. Bir anlamda gazeteciliğin doğası bu. Gece gündüz sürekli takip etmek zorundasınız ve söylediğim gibi, Dışişleri Bakanlığı'nı izliyorum ben, eğer bir açıklama yapıldıysa bir operasyon varsa, bir şey varsa ve bana not iletiliyorsa, o ekranlara yansıyan son dakika bana gelen nottan iletiliyor. O yüzden onu göz ardı etmem mümkün değil. (...) Elbette sıkıntılı bir durum da gazeteciliği kabul ettiğiniz zaman bunları da kabul ederek mesleğe başlıyorsunuz. Baştan kabullenilmiş bir şey. Üst kademelerdeki yöneticiler nazarında bunları yaptığınızda ekstra bir şey yapıyor gibi görünmezsiniz. Zaten bu işin bir parçası, beklenen bir şey... (Dingdong!) Mesela şu an CHP muhabiri bir arkadaşım bir not ilettiler (Nazan'la yapılan görüşme, 07.09.2015).

Kanalın Ankara bürosunda yer alan tüm temsilciler, amirler, haber editörleri ve muhabirlerin olduğu *Whatsapp* grupları ise her daim açık:

Gece gündüz o gruplar açık, hiçbir zaman sessize almıyorum. Ben eğer evdeysem, saat 19'da eve gittiysem ve 12'ye kadar yazışmalar devam edecekse onları hep bir göz ucuyla izliyorum. Çünkü bana da bir şey sorulabilir... Uykudan uyandığım zamanlar da oluyor. Aranarak da uyandırıldığım zamanlar oluyor... Eve genelde eğer izlediğim bir iş yoksa ana haber bülteninin bitmesinden sonra dönüyorum. Çünkü bülten sırasında bir son dakika gelişmesi olabilir ve ihtiyaç duyabilirler. O yüzden bültenin tamamlanmasını bekleyip öyle çıkıyoruz. Ama biz bir haber kanalıyız, haber kanalında her dakika bülten var. Alanımla ilgili beklemem gereken bir şey varsa bekliyorum dışarıda... Sabah da 8 buçuk 9 arası bürodayız (Nazan'la yapılan görüşme, 07.09.2015).

Bir gazeteci olarak Nazan, iş zamanı ve “boş zaman” arasındaki sınırların muğlaklığını çok yoğun bir şekilde deneyimliyor. İşin “boş zaman”a sarkışına doğal olarak meyilli olan gazeteciliğin çalışma rutini, akıllı telefonun bizzat en önemli iş aracına dönüşmesiyle giderek daha da güçleniyor.

Gazeteci Nazan'ın, işçi Ercan'ın, ofis çalışanı Yeşim'in ve mühendis İlker'in anlattıkları şunu gösteriyor ki; çalışma zamanının “boş zaman”a doğru esnemesinin bu ölçülerde gerçekleşmesinin başka pek çok nedeni olsa da, akıllı telefonların her an her yerde bağlanabilir olmasının bu dönüşümdeki payının yadsınması çok olası değildir.

“Boş zaman”ın sömürgeleştirilmesi, sosyal medya üretketicilerinin “hiçbir şey yapmadan” internette gezinirken sömürülmelerinden kaynaklanmıyor yalnızca, akıllı telefonların giderek yaygınlaşması, bildiğimiz anlamda işin, mesai saatleri dışına hiç olmadığı kadar kolay sarkmasının da önünü açıyor. “Boş zaman” giderek yaygınlaşan bu olgu nedeniyle de sömürgeleşiyor.

İlişkinin bu boyutu, “boş boş gezinmek” ile “boş zaman”a sarkan iş arasındaki ikili ilişkiye ışık tutuyor. Aynı iletişim aracında karşımıza çıkan bu çifte kullanım pratiği, ilkinde *aylaklık* olarak, ikincisinde *daha çok çalışma* olarak deneyimleniyor. Bu durum, sıradan bir insan için yabancılaşmanın iki farklı biçimde deneyimlenmesi anlamına gelirken, sermaye için sömürünün iki farklı şekilde de gerçekleşmesi anlamına geliyor. İnsan, “boş zaman”ını iki farklı şekilde kaybederken, sermaye iki farklı şekilde değerine değer katıyor.

Nazan, iş için akıllı telefonunda en çok kamerayı ve *Whatsapp*’ı kullanıyor. Bu ikisini kullanmasının tek bir nedeni var: hız. *Whatsapp*, haber fotoğraflarını (o an gelen yazılı bilgilerin fotoğrafını çekip görsel olarak gönderilmesi de dâhil) ve bilgi notlarını haber merkezine olabildiğince hızlı bir şekilde göndermek ve almak için tercih ediliyor. Hız bu uygulamayı bütün bir haber kuruluşu olarak kullanmalarının arkasındaki en önemli etken. *Her an her yerde bağlanabilirlik* burada yine karşımıza çıkıyorken, akıllı telefonların, aynı zamanda, sunduğu multimedya hizmetleri de bu açıdan yine önemli bir hareket alanı sağlıyor. Haber metni, fotoğraf, görüntülü görüşme ve ses kaydı aynı cihaz aracılığıyla, aynı anda ve tüm haber ekibinin paylaşımına açık bir şekilde transfer edilebiliyor. Multimedya hizmetleri iş ve “boş zaman” arasındaki sınırların muğlaklaşmasına son derece önemli katkılar sunuyor.

Dolayısıyla, akıllı telefonların gündelik hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline gelmesinde, hıza olan talebi karşılamaının, hatta çoğu zaman hıza olan bu talebi yaratmasının ve multimedya hizmetlerini tek bir araçta sunmasının oldukça önemli bir

payı var. Gördüğümüz gibi, akıllı telefonlar, iletişimin mümkün olan en hızlı biçimde kurulmasında, iş açısından, kabaca, yönetim-çalışan-müşteri ilişkilerini mümkün olan en hızlı biçimde sağlanmasında ve işin “boş zaman” a daha yoğun ve kolay biçimlerde sarkmasında ve sunduğu mutlimedya hizmetleriyle işin (fotoğraf, yazılı belge, görüntülü yayın vb. desteklerle) kapsamlı ve etkili bir biçimde kotarılmasında oldukça işlevseldir. Akıllı telefonların işe kattığı bu gibi yeni boyutlar, Agger’in *iTime* olarak andığı (2011) ve esas olarak, emeğin giderek akıllı telefonların sunduğu enformasyonel hizmetler aracılığıyla ve onların zaman ve mekânda yarattıkları esneklikle daha çok kotarılmaya başlandığı yeni bir çalışma tarzına denk düşüyor.

3.1.3 Akıllı Telefonların Uzva Dönüşmesi

Görüşüğüm akıllı telefon kullanıcıların tamamı, sabah uyandıktan gece uyuyana kadar (gün içinde torna başında çalışan Ostim’li işçiler hariç) akıllı telefonlarını yoğun bir biçimde kullanıyorlardı. Hepsi, kullanıcısı oldukları birkaç sosyal medya sitesi ve uygulamasında bolca vakit geçiriyor, arkadaş ve akrabalarıyla iletişim halinde oluyor, sosyalleşiyor, yeni ilişkiler kuruyor, haber alıyor, görüş belirtiyor, fotoğraf ya da video paylaşıyor, eğleniyor, çeşitli biçimler ve oranlarda hem ücretli hem günlük işlerini hallediyordu. Bu koşullarda, hem iş hem “boş zaman” akıllı telefonların küçük boyutlarında buluştuğu ölçüde, akıllı telefonlar insanların hayati bir uzvuna giderek daha çok benzemeye başlıyor. Akıllı telefonlar, gündelik hayatın hemen her yerine sirayet ettiği ve insanların uzvuna benzediği ölçüde ondan ayrı düşmek, fiziksel değil ama manevi açıdan acı veren bir kayba dönüşüyor.

İskitler’de bir ecza deposundan işçi olarak çalışan Soner, akıllı telefon yokluğunu şöyle tanımlıyor: “Eksik, eksik. Seni tamamlayan, mesela arabanın bir tekeri olmayışı gibi! Öyle, bir bacağım bir yerde kalmış gibi hissediyor insan. Şöyle bakıyorsun cep telefonum yok deyince, adam birisini kaybetmiş gibi arıyor telefonu.

Yakınını falan kaybetmiş gibi cep telefonu arıyor” (Soner’le yapılan görüşme, 16.10.2015).

Aylık 5,5 GB internet kullanan, 1500 dakikalık konuşma hakkını yaklaşık 300 dakika aşan, 1000 SMS hakkının yaklaşık 500’ünü harcayan ve tüm bu kullanım oranlarına ek olarak kendini “*Whatsapp* hastası” olarak tanımlayan Cannur’un (23), tamamen olmasa da kısmen internet erişiminden ayrı kalma hikâyesi yaşanan bu durumu örnekliyor. Cannur taşeron bir firmanın sözleşmeli personeli olarak Ankara’daki bir AVM’nin danışma masasında çalışıyor ve konumunu “yönetimle mağazalar ya da müşteriler arasındaki bağlantıyı kuran kişi” olarak tanımlıyor. Yakın zamanda Nevşehir’deki köylerinde 6 gün geçirirken en büyük eksikliği internet yokluğu olmuş. Üstelik annesi ve akrabaları bu köy gezisini telefonda uzak durması ve “kafasını dinlemesi” açısından desteklerken, o, internete erişimin biraz da olsa sağlandığı köşeleri arayıp bulmuş. Cannur o günlerini ve internetten ayrı kalışına ek olarak köydeki akıllı telefon ve sosyal medya kullanmayan insanlarla olan ilişkisini ve telefonunun başına bir şey gelme korkusunu şöyle anlatıyordu:

...bizim köyümüzün olduğu yerde telefon çekmiyor. Turkcell çekiyor, konuşma yapabiliyorsunuz ama internette problem var. Öyle noktalar var ki yani o noktalarda gündüz olduğu zaman bir şekilde idare ediyoruz. Fotoğraf çekiyordum, yine telefonu kullanıyoruz. Yani *mümkün değil zaten ayrı kalmak*. Fotoğraf çekiyorum, yarın internete bağlanınca atarım kafasında oluyorum. Ama gece olduğu zaman gerçekten sabaha kadar uyumayıp internetin çektiği noktaları aradığımı biliyorum yani. Tabii 6 gün boyunca her gün köyde kalmadım, köyün dışına çıkıyordum. Çok gezdim, ama tabii gezerken etrafımdaki insanların benden bir farkı var onlar telefon kullanmıyorlar. Sosyal medyayı hiç kullanmıyorlar. *Ben orada onlarla aynı yerde olmaya çalışıyorum ama çoğu hani hiç şehre adım atmamış insanlar*, eğitim zaten yok, kültürsüzlük demiyorum kesinlikle. Ama genel itibariyle çocuklar telefonumu falan alıyorlar, ben çocukları çok severim ama bir yandan da hani *yanlış bir şey olacak, iyice zor durumda kalacağım korkusuyla...* (Cannur’la yapılan görüşme, 15.05.2015, vurgular bana ait).

Cannur’un yaşadığına benzer bir ayrı kalışı, kendi çabalarıyla daha kısa bir süre yaşayan ama yaşadığı başka olumsuzluklar nedeniyle duygusal açıdan daha ağır geçiren Rüya (22) ise telefonundan ayrı kaldığı o birkaç saati şöyle anlattı:

(O günlerde) bayağı ağır şeyler yaşadım, hastalık, anne babamla aram bozuldu ki babam hayatımın en önemli insanı benim için, tek tutacağım o yani. Kendi dostlarımla ilgili sıkıntılar, şöyleleler böyleleler, en son para sıkıntısı oldu ben işe girdim. Bu arka cebimdeydi, pat diye yere düştü. Ekranı komple kırıldı. Aslında telefonun kırılmasına değil de o an yeter artık yeter deyip yere çömelip yarım saat ağladım. Telefon oynamıyor gitti falan. *Akşama kadar kafayı yedim, bir şeyler kaçıyorum hissi. Biri beni aradı ulaşamadı, Twitter'da şu an ne oluyor, ülke patlasa haberin olmayacak!* Bunlar yani. *Ay Whatsapp'ta şimdi bir sürü şey yazmışlardır.* Bunlar dönüyor kafanda. *Abi telefonum kırıldı, yazık oldu falan değil yani. Orada bir dünya vardı ve sen onla iletişimi kopardın.* Sonra işte bir saat erken çıktım (işten), cebimde 300 lira vardı, 300 liraya yaptılar. Aynı gün yaptılar, zorladım, bakın almam lazım almam lazım falan diye. Bir saat sonra aldım (Rüya'yla yapılan görüşme, 01.12.2015, vurgular bana ait).

Bir saat sonra telefonuna kavuştuğunda ise gördüğü şeyleri ve o anki duygularını şöyle ifade ediyordu: “Hiçbir şey yok! *Whatsapp'ta* iki normal mesaj, *Twitter'da* gereksiz sohbetler (gülüyor). Ama yine de mutlu oluyorsun, tamam ulaştım artık” (Rüya'yla yapılan görüşme, 01.12.2015).

İnsanların akıllı telefonlardan ayrı kalamama nedenleri oldukça çeşitli olabilir. Kullanıcının telefonuyla organik bir bağ kurusunun ve yanından bir an bile olsa ayıramayışının önemli bir nedeni “bir şeyler kaçıyorum” hissiyse, diğer bir nedeni de ileri teknolojilerin giderek daha *biyolojik metaforlarla* bezeli anlam yükleriyle hayatımıza dahil olmalarıdır (Harvey, 2015: 107). Bu metaforlar insanların hayatlarına dışsal bir biçimde girmiyor. Akıllı telefonların dokunmatik ekranları gibi bileşenleri gittikçe gelişirken, kullanıcı için yaşayan ve tepki veren bir şeye dönüşüyor. Steve Jobs, ilk *iPhone*'u (yazılıma dokunun!—*touch the software!*) ve ilk dokunmatik ekranlı *iPod*'u tanıtırken (müziğe dokunun!—*touch the music!*)⁷⁵ bu metaforlara sıklıkla başvurmasının nedeni budur. Yalnızca dokunmatik ekranların gelişimiyle değil, telefonların titremesi, müziklerle hayatımıza eşlik etmesi, çözünürlüğü artan ekranlarıyla giderek daha çekici hale gelmeleri vb. insan ve teknolojik alet arasındaki mekanik ilişkinin değişmesiyle beraber düşünülmesi. Bu yeni teknolojiler, kelimenin olumsuz anlamıyla, hiç de “mekanik” değiller (2015: 107). Akıllı telefonlar, insan beğenilerine hitap eden ve

⁷⁵ “Steve Jobs – iPhone Introduction” <https://www.youtube.com/watch?v=9hUIxyE2Ns8&t=998s> (Erişim tarihi: 12.09.2017).

onların tercihleri doğrultusunda dönüşen cihazlar olarak tasarlandıkça, kullanıcıların ellerinde yanlarından ayıramadıkları biyolojik nesnelere dönüşüyor. Bu tip metaforlarla hayatımıza giren akıllı telefonlar, gündelik hayatın kapitalist şirketler tarafından sömürgeleştirilmesinin kozmetik boyutları olduğuna da işaret ediyor.

Öte yandan, Soner, Cannur ve Rüya'nın bahsettiği kayba uğrama ve eksiklik duyguları da oldukça önemli. İnsanlar, akıllı telefonlarla bağlandıkları ağlara manevi bağlarla da bağlanıyorlar. Bağlanmak, burada, kelimenin iki anlamını da karşılayan bir içerik kazanıyor. Tıpkı insanın bir uzvuyla arasında var olan fiziksel bağda olduğu gibi, üretketicisi ve akıllı telefon arasında da fiziksel olarak görünmeyen güçlü bir bağ oluşuyor. Bu bağ fiziksel olarak görünmese de fiziksel bir yakınlığı gerekli kılıyor. En nihayetinde, elden ve cepten düşmeyen akıllı telefonlardan uzak kalmak, bir uzvun kaybında olduğu gibi, fiziksel değil ama manevi bir kayıp hissi yaratıyor.

Orada olan ve kaçırılan şeyin niteliği nedir? İnsanlar, akıllı telefonlarına neden bu derece derin bağlarla bağlanıyorlar? Kullanıcılar daha çok neler olduğunu ve yeni gelen bir mesaj olup olmadığını merak ettiklerini belirtiyorlar. Bu merakın, haber almaya dair ya da herhangi bir bilgiye dair sıradan bir merak olmadığı çok açık. Merak, akıllı telefonlarla erişilen sosyal medyada farklı bir nitelik kazanıyor ve yalnızca “bağlanılmadığında” ortaya çıkmıyor.

Şimdilik, akıllı telefonlardan uzak kalındığında ya da internet erişimi olmadığında “kaçan şey”in, bu şeylerle dolayımlanan geniş bir anlam dünyası olduğunu söylemekle yetinelim. Bu cihazlarla erişilen çağın gerekleri ve yukarıda özetlenen sömürgeci niteliği, insanlar arasındaki ilişkilere o kadar güçlü ve farklı şekillerde dâhil olur ki, bu anlamlar dünyasını kaçırmamak en önemli ihtiyaçlarımızdan biri haline dönüşür. Gündelik hayatta hiç de öyle görünmeyen ve kendini doğal bir ihtiyaç gibi ortaya koyan şey, toplumsal ilişkilerden kaynaklanan ama zihinlerde birer yanılsamaya dönüşen, ideolojik tonları güçlü, insanın kendine yabancı ve dışsal bir dünyaya

bağımlılığıdır. Bu bağımlılık, insanla insan arasındaki en doğal ilişkinin tahrip edilerek yabancı bir ilişki biçimine dönüştürülmesi ve doğallaştırılması yoluyla kurulan ve tüm bir yabancılaşma sorununun konusu olan ilişkilere olan bağımlılıktır.

3.1.4 “Çağa Ayak Uydurma”nın Araçları ve “Eşitlik” Yanılsaması

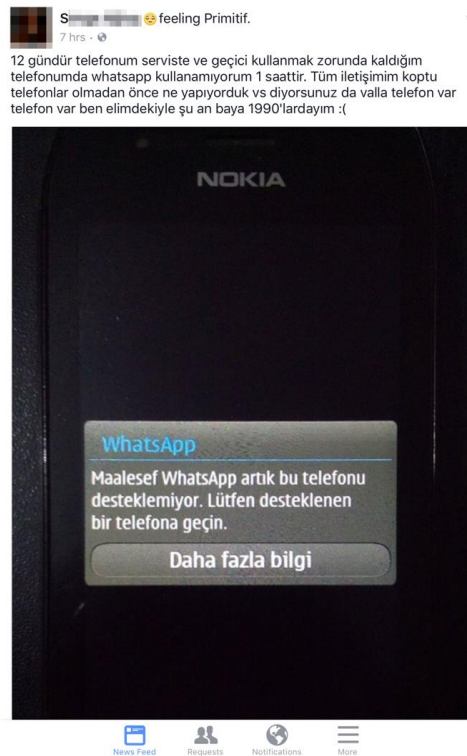


Görsel 8: Akıllı telefonun şarj aleti ve hayat arasında ilişki kuran anonimleştirilmiş bir *tweet*.

Tornacı Celal (42) ve iş makinesi tamircisi Sinan (40) akıllı telefonu kullanma amaçlarını şu sözlerle ifade ettiler: Çağa ayak uydurmak (Ostim işçileriyle yapılan görüşme, 29.09.2015). “Çağa ayak uydurmak”la tam olarak neleri kastettiklerini anlamaya çalıştığım sohbette, en gündelik kullanım biçimlerine işaret edildiğini gördüm: İşe yarar bir telefona sahip olmak, internet erişimine sahip olmak, iş için kullanabilmek, gerektiğinde gündelik işleri kolayca halletmek, akraba ve arkadaşlarla görüşebilmek bunlardan en öne çıkanları. Öte yandan, bu tip cihazların hemen herkesin elindeyken onlarda da olmasının kendisinin bir ihtiyaç haline geldiği görülüyordu. Zira çevrelerindeki hemen hemen herkes, arkadaşlar ve akrabalar sosyal medyada yer alırken, hemen herkes oradaki haber ya da başka içerikleri konuşuyor ya da kolayca fatura yatırmak gibi, adres bulmak gibi gündelik işlerini hallediyorken, bütün bunların

dışında kalmak “çağın dışında kalmak” olarak algılanıyordu. Bu bakışın son derece somut ve gündelik karşılıkları olduğu aşikâr. Ancak bu gündelik karşılıklar, kendi sınırlarını aşarak, gündelik olanın insana yabancı niteliğinin ve ideolojik sınırlarının nerelere kadar ulaşabileceğine işaret ediyor: Bu somut ve gündelik kullanımlar, en nihayetinde, dijital ekonominin müşterisi olmayı bir gereklilik olarak öne çıkartıyor. Bu tüketimi gerçekleştirmek, toplumsal yaşama dahil olmakla ve “çağa ayak uydurmak”la eş anlamlı oluyor (Foster ve McChasney, 2011: 57).

En gündelik kullanımlar ve ihtiyaçlardan yola çıkıp, yeni bir tüketim örüntüsü içinde “çağa ayak uydurmak” istemenin kendisinde hangi anlamlar saklıdır? Yeşim’in *Whatsapp*’tan uzak kaldığında *Facebook*’a yazdıkları ayak uydurulmak istenen “çağ”ın nitelikleri hakkında fikir veriyor. Akıllı telefonu tamirdeyken, telefon tamircisinin kendisine verdiği bir başka akıllı telefonu kullanan Yeşim, bir süre sonra *Whatsapp*’ın bu telefonu artık desteklemediğine dair bir mesaj alınca, *Facebook*’ta, aşağıdaki görsel ve yorumla beraber arkadaşlarına seslenirken “çağın dışında kalma”nın anlamını son derece net bir biçimde gözler önüne seriyordu:



Görsel 9: Yeşim’in *Facebook*’taki “*Whatsapp*” paylaşımı.

Yeşim'in yorumunda iki şey oldukça belirgin: *Whatsapp* kullanmadığı ilk bir saat içindeki duygusunu “ilkel hissediyor” (*feeling primitif*) şeklinde belirtiyor ve ilkel hissetmesinin yanında “1990’larda” hissediyor. Dolayısıyla, son birkaç yıl içinde yaygınlaşmış bir mesajlaşma uygulamasından ve yeni bir teknolojiden mahrum kalmak, Yeşim için, “çağın dışında kalmak”la eş anlamlı oluyor. *Whatsapp*'ı çalıştıramayan bir akıllı telefon, birkaç yıl öncesinin en gözde telefonlarından biri olsa dahi, bugün için oldukça “arkaik”tir.

Peki bu duygunun en somut gerekçesi nedir? En somut gündelik neden, Yeşim'in bir saat süreyle *Whatsapp* kullanamadığında “tüm iletişiminin kopması”dır. Yeşim *Whatsapp*'a erişemediğinde iş yaşamı önemli bir darbe yiyor, çünkü müşterilerle iletişime geçemiyor. Öte yandan “boş zaman”ı düzenlemesi zorlaşıyor, arkadaşlarıyla ve ailesiyle irtibatı kesiliyor. Bir başka kullanıcı ise (Görsel 10) tüm bu kopuşları “dağlarda yaşamak”la özdeşleştiriyor.



Görsel 10: Anonimleştirilmiş bir *tweet*.

Buradaki soru, tüm bunların neden “çağın dışında kalmak” ya da “dağlarda yaşamak” olarak algılandığıyla ilgilidir. Bizler nasıl oluyor da birkaç yıl önce hayatımıza giren teknolojik bir alet ya da olanaktan mahrum kaldığımız anda “çağ dışı kalmış” hissediyoruz? Bu hissini çok yaygın olduğunu kişisel deneyimlerimize dayanarak da söyleyebiliriz.

Bu sorunun cevabı, gündelik ilişkilerde kendini son derece doğal, metalar arasındaki ilişkilerin tezahürü gibi gösteren ve yabancılaşmayı ortaya çıkararak toplumsal ilişki biçimindedir. Tüm insani ilişkilerin metalar arasındaki ilişkiler gibi görüldüğü

bir dünyada “çağa ayak uydurmak” metalara ayak uydurmakla aynı düzeye indirgenir. Baudrillard’a göre (2013: 47-61) metalarla kuşatılmış tüketim odaklı bir toplumda herkes aynı nesnelere düzeyinde “eşitlenir”: İnsanlar tarihte ilk kez bu kadar meta bolluğu içinde benzer metalara sahip oldu. Kapitalist üretim tarzının yerleşmesiyle, benzer arabalar, benzer çamaşır makineleri, benzer elektronik cihazlar ve tabii, benzer akıllı telefonlar piyasaya sürüldü. Hemen herkes bu metalara sahipken ve gündelik hayat bu metalarla işlerlik kazanırken, metalarla tamamlanan bir dünya görünüşü egemen kılınır. O dünya görünüşünde insanlar metalar karşısında “eşitlenirler” ve o metalarla hemhal oldukça birtakım anlamlara kavuşurlar. Metalarındaki bu “eşitlik”, görünürde bir eşitlik ve nesnelere dünyasında kurulan belirsiz bir eşitlik olarak, gündelik ve en sıradan olanda kendini hiç de öyle göstermeyen fetişist bir yanılsamanın ifadesi olurlar. Herkes metaların türdeş dünyasında “eşitlenince”, yenilikçi bir metaya sahip olmanın “çağa ayak uydurmak” olarak ve o metaya sahip olmamanın ise “çağ dışı kalmak” olarak görünmesi ve bu şekilde ifade edilmesi “doğal” gibi görünür.

Meta fetişizminin “eşitlik” olarak ortaya çıkan bu biçimi iki yönlüdür: İlkin, şimdiye kadar belirtildiği gibi, metalar düzeyinde bir eşitlenme, o düzeyi sürekli takip etme, yakalama ve bırakmama çabası olarak görünür. Meta fetişizminin gündelik hayatta karşılaştığımız ve bugüne kadar daha yaygın bir biçimde ele alınan, en aşina biçimlerinin yolunu açan bu çaba, ikincil olarak, *hıza* olan talebin arkasındaki nedeni oluşturur.

Ankara’da *Türk Tarih Kurumu*’nda memur olarak çalışan Yalçın’ın hız konusunda söyledikleri, tam da zihinlerde kurulan o belirsiz “eşitlik” düzeyini yakalama ve bırakmama çabasının nasıl işlediğini gözler önüne seriyor:

(Akıllı telefonun yavaş olması) ...*daha hızlısını gördüğün sürece insanı rahatsız ediyor. Mesela ben yeni bir televizyon aldım, 30 saniyede açılıyor, bu beni rahatsız ediyor. Ama bütün televizyonlar 30 saniyede açılsaydı bu beni hiç rahatsız etmezdi. Telefonda da aynı şey geçerli. Geride kalıyorsun. Bir fotoğraf çekiyorsun bunla, bakıyorsun bulanık bir şey çıkmış. 10 sene önce en güzel fotoğrafı bu ama!* Dolayısıyla ona hep

yetiştirme arzusu da var. Yoksa telefon yine idare eder yani (Yalçın'la yapılan görüşme, 24.01.2016 vurgular bana ait).

Bir akıllı telefonun yavaş olması, daha hızlısı var olduğu için sorun haline dönüşüyorsa, işlevselliğin ya da kullanım değerinin varsayılan önemi, metaların “eşitliği”nin gölgesinde kalmış demektir. Yavaşlık kendini “çağın gerisinde kalmak” olarak hissettiriyorken, gündelik ihtiyaçlar bu “eşitlik”in ya da yakalama kaygısının belirleyiciliğinden kaçamaz. Bu koşullarda, hâlâ iş gören bir akıllı telefon üst modelleri ya da hızlısı çıktığı için “arkaik”leşir. Bu nedenle, metalar arasında kurulan “eşitlik” düzeyi istikrarlı bir şekilde yükseldikçe, o düzeyi yakalama çabası gündelik hayatın ayrılmaz bir “iletişim ihtiyacı”na dönüşür. İnsanlar metaların “eşitlik” düzeyini daha çok kabullendikçe, o düzeyin belirleyiciliği daha da artar ve her zaman daha yeni modelleri, daha hızlı, daha iyi fotoğraf çeken ve daha ince bir akıllı telefonu talep etmeye başlarlar.

Kullanıcılar tüketim etkinliklerinde metaların “eşitlik” düzeyini yakalamaya çabalarırken, eş zamanlı olarak, toplumsal yaşamda da varsayılan “eşitlik” yanılışmasının içine düşerler. Bu yanılışma, Baudrillard’a göre (2013: 47-61), tüketimin ideolojisidir:

Tüketim de okul gibi bir sınıf kurumudur: Sadece ekonomik anlamda (satın alma, tercih, tüketim pratiği satın alma gücüyle düzenlenir. Eğitim düzeyinin kendisi de sınıf atlamanın bir işlevidir vb.) nesnelere önünde bir eşitsizlik yoktur -kısaca, tıpkı herkesin benzer eğitim fırsatına sahip olmaması gibi, herkes aynı nesnelere sahip değildir-; ama daha derin bir şekilde yalnızca bazılarının çevre öğelerinin özerk, rasyonel bir mantığa ulaşabilmesi (işlevsel kullanım, estetik düzenleme, kültürel gelişim) anlamında radikal bir ayrımcılık vardır: Bu kişilerin nesnelere ilgisi yoktur ve doğrusunu söylemek gerekirse bunlar “tüketmezler”. Diğerleri ise sihirli bir ekonomiye, nesnelere nesne olarak ve diğer her şeyin de (düşünce, boş zaman etkinlikleri, bilgi, kültür) nesne olarak değer taşımalarına mahkûm edilir: Bu fetişist mantık tam anlamıyla tüketimin ideolojisidir.

Metalar aracılığıyla kurulan bu tip bir toplumsal “eşitlik” ve ona sahip olduğunda ortaya çıkan “çağa ayak uydurma” ya da “çağı yakalama” hissi, kapitalist üretim tarzının yarattığı nesnel gerçeklikle belirgin bir çelişki içindedir. Bu çelişki, üretim ilişkilerinden kaynaklanan ama metaların belirleyiciliğinde sürüp giden (öyle

görünen) toplumsal yaşamın, metalar üzerinden “eşitlikçi” bir görünüm altında lanse ettirilmesi ile gerçek, nesnel eşitsizlik arasındadır. Kapitalist üretim ilişkilerinin belirlediği toplumsal düzende, herkesin benzer metalara, benzer biçimlerde sahip olması bir mitem başka bir şey değildir. Zira, Baudrillard, aynı yerde, tüketim ideolojisinin rehberi konumunda olan liberal söylemin, sözü edilen bu eşitliğin gerçekleşmekte olduğunu ya da er ya da geç gerçekleşeceği üzerinden yola koyulduğunu belirtir.

Liberalizm, gerçekten de, piyasaların mantığına ayak uydurulduğu müddetçe tüm insanların zenginleşeceğini ve eşitliğin bu yolla sağlanacağını iddia etmez mi? Meta fetişizminin gücü, bu yanlış görünümleri gündelik hayatın sıradan pratiklerinde gerçekmiş gibi sunabilmesinden kaynaklanır. Bu nedenle, “çağa ayak uydurma” söylemi, gündelik hayatın sermaye tarafından sömürgeleştirilmesinin en “doğal” ifadesinden başka bir şey değildir. Bu bakış, metaların gözleri varmışçasına, o gözlerden dünyaya bakarak belirsiz bir “eşitlik” kurgular, gündelik hayatın rutininde kendini gerçekmiş gibi sunar, hıza ve daha gelişmiş akıllı telefon özelliklerine olan talebi belirler ve insanları peşinden sürükler.

3.1.5 Nesneleşmenin “Gönüllü” Araçları

Sözü edilen fetişist ideoloji, insanların emek güçlerinin sadece çalışırken değil, “boş zaman”larında da sömürülmesinin ideolojisidir. İnsanlar eşitsizlikçi bir toplumda varsayılan “eşitliğin” peşine düşmüşlerken, ister kitle medyası söz konusu olduğunda izlerkitle emeğinin sömürülmesi yoluyla olsun, ister sosyal medyada kullanıcı emeğinin sömürülmesi biçiminde olsun, her iki durumda ortaya çıkan şey, belirli bir tüketim (ve üretim) örüntüsünün inşasıdır (Smythe, 1977: 20; Fuchs, 2015: 152-154). Bu yanılsamalar bütünü, kitlelerin ya da kullanıcıların, kapitalist üretim tarzının tarihsel bir türüne uyumlu, tüketim pratiklerini içselleştirerek, gündelik hayatın hemen her köşesinde, çoğu zaman farkında dahi olmadan sömürülmesi olgusudur.

Akıllı telefon kullanan biri, *Facebook*, *Twitter* ya da başka sosyal medya sitelerinde profil oluştururken, gezinirken, içerik yüklerken ve çeşitli beğeniler yaparken, kitle medyasının izlerkitesinden farklı olarak, son derece aktif bir biçimde kendi demografik özelliklerini, beğenilerini, neyi, nasıl aradığına dair daha pek çok bilgiyi şirketlerle paylaşır. Kullanıcı sosyal medyayı bedava kullandığı yanılgısı içindedir ama attığı her adıma, verdiği her bilgiye, yaptığı her beğeniye şirketler tarafından ulaşılması, çoğu zaman, haberi dahi olmadan gerçekleşir. İnsanlar “çağa ayak uydururken” sömürülürler ve şirketler tarafından gözetlenirler:

Gözetim, ticari sosyal medyanın sermaye birikimi modelinin doğasında olan bir özelliktir. Hedefli reklamcılığa dayanan sosyal medya, üretketicileri bir meta olarak reklam veren müşterilere satar. Ekonomik kullanıcının gözetimine olanak sağlayan kullanıcı verilerine erişim için gerçekleşen bir para mübadelesi mevcuttur. Sosyal medya üretketicisi metasının mübadele değeri, operatörlerin kendi müşterilerinden elde ettikleri para değeridir. Kullanım değeri ise, meta ve mübadele değeri biçimi tarafından tayin edilen kişisel veri ve kullanım davranışı yığındır. Üretketicilerin daimi olarak ürettikleri kullanım değerleri (bir başka deyişle kişisel veri ve etkileşimler) üzerindeki şirket gözetimleri, üretketicilerin tüketim ve alışveriş yapmaya çekme amacı taşıyan hedefli reklamcılığa fırsat sağlar. Hedefli reklamcılık aynı zamanda üretketicilerin hedef ve ihtiyaçlarını, şirketlerin menfaatlerine ve sunduğu metalara göre manipüle etme amacını da taşırlar. Gazetelerdeki ve geleneksel yayıncılıktaki izleyici metalaştırması hep izleyici oranlarının istatistiksel olarak değerlendirilmesine dayanmaktayken, internet gözetimi, sosyal medya şirketlerine kullanıcıların ilgi alanları ve faaliyetlerine ilişkin eksiksiz bir resim sunar. Bu yüzden internet üretketicisi metasının karakter özellikleri (ilgi alanları ve kullanım davranışları) ve büyüklüğü (özellik bir ilgi grubundaki kullanıcıların sayısı) tam olarak belirlenebilmekte ve ayrıca özgül reklamlarla hedeflenmesi gereken tüketici grubuna kimlerin dahil olup olmayacağı da tam olarak belirlenebilmektedir (Fuchs, 2015: 153-154).

İnternetin bu şekilde ticarileşmesi, kitle medyasının yapamadığı ama öteden beri çok arzulanan bir şeyi başarmıştır. Sosyal medyanın kullanıcıyı aktif kılan yapısı, pazarlama alanında ortaya çıkan belirsizliklerin ortadan kaldırılması ve yeni ihtiyaçların yaratılması açısından oldukça verimli bir iletişim ortamına zemin hazırlar. Tam da bu satırları kaleme alırken karşıma çıkan ve kullandığım akıllı telefonun marka ve model bilgisine göre bana sunulan bir *Facebook* reklamı, “özellik reklam”ın özgülüne örnek oluşturdu:



Görsel 11: Facebook'un sunduğu "özellik reklam" örneği.

Sosyal medyadaki özgül reklamcılığın boyutları bunlarla sınırlı değildir. Bireylerin kişisel paylaşımlarını odağına alan böyle bir iletişim ortamında kullanıcıların bizzat kendileri reklam üreticilerine dönüştürülürler. *Foursquare* ve *Swarm*'ın başarısı buna bir kanıttır.⁷⁶ Bu tip bir "gönüllülüğe" dayanan en popüler uygulamalardan olan *Foursquare*, kendini "anamlı müşteri deneyimleri ve iş çözümleri oluşturmak için konum bilgilerini kullanan bir teknoloji şirketi"⁷⁷ olarak tanımlarken, sunduğu yeni bir kullanım biçimiyle, "reklam"ların bizzat milyonlarca kullanıcı tarafından yapılmasını sağladı. *Foursquare*, 1 Mayıs 2014'te, kullanıcıların konumlarını paylaşması anlamına gelen *check-in* hizmetini ayrı bir uygulama olan *Swarm*'a aktararak "gönüllü reklam"cılığın sınırlarını biraz daha genişletti.⁷⁸ Birbiriyle entegre olarak çalışan her iki uygulamada, *Swarm* öncelikle *check-in* hizmeti vermeye başlarken, *Foursquare*, *check-in* yapılan ya da *check-in* yapılmaksızın ziyaret edilen mekânların değerlendirilmesine olanak tanımaya başladı. *Foursquare&Swarm*, bu yolla, New York, San Francisco, Chicago, Los Angeles, Atlanta, Detroit, Londra ve Singapur'da bulunan merkez ve

⁷⁶ *Foursquare*'i küreselleşme tartışmaları açısından ele alan bir başka çalışma için bk.: Canpolat, Emre (2013). "Küreselleşmenin İzini Foursquare'de Sürmek." *Galatasaray İletişim*. (19): 65-84.

⁷⁷ <https://tr.foursquare.com/about> (Erişim tarihi: 22.07.2017).

⁷⁸ <http://blog.foursquare.com/post/84422758243/a-look-into-the-future-of-foursquare-including-a> (Erişim tarihi: 22.07.2017).

ofislerdeki 200 kadar çalışanıyla, 50 milyondan fazla kullanıcının, dünya genelinde 93 milyondan fazla mekânda, günde yaklaşık 9 milyon *check-in* yaptığı bir iletişim ve reklam mecrasına dönüştü.⁷⁹ Şirket, 2013 yılında 760 milyon Amerikan Doları kâra ulaşarak dünyanın en çok kullanılan ve en kârlı sosyal medya siteleri arasında yer aldı.⁸⁰

Bütün bu büyük rakamlara rağmen, *Foursquare&Swarm*, “her günü bir oyuna dönüştür”⁸¹ sloganıyla kullanıcıların gündelik hayatlarında ziyaret ettikleri tüm mekânları, kendi sitelerinde veya diğer popüler sosyal medya sitelerinde paylaşabilmelerine olanak tanıyan bir sosyal medya şirketi olarak, kullanıcılarını herhangi bir ticari kuruluşta *check-in* yapma gibi bir zorunluluğa mahkûm etmiyor. Her kullanıcı, ekleyebileceği bir mekânda, bir okul, dernek, siyasi parti, sokak, mahalle, şehir ya da hayali bir yerde dahi *check-in* yapabilir. Bu tip bir serbestlikle beraber, *Foursquare&Swarm*’ın popülerliğinin sırrı, kullanıcıların kendilerini çeşitli şirketler ve ticari mekânlar üzerinden bir tür yaşam tarzı imajıyla sunabilmesine olanak sağlamasında gizlidir.

Aslında bu durum, iki açıdan hiç de büyük bir giz değil; hem şirketler hem de kullanıcılar bu durumun oldukça farkında. Şirketlerin farkında olmasının şaşırtıcı bir yanı bulunmuyor, hatta aksi şaşırtıcı olurdu. Çeşitli piyasa verilerine ulaşmaya çalışan şirketler, kullanıcılarda tam da yukarıda değinilen eğilimleri yaratma ve yönetme kaygısı içindeler, *Foursquare&Swarm* ise bu talebe cevap vermenin gururu içinde.⁸²

Öte yandan, kullanıcılar da gündelik yaşamın koşturmacası içinde buldukları

⁷⁹ “Hakkımızda” <https://tr.foursquare.com/about> (Erişim tarihi: 22.07.2017).

⁸⁰ “Foursquare on the way to Profitability”, <http://www.sramanamitra.com/2017/04/12/foursquare-on-the-way-to-profitability/> (Erişim tarihi: 13.07.2017).

⁸¹ “Foursquare Swarm” <https://tr.swarmapp.com> (Erişim tarihi: 22.07.2017).

⁸² “Foursquare, geliştiricilere ve firmalara konum uygulamaları oluşturmak için teknoloji ve akıllı içeriğe sahip veri sunmaktadır. *Places by Foursquare* teknolojisi *Apple, Uber, Twitter, Microsoft, Samsung* ve 100.000 farklı uygulama geliştiricisi için konum verisi sağlamaktadır.

Foursquare işletme çözümleri aynı zamanda *Pinpoint by Foursquare, Attribution by Foursquare, Place Insights by Foursquare* ve *Pilgrim SDK by Foursquare* seçeneklerini içermekte ve markaların hedeflenen kitleleri anlamasını, bu kitlelerle bağlantıya geçmesini ve aynı zamanda yaya trafiği ve reklam başarısını ölçmesini sağlamaktadır.

Union Square Ventures, Andreessen Horowitz, DFJ Growth, Morgan Stanley Alternative Investment Partners ve niceleri tarafından fonlanmaktan gururluyuz.” <https://tr.foursquare.com/about> (Erişim tarihi: 22.07.2017).

mekânları çevrelerine duyurmanın tadını çıkarırken, hem bir tür “gönüllü reklamcılık” yaptıklarının hem de çeşitli imajlara sığındıklarının farkındalar. Farkında olunmayan şey ise baki: Üretketici etkinliğin ve “boş zaman”ın sömürülmesinin bir başka vechesinin bütün ağırlığıyla ortaya çıkışı.

3.1.6 Viral ve Simgesel Araçlar



Görsel 12: Anonimleştirilmiş bir *tweet*.

“Boş zaman”ın *Foursquare&Swarm* aracılığıyla sömürülmesi, nesnelere düzeyinde kurulan ve varsayılan “eşitlik” tahayyülünün bir diğer sonucudur. Metalar dünyasında kurulan “eşitlik” hayali, gerçek bir toplumsal eşitlikten çok, metaların öncülüğünde gelişen ve sürekli yenilenen bir tüketim yarışı içerdiği için, zorunlu olarak bir hiyerarşiyi de ima eder. Mütemadiyen metaların “eşitlik” düzeyini hedefleyen bir yarış, varsayılan düzeyin altında kalanları da bir şekilde tanımlamış olur. Kullanıcıların büyük çoğunluğu *check-in* yapmayı tercih ettikleri bir yere çeşitli anlamlar yüklerken metalara çeşitli anlamlar vaz eden fetişist bir dünyanın içinden seslenirler ve bunu yaparken sözü edilen hiyerarşiyi de açığa çıkarırlar. Rüya’yla *Swarm* üzerine konuşurken aramızda geçen bir diyalog buna güncel bir örnek olarak değerlendirilebilir:

Rüya: En *mantıksız* da *Swarm* sanırım ya (gülüyor). Mesela burada⁸³ *check-in* yapmam çünkü burası pastane (gülüyor).
-Ama burası eski bir pastane, tarihi sayılır.

⁸³ *Akman Pastanesi*, Kızılay’da bulunan Ankara’nın eski pastanelerinden biriydi. Görüşme gerçekleşikten yaklaşık bir yıl sonra kapandı.

Rüya: Öyledir ama pastane yani, aslında yaparım. Ama *Swarm*'ı şu ölçüde kullanırım biraz, Ankara'da yaşıyorsun ve Ankara'da arkadaşların var. Bir yerde bir *check-in* yapıyorsun, mesela ben bunu çok yaşadım, diyelim ben burada bir arkadaşım ile oturuyorum, çok sıkıldım bir *check-in* yaptım, mesela Özlem bana mesaj atıyor “aa ben de geleyim”, geliyor. Diğeri geliyor.

-Akman'a kimse gelmez mi?

Rüya: Yok ya, öyle değil, ismi hoşuma gitmemiştir bence (gülüyor). İsmi itici geliyor, *Akman!* Düşünsene Rüya *Akman Pastanesi*'nde! (gülüyor) Yok, kulağıma hoş gelmiyor.

-*Eski-Yeni*?⁸⁴

Rüya: *Eski-Yeni*'de yaparım, *Babel*'de⁸⁵ yaparım, her yerde yaparım. Ama mesela çok ilginç, *Bulguroğlu Simit Sarayı*'nda yaptığım oldu. Çünkü oranın çayı pahalı, *orada oturmak ayrıcalıktır* (Gülüyor) (Vurgular bana ait).

Rüya'nın bir yandan saçma bulduğu, öte yandan oldukça yoğun bir biçimde kullandığı *Swarm*, şakayla karışık vurgulasa ve arkadaşlarıyla buluşmak için işlevsel anlamlar taşısa da, diğer bir yanıyla, sosyal medyada kendiyile ilgili vermek istediği izlenimin bir tamamlayıcı durumunda. Rüya, *Swarm* aracılığıyla, orada olduğunu duyurmak istediği mekânları özel olarak seçiyor ve bir şekilde, varlığından haberdar olduğu hayali bir hiyerarşide aşağı düzeylerde kalan, görüşmeyi gerçekleştirdiğimiz *Akman Pastanesi* gibi mekânları *check-in* yapmaya değer bulmuyor, hatta komik buluyor ve sonuç olarak eliyor. Burada varsayılan ve yakalanmak istenen “eşitlik” düzeyinin varlığı inkâr edilemez. Metaların dünyasında kurulan, ama zihinlerden başka bir yerde olmayan o “düzey” metalara fetişist anlamlar yüklemenin ticari mekânlarda karşımıza çıkan türlerinden yalnızca biridir.

Yabancılaşmanın bu tip gündelik görünümünde *check-in* yapmanın öne çıkan bir yeri olduğu söylenebilir. *Check-in* yapmanın, bir başka deyişle, insanların çoğunlukla gezdiği gördüğü yerleri ve yediği içtiği mekânları anlık olarak paylaşabilmesinin geleneksel iletişim araçlarında karşılığı pek yoktu. Önceden, tatile çıkan insanlar neler yaptıklarını, neler yediklerini ve nerelere gittiklerini ancak sözlü olarak aktarır, olsa olsa çok daha sonra fotoğraf albümleriyle gösterebilirlerdi. Gün

⁸⁴ Genelde gençlerin tercih ettiği, Ankara'da Sakarya olarak anılan barlar bölgesinde yer alan bir bar.

⁸⁵ Eski-Yeni'yle benzer, Ankara Kızılay Konur Sokak'ta yer alan bir başka bar.

içinde yapılan başka faaliyetlerin duyurulması ise çok çeşitli sınırlılıklara tabiiydi. Yeni medyanın *kişiselleştirme ve her an her yerde bağlanabilirlik* (Manzerolle ve Kjoson, 2014: 220) özellikleri, akıllı telefonlar aracılığıyla, daha önce insanlara hiçbir zaman olmadığı kadar, gündelik faaliyetlerini duyurma olanağı verdi.

Peki insanlar yiyip içtikleri mekânları, gezip gördükleri yerleri ve dahasını paylaşmaya neden bu kadar istekliler? Tüketimin sembolik mantığı burada devreye girer. Fetişizminin bir ifadesi olarak, metalara yüklenen simgesel önem “sadece üretim ve pazarlama süreçlerindeki tasarım ve imajda belirgin değildir; malların simgesel çağrışımları toplumsal ilişkilere sınırlar çeken hayat tarzı farklarının vurgulanması amacıyla da kullanılıp gündeme getirilir” (Featherstone, 2013: 44). Bu açıdan bakıldığında, akıllı telefonlar ve sosyal medyanın kendisi tüketim kültürünün fetişist mantığıyla oldukça uyumlu değil midir? Rüya’nın *Akman Pastanesi*’nde değil de *Babel*’de görünmek istemesinin ardında, metalar aracılığıyla sunulmak istenen imaj ve hayat tarzının simgesel çağrışımları olduğu çok açık.

Check-in yapmaya verilen tepkiler çok çeşitli ve birbirleri arasında çelişkili gibi görünse de, konumuz açısından oldukça önemli iki temel sonuca işaret ettiğini söyleyebiliriz: Birincisi, özelde *check-in* yapmanın kendisi ve daha genelde sosyal medyada inşa edilen imaj türleri viral bir şekilde yayılıp gösterişçi bir hal aldıkça rahatsızlık kaynağına dönüşüyorlar. İkincisi, bu tip kullanım biçimleri, nihai olarak, rahatsızlık verse de vermese de, gündelik hayatın temel pratiklerinde köklü bir dönüşümü beraberinde getiriyor. Gündelik hayattaki bu dönüşümler, bizi, *zahiri toplulukların* gündelik hayatta öne çıkan görünümlelerinden birine ve bölümün başında sorulan ama henüz cevabı verilmeyen o sorunun cevabına, yani *Doğan Holding*’in sosyal medyaya olan yoğun ilgisinin nedenine götürüyor.

İlk sonucun üzerinde durursak; sosyal medyanın gösterişçi bir tarzda kullanımı, inşa edilen imaj ve anlamlar dünyası rahatsızlık kaynağına dönüşüyor. Bu sunumlar

esas olarak metalar dünyasında şekillense de, her zaman doğrudan metalar üzerinden ifade edilmeyebilirler. Ancak her durumda metalar ve metalarla ilişkili bir imaj dünyası içinden seslendikleri için, yabancılaşmanın gündelik görünüşleri arasında değerlendirilmeliler. Rüya'nın anlattıkları buna en önemli örnek: İmaj inşa etme çabası, metalarla ilişkilenen başka nesneleşme biçimlerinde de ortaya çıksa, metalara yüklenen kimi anlamların niteliği Rüya'nın *check-in*'lerini etkileyen en baskın unsur olma ayrıcalığını kaybetmiyor:

Ben bazen bir gün içinde gittiğim her yerde *check-in* yapıyorum ama alakasız yerlerde, Karanfil Sokak'ta yapıyorum. Oradan çıkıyorum *Kahveci Hacıbababa*'da *check-in* yapıyorum. Normalde asla yapmam. Eve gidince onları siliyorum ben! Bak bildirim gitmiş oluyor, bunlar önemli değil. Güzel durmuyor profilimde çünkü! Onu silmeye çalışıyorum. Karanfil Sokağı silmiyorum ama *Kahveci Hacıbababa*'yı siliyorum. Güzel durmamış diyorum burada mesela. Serüvende çıkıntı gibi durmuş, onu silmem lazım deyip siliyorum falan (gülüyor). Çok saçma bir psikoloji ama!

Karanfil Sokak, doğrudan bir meta olmasa da, sokakta bulunan ticari mekânların ve kültürel-politik ortamının temsil ettiği toplumsal imaj nedeniyle, Rüya tarafından *check-in* yapmaya değer görülüyor. Rüya, Karanfil Sokak'ta görünmekten rahatsız olmadığı gibi bunu özellikle tercih ediyor. Karanfil Sokak, bu nedenle, metalaşmanın simgesel temsilleri çerçevesinde, tüm kültürel-politik anlamlar yüküyle beraber çekici bir nitelik kazanıyor. Üzerinde durulması gereken diğer bir nokta ise duyulan rahatsızlıkla ilgili.

Check-in yapmak viral bir hâl aldıkça ortaya çıkan içsel yarıma duygusu oldukça belirgin. Rüya, *Kahveci Hacıbababa*'da görünmekten çok hazzetmiyor olsa da, hem orada *check-in* yapıyor hem de sonradan siliyor. Sebebi ise açık: Daha sonra geçmişe dönüp baktığında, kendi kurduğu o “serüven”de *Kahveci Hacıbababa*'nın ayrıksı bir yerde durması. Takip edilen belirsiz bir düzeyin varlığı ve o düzeyin altında kalan yerin sonradan silinmesi, Rüya oraya gitmiş ve bunu herkese göstermiş olsa da, yapılıyor. Peki Rüya bunu, hem saçma bulurken ve hem de insanlar hâlihazırda bunu görmüşken, neden yapıyor? Neden “istemedi” *check-in* yapıyor ve sonra siliyor?

Bu deneyim, çalışmanın en başından beri vurgulanan, bazı temalarda silikleşen ama birçoğunda da belirginleşen yaygın bir kişisel rahatsızlığa işaret ediyor: İnsanın akıllı telefonları kullanırken düştüğü içsel bölünme, Francisco Goya'nın *A caza de dientes* (Dişlerin Peşinde) isimli tablosundaki kadının yaşadığı kişisel bölünmeyi (Pappenheim, 2002: 1-3) hatırlatıyor. Kadının, bir eliyle yüzünü mendille kapatırken öbür eliyle idam edilmiş bir adamın büyümlü güçleri olduğuna inanılan dişlerini sökmeye çalışmasında olduğu gibi, bir yandan yaptığı şeyi yaparken öte yandan duyduğu rahatsızlıkta belirgin olan bir farkındalık söz konusu. Rüya'nın, geçmişe dönüp bakarken gözünü tırmalayan "pürüz"leri düzeltme gibi bir olanağı var ve bu farkındalığından ötürü rahatsızlığını bir şekilde giderebiliyor.

Bahsi geçen bu rahatsızlığın ardındaki neden, yukarıda da vurgulandığı gibi, metalaşmada gizlidir. Sosyal medyada yaratılan ve metalarla ifade edilen çeşitli imajların bir gereği olarak, nesnelere dünyasındaki belirsiz bir eşitlik düzeyinin altında kalmama çabası, bir yandan insanlara bu *check-in*'leri yaptırırken diğer yandan belirgin bir rahatsızlığa da neden oluyor. Bir şeylere kapılıp gitmek, yabancılaşmanın en belirgin görümlerine örnek oluşturuyorsa şayet, *check-in* yapmaya kapılıp gitmenin de bu türden bir anlamı olmalı. Belirli bir düzeydeki farkındalık ve rahatsızlık duygusu, kapılıp gitmenin farkındalığı ve rahatsızlığının ifadeleridir.

Sözü edilen rahatsızlık hissi yalnızca yoğun bir şekilde *check-in* yapanların paylaştığı bir his değil. Bu *check-in*'lere maruz kalanların yakındığı bir kullanım biçimi ve bizzat o yakın insanları da zamanla içine alan viral bir yayılmanın parçası olarak karşımıza çıkıyor. Herhangi bir kullanıcı bireysel düzeyde bir kullanım biçimine "kapılıp giderken", toplumsal düzeyde de karşılığını bulan, gündelik hayatta inşa edilen bir hâkimiyettir sözü konusu olan. Bu hâkimiyet, sosyal medya kullanıcılarının, başka birinin ilk defa *check-in* yaptığını gördüğü anda, ilk defa karşılaşılan bu şeye gösterilen

yadırgayıcı tepkiyle başlıyor, *check-in* yapmaya yönelik yadırgayıcı tavrın bir süre sonra yok olmasıyla ve kişiyi tamamen etkisi altına almasıyla devam ediyor.

İnşaat işçisi Hasan, sözü edilen bu dönüşümü bir “alışma” süreci olarak görüyor: “Ne gerek var, niye nerede olduğunu bildiriyor gibi bir garipseme bende de oldu ama zaman geçtikçe... Daha doğrusu şu, bir alışma süreci vardır, biz o alışma sürecinden geçtiğimizde biz de onlar gibi nereye gittiysek *check-in* yapmaya başladık” (Hasan ve Hüseyin’le yapılan görüşme, 04.12.2015).

Ceyda da *check-in* yapmaya ilk başta çok mesafeli yaklaşırken, zamanla neden değiştiğini şu şekilde açıklıyor: “Ben çok muhafazakârımdım o konularda herhalde. Ulan ne gereği var? Çok gereksiz, niye ben nerede olduğunu söyleyeyim insanlara falan, böyle bir tavır. Sonra, burası böyle çok *cool* bir mekân, Ankara Siyasal Bilgiler Fakültesi, bir *check-in* yapayım ya şurada, arkadaşlar like'lasın falan... (gülüyor)” (Ceyda’yla yapılan görüşme, 11.10.2015).

İnsanlar *check-in* yapmaya alışırken başka neye alıştılar? Ceyda’nın aslında meta olmayan “*cool*” bir mekânda “*cool* görünme” kaygısıyla başlayan *check-in*’leri, zamanla yerini kendi deyimiyle “acayip bir kullanım”a bırakırken bir dönüşüm tamamlanmış oluyor. İlk başlarda oldukça anormal görünen *check-in* yapmanın “*cool* görünmek” gibi kaygılarla normalleşmesiyle ve akabinde tümüyle günlük bir rutine dönüşmesiyle gündelik hayatın sömürgeleşmesinde bir eşik daha aşılmış oluyor. Sonuç olarak, gündelik hayatta giderek yaygınlaşan *check-in*’ler yeni bir tüketim örüntüsünün inşa edilmesine vesile olurken, artık üretketiciler olarak adlandırılan kullanıcılar, yalnızca *Foursquare&Swarm* gibi şirketlerin kârlılıklarını arttırmasına neden olmuyor, gezip gördükleri yiyip içtikleri tüm ticari mekânlarla kendi imajlarını özdeşleştirirken metalaşmanın “eşitlik” düzeyine daha çok kapılıyor, bir tür “gönüllü” reklamcıya dönüşüyor ve bir bütün olarak tüketim faaliyetinin *online* mecralarda gelişimine katkı

sunmuş oluyorlar. Bu durum, yeni bir tüketim örüntüsünün bütün haşmetiyle ortaya çıkışı anlamına geliyor.

Doğan Holding'in sosyal medyaya olan ilgisi de burada anlam kazanıyor. *Social Media Awards Turkey* gecesinde konuşan *Marketing Türkiye*'nin Genel Yayın Yönetmeni Günseli Özen'in aşağıdaki sözleri, “sektörün büyümesi” ve “standartların yükselmesi”nin önemine dikkat çekerken, yeni yeni şekillenen bir tüketim mecrasının ödüllendirilmesini müjdeliyor: “Yarışmalar önemlidir, çünkü sektörü büyütür. Yarışmalar önemlidir, standartları yükseltir. Yarışmalar önemlidir, iyi insanların iyi işleri öne çıkar. Birazdan her birisi akıl teriyle ıslanmış başarılı işleri göreceğiz ve ödüllendireceğiz. Kazananları ben peşinen kutluyorum.”⁸⁶ Nitekim, sözü edilen yarışmada değerlendirilen ödül kategorilerinden olan “Fikir Önderi Kampanyası”, “Online Reklam ve Viral Video”, “Gerçek Zamanlı Kampanya”, “Kurumsal Blog”, “Medya Satın Alma”, “Online-Offline Entegrasyonu” ve “Veriden Esinlenen Sosyal Medya Kampanyası” gibi kategoriler bu yeni tüketim örüntüsünün ana hatlarına işaret ediyor.

3.1.7 Marka Fetişizminin Araçları: *iPhone Android*'e Karşı



Görsel 13: Umut Sarıkaya'dan bir karikatür.

⁸⁶ “Social Media Awards Turkey”, <https://www.youtube.com/watch?v=QLgi-2UXoAo> (Erişim tarihi: 10.08.2017).

Tüketimin akıllı telefonlarla ilişkili biçimlerinde belirgin olan fetişizm, yalnızca *check-in* yaparken karşımıza çıkmıyor. Akıllı telefonun bizzat kendisi ve işletim sistemi en önemli fetiş unsurlara dönüşüyor. İstanbul’da televizyon dizilerinde yönetmen asistanı olarak çalışan Özcan (32), dizi seti çalışanlarının yüzde 90’ının *iPhone* kullandığına dikkat çekerken meta fetişizminin bu türünü farklı bir açıdan örnekliyor. Dizi seti çalışanlarının neden ezici çoğunlukla *iPhone* kullandığına dair sorumu şöyle cevaplıyor:

Bilmiyorum ama göstermek için gibi. Gerçekten hiçbir yerde olmadığı kadar setlerde *iPhone* var. Yüzde 90 olur mu ya, çalışırken göstermek için. Adam mesela 6s alıyor ya, ışıkçı adam anasını satayım! Işıkçı 2500 alır ortalama. 6s almış adam ya, baya 3400 lira falan para vermiş. Ulan senin ne işine yarayacak? Adamın önceki telefonu da *HTC*’nin bayağı büyük bir modeli böyle. 3310’dan geçmedi yani. Herkeste *iPhone* var, o da *iPhone*’u olsun istiyor. Seviyorlar abi, tuhaf bir şekilde, en düşük adamın da *iPhone*’u var ya. Bazı insanları görüyorsun, onlar daha iyi kazanıyor, 4s var adamda, diyor ki işte iyice tırt olana kadar kullanayım. Adam *iPhone 6s* alıyor. Oyuncu moyuncu zaten alıyor, tamam, onlara bir dünya para veriyorlar. 20 bin, 30 bin lira haftalık alıyorlar. O alır *iPhone*’u haftalığının küçük bir kısmıyla (gülüyor). Sen nasıl alıyorsun yani? *Samsung* falan acayip az. Onlar da en üst modeli. Ya hiç parası olmayan adam *Samsung*’un alt modellerini kullanıyor, ya da normalde *Samsung* kullananlar da o *Note* mot var ya, üst modellerini kullanıyor. Öyle ucuz kullanmıyor. Ama yani sette kötü telefon çok az. Bir de herkes de diyor işte *iPhone* iyi, *iPhone* süper falan filan. Ne süper? Oyun oynuyorsun, *Facebook*’a bakıyorsun.

Meta fetişizminin bu biçiminde, nesnelere dünyasında kurulan “eşitlik”, birinci bölümde değinilen, metalara içkin özellikler yükleme olarak kendini gösteren fetişizmin daha bilinen biçimine yakın bir hal alır. Kullanıcılar, metaların “eşitlik” düzeyine yetişmeye çalıştıkça ve kendini de o düzeye ulaştığını olarak görüp, o “düzeyi” sosyal yaşamda bir biçimde kendine ait bir değer olarak lanse ettikçe, kendini metalarla ifade etmeye ve metalara karakteristik özelliklerle yüklemeye daha da yaklaşmış olurlar.

Metalarla bu şekilde özdeşleşmenin farklı örnekleri var. Cannur’un (23) hikâyesi de bu açıdan oldukça anlamlı: Kendini popüler deyimle gerçek bir “*iPhone fan*”ı olarak tanımlarken, bu bağımlılık düzeyindeki ilginin geçmişten beri hep var olduğunu ve akıllı telefonundan ve sosyal medyadan zorunlu olarak uzakta kaldığı zamanlarda çok

sıkıntı çektiğini vurguluyor (Cannur'la yapılan görüşme, 15.05.2015). Cannur, henüz *iPhone*'la tanışmadan önce kullandığı bir başka telefonu şu biçimde gururlanarak anlatıyordu:

Windows işletim sistemli *Samsung* vardı, dokunmatikti ve o zaman kimsenin dokunmatığı yoktu, bunu *gururla söylüyorum*. Abim almıştı o telefonu ve programcıların kullandığı bir telefonda. Mesela hastaneler için bir yazılım yazıyorsunuz doktorlar kullanıyor, bir hastanın durumu saniyesinde geliyor falan filan, saçma sapan bir şeydi ama çok iyi bir telefonda. Kullandığım en iyi özellikli telefonda. Ama *ben her zaman en iyi telefonu kullananlardandım*.

Ben zaten ortaokula giderken bütün arkadaşlarım tuşlu *snake* olan siyah beyaz ekran kullanırken, benim *D600*'üm vardı *Samsung*, açılır kapanır. Akıllı telefonda birazcık şeydi, dokunmatik değildi sadece, her uygulamayı kullanıyordum yine (Cannur'la yapılan görüşme, 15.05.2015, vurgular bana ait).

Bundan sonra akıllı telefon dünyası hızla gelişip *iPhone* piyasaya çıkınca, *Android* cihazlarla *iPhone*'u kıyaslayan Cannur, *iPhone*'da karar kılmış. Bu kararı o kadar kati ki “*iPhone* kullanan birisi daha sonra *Android* kullanamaz gibi geliyor (...) Hayatımın sonuna kadar (*iPhone*) kullanacakmışım gibi geliyor” diyor (Cannur'la yapılan görüşme, 15.05.2015).

Cannur'un *Android* ve *IOS* cihazları kıyaslarken söyledikleri, kullanıcıların bu telefonlara hangi anlamlar yükleyebileceğini de gösteriyor: *IOS*'un arayüze çok fazla müdahaleye izin vermemesini “beni kısıtlaması hoşuma gidiyor” diyerek ifade ederken, *Android*'in kullanıcılara bu konuda çok geniş serbestlik sunmasını ise kıyasıya eleştirerek sözlerine şöyle devam ediyor: “Hani şey vardır, telefonun arkasına önüne, orasına burasına *smile*'lar yapıştıran, kılıfları falan ponponlu olan... (gülüyor) Bir köpeğiniz olur, sürekli giydirirsiniz ya, onlar *Android*'ler yani. *iPhone*'u olanların yalın, sade, maksimum bir kılıfı vardır. Kulaklığınız şarj aletiniz, her şeyiniz aynıdır zaten, fikstir yani, bir şeyiniz değişmez” (Cannur'la yapılan görüşme, 15.05.2015).

İnsanlar arasındaki toplumsal ilişkiler metalar arasındaki “doğal” ilişkilere tâbiymiş gibi görüldüğünde, aynı pazara farklı pazarlama stratejileriyle giren firmaların (*Apple*, *Google* veya *Samsung*) hizmet ve ürünleri üzerinden insanların karakterine

ulaşmak, o şekilde hissetmek ya da böyle ifade etmek kulağa mantıklı gelir. Yabancılaşma sorununun bir parçası olarak, toplumsal soyutlamanın vardığı bu aşamada, insanlar kendilerine ait, özgün nitelikleri metaların karşısında kaybederler ve onlara devrederler. Metaların dünyası büyüdükçe, insanların dünyası küçülür. İnsan metayla eş tutuldukça, insani özellikler metaların türdeşleştirici soyutlamaları karşısında gözden kaybolmaya başlar.

Derinlemesine görüşme yaptığım kullanıcıların hemen hepsi benzer değerlendirmelerini ve gözlemlerini paylaştılar ama içlerinden biri diğerlerinden biraz daha farklıydı. Atalay (26) Ankara Kızılay'da "telefon borsası" olarak da bilinen ve yan yana, çoğunlukla ikinci el telefonların alınıp satılabildiği tezgâhların birinde çalışıyor. Kendini "bu işin piyasasında olan biri" olarak tanımlayan Atalay şöyle bir tanıklığını paylaştı:

Bizim iki yan tezgâhta Faruk abi var. Faruk abi telefon satıyordu. Müşteri *iPhone*'la *Samsung* arasında kaldı, *iPhone 5*'le *Samsung S5* arasında kaldı. Faruk abi hemen bana döndü, Atalay ne kullanıyorsun dedi. Ben hemen cebimden *4s*'imi çıkardım. Karşıya sordu, işte Erdem ne kullanıyorsun dedi, *iPhone 6*'yı çıkardı. Oraya sordu, o *6*'yı çıkardı, o *5*'i çıkardı falan. Sonra döndü dedi ki "iki ay hapis yatarım *iPhone*'dan başka telefon kullanmam" dedi (gülüyor) (Atalay'la yapılan görüşme, 04.10.2015).

Atalay'a göre, ikinci el telefon satıcıları arasında gerçekten de *iPhone* lehine böyle güçlü bir eğilim var: "İddia ediyorum 90 telefoncunun 80'i *iPhone* kullanır" (Atalay'la yapılan görüşme, 04.10.2015). Şaka olarak söylenmiş olsa da burada göze çarpan fetişist bir eğilimin olduğu aşikâr. Birazdan bu konuyu biraz daha netleştirmeye çalışacağım.

Burada görünür olan diğer bir mesele ise epey sınıfsal. Atalay, sık sık akıllı telefon değiştiren insanların yüksek gelirli insanlar olmadıklarını, çoğunlukla ekonomik durumu iyi olmayan insanların sık sık akıllı telefon değişikliği yaptığını vurguluyor:

Müşterinin elinde *iPhone 5* var, yaklaşık 2 ay önce almış ama geliyor, sıfır gibi telefon ama bunu veriyor, yaklaşık üstüne 300-400 lira veriyor, başka telefon alıyor. Hani ben bunun sebebini müşteriye sormadım. (...) Telefonu güncelleme çabası çok fazla ama bunu yapanlar da sosyal durumu, ekonomik durumu çok üst düzey olan insanlar değil. Ben bundan

sıkıldım yenisini alacağım diyebilecek tipler değil ekonomik olarak. Ekonomik durumu, atıyorum, ayda 1500-2000 lira kazanan ama aylık kazancın yarısını bir telefona verebilecek insanlar çok var (Atalay'la yapılan görüşme, 04.10.2015).

Burada yabancılaşma açısından sorun, *iPhone*'un ya da herhangi başka bir akıllı telefonun kullanım değeriyle beraber estetik beğeni nedeniyle tercih edilmesinde değildir. Herhangi bir kullanıcı, aşağı yukarı benzer şekilde kullanacağı iki telefon arasında gözüne daha hoş görüneni tercih edebilir. Konudan bir parça uzaklaşma pahasına bu noktayı derinleştirmekte fayda var.

Simmel'in "duyusal hoşlanma" ve "estetik hoşlanma" arasında yaptığı ayrım, herhangi bir şey ya da nesne olarak düşündüğümüzde, *iPhone*'un ya da başka bir akıllı telefonun bu derece beğenilmesi ve bir haz nesnesine dönüşmesindeki sınırı gözler önüne sermesi açısından oldukça önemli (2014: 38-40): İnsanlık tarihi göz önünde bulundurulduğunda geç bir dönemde ortaya çıkan estetik hoşlanma, duyusal hoşlanmadan farklı olarak, nesneden kaynaklı kullanım yararından ziyade, o nesneden alınan seyirlik hazzı ifade eder. Bu farkı pek çok durumda ayırt etmek zor olsa da "(estetik hoşlanmada) nesneye teslim oluruz, diğerinde nesne bize teslim olur. Estetik değer, herhangi bir değer gibi nesnenin bütünleyici bir parçası değil, duyularımızın bir yansıması olsa da bu yansımanın tam olduğunu gösteren bir özelliğe sahiptir" (2014: 38). Estetik beğeni söz konusu olduğunda "teslim olmak" insanın nesnenin boyunduruğu altına girdiği koşulları tanımlamadığı için, bu durum fetişizmle karıştırılmamalıdır. Simmel, bu ayrımla, öznenin nesnede kendi duyusal karşılığını bulmasını ve bunun tamlığını vurguluyor. Hem görünüş olarak beğenilen hem de pratik fayda sağlayan bir nesne, kalıtımsal ya da toplumsal nedenlere bağlı olarak, bir fayda sağlamadığı durumlarda dahi oldukça haz verici olabilir. Klasik bir arabanın insanlarda yarattığı haz buna örnek olarak düşünülebilir. Klasik bir araba hem işe yarar hem de göze hoş görünebilir. Ya da antikalar, bir kullanım yararı sağlamasa bile estetik beğeni

açısından oldukça değerlidir. Hatta antikalarda kullanım yararı pek aranmaz. Estetik hoşlanmanın bu yanında öznellik ön plandadır.

Ancak fetişizm sorunu açısından önemli olan nokta şu ki; nesnelere bu öznellikleriyle değiştirilebilir olamazlar. Bir insan için benzersiz ve tekil olan bir nesneyle diğer nesnelere arasında bir denklik kurulabilmesi oldukça güçtür. Nesnelere, aralarında bir değer eşitliği kurulabildiği ölçüde değiştirilebilir olurlar. Dolayısıyla estetik beğeni nesneleştirilmenin başka bir formudur. Bu çalışmayı ilgilendiren boyutuyla, insanların metalara yönelik geliştirdiği fetişist ilgi ise ancak piyasa koşullarında ortaya çıkabilen türden beğenileri içeriyor. Aksi halde, estetik beğeniyle, piyasaya sürülen her telefona yönelik aşırı ilgiyi, mevcut haz nesnesini bir anda unutup, aylık gelirin neredeyse tümüyle yapılan o “yenileme”leri, o nesnelere ve kullanıcılar arasında kurulan karakteristik özdeşlikleri anlamının gerçek bir yolu kalmazdı. Burada öznel sınırlarını aşan ve ona karşıt bir ilişki biçimi var: Piyasa koşullarında ortaya çıkan nesneliliğin bu türü, “nesnenin özneye herhangi öznel bir ilişkiden ayrılmasıyla tesis edilir” (2014: 44). Bu nesnelere, tam da mübadelenin evrensel soyutlaması içinde anlam kazandıkları için meta biçimine bürünmüşlerdir ve tam da bu meta biçiminin kendisi nedeniyle insanla arasında öznel bir ilişkinin kurulma şansı yitirilmiştir.

Buradaki sorun, “iki ay hapis yatarım *iPhone*'dan başka telefon kullanmam” derken görünür olan fetişist kaygıda ya da aylık gelirinin önemli bir bölümünü “telefon yenilemek” maksadıyla kullanan insanların motivasyonunda. Nesneye olan bu tip bir ilgide öznelliğe hiçbir biçimde yer olmadığı için, 3 ayda bir akıllı telefon değiştirmek ya da akıllı telefonun yeni bir modeli çıkınca bir öncekini “arkaik” bir şey olarak görmek normalmiş gibi görünür. Bu durumda, kullanıcı akıllı telefonuna teslim olurken ilişkinin tüm öznel boyutunu yitirir ve bir metadan diğerine doğru sürüklenir gider.

Meta fetişizminin bu türünün baskın bir sınıfsal karşılığı da vardır. Kullanıcılar, akıllı telefonlarının markaları aracılığıyla kendilerine yeni bir toplumsal konum tesis

etmeye çalışıyorlar. İnsanlar, nesneyle aralarında kurulacak gerçekten öznel bir ilişkinin koşulları bulunmadığında, metalar arasında kurulan belirsiz bir “eşitlik” düzeyini yakalama gayreti içine düşüyorlar. Baudrillard’ın da vurguladığı gibi, tüketimin ideolojisi, herkesin aynı nesnelere karşısındaki eşitliğini varsayıyorsa (2013: 47-61), bu nesnelere gerçekte sürüp giden sınıfsal eşitsizliklerin “kapatılması”na ya da bir biçimde “telafi edilmesi”ne dönük kullanılması mümkün. Esin (38) tam olarak bu fetişist kaygının dayandığı sınıfsal temelden dolayı durumu şu şekilde ifade ediyor: “*Android-iPhone* şeyi sınıf ayrımı gibi oldu. Ben tam tersine bu ortamda *Android* kullanana daha çok saygı duyuyorum. Ona kapılmadığı için” (Esin’le yapılan görüşme, 18.11.2015). Nitekim Atalay da müşterilerinin dış görünüşlerine bakarak henüz tezgâha yaklaşırlarken bile *iPhone* mu yoksa *Android* bir cihaz mı alacaklarını tahmin edebildiklerini vurguluyor: “Çok daha iyi giyimli veya daha iyi eğitim almış, ekonomik seviyesi üst düzeyde insanlar *Apple*’dan çok fazla vazgeçmiyor. Ama biraz önce anlattığım, iki bin lira kazanıp bin lirasını telefona bağlayan insanlar çoğunlukla *Samsung* tercih ediyorlar” (Atalay’la yapılan görüşme, 04.10.2015).

Walter Benjamin, *Pasajlar*’da (2012: 150) metaların insanları büyüleyen çekiciliğini şu sözlerle anlatır:

Baudelaire, uyuşturucu maddeleri bilen biriydi. Buna karşın uyuşturucuların toplumsal bakımdan var olan en önemli etkilerinden birini büyük olasılıkla gözden kaçırmıştır. Bu etki, uyuşturucu kullananların, bu kullanma nedeniyle sergiledikleri çekiciliktir. Mal da, çevresinde dolanıp duran, başını döndüren kalabalık sayesinde aynı etkiyi kazanır. Malı mal yapan piyasanın asıl yaratıcısı olan müşterilerin yoğunlaşması, ortalama alıcı bakımından malların çekiciliğini artırır.

Akıllı telefonlar söz konusu olduğunda da ister cihazın markasından ister işletim sisteminden kaynaklanıyor olsun, bu ürünler etrafında uyuşturucunun insanlarda yarattığına benzer bir çekicilik yaratıldığı kesin. İnsanların, bu çekiciliğe kapılıp gitmeleri, kendileri arasındaki ilişkilerin metalar arasındaki ilişkiler gibi görünmesi yoluyla mümkün olur. Aslında insan emeği, bilgisi ve teknolojisinin ürünleri olan bu

telefonlar, insanlardan bağımsız bir güç tarafından yaratılmış gibi muamele görürler ve akıllı telefonlarda keşfedilen, kendiliğinden olduğu varsayılan bir anlam dünyasına kapılırlar. Yabancılaşmanın ta kendisi olan bu sürüklenişin, görüldüğü gibi, oldukça çeşitli biçimleri vardır.

Toparlamak gerekirse, internetin ticarileşmesi ve sosyal medyanın ticari internet hizmetlerinin en önemli bütünleyenlerinden biri olması, akıllı telefonları, gündelik hayatın sömürgeleştirilmesi yolunda en önemli metalden biri haline getirdi. Kapitalist üretim tarzının içinde bulunduğumuz güncel aşamasında, akıllı telefonlar aracılığıyla ve sosyal medya hizmetleriyle beraber, yalnızca iş ve “boş zaman” arasındaki sınır giderek muğlaklaşmadı, çalışma zamanı olarak günün 24 saati, kitle medyasının tahayyül bile edemeyeceği biçimlerde giderek daha çok sömürülmeye başlandı.

Bu sömürü mekanizması, özetlendiği gibi, yeni yanılsamalar yaratarak yabancılaşmanın boyutlarını daha da arttırdı. Gündelik hayatın sıradan alışkanlıkları sermaye birikimine daha güçlü bir biçimde konu edilirken, internetteki içeriğin büyük bir kısmını sağlayan kullanıcılar “bedava” yanılsamasına daha çok kapıldılar. Metalar arasında kurulan ve “çağın bir gereği” olarak takip edilmesi gerekli olan belirsiz bir “eşitlik” düzeyi, artık üretketiciler olarak adlandırılan kullanıcıları giderek güçlenen bir “dijital tüketim” yarışı içine de çekti. Hıza, daha yeni modellere, daha kapasiteli işlemcilerle ya da diğer bileşenlere olan talep bu ortamda yaratıldı. İnsanlar, kendi toplumsal konumlarını, akıllı telefonlarda olduğu düşünülen ve akıllı telefonlar aracılığıyla kazanılan o belirsiz düzeye endekslemeye başladılar.

Bahsedilen kuşatılmışlığın boyutları bunlarla sınırlı değildir. Şu ana kadar, gündelik hayatın ve “boş zaman”ın akıllı telefonlar aracılığıyla nasıl ve hangi boyutlarda sömürgeleştirildiği sorusuna bir cevap verilmeye ve sıradan insanların, gündelik ve “doğal” faaliyetleri içinde nasıl yabancılaştıkları ortaya konulmaya çalışıldı. Bütün bunların, imajlar yaratıp sunma çabasının simgesel boyutlarıyla, meta

fetişizmiyle ve tüketime ideolojisiyle nasıl el ele geliştiğine değinildi. Ama bildiğimiz gibi, kullanıcılar gün boyunca, sabah gözlerini açtıktan gece kapayana dek akıllı telefonlarla yalnızca konum paylaşmıyorlar, yalnızca daha hızlı ve daha fonksiyonel cihazlar talep etmiyorlar ya da yalnızca markaların peşinden koşmuyorlar. Metalaşmanın ve sömürünün güncel bir boyutu, yeni bir tüketim örüntüsüyle beraber bütün haşmetiyle ortaya çıkıyorsa, akıllı telefonların diğer kullanım alanları da bu dönüşümden köklü bir biçimde etkileniyor olmalıdır. Sıradaki başlık, sözü edilen bu dönüşümün kültürel boyutlarına daha yakından bakacak ve akıllı telefonların giderek artan kullanımını ve yabancılaşma arasındaki ilişkiyi, insanlar arasındaki ilişkiler ve politika katılım (bireysel düzeyde) açısından ele alacaktır. *Zahiri toplulukların* insana dışsal nitelikleri, ilişkiler alanına odaklanıldığında daha görünür bir şekilde ortaya koyulabilir.

3.2 ZAHİRİ TOPLULUKLARIN TEZAHÜR ALANI OLARAK İLİŞKİLER

Gündelik yaşam, kim ya da nasıl birisi olduğumuza dair, genel-geçer toplumsal anlamlar evreninde şekillenen, verilen izlenim ile diğer insanların edindiği izlenim arasında yer alan benlik sunumlarının alanıdır, aynı zamanda. Benliğimize dair çeşitli sunum ve izlenimleri, farkında olarak ya da olmayarak, gündelik hayatın bütün kılcak damarlarında, tüm davranışlarımızla, mimiklerimizle, dış görünüşümüzle, kıyafetlerimizle, tercih ettiklerimiz ya da etmediklerimizle ve daha pek çok şeyle oluşturur ve paylaşırız. Bu sunumlar ve izlenimler alanında çeşitli beklentiler oluşur, neyi nasıl anlamlandırıp tepki vereceğimize ya da vermeleri gerektiğine dair, çevremizdeki insanlarla gündelik bir iletişim zemini inşa ederiz (Goffman, 2016). Bu ilişkisel ortam gündeliktir, çünkü “gündelik, hem bireysel hem de kolektif anlamda, bizim kendi çok yönlü becerilerimizi geliştirdiğimiz ve tümüyle bütünleşip gerçek anlamda *insan* olduğumuz ortamdır” (Gardiner, 2016: 15). “Birbirlerimize baktığımızda biz gerçekte tinlerimizi görüyor”sak şayet (Eroğul, 2014: 38), gündelik yaşam, bu yanılla, insanların birbirlerinin tinlerini gördükleri, türsel insanın var olduğu o en geniş toplumsal ilişkiler toplamının gerçekleştiği zaman ve mekân birliğidir. İnsanlar, çoğu zaman söze dökülme bile, benlik sunumlarının gerçekleştiği tüm zaman ve mekân parçalarında bu iletişim zeminini paylaşırlar. Günümüzde, arkadaşlıklar, akrabalıklar, aşklar ve insanlar arasındaki diğer tüm ilişkiler, gündelik hayatın maddi ya da manevi uzamında, hem sanal-olmayan hem sanal-olan alanlarında gerçekleşiyor.

İnsanların metaların fetiş dünyasına kapılıp gitmelerinin ve “boş zaman”ın sömürgeleştirilmesi yoluyla, simgesel boyutları son derece güçlü olan bir tüketim kültürünün yerleşmesinin ilişkiler alanında çok daha kapsamlı sonuçları vardır. Gündelik hayatın metalar aracılığıyla sömürgeleştirilmesi, tüketimin “eşitlikçi” ideolojisinin bir tür zaferini ima ediyorsa, insana dışsal ve karşıt bir toplum biçiminin yanılsamalardan ibaret dünyasının bütün haşmetiyle ortaya çıkışının koşulları da

tamamlanmış demektir. İlişkilerdeki yabancılaşma ve insanın kendine dışsal, *zahiri toplulukların* cenderesine kapılması bu koşullarda ortaya çıkar.

Metalaşmanın “boş zaman”ı istila eden karakteri kendine uygun bir tüketim ortamı yaratır. Bu ortam tek tek metaların toplamından ve metaların kullanım değerlerinden hareketle sürdürülen tüketim davranışından daha derinlere uzanan başka bir şeyin varlığına işaret eder:

Bugün nesnelere pek azı, onlardan söz eden bir nesnelere bağlamı olmaksızın *kendi başına* sunulur. Bu yüzden tüketicinin nesneyle ilişkisi değişmiştir. Tüketici, sağladığı özel fayda bağlamında bir nesneye değil, bütünsel anlamı bağlamında bir nesnelere kümesine yönelir. Çamaşır makinesi, buzdolabı, bulaşık makinesi vb, toplu halde, her birinin alet olarak tek tek sahip olduğundan farklı bir anlama sahiptir. Vitrin, reklam, üretici firma ve burada temel bir rol oynayan marka parçalanmaz bir bütün, bir zincir gibi bu anlamın tutarlı, kolektif vizyonunu dayatırlar; sıradan nesnelere değil, gösterenleri birbirine bağlayan bir zincir gibi her nesne daha karmaşık bir üst-nesne olarak diğerlerini gösterir ve tüketiciyi bir dizi daha karmaşık tercihe götürür (Baudrillard, 2013: 17-18).

Yazarın, alıntılanan bu paragrafta vurguladığı esas şey, gözü dönmüş bir satın alma çılgınlığından çok farklı bir şeydir. Her bir metanın birleşerek meta yığınları oluşturması farklı bir toplumsal durum yaratır: “Tüketici, *mantıksal olarak* bir nesneden öbürüne gidecektir. Tüketici, bir nesne *hesabına* kapatılacaktır. Bu, mal bolluğunun kendisinden doğan satın alma ve sahip olma çılgınlığından tamamıyla farklıdır” (2013: 18). Ortaya çıkan şey, metaların bolluğunda kendini var eden ama onların niceliksel büyüklüğünden farklı bir var olma biçimidir. Nicelin bu şekilde nitele dönüşümü, bir önceki başlıkta da değinildiği gibi, insanların metalara yükledikleri simgesel anlamlar aracılığıyla metaların fetiş dünyasının sınırları içine sığdırılması yoluyla gerçekleşir. Baudrillard’ın “bir nesne hesabına kapatılma” olarak andığı şey, metalaşmanın gündelik hayatı kuşatıcı karakterinden ve onun giderek büyüyen, üretim ilişkilerinden kaynaklanan ama zihinlerden başka bir yerde olmayan anlam dünyasından başka bir şey değildir. Bauman, “dünya, potansiyel olarak ilginç nesnelere oluşan bir havuza dönüşüyor ve kişiye düşen iş bunlardaki bu potansiyeli olabildiğince aktifleştirmektir” derken benzer bir nitel dönüşümden bahsediyor (2014: 142).

Bu potansiyel nedir ve insan ilişkilerinde nereye tekabül ediyor? Ortaya konulması gereken şey, tüketim nesnelere olan metalar aracılığıyla kurulan simgesel anlam dünyası ve bu dünyanın insan ilişkilerindeki yeridir. Ancak bu yolla, akıllı telefonlarla beraber insan ilişkilerinin nasıl dönüştüğü sorusunu cevaplayabiliriz ve *zahiri toplulukların* insana yabancı niteliğini ortaya koyabiliriz.

Kapitalist üretim tarzının, ürünleri olan metalar aracılığıyla tüm insani yaşama olan hücumu şüphesiz ki kültürel alanda karşılığını buldu. Jameson, geç kapitalizmin işleyiş tarzının kendine özgü bir kültürel mantığı olduğunu açıkça savundu (Jameson, 2011): Tıpkı modernizmin yarattığı çeşitli yanılsamalarda olduğu gibi, günümüzün post-modern yanılsamalarının da üretim tarzımızla yakın bir ilişkisi var. Akıllı telefonlarda cisimleşen teknoloji, bilgi ve akıl fetişlerini incelerken bu yanılsamaların bazılarında değinmiştik ve gündelik hayatın sömürgeleştirilmesinin “bedava” mitini yarattığına da. Günümüzdeki üretim tarzını ister geç ister post-endüstriyel ister çokuluslu kapitalizm diye analım, sonuç olarak, kapitalizmin içinde bulunduğumuz güncel bir aşaması, çağımızın kültürel dünyasının esas şekillendiricisi durumunda. Kültürel üretim ve meta üretimi arasındaki bütün sınırların ortadan kalktığı bir toplumda, kültürel alanın metalaşmasının güncel üretim tarzının yeni dinamiklerinden bağımsız olduğu nasıl iddia edilebilir? Frankfurt Okulu’nun “kültür endüstrisi” çözümlemesi bu ilişkiyi etraflıca ele almıştı (Adorno, 2009).

İnsanların kendi yaşamlarını üretme tarzı, dünyayı kavrama tarzlarını, tüm insani ilişkilerini, arkadaşlıklarını, aşklarını ve cinselliği yaşama tarzlarını dönüştürdü. Esasında insana karşıt olan ama kendini hiç de öyle sunmayan bir toplum biçiminin ortaya çıkışıdır söz konusu olan. Marx ve Engels, türsel insan ve kapitalist toplum arasında büyük bir çelişki tespit ettikleri için kapitalist toplumları *zahiri topluluklar* olarak nitelediler. İnsana karşıt ve ona dışsal olan kapitalist örgütlenme ve toplum biçimi “bireyler karşısında daima bağımsız bir nitelik kazandı ve bir sınıfın diğer sınıf

karşısındaki birliği olduğundan, ezilen sınıf için yalnızca tamamen sanal bir topluluk değil, aynı zamanda yeni bir prangaydı” (2013: 75).⁸⁷ Marx ve Engels’in kullandığı anlamda sanallık/zahirilik, akıllı telefonlarla erişilen ve izi bir an olsun kaybedilmek istenmeyen o yeni uzam ve yeni toplulukları nitelemek için de kullanılıyor: *Sanal alem*. O zaman şunu sormamız gerekir: Akıllı telefonlarla erişilen “sanal alem” zahiri bir alem midir ve sanal alem insanlar için yeni bir prangaya mı dönüştü?

Bu soruları cevaplamak için yukarıda değinilen nitel dönüşümün temel parametrelerini belirlemek ve bu nedenle dikkati Debord’un *gösteri toplumu* tahliline ve dahasına vermek gerekir. Kapitalist üretim tarzında, öz ve görüngü arasındaki ilişki, görüngünün kendini tek ve tartışmasız gerçek olarak sunduğu, yaşanan gerçek ilişkinin değil de çarpıtılmış biçiminin hakikatmiş gibi görüldüğü bir yanılsamalar evresine doğru ilerledi. Bu yanılsama, metaların her birinin temsil ettiği imajlar toplamını aşarak, genel bir dünya görünüşü yarattı. Bu dünya, insan ilişkileriyle şekillenen bir dünya olarak değil de metaların dünyası olarak algılandığında, insanın dışında ve ona karşıt nesnelleşmiş bir dünya görüntüsüne büründü (Debord, 2016: 34-35).

Nesnelleşmiş dünya görüntüsü, çalışmanın başından beri değinilen ve insanın bizzat kendini nesnelere tıkr tıkr işleyen dünyasında sokuşturulmuş olarak bulduğu, ona tabii olduğu, insanın değil de birtakım nesnelere, paranın, teknoloji ve benzerlerinin, yani metaların belirleyiciliğinin varsayıldığı, insanın metalar dünyasına kapılıp gittiği, yabancılaşmanın o en genel biçiminin kendisidir:

Gösteri, dinsel yanılsamanın yeniden maddi yapılanmasıdır. Gösteri tekniği insanların kendilerinden kopmuş olan güçlerini yerleştirdikleri

⁸⁷ *Alman İdeolojisi*’nin Türkçe çevirisinde (2013) karşılaştığımız zahirilik ve sanallık, söz konusu eserinde bir İngilizce çevirisinde (1998) *illusory* kelimesine karşılık geliyor. Şüphesiz *illusory* (hayali, aldatıcı, yanıltıcı), *online* uzamı tanımlayan sanallığın karşılığı olamaz. Ortaya çıkan bu benzerliğin çeviriden kaynaklandığını belirtmek gerekir. Öte yandan, insanın bireysel niteliklerinin gelişim koşullarına dışsallık ve karşıtlık anlamında zahirilik ve sanallık ile günümüzün sanal ağlarında karşımıza çıkan metalaşma ve insanın bireysel gelişimine ket vuran o dışsallık arasında böyle bir analogi kurulabilir.

Marx ve Engels’in söylediklerinin İngilizce karşılığı tam olarak şu şekilde: “The illusory community in which individuals have up till now combined always took on an independent existence in relation to them, and since it was the combination of one class over against another, it was at the same time for the oppressed class not only a completely illusory community, but a new fetter as well. In the real community the individuals obtain their freedom in and through their association” (1998: 86-87).

dinsel bulutları dağıtamamıştır: Onları sadece dünyevi bir temele yeniden bağlamıştır. Böylece, en dünyevi yaşam, donuk ve nefes alınamaz hale gelmiştir. Artık yaşam mutlak reddini, sahte cennetini gökyüzüne havale etmeyip, bunları kendi içinde barındırmaktadır. Gösteri, insan güçlerinin ötede bir yerlere sürgün edilmesinin teknik anlamda gerçekleştirilmesidir; insan içinde tamamlanan bir bölünmedir (Debord, 2016: 39).

Gösterinin, bizim için, şu anda ele alınan ilişkiler başlığı açısından önemi şu tespitte saklıdır: Metaların kuşatıcı dünyası, insanın dünyevi yaşamında ona bir cennet vaat ediyor olsa da, bunun aksine, dünyevi yaşamı “donuk ve nefes alınmaz hale” getirmiştir. Meta üretiminin ve birikimin sınırsızlığına dayanan kapitalist “bolluk toplumu” bu kadar büyük çeşitlilik ve olanağa rağmen, gerçekteki özü gizleyerek insanları bir temsiller ya da suretler dünyasına hapsedmiştir. Gösteri toplumunun gücü, tüm bu yanılşamayı gerçek gibi göstermesinden ve sorunlu yönü ise dünyevi dünyayı, her türlü olanağı sunma iddiasına rağmen, “donuk ve nefes alınmaz hale” getirebilmesinden kaynaklanır. Bunlar, yabancılaşmanın bir sonucu olarak, birinci durumda “doğal” bir şey gibi görünürken, ikincisinde, tam tersine, insanların yeni prangalara vurulması olarak değil de özgürlüklerin gerçekleşmesi olarak görünür.

İnsanlar, artık birer uzuvlarına dönüşmüş akıllı telefonları aracılığıyla sabah gözlerini açar açmaz bağlandıkları sosyal medya sitelerinde, arkadaşlarıyla, akrabalarıyla ya da hiç tanımadıkları pek çok insanla ister komşuları kadar yakın olsunlar ister Çin gibi dilini dahi bilmediği uzak bir ülkede yaşıyor olsunlar, ilişki içine giriyorlar. Profiller oluşturup, çeşitli fotoğraflar ve bilgiler paylaşıyorlar. Çok farklı, çok çeşitli konu ve olay hakkında görüş bildiriyorlar, bir şeyleri savunuyorlar ya da tepki gösteriyorlar. Sosyal medya ağlarının politikaya yepyeni bir soluk getirdiği, Gezi Parkı benzeri kitlesel direnişleri kolaylaştırdığı, çok merkezli, yatay bir biçimde örgütlenmiş toplumsal hareketleri geliştirdiği ve sıradan insanların sokak hareketlerine katılımını teşvik ettiğine dönük fikirler savunuluyor (Castells, 2013: 189-208). İnsanlar, kendilerine fikri olarak yakın ya da uzak, pek çok insanla tanışıyor, kavga ediyor ya da yeni arkadaşlıklara kapı aralıyor. Sosyal medyada tanışıp sevgili olmak artık hiç de

ayıplanan ya da garipsenen bir şey değil. Pek çok birebir ilişki sosyal medyada başlıyor, orada sürüyor ve sosyal medyada/sosyal medya nedeniyle sona eriyor. Sosyal medyanın, günümüzdeki ilişkiler için biçilmiş kaftan olduğunu düşünenlerin sayısı da, *Tinder* gibi bu amaçla hizmete sunulan uygulamaları kullananların sayısı da hiç az değil.

Şimdi yeniden baştaki soruyu biraz daha açarak sormak gerekirse, akıllı telefonlarla erişilen “sanal âlem” zahiri bir alem midir ve buradaki ilişkilene biçimleri insanlara yeni prangalar mı vurmaktadır? Metalaşmanın ve yukarıda bahsedilen, dünyevi her şeyi donuk ve nefes alınmaz hale getiren toplumsal yanılısamanın bu âlem üzerindeki karşılıkları nelerdir? İnsanların bu âlemde ne gibi beklentileri var, hangi ilişkilene biçimlerine giriyorlar ve bu beklentiler orada hangi yeni biçimlere dönüşüyor? Metalaşmanın gündelik hayatı kuşatıcı yönü insanların sosyal medyayı kullanma biçimlerini nasıl etkiliyor, diğer insanlarla ilişkilene biçimlerini, arkadaşlık ilişkilerini, aşkı, cinselliği ve bireysel düzeyde politikayla ilişkilene biçimlerini nasıl dönüştürüyor?

Geç kapitalizmin kültürel mantığı bizim için burada anlam kazanıyor. Jameson’ın çizdiği çerçeveye göre, bu yeni kültürün en belirgin özelliklerinden ikisi *derinliksiz* olması ve *yeni bir duygusal zemin tonu* inşa etmesidir. Tüm bu yeni kültür yeni bir ekonomik dünya sistemi ve yeni teknolojiyle derin ve yapısal bir ilişki içindedir (2011: 35). Günümüzdeki, o belirli insanın ilişki serüvenini yabancılaşma sorunu açısından incelemek istiyorsak, ilk olarak, o insanın kendini yaratma tarzı olan, yaşam tarzıyla dünyayı anlamlandırma tarzı arasındaki ilişkiye odaklanmak ve tabii, bunların akıllı telefonlarla olan derin ve yapısal ilişkisini incelemek gerekiyor. Çünkü “kapitalizmde kendine has bir insan türü üretilir” ve bu insan kendine yabancı ilişkilerin bir ürünü olarak ortaya çıkar (Lebowitz, 2016: 29). Şimdiki soru şudur: Geç kapitalizm insanlara ilişkilerini sürdürdükleri nasıl bir kültürel ortam sunuyor?

3.2.1 Kişiliğin Metalaşmaya Boyun Eğişi ve Sözde Bireysellik

Güncel kapitalizmi tanımlarken kullanılan *esnekleşme* terimi, sermaye hareketlerinin dönüşen yapısından ziyade toplumdaki bireysel karşılığı açısından düşünüldüğünde günümüzdeki belirli insanın anlam dünyasını anlamak açısından en önemli anahtar sözcüklerden biri olarak görülebilir. Sermaye örgütlenmesinin ve hareketlerinin bu güncel karakteri, toplumların tüm kurumlarını ve dünyayı anlamlandırma biçimlerini derinden etkiledi. Esnekleşme kapitalizmin bürokratik örgütlenme biçimlerini dönüştürürken, insanların yaşam tarzlarını geri dönülmez bir biçimde değiştirdi: İş yaşamı güvencesizleşti, kırsal yaşam büyük ölçüde sona erdi, şehirler büyüdü ve kabuk değiştirdi, yerel topluluklar, güvence vaat eden sosyal yapılar ve kurumlar çözüldü. Esnekleşme politikalarının ve sermayenin topyekûn hücumu insanların ayaklarının bastığı maddi ve manevi tüm zemini yerinden etti, yeniden bir yerlere yerleştirdi ve sonuçta “alışılmadık türden bir insan” ortaya çıktı (Sennett, 2011: 10-11).

Bu değişimi ve kapitalist üretim tarzının ortaya çıkardığı insan tipini serimlemek maksadıyla Bauman'ın kurduğu etkileyici bir analogi var: Hayatı doğumdan ölüme kadar süren, bir amaç uğruna kat edilen bir yol olarak, bir *hac yolculuğu* olarak görürsek, insan bu yoldaki amacının niteliğine göre kendisine bir kimlik ve kişilik kazanır. Bu kimliğin niteliği şu anda önemli değildir, önemli olan insanın bu uzun yolda kendi yaşamına öyle ya da böyle verdiği anlamlar toplamıdır. Alınacak yol, o yol boyunca feragat edilecek birçok şeyin varlığını ima eder. İnsan, bu uzun yolda, pek çok dünyevi şeyden gelecekteki günler için ya da başka beklentileri karşılamak için vazgeçebilir. Bedeli ödenen bu yolculuğun, “hacılara dost-olan bir dünyada” karşılığı vardır. Böyle bir dünya belirsizliklerden çok sabitliğe yaslanır ve insan, yaşamına yüklediği anlam ve bu yolla kazandığı *kimlikle* varacağı yere varabileceğine inanır. Kimlik, bu nedenle, bir addan ziyade belirsizlikten kaçışı sağlayan, “insanın

yüklemi”dir ve bir yerden bir yere varırken kendi hareketine anlam katan kişiliğidir. Fakat günümüzdeki dünya, insanların ayaklarının bastığı maddi ve manevi zemini sarsılmış, “hacılara dost-olmayan bir dünya” olarak, sözü edilen belirli dünyanın sınırlarının ortadan kalktığını ilan ediyor. Belirli ve sabit kalması beklenen toplumsal yapıların ve güvencelerin ortadan kalkması, kapitalist üretim ilişkilerinin yörüngesinde gelişen insan ilişkilerindeki genel çelişkinin önemli bir yüzünü ortaya çıkarıyor: Modern dünya bu uzun yolculuğa verilen anlamlarla kimliği yaratır ve sabit tutmaya uğraşırken, içinde yaşadığımız post-modern dünya kimliği sabitlemekten kaçır, onu öne çıkarır ve sürekli yeni kimliklere yelken açmayı öğretir. Belirlenmiş ve sabitlenmiş anlam haritalarına yer olmayan bu yeni dünya, yaşamı anlamlandırma konusunda belirsizlikler içinde yaşayan yeni bir insan tipinin ortaya çıkmasına vesile olur (Bauman, 2014: 115-125).

“Alışılmadık insan” hayatına alışılmadık anlamlar yüklediği için bu sıfatı hak eder. Analojinin esas önemi de bu aşamada ortaya çıkar. İnsanın üzerinde durduğu belirli, güvenilir zemin ortadan kalkınca ve uğruna feragat etmeye değer bir yol kalmayınca, öncesizlik ve sonrasızlık etrafında şekillenen bir dizi anlamlar zinciri hayatın esas rotasını çizer:

Şu ya da bu biçimde “sabitlenme”yi reddetmek. Şu anda bulunulan mola yeri ne denli hoş olursa olsun bir yere bağlanmamak. Kişinin bütün yaşamı boyunca bir mesleğe bağlanmaması. Hiçbir şeye ve hiç kimseye bağlılık yemini etmemek. Geleceği *denetlememek* fakat geleceği *ipotek etmeyi reddetmek*: (yani) oyunun sonuçlarının oyunun kendisinden daha fazla yaşamamasını sağlamak ve bu tür sonuçlar doğduğunda da bunların sorumluluğunu üstlenmemek. Geçmişin şimdiye bağlanmasını engellemek. Kısacası, şimdiki zamanı her iki ucundan kesmek, bugünü tarihten koparmak. Şimdiki zamanın bir koleksiyonu ya da keyfi bir silsilesi haricindeki bütün zamanları çöpe atmak. Zamanın akışını *sürekli bir şimdi* halinde düzleştirmek (2014: 126).

Şurası önemlidir ki, geçmişle kıyaslandığında yerli yerinde duran bir dünyada yaşamadığımızı rahatlıkla söyleyebiliyorsak, “alışılmadık insan”ı yaratan alışılmadık koşulların müsebbibi ortaktır: Sermayenin şimdiki zaman ve mekândaki örgütlenme ve hareket tarzı, bu toplumsal yapının içinde kalakalmış ve kendi akılsallığı içinde işleyen

yapıya sokuşturulmuş insanların yaşam tarzını derinden dönüştürdü. Kültürel ortam ve toplumsal havsala, geç kapitalizmin hareket tarzına gittikçe daha çok uyarlandı. Esnekleşmenin kültürel karşılığı maddi ve manevi dünyada giderek belirginleşen bir belirsizlik olarak, belirsizlik ise geçmişi ve geleceği reddeden bir tarihsizleşme/bağımsızlaşma olarak ortaya çıktı. Bu kültür bir amaç uğruna yol alan ve o amacın çevresinde şekillenen “hacı benzeri” bir kimliğe sahip olmayı ise ortadan kaldırdı. İnsanlar yalnızca *şimdide* yaşar ve o *şimdiyi* anlamlandırır oldular. Jameson’un bahsettiği “derinliksiz kültür” bu zemin üzerinde şekillenir (2011).

Peki insanlar, “post-modern dünya” olarak da anılan bu dünyada *şimdiyi* nasıl anlamlandırır? İnsanın ayaklarını bastığı maddi ve manevi zemin *esnekleşmeyle* beraber ortadan kalkarken ve bu insan “kısa vadeye yönelmiş, potansiyel yeteneğe odaklanmış, geçmiş deneyimleri terk etmeye razı olan bir kişi”yken (Sennett, 2011: 11) kendi yaşamının o müstesna anını neyle ve nasıl anlamlandırıyor? Kapitalist üretim tarzının buna verdiği bir cevap var. Doğumdan ölüme kadar geçecek ve geçmişle kıyaslandığında oldukça uzun olan bu ömürde, liberal sayılıtlara göre, kapitalist üretim tarzında her şey özgür insanın mutluluğu içinse şayet, metaların bu mutlulukla yakın bir bağı olmalı. Kapitalizmin yarattığı insandan talep ettiği en önemli şey kendi yaşam anlamını metalarla buluşturmasıdır. Fakat bu süreç mekanik bir biçimde, sadece reklamların yönlendirici etkisiyle ya da başka tür bir buyurganlıkla yürümez. Bu durum çok daha derinden ve tüm yaşam felsefesini dönüştüren bir “yaşam tarzı” kabulüyle gelişir. Bir önceki başlıkta, esasen, bu dönüşümün gündelik hayattaki karşılığına belli ölçülerde değinilmişti.

“Yaşam tarzı” kişiliğin başkalaşmasının ve “alışılmadık insan”ın ortaya çıkışının bir parçasıdır. Bütün belirli ilişki biçimleri ve mekânlar ortadan kalkarken, kişilik metalaşmanın en birincil kurbanlarından biri olur. İnsanın nesneyle olan ilişkisi değiştiğinden beridir, bir başka deyişle, kapitalist üretim tarzının dayattığı bitmek

tükenmek bilmeyen birikim hırsının güdümünde yol alan daha çok tüketme eğilimi ve ortaya çıkan “metalar dünyası” insanların zihnini işgal ettiğinden bu yana, ironik bir biçimde, daha önce belirtildiği gibi, her bir nesnede olması beklenen kullanım değeri gittikçe önemsizleşti. Kullanım değeri tamamen ortadan kalkmazken, gittikçe daha önemli hale gelen şey ise, insanları metaların efsunlu dünyasına daha çok taşıyan, Bauman’ın tabiriyle, o ilginç nesnelere havuzundaki potansiyeli daha da aktifleştirmeye yarayan bir “yaşam kalitesi” arayışıdır (2014: 110). “Yaşam kalitesi” arayışı yeni bir yaşam tarzı arayışıdır. Bu yeni yaşam tarzı, belirsizlikler içinde *şimdiyi* anlamlandırmaya çalışan insana, güncel kapitalist üretim tarzı tarafından sunulan hayata tutunma ve anlamlandırma olanağıdır.

Metaların sürekli değişen karakteri, yaşama sürekli değişen bir anlam kazandırdı. Metaların “kullanılıp” atılması, yani metaların kullanım değerleri dışında, belirli bir anlam dünyası içinden seslendiği ölçüde “kullanılması” ve ardından bir yenisiyle değiştirilip atılması, insanların taşıdıkları kimliklerin sürekli olarak kullanılıp atılmasına vesile oldu (Bauman, 2014: 125). İnsanların kendi yaşamlarını anlamlandırma tarzının tüketim biçimleriyle yakın bağı olduğu artık bir sır değil. Daha önce de vurgulandığı gibi, tüketim, her şeyden önce, kullanım değerinin sınırlarını aşan bir iletişim ve anlam dünyasına dayanır. İnsanlar, tüketim nesnelileriyle, toplumsal bir ilişkinin ve anlamlar dünyasının parçası olurlar (Douglas ve Isherwood, 2002: 67). Bir şeyleri kabul eder, çeşitli mesajlar inşa ederler ve bir şeyleri dışarıda bırakırlar. Yaşam tarzı, diğer bir yanıyla, metaların kullanım değerleri dışında tüketildiği bir anlamlar dünyasının varlığına doğrudan işaret eder. Bütün bir tüketim ve tüketim kültürü literatürünün bu düzlemde bulunduğu söylemek mümkün. İster sınırsız meta üretimine ve meta fetişizmine odaklanan çalışmalarda olsun, ister sınıfsal fark, doyum, statü gibi farklılıkların vurgulanmasına dayanan çalışmalarda olsun, ister “estetik haz” gibi temalar etrafında yol alan çalışmalarda olsun, metaların ilk elde görünen ve bilinen

kullanım değerlerine ek birtakım anlamlar dünyasına işaret ettiğine dönük bir oydaşmadan söz edilebilir (Featherstone, 2013: 38-39). Meta fetişizmi, en genel düzeyde, insanlar arasındaki ilişkilerin metalar arasındaki ilişkilermiş gibi görünmesi ve insanların bu görünümle dünyasına kapılıp gitmesiye şayet, tüketimin bu tür bir anlamlar dünyasına yaslandığı gerçeğini en başından beri kabul edildiğine işaret ediyor.

İşte bu tüketim etkinliği, belirli bir yaşam kalitesini sürekli, o anda/şimdi gündemde tutan bir yaşam tarzına verilmiş bir cevaptır: “ ‘Yaşam kalitesi’ düşüncesi, eskiden modern eleştirinin kalbi olan *öz-koruma ve hayatta kalma* takıntısının yerine geçti (...) gelecek, *‘daha fazla hayatta kalma’* (‘daha güvenli hayatta kalma’) olarak değil, sadece (mutluluğu kovalama ve mutlu olma yetileri ile donatılan varlıklar olarak) bekalari zaten garantiye alınmış insanların ‘daha fazla mutluluğu’ olarak tasavvur ediliyor” (Bauman, 2014: 111). Metaların nicel büyüklüğü açısından böyle bir “bolluk toplumu”nda tüketime endeksli bir yaşam tarzının yerleşme koşulu, insanların daha fazla hayatta kalma beklentisi belirli ölçülerde karşılandıysa mümkün olabilir. İnsan *şimdinin* mutluluğuna odaklanırken, metaları yalnızca kullanarak değil, onların efsunlu dünyasının kapılarını aralayarak varmayı ümit ediyor.

İlişkiler açısından daha da önemli olan şey şudur: İnsanların ne olduğu ve kişiliklerinin nasıl olduğu metaların dünyasında anlamını buldukça kişilik de ortadan kalkar. Metalar, özgün bir kişilik yaratma ve yaşatma koşullarının ortada kalkmasına koşut olarak, kişiselleştirilebilir nesnelere olarak ortaya çıkıyorlar. İnsanlar metalarda “kendilerini buldukça”, herhangi bir metanın kendi kişiliklerindeki bir özelliği ortaya çıkardığını, güçlendirdiğini ya da temsil ettiğini düşündükçe, “muazzam bir meta yığını olarak” görünen (Marx, 2011: 49) bu dünyada o ya da bu kullanım değerini değil bir kişiliğe sahip olmayı talep etmiş oluyorlar. Bu durum, gerçek, amacı dâhilinde bir kimliği olan, kendi özgün kişisel özellikleriyle yaşayan ve yaratan insanın, *bir kişi olarak*, artık var olmadığı anlamına gelir: “Bu ‘iki kere kendi üstüne katlanan’ formül

(kişi olarak kendi kendinizi geliştirin vb) tarihin son noktasını koyuyor. Tüm bu retoriğin dile getirmenin imkânsızlığı karşısında çırpınırken dile getirdiği tam olarak *kişinin olmadığıdır*” (Baudrillard, 2013: 94). Dolayısıyla, kişilik, kapitalist üretim tarzının işlevselliğinde kendine bir yer bulamadığı için ortadan kalkarken insanlara o kişiliği “yeniden kazandıracak” olan şey metalar olur ve bu durum, meta fetişizminin neden bu kadar “çekici” olduğu hakkında da fikir verir: “Batılı geleneğin, tutkuları, iradesi, karakteri ya da sıradanlığıyla Özne’nin düzenleyici söylene olarak uydurduğu biçimde, indirgenemez nitelikleri ve özgül ağırlığıyla mutlak değer olarak kişi yoktur, ölüdür, bizim işlevsel evrenimizden kovulmuştur. Ve ‘kişiselleşecek’ olan da bu olmayan kişi, kayıp örnektir” (2013: 95). Meta fetişizmi, bu “kayıp insan” a metalarla örülü bir dünyada anlamlar ve amaçlarla yüklü bir cevap verir.

Bu durum, Adorno’nun kültür endüstrisini incelerken *sözde bireysellik* hakkında söylediklerinin bir devamı niteliğinde düşünülebilir:

Bireyselliğin kültür endüstrisinde bir yanılısma haline gelmesi, yalnızca üretim tarzının standartlaşmış olmasından kaynaklanmaz. Bireyselliğe, ancak bireyin genel olanla kayıtsız şartsız özdeşleştiğine ilişkin bir kuşku kalmazsa göz yumulur. Cazdaki normlaştırılmış doğaçlamadan, özgün kişiliği gözüne giren o bir tutam saçtan anlaşılan film yıldızına kadar, her yerde bir *sözde bireysellik* hâkimdir. Bu durumda bireysellik, genel olanın rastlantısal olanı, rastlantısallığını ele verecek biçimde damgalama yeteneğine indirgenir. Sergilenen bireyin inatçı suskunluğu ya da zarif tavırları, aralarındaki farkın bir milimetreyi bile geçmediği Yale kilitleri gibi seri halde üretilir. Benliğin özgün niteliği, toplumsal olarak koşullandırılmış bir tekel ürünüdür, ama sanki doğalmış gibi gösterilir (Adorno, 2009: 91, vurgu bana ait).

Bugün ise geç kapitalizmin kendi karakterine uygun bir kültürel üretimden ve birörnekliğinden bahsediyoruz. Standartlaşmış üretim tahtını esnekleşmeye devrettiğinden beridir, kültür endüstrisinin belirleyiciliği altında gelişen ve ancak ona tabii olduğundan kuşku duyulmadığında kendi olarak ortaya çıkmasına izin verilen bir bireyselliğin yerini, herkesin özgür iradeyle, benzer araç ve uygulamalarla “bireyselliğini” yaratıp sunduğu, çok daha kuşatıcı bir bireysellik yanılısaması aldı. Yeni medyanın o en önemli iki özelliğini yeniden hatırlarsak: *Kişiselleştirme* ve *her an her*

yerde bağlanabilirlik (Manzerolle ve Kjoson, 2014: 220) tam da bu kültürel ortam üzerinden yükseldi ve onu besledi. Yeni medyanın insanlara sunduğu teknolojik olanaklar gerçekten de bu kültürü var eden unsurlar arasındadır. Akıllı telefonların kendisi ve onlar aracılığıyla erişilen uygulamaların pek çoğu insanlara son derece kişiselleştirilebilir bir kullanım ve temsil olanağı sunuyor. İletişim etkinliğinin bu türü, Jameson'ın yıllar önce vurguladığı gibi, yeni kültürün “yeni bir ekonomik dünya sistemi ve yeni teknolojiyle derin ve yapısal bir ilişki içinde” olduğu gerçek ilişkinin görünür olduğu yerdir (2011: 35). İnsan doğumundan ölümüne kadar kat ettiği bu uzun yolda, sermaye birikiminin esnekleşme taktiklerinin sonucunda, kendi yüklemi haline gelmiş bir kimlik ve kişilikten yoksun kalınca, metalar sığınılacak bir liman olmaktan ziyade, tam aksine, bu anlamsızlığın birer tamamlayıcı haline geldi.

Ancak, baştan beri savunulduğu gibi, sermayenin insana verdiği bu cevap, gerçek bir cevap olmaktan ziyade, sermaye ve insan arasındaki çelişkinin daha da boyutlandığı ve bireysellik yanılmasıyla daha da derinleştiği bir kültürel ortamın yerleşmesine neden olan o zinciri tamamladı. İnsan mutluluğunu hedefliyormuş gibi görünen ama hiç de öyle olmayan bir dünya ve her şeyin tarihsizleştirildiği ve *şimdiye* sığdırılmaya çalışıldığı bir zaman dilimi “alışılmadık insan”ı alışılmadık yapan bir eğilimi daha da belirginleştirdi:

Bundan dolayı artık ne “ileri” var ne “geri” var. Artık önemli olan tek şey durmama yetisidir. Normallik standardı ve bu standardın kararlı bir biçimde ve yararlanmadan muhafazası anlamındaki *sağlığın* yerini *uygunluk* (fitness) –hareket ederken rahatça hareket etme ve her deneyime hazır olma yetisi- alıyor. Bütün ertelenmeler ve bu arada “hazzın ertelenmesi” de, anlamını yitiriyor: (çünkü) artık bu ertelemeyi ölçecek vektörel bir zaman bulunmuyor (Bauman, 2014: 126).

Sonuç olarak, günümüzdeki o belirli insanı, akıllı telefon kullanıcısı, yaşayan insanı “alışılmadık” kılan genel biçim olgunlaşmış olur. Geçmiş ya da geleceği göz önünde bulunduran değil, şimdiye odaklanan, bu odaklanma kapasitesine her daim hazır ve nazır olan, herhangi bir anlam dünyası uğruna feragat edilecek bir ertelemeden uzaklaşan ve duyacağı hazzı odaklanan bir insan tipinin ortaya çıkmasıdır söz konusu

olan. Bütün bunlar göz önünde bulundurulduğunda, meta fetişizmi, tarihsel olarak ortadan kalkan kişilik ve var olan tüketici arasındaki bağın kuruluşunu ifade ediyorsa şayet, *şimdinin* içine hapsolme anlamında tarihsizleşmiş, yaratıcı etkinliğinden ve özgün özelliklerinden soyutlandığı ölçüde kişiliksizleşmiş, hayat boyu süren belirli bir amaca yürümeden yoksunluk anlamında çeşitli dünyevi şey ve etkinliklerden uzaklaşmayı terk etmiş insanların oluşturduğu topluluklarının neden *zahiri topluluklar* olduğu konusu daha da açıklığa kavuşur. Metalaşmanın kuşatıcılığı altında örgütlenmiş topluluklarda insan sadece yeni prangalara ve mutsuzluğa sahip olmakla kalmaz, görüldüğü gibi, bir bütün olarak kişiliğini de kaybeder ve sözde bireysellik alanına savrulur. Birinci bölümde de ele aldığımız gibi, insanı insan yapan kendini gerçekleştirme olanaklarının ortadan kalkması mutsuzluğunun esas kaynağıdır.

Bir kere daha yinelemek gerekirse, gösteri toplumunun gücü, tüm bu yanılsamayı gerçek gibi göstermesinden ve sorunlu yönü ise dünyevi dünyayı, her türlü olanağı sunma iddiasına rağmen, “donuk ve nefes alınamaz hale” getirebilmesinden kaynaklanıyor. Bunlardan ilki yanılsamanın sonucu olarak “doğal” bir şey olarak görünürken, ikincisi, tam tersine, insanların yeni prangalara vurulması olarak değil de özgürlüklerin gerçekleşmesi olarak görünür. Her ikisinin birliği ise yabancılaşmayı doğurur. İnsan, bu koşullar altında, içinde yaşadığı topluma ve diğer insanlara yabancılaşır.

Tüm bu yabancılaşma, dünyevi olan mutluluğun insanlardan uzaklaştırılmasının, cennet yeryüzünde vaat edilirken tam aksine ona ulaşma imkanının ortadan kaldırılmasının sonucudur. Şimdi, sanal âlemde ortaya çıkan, zihinlerde yer edinen ama zihinlerden kaynaklanmayan, doğal gibi görünen ama aslında tarihsel bir ilişki biçiminin zihinlerde yarattığı yanılsamalar zincirlerinden başka bir şey olmayan ve özgürlüğün gerçekleşmesi gibi görünen ama gerçekte insana vurulan yeni prangalara dönüşen o zahiri ilişkiler zincirini ele almak gerekiyor.

3.2.2 Uzak Yakın Paradoksu: İlişkilere Dair Bazı Görünümler

Sanallık, yeni bir zaman ve mekân boyutu olarak, gündelik hayattaki benlik sunumlarını ve tüm ilişkiler alanını bütünüyle dönüştüren bir veçhenin adıdır. Sanal âlem yükselirken, gündelik hayatın tüm ilişki biçimleri maddi-manevi mesafelenme ekseninde dönüşür ve yeni elektronik ağlar, gündelik algıda “yabancılaşma” olarak ifade edilen yeni bir “maddi temel”i ortaya çıkarır (Bauman, 2012: 92). Fakat yabancılaşmanın sanallıkla eş anlamlı olduğu düşünülmemelidir. Sanallığın yabancılaşmaya dönüşmesi için girift toplumsal ilişkiler alanında ortaya çıkan karmaşık yanılısamların bilinçlerde yer edinmesi zaruridir. İletişim teknolojilerinin günümüzdeki gelişim düzeyleri kayda alındığında, mekânı ve fiziksel yakınlığı sanal-olanın karşısında kaybeden insanın içine yuvarlandığı patolojik ortam, insanın toplumsallığını yaşayabileceği bir topluluktan yoksun kalması anlamına gelirken (Ronell, 2001: 287), bu yoksunluğun *zahiri toplulukların* başka bir açıdan ifadesi olduğu belirtilmelidir. Her şeyden önce, sanal ağlar, “fiziksel olarak uzak” ile “manevi olarak uzak” arasındaki ilişkiyi ortadan kaldırır: “Birincisi, ikincisinin koşulu değildir artık. İkincisi, bundan böyle, her türlü maddi cisimlerin düzenlemelerine kıyasla, çok daha oylumlu, esnek, değişken, baştan çıkarıcı ve macera taşıyıcı, en yeni ‘maddi temel’e sahiptir. Fiziksel yakınlığın ise manevi uzaklığı etkileme şansı daha azdır” (Bauman, 2012: 92).

Sanallık ve gerçeklik hakkında ileri sürülen bu sözlere ve işaret ettiği dönüşüme nasıl itiraz edilebilir? Bugün, arkadaşlık, aile ve akrabalık ilişkilerini yüz yüze iletişim boyutlarıyla internet ağlarından daha fazla sarsan başka bir toplumsal olguya işaret edebilir miyiz? Bu durumun yarattığı hoşnutsuzluklar gündelik hayatın her köşesinde karşımıza çıkıyor.

Ostim’de çalışan işçi Kemal’in kendi çevresi ve ailesiyle ilgili oldukça öfkeyle söylediği şu sözler buna en sıradan örneklerden biridir:

Aile kalmadı. Misafir kalmadı. Komşuluk kalmadı. Arkadaşlık kalmadı. Hiçbir şey kalmadı! Herkes şu anda menfaati için çalışan bir vatandaş,

robot! Vatandaş da değil, robot! Çalışan bir robot. Herkese bakıyorum şöyle, herkesin elinde! 70'ten al 7'sine kadar hepsinin elinde telefon. (...) Benim kendi evimde dahi küfretmenin, bağırmanın tek nedeni bu telefon. Oğlan alıyor odasına gidiyor, kız alıyor odasına gidiyor. Bağırıyorum "hey kimse yok mu evde" diyorsun. Oradan bağırma lan diyor, telefonla konuşuyorlar diyor. Geçmişini s.kerim telefonunu deyip başlıyorum bağırma! Ondan sonra 10 dakika 5 dakika, 2 dakika sonra geliyor. "Ne istiyon, dolaptan soda mı istiyon?" Lan ne sodası! Şurada oturun da iki sohbet edelim. He diyorlar oturalım 3 dakika. Tam konuyu açıyorsun başlıyorlar oynamaya (Ostim'li işçilerle yapılan görüşme, 29.09.2015).

Manevi yakınlığın koşulu fiziksel yakınlıktan kurtulduğundan beridir, akıllı telefonlar etrafında dolaşan benzeri serzenişleri sık sık duyar olduk. Baba ve çocuklar arasındaki fiziksel yakınlık, manevi yakınlığı da beraberinde getirmiyor artık. Akıllı telefon sahibi olan çocuklar için yakındaki aile fertleri iletişim kurmak bakımından çekici değil, fakat uzaktakiler hiç olmadığı kadar "yakın"lar.

Yukarıdaki paragrafta Bauman'ın vurguladığı ikinci ve daha önemli bir nokta var. Yeni bir ilişki alanı olarak sanallık, gerçek ve fiziksel yakınlık alanına koşut olarak ortaya çıkarken, ilkinin özelliklerini olduğu gibi taşıyor ve sanallığın gerçekte hoşnutsuzluk yaratan, yabancılaşma tahlillerini bir anlama kavuşturan sorunlu yönü buradan filizleniyor. "*Sanal yakınlık* madalyonunun ters yüzü *sanal uzaklıktır*: Topografik komşuluğu yakınlığa dönüştüren her şeyin ertelenmesi, hatta belki de yok olması. Yakınlık artık fiziksel komşuluğu gerektirmemektedir; ama bu fiziksel komşuluk da artık yakınlığı belirlememektedir" (2012: 93).

Bu durum, diğer bir yandan, ilişkilerin "alt yapı"sında meydana gelen bir değişikliğe işaret ediyor: İnsanlar arasındaki tüm ilişkilerde giderek kendini çok daha güçlü bir şekilde hissettiren mefhum *ağ* kavramıdır. Tabii ağın kendisi yalnızca bir kavram olmaktan çok öte, ilişkilerdeki hem maddi hem de manevi zemini tanımlıyor: "Belki de bu nedenle, insanlar deneyimlerini ve beklentilerini 'ilişkiye girme' ya da 'ilişki yaşama' gibi sözcüklerden çok, 'bağlantıda olma', 'hatta kalma' gibi sözcüklerle ifade ediyorlar" (2012: 12). İlişkiye girmenin yerini ağ içinde "bağlantıda kalma" halleri

aldı. Bağlantı ise doğası gereği kurulmayı ve kopmayı öne alan ilişki biçimlerini vurgular.

Bu ağ içinde kendini var eden sanal yakınlık, hiçbir şekilde yakınlığı garantilemez ve hatta tam aksine, teknik doğası gereği, böyle bir sabitlemenin olmadığı bir ilişki biçimini sunmak için öne çıkar:

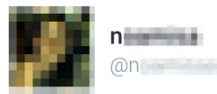
Sanal yakınlığın yükselişi insani bağlantıları hem daha sık hem daha sığ, hem daha yoğun hem daha kısa kılar. Bağlantılar, yoğunlaşıp bağ haline gelemeyecek kadar sığ ve kısa olma eğilimi gösterirler. Yürürlükteki işler üzerinde yoğunlaşarak, -insan ilişkilerinin, apaçık bir yayılma ve açgözlülükle yaptıklarının tersine- partnerleri, yazılan ve okunan mesajın konusunun ve zamanının ötesine taşıyıp bağlamaya karşı korunmuşlardır. Temaslar, girişmek için daha az zaman ve çaba isterler; bunları parçalamak için de daha az zaman ve çaba yeter. *Mesafe temasa engel olmaz –ama temasa geçmek de uzaklığa engel olmaz.* Sanal yakınlığın krizleri, ideal olarak, kalıcı bir kalıntı ya da tortu olmadan sona erer. Aslen ve metaforik açıdan, sanal yakınlığa *yalnızca bir düğmeye basarak son verilebilir* (2012: 93, vurgular bana ait).

Sanallık, yukarıda da vurgulandığı gibi, “alışılmadık insan”ın gündelik faaliyetlerine uygun olarak “her türlü maddi cisimlerin düzenlemelerine kıyasla, çok daha oylumlu, esnek, değişken, baştan çıkarıcı ve macera taşıyıcı” bir maddi temele sahiptir. Sanal ağlara kapılan insan, esasen, bu maddi temele kapılır. İnsanların beklentisi oldukça açıktır: Sürprizlere açık, seçenekler sunması bakımından sürekli olarak kendini yenileyebilen, yeni olana dönük merak ve arayışa seslenen, bu yönüyle oburlaştırıcı ve merak uyandırdığı ölçüde de belirsiz olan, diğer yönüyle de heyecana sürükleyen, ancak tüm bunlara rağmen tek bir tuşla sonlandırılmaya ve yeniden başlatılmaya olanak veren yapısıyla tüm bu nitelikleri pekiştiren bir mecra olarak sanallık, reeldeki alışıldık ilişkilerin hepsinin karmaşık bir biçimde dönüştürürken yepyeni bir ilişkilene biçimi sunar.

Bu aşamada sanallığın sözü edilen bağlamda ortaya çıkan iki temel sonucundan bahsetmek gerekir: Sanallık bütün bunlarla beraber reeldeki ilişkilerin sunmadığı bir şeyi daha sunar. Kendinle baş başa olma izlenimi reelin kuşatıcılığından ve baskısından kaçışta ortaya çıkarken, yalnız başına bir odada ya da kalabalıklar içinde bir köşede

yaşanan özgürlük ve rahatlık hissi geriye kalan her şey için bir kural haline gelir. “Bundan böyle her yakınlık meziyet ve yenilgisini sanal yakınlık ölçütleriyle değerlendirecektir” (2012: 94). İkinci olarak, sanallığın “her türlü maddi cisimlerin düzenlemelerine kıyasla, çok daha oylumlu, esnek, değişken, baştan çıkarıcı ve macera taşıyıcı” olarak anılan “maddi yapısı” arkadaşlık ilişkilerini de kendi baskın karakterine uyarlar. Şimdi bu iki merkezi dönüşüm etrafında şekillenen yeni ilişkilene biçimlerine inceleyelim.

(i) *Sanal yakınlığın belirsiz doğası*: Reeldeki ilişkiler hiçbir şekilde ortadan kalkmıyorken, sanaldaki ilişkilerin kuşatıcı karakteri, reeli kendi ölçütleriyle değerlendirmeyele belirginleşir ve bir sanal olan-sanal olmayan ikilemi yaratır. Bu ikilemde “kaybeden” taraf sanal-olmayandır. Yabancılaşmaya yönelik gündelik serzenişler ise bu ikilemin görünümleri üzerinden ortaya çıkar: Yüz yüze iletişimin, arkadaşlarla, misafirlerle ve akrabalarla yapılan sohbetlerin büyük bir darbe yemesi. Sanallığın bir ilişki biçimi olarak yaygınlaştığı bir ortamda sanal-olmayan ilişkilerin bu yeni durumdan etkilenmemesine olanak yoktur. Bu açıdan, sanal-olmayanın sanal-olanın gölgesinde kalmasının örnekleri oldukça fazla ve bu yeni durum, sosyal medya kullanıcılarının sosyal medyada olma nedenleri ve bulunma biçimleri açısından oldukça önemli.



Şurda gül cemalini hiç görmediğim üç dört senedir türlü çeşitli şeyler paylaştığım güzel insanlar var çok tuhaf. Dur öpücüm :p

[Translate from Turkish](#)

9:42 PM · 15 Mar 15

Görsel 14: Sanal-olanın sanal-olmayı gözden düşürücü etkisini örnekleyen anonimleştirilmiş bir *tweet*.

Twitter kullanıcısı @n'nin paylaştığı bu duygu sanal-olanın sanal-olmayana hangi düzeylerde alternatif olabileceğinin bir göstergesi. Zamanının önemli bir kısmını

Twitter gibi sosyal medya sitelerinde geçiren pek çok kişiden duyduğum benzeri fikirler, sanal-olanın sanal-olmayana nazaran neden giderek daha çok tercih edildiğine işaret ediyor. Sanal-olmayan yakın, sanal-olan uzağın yanında samimiyetsiz görünebiliyor. Sanal-olmayan yakın uzağa, sanal-olan uzak aslında yakına dönüşüyor.

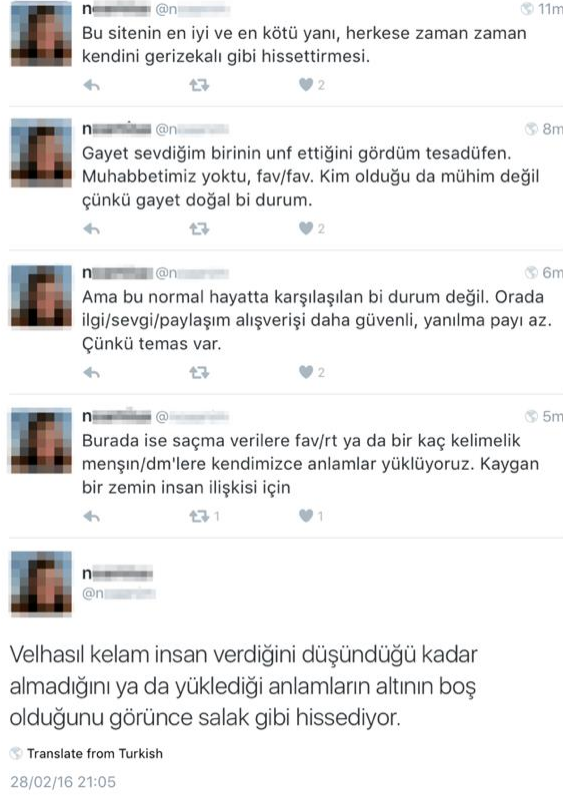


Görsel 15: Anonimleştirilmiş bir *tweet*. Kullanıcı @an, sanal-olanın sanal-olmayana nasıl üstün geldiğini otobüs yolculuklarında karşılaşılan yabancı insanlarla kurulan geçici samimiyeti hatırlatarak izah ediyor.

Sanal yakınlığın genel-geçer bir ölçüt haline gelmesinin oldukça ilginç başka bir örneği mevcut. Ankara’da ailesiyle yaşayan ve devlet memuru olarak çalışan Banu, aile üyeleriyle *Whatsapp*’taki sohbetlerinin gerçekte olandan çok daha keyifli olduğunu ifade ederken sanal yakınlığın fiziksel yakınlığı nasıl alt ettiğine dair ilginç bir gözlemini paylaşmıştı:

Bu arada, şöyle ilginç bir şey var, oradaki (*Whatsapp*’taki) diyaloglarımız daha eğlenceli evde olduğundan (gülüyor)... Çünkü işte emoji’ler, bişeyler, komik komik... Annemin emoji kullanması benim için inanılmaz bir şey yani, uzaylı gibi geliyor bana böyle. *Orada karakterlerin değiştiğini falan hissediyorum*. Benim de, kardeşimin de öyle. *Birbirimize bakmadan orada daha komik yazışabiliyoruz*. Öyle komik bir şey... *Annem mesela Twitter’da olsa daha iyi anlaşıcağım bir arkadaşım haline gelebilir*. *Normalde hiç konuşmam hani, çok az özel konulara girerim*. *Orada böyle daha bir muhabbet, nedense...* (Banu’yla yapılan görüşme, 19.10.2015, vurgular bana ait).

Banu’nun bu sözleri, sanallığın sanal-olmayanı gözden düşürme gücünün boyutlarına yalnızca işaret etmekle kalmıyor, yüz yüze iletişimde “uzak” olan annenin *Whatsapp*’ta nasıl birden bire “yakın” olabildiğine de işaret ediyor. Fiziksel olarak en yakınımızda olanla bile yüz yüze olduğundan çok daha keyifli bir iletişim kurabiliyoruz. Fakat ilişkinin her zaman bu şekilde olmadığı tahmin edilebilir.

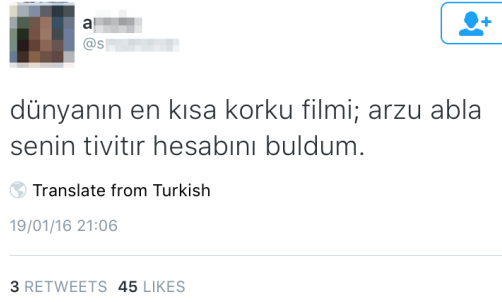


Görsel 16: Silinmiş bir *tweet* zinciri.

Bir önceki görselde, aslında tanımadığı ama 3-4 yıldır takip ettiği kullanıcıları kendine nasıl da yakın hissettiğini söyleyen *Twitter* kullanıcısı @n (Görsel 14), mevzubahis paylaşımından yaklaşık bir yıl sonra sanal ilişkinin ikircikli ve sürprizlere açık yönünden bahsederken bu mecranın sahip olduğu kırılardan yakınıyor (Görsel 16). Paylaşılan *tweet*'leri favorilemek dışında doğrudan hiçbir sohbet ve fikir alışverişi gerçekleşmeden başlayan bir "yakınlık" yine çok belirgin bir sebep olmaksızın bitiyor. Sanal-olanın olmayana alternatif olurken kazandığı bu uçuculuk, insanla insanı daha da yakınlaştırmıyor, tam aksine uzaklaşmasının önünü açıyor, daha da kolaylaştırıyor.

(ii) *Sanal yakınlığın lanetlileri*: Sanal-olan ile sanal-olmayan ilişkiler arasındaki değişkenliğin boyutları tabii ki bunlarla sınırlı değil. Banu'nun anlattıkları sanallığın sanal olmayana kıyasla insanlara neden daha çekici geldiği konusuna bir cevap olsa da, fiziksel yakınlığın sanal yakınlığı yakalama şansı genellikle oldukça az. Sosyal medyanın lanetlileri olarak anabileceğimiz akrabalar ve istenmeyen "yakın" arkadaşlar buna en önemli kanıt. Yaptığım görüşmelerde bu iki grubun, "patronlar"la ya da şirket

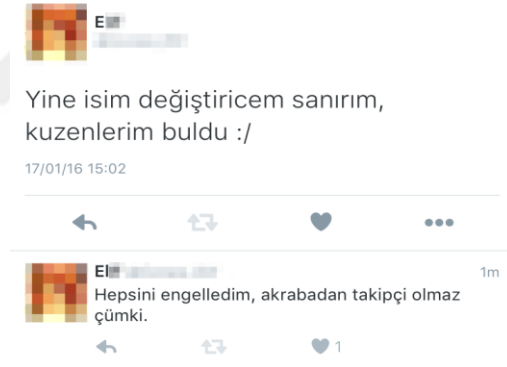
yöneticileriyle beraber sosyal medyada ilişki içinde olmaktan en çok rahatsızlık duyulan gruplar olduğunu rahatlıkla söyleyebilirim.



Görsel 17: Anonim *Twitter* kullanıcısı @a'nın "deşifre" olma korkusu.



Görsel 18: Anonim *Twitter* kullanıcı @c akrabalarının anonim hesabını nasıl bulduklarını sorguluyor.



Görsel 19: Silinmiş *tweet*'ler. Anonim kullanıcı @el'in kuzenlerinden kaçışı.

Sanal alem, özellikle gençler için ideal olarak akrabalarından arındırılmış bir ortam olarak düşünülürken, bu kaygının uygulamadan uygulamaya değişim gösterdiği görülüyor. Özellikle akrabaların daha çok kullandığı sanal mecra olarak *Facebook* öne çıkarken, akrabaların daha az bulunduğu ve çoğu genç kullanıcı tarafından akrabalarından "korunan" uygulamalar arasında *Twitter* ve *Instagram* öne çıkıyor. Rüya, akrabalar ve sosyal medya arasındaki ikircikli ilişkiyi şöyle anlatıyor:

Twitter'da tanıdığım *Facebook*'ta var, *Facebook*'ta tanıdığım *Instagram*'da var. *Twitter*'da daha çok tanımadıklarım var, *Facebook*'ta akraba falan, *Instagram*'da tanıdık tanımadık karışık. *Instagram*'da çok akrabam yoktur,

çünkü *Instagram*'da biraz daha ifşa oluyorum... Yaşadığımız coğrafya açısından, akrabalar dindar bir yapıdadır mesela ve dedikodu diye bir şey var akrabalar arasında gerçekten. Bunun her akrabalık ilişkisinde olduğunu düşünüyorum. Bunu en son Eskişehir'e gittiğimde yaşadım, kimseye söylemedim, haber vermedim, gerek de duymadım. Orada bir fotoğraf çekmişim, ertesi gün annem beni aradı sen Eskişehir'de misin, evet, nereden öğrendin? İşte senin kuzenin halana söylemiş, halan şuna söylemiş, o da geldi bana söyledi. Dedim anne bu trafiğin oluşabilmesi için aradan bir hafta geçmesi lazım, nasıl 1 gün içinde bu kadar çabuk öğrendin? O günden sonra *Instagram*'daki akrabaları ayıkladım mesela. Çünkü kimin ne yaptığını bilmesine gerek yok, hayatımda söz hakkı olmayan insanların hayatım hakkında konuşması saçma (Rüya'yla yapılan görüşme, 01.12.2015).

Buradan hareketle, sosyal medyanın özellikle genç kullanıcılara aile ve akrabalık kısıtlayıcılığını kıran, belirli bir özgürlük alanı sunduğu söylenebilir. Ebeveynler tarafından iletişimin bitişi olarak anılan şey gençler için yepyeni bir deneyim anlamına geliyor. Ailenin fiziksel gözetimi sosyal medyanın kullanıcılara sunduğu bireysel kullanım alanlarıyla sarsılmış durumda. Özellikle genç kullanıcılar aile gözetiminin sosyal medya aracılığıyla yeniden kurulmasına karşı teyakkuzda.

Gençler ve ebeveynler arasındaki bu gerilim, sanal-olmayan yakınlığın sanal-olan yakınlık karşısındaki gözden düşüşüne bir örnek oluştururken, aile içi geleneksel denetim mekanizmalarının giderek daha çok çözüldüğüne de işaret ediyor. Burada karşımıza çıkan ama tezin sınırlarını birçok yönüyle aşan soru şudur: Genç kullanıcılar, sanal-olan yakınlıklar inşa ederek geleneksel aile denetiminden daha kolay kaçabilmenin yolunu bulmuşken, sanal-olanın uçuculuğunu ve kırılganlığını nasıl deneyimliyorlar? Çalışmanın geri kalanında ortaya konulanlar bazı açılardan buna cevap verse de, bu soru başlı başına ayrı bir araştırma konusu olacak kadar kapsamlı.

(iii) *Anonimliğin bir kaçış olarak kurgulanması*: Sosyal medyada aile ve akrabalarından kaçışın anonim kullanımın yaygınlaşmasındaki rolü de oldukça önemli. Anonimliğin elbette pek çok başka nedeni var: Hukuki soruşturmalardan, taciz ya da her türlü kötüye kullanımlardan ve iş çevresinden, özellikle yöneticilerin gözetiminden sakınmak gibi nedenler sıralanabilir.

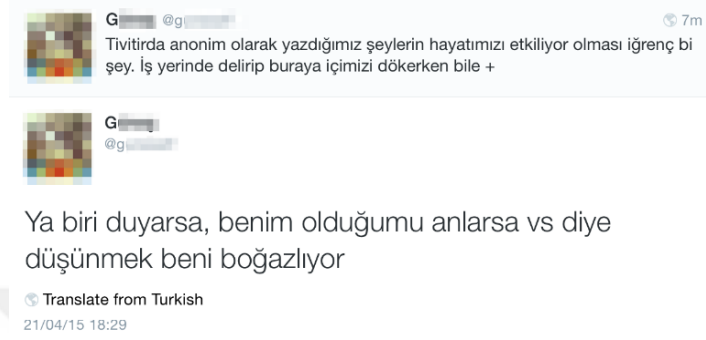


ve beklenen an gelir, yöneticinin facebook arkadaşlık teklifi gönderir...

Dıp dıp dıp dıp

6:10 PM · 04 Jan 15

Görsel 20: *Twitter* kullanıcısı @e'nin şirket yöneticisinden gelen Facebook arkadaşlık teklifine olan yorumu.



Görsel 21: Anonimleştirilmiş *tweet* zinciri, kullanıcı @g'nin “deşifre” olma korkusunu gözler önüne seriyor.

Bu nedenle, sosyal medya anonimliğinin, esas olarak, sanal-olan yakınlığın boyutlarının kendi sınırlarını aşarak sanal-olmayan yakınlığa negatif anlamlar taşıyarak dönüşmesini ve bu alanda çok daha rahatsız edici sonuçlara neden olmasının önüne geçme kaygısından türediğini söyleyebiliriz. İnsanlar güvenlik ve özel hayatın ifşası gibi pek çok kaygı nedeniyle veya rahat rahat yazmak, iletişimde olmak gibi isteklerle, ancak çoğunlukla bu kaygı ve isteklerin reel sonuçlarından çekinerek anonim olmayı tercih ediyorlar. Sanal-yakınlığın gerçek ve doyurucu bir ilişki biçimi olmaktan uzak olması ve sanal-olmayan alanlara çeşitli biçimlerde sarkma riski göz önünde bulundurulduğunda, anonim olmanın insanları çeşitli sınırlılıklardan kurtardığını ve iletişim alanında özgürlüğün bir biçimde de olsa gerçekleştiğini söylemek bir hayli zor olur. Anonimliğin politik biçimlerini ise bu konuda daha farklı bir görünüm arz edeceğini için bir kenara not etmek gerekir.

Öte yandan, sanallığın insan sosyalliğine kattığı yeni boyutlar ve benlik sunumları açısından ortaya çıkardığı oburlaştırıcı fırsatlar, çoğunlukla sosyal medya üzerinde gerçekleşen, tümüyle çelişkili ve çatışmalı bir toplumsallaşma biçiminin kapılarını aralar. Fiziksel yakınlığın manevi yakınlığın koşulu olduğuna dair inancın

maddi olarak sarsılışından beridir, insanların sanal âlemden beklentilerinin, sosyal medyadaki hallerinin, onun hakkındaki fikirlerinin ve izlenimlerinin hem nitelik hem nicelik bakımından çeşitliliği ve çelişkileri muazzamdır. Arkadaşlar ve akrabalar arasındaki gündelik, yüz yüze sohbetin yediği büyük darbe bu muazzam çeşitlilikteki tablonun fırça darbelerinden yalnızca biridir. Tablonun geri kalanında ise benlik sunumlarının sosyal medyadaki yeni biçimleri ve ortaya çıkardığı yeni sorunlar vardır.

Başından beri vurgulandığı gibi, insanların gündelik hayatta kendileri hakkında verdikleri ve vermek istedikleri izlenim, bu izlenimlerin kendine özgü biçimleri ve araçları, metaların hücumuna uğramış bir toplulukta, metalarla yoğun bir biçimde dolaymlanır. İnsanların, gerçekten kendilerine ait bir benlik ve kimlik yaratma ve yaşatma olanaklarından mahrum kalmalarıyla metaların kişiselleştirilebilir olmaları arasındaki ilişki hiç de dolaylı bir ilişki değildir. Benlik sunumlarının gündelik hayattaki metalaşmış biçimleri sosyal medyanın hayatımıza dolu dizgin girmesiyle beraber iyiden iyiye arttı ve yeni boyutlar kazandı. Sosyal medyanın, insanların kendilerini bir biçimde temsil ettiği bir iletişim mecrası olmasıdır, bunun en önemli nedeni. Metalaşmanın gündelik hayatı kuşatıcı etkisi bakımından bu mecranın önemi konusunda bir şüphe yoksa, sosyal medyaya adını veren sosyalliğinin metalaşmayla olan yakın bağı ortaya konulmalı. Sosyal medyadaki benlik sunumları, bulunma halleri, davranış biçimleri ve beklentiler gibi daha pek çok şey, metalaşmanın gündelik hayattaki biçimlerine yeni boyutlar katarken, bu mecranın kendisi konu dâhilinde incelenebilecek büyük bir inceleme alanına dönüşür. Profillerde paylaşılan bilgilerin taşıdığı anlamlar, profil fotoğraflarıyla ya da paylaşılan fotoğraflarla sunulmak istenen imajlar, takipçiler ve takip edilenler arasındaki oran, durum bildirimleri, özel mesajlar, çeşitli tepkiler, yorumlar ve daha pek çok kullanım biçimi sosyal medyadaki benlik sunumlarının niteliğini gözler önüne seren büyük bir kaynaktır.



NE KADAR PRENSESSİNİZ KIZLAR

[Translate from Turkish](#)



9:38 pm · 17 Feb 17

Görsel 22: Anonimleştirilmiş bu *tweet*, “kızlar”ın ne kadar “prentes” olduklarını 8 maddelik bir puanlama yoluyla tespit etmeye çalışıyor. Bu 8 maddenin 5’i, doğrudan sosyal medyadaki benlik sunumları ve firmalara göndermede bulunuyor.

(iv) *Benlik sunumlarının katalog halleri*: En genel düzeyde, kullanıcıların sosyal medyada hem bu mecrada sunulan iletişim tarzının teknik karakteri bakımından olsun (profiller, fotoğraflar, sizi anlatan irili ufaklı biyografik bilgi ve açıklamalar) hem de dönüşen kültürel yapının ve metalaşmanın insanlara sunduğu dünyayı anlamlandırma pratikleri açısından olsun, kategorik olarak kendilerini diğer insanlara sundukları açık. Sosyal medyadaki bulunma halleri ve benlik sunumlarının bu mecradaki hâli alışveriş merkezi katalogları hatırlatır (Bauman, 2012: 97). Herhangi bir sosyal medya sitesine adım attığımız andan itibaren çeşitli kategorilere göre süzölmüş kullanıcıların çeşitli kişisel bilgi ve özellikleriyle, fotoğrafları ve paylaşımlar bütünüyle karşılaşırız.



Instagram çok garip, insanlar sadece giyimleriyle ve tipleriyle diğer insanların güvenini, hayranlığını kazanıyor. Neredeyse distopik.

[Translate from Turkish](#)

7:03 pm · 06 Oct 17

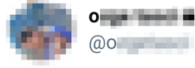
Görsel 23: Anonim *Twitter* kullanıcısı @j *Instagram*’daki benlik sunumlarının nasıl dış görünüşe endekslendiğini ifade ediyor.

Tıpkı bir katalog karıştırır gibi, karşımıza çıkan kişiye ait temel özellikleri öğrendikten sonra onu takip eder/arkadaş olarak ekler/beğeniriz (ya da tam aksine, ağımıza katmaz ve sanal boşluğa salıveririz) ve şayet zaman içerisinde beklentilerimizi karşılamazsa, tıpkı satın alınan bir ürünü iade eder gibi kendi ağıımızdan çıkarmamız da eklememiz kadar kolaydır. Sanallığın verdiği bu garantinin zaman aşımı dahi yoktur ve basit bir parmak hareketiyle yapılabilir.



Görsel 24: *Twitter* kullanıcısı @o, izlenen videoların ve yapılan favorilerin kişilikle nasıl özdeşleştiğini vurguluyor.

Sosyal medyadaki benlik sunumlarında oluşan genel-geçer değerler ve popülerliğin yeri ise oldukça önemli. Pek çok insanın benlik sunum biçimleri, yukarıda sıralanan etkenlerin yörüngesinde şekillenirken, popülerliği vurgulayan arkadaş sayıları, yaygın tabirle *trendy* haller ve mutluluk pozları, kalabalık *selfie*'ler, takipçi-takip edilen oranları, fotoğraf ve diğer gönderilerin aldığı etkileşimin niceliği (beğeni, yorum, emojilerle süslenen tepkiler ve yeniden paylaşım sayıları) giderek daha da öne çıkar. Ne kadar çok beğeniliyor, *retweet* ediliyor veya takip ediliyorsanız o kadar muteber bir kullanıcı olmaya başlarsınız. *Twitter*'ı ilk kullanmaya başladığım zamanlarda, bu konuda deneyimli olan bir arkadaşımın bana verdiği tavsiyeler sosyal medyadaki ilişkilerin bu zeminini gayet iyi özetliyordu: Bu kadar çok kişiyi takip etmemem gerekirdi, takipçi-takip edilen oranım 3'te 1 kadar olmalıydı ki bu şekilde *fenomen* olmuş, çok takipçili hesapların beni takip etmesi çok daha mümkün olurdu, en nihayetinde benim de çok takipçim olur ve böylece sözümün daha çok kıymeti olurdu. *Twitter*'da çok takipçisi olan hesaplar arasında kurulan, ilk bakışta görünmeyen bir ağ vardır, "sözün kıymetli olması" o ağa dahil olabildiğinde gerçekleşir.



Profilimdeki tweet, takipçi, takip edilen ve beğeni sayılarıma bakınca Twitter kullanmayı bilmediğimi düşünüyorum.

1:17 am · 17 Sep 17

Görsel 25: Twitter kullanıcısı @o, sosyal medyada bulunmanın bazı özel kurallarının olduğuna işaret ediyor.

(v) *Muteber bulunma halleri*: “Katalogdaki yaşam”ın diğer bir olmazsa olmazı benlik sunumlarının niceliğine koşut bir biçimde gelişen kendine özgü niteliklerdedir. Popülerlik muteber bir yaşam tarzını ve bunun sunulma biçimini gerekli kılar ki bu da gece hayatını, pazar kahvaltılarını, akşam yemeklerini, boğaz manzaralarını, tatil köylerini, plajları vs., diğer popüler kullanıcılarla, yazarlarla, gazetecilerle, politikacılarla, sanatçılarla vs. geçen keyifli anları gözler önüne seren paylaşımları içerir. Muteberliğin önemli bir koşulu, ayrıcalıklı mekânlar ve ayrıcalıklı insanları kapsayan bir yaşam tarzı sunumunu içeren “önemli biri” imajının verilmesine dayanır.



geçenlerde bir fenomenle rakı masasında denk geldim. tanıştıktan 3 dk sonra "baktım da sen beni takip etmiyormuşsun" dedi.

Translate from Turkish

03/11/15 22:47

4 LIKES

Görsel 26: Anonim *Twitter* kullanıcısı @g, *fenomen* olarak adlandırılan çok takipçili bir *Twitter* kullanıcısının kapıldığı havayı anlatıyor.

İstanbul’da yaşayan doktora öğrencisi Leyla’nın bu konuda paylaştığı deneyim oldukça önemli. Oldukça yakın bir arkadaşıyla sosyal medyada çok takip edilen biri olmasıyla beraber kopan ilişkilerinin öyküsünü aktarırken sosyal medyanın arkadaşlık ilişkilerini ne ölçüde değiştirebileceğini, sosyal medyadaki benlik sunumları ve imajlar toplamının insanlarda ne gibi dönüşümler yaratabileceğini gösteriyor:

...böyle takipçisi çok artmış bir anda, böyle hafiften fenomen olmaya başlamış bir grup var. Bunlardan böyle çok yakın bir arkadaşım vardı mesela benim, bir anda *Twitter*'da, orada burada çok popüler oldu. Daha sonrasında böyle kendini kaybedip, sadece ünlü ya da yarı ünlü dediğimiz

kişilere *mention* atma çabalarında bulundu. Atıyorum Aylin Aslım'a *mention* atmak. Böyle şarkıcılar, böyle Ceylan Ertem'e falan bir şeyler yazmak. Oyunculara mesaj atmak. Çünkü hani bazı şeylerle popüler olduğu için karşılık geleceğini de biliyordu ama onlarla konuşuyor görünmek onun için çok büyük bir şey, önemli bir kişiyim artık. Hani *BirGün Festival'e* gitmiştik beraber, geldi, tanınmayı bekliyordu ama beni tanımadılar ya falan filan yaptı. O bekliyordu ki insanlar gelsin abi merhaba ya sen o değil misin bilmem ne falan diye sohbet etsin. Biz de dedik abi saçmalama, yani manyak mısın, burası festival ve bu insanlar yarı politik ya da tamamıyla politik insanların olduğu bir yer. Kimse bunları çok önemsemiyor o çevrede. Ondan sonra mesela buna bozuldu falan. Bizim yediğimiz içtiğimiz ayrı gitmiyordu, aynı evde kaldık çoğu kez yani, Hakan'ın evinde buluşur, saatlerce sohbet ederdik. Hani şeyimiz yoktu, Leyla ben size gelebilir miyim demezdi, Leyla ben geliyorum derdi. Böyle bir yakınlığımız vardı. Fakat o kadar değişti ki bu insan, hani belli bir süre sonra *Twitter'dan* ben bir şey yazdığım zaman *mention* atmamaya başladı bana. Hani önemsiz buldu. Çünkü ben bir Aylin Aslım falan olmamaya başladım (Leyla'yla yapılan görüşme, 20.11.2015).

Buradaki sorun, insan karakterinin insanlar arasındaki ilişkilere darbe vuran ve insanı diğer insanlara yabancılaştıran, kuşatıcı bir ilişkiler ağına teslim olmasındadır. Sanal-olanın sıralanan eğilimleri öne çıkaran bir iletişim mecrasına dönüşmesi, ilişkilerin bu derecede tahrip olmasının müsebbiplerinden biridir. İnsanlar, sosyal medya “katalog”larındaki “fırsatları” değerlendirip öne çıkma gayreti içindeyken, bir biçimde ünlü olma ya da en azından sosyal medya ünlüsü olma yoluna girip, iletişim mecrasının baskın kullanım tarzına kendilerini uyarlarlar. Bu uyarlamanın kuralları ise piyasanın kurallarını anımsatır. Herkes, sanki birer metaymışcasına, diğerleri arasından sıyrılıp öne çıkmanın yolunu ararken, kendine değer açısından “denk olan”larla ilişki içinde olmaya özen gösterirler. Muteber bulunma hallerinin arkasındaki neden, bu tip bir sıyrılmaya kaygısından türer.

Sonuçta, insanlar arasındaki iletişimin önemli bir yanı tahrip olur ve bu ilişkiler insanların dışında görünen birtakım kurallara tâbi olur. Böylelikle, iletişimin bu biçimi insana ait değil, ona karşıt olur. Sanal toplulukların *zahiri topluluklara* dönüşmesinde, insanlar arasındaki ilişkinin bu şekilde tahrip olmasının ve en nihayetinde, insanların birbirine yabancılaşmasının rolü merkezi önemdedir.

(vi) *Sanal-olan ve sanal-olmayan arasındaki açı*: “Katalog”da öne çıkma çabalarının ve önemli biri gibi görünme gayretinin benlik sunumlarına kattığı yeni biçimlerin sınırları oldukça geniş. Sanal-olandaki benlik sunumu, ister istemez, sanal-olan ve sanal-olmayan arasında değişken bir “açı farkı”nı beraberinde getirir. Bu iki mecra arasında beklenen fark genellikle makul bir farktır. Gerçekte tanımadığımız insanları ilk olarak sosyal medya profilleri aracılığıyla tanıyarak edindiğimiz fikre, gördüğümüz profil ile zihnimizdeki varsayımlar arasında müzakere yaparak ulaşıyoruz. Bu durum, sanallığın sınırlı paylaşım olanakları ya da özenilen karakterlere öykünmeye olanak veren, gibi davranmaya/görünmeye açık olan yapısı nedeniyle böyledir. Ancak, bu tür farkların her zaman iradi bir çarpıtma nedeniyle ortaya çıktığı düşünülmemelidir. Yazarak bir şeyler anlatmanın konuşarak anlatmaya nazaran bambaşka bir iletişim türü olmasının bile bunda payı olmalıdır.

Bu değişken ilişkiyi İlker (33) kendi gözlemlerine dayanarak şu şekilde anlatmıştı:

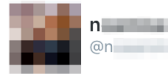
...çok samimi olduğun, çok yazıştığın, hani çok kanka diyebileceğin tipler olur ya, tanışmıyorsun ama sosyal medyada çok sıcak samimi gördüğün insanlar. Ama gerçekten buluşup oturduğunda öyle biri değilmiş dediğim çok insan oluyor. Daha soğuk oluyorlar. Genelde eli iyi çalışan adamın ağzı iyi çalışmıyor, öyle bir gerçek var. Ya da çok sessiz sakın çok suskun bir tip oluyor. Ama bakıyorsun daha samimi, daha sıcak bir insan çıkabiliyor. Hani orada sergilenen karakterle, gerçek arasında bir fark oluşuyor. Benzer gördüklerim de oluyor ama genelde farkı oluyor. Sosyal medyada daha aktif insanlar daha soğuk oluyor, ne bileyim, çekingen, içe kapanık tipler oluyor. Bakıyorsun hani, (sosyal medyada) adamla dibine girmişiz muhabbetin ama bakıyorsun adam karşında sus pus oturuyor ve elinde hâlâ telefon mesela. Öyle tipler oluyor. Mesela biz oturuyoruz iki saattir ama tık tık bir şeylere bakmadık. Sen de bilirsin, bunu yapabilen insan sayısı azdır mesela. Genelde sosyal medyada tanışılan tipler elinden telefon düşmeyen tipler (İlker’le yapılan görüşme, 20.08.2015).

Pek çok etkene bağlı olarak ortaya çıkan bu fark, yalnızca kendini ifade etmenin sanal-olanla sanal-olmayan arasında, söze ve yazıya dayalı ifade biçimlerinde gözlemlenen bir çelişki olarak ortaya çıkmıyor. Benlik sunumlarının görselliğe dayanan biçimleri, profil fotoğrafları ve diğer fotoğraflarda çok daha belirgin bir biçimde kendini gösteriyor. Sanal-olanın sanal-olmayanda algılanışı açısından pek çok istem dışı etkiyle

beraber, fotoğraf makinesi lensinin görünüşe kattığı özgün perspektif, çeşitli ışık oyunlarının yanıltıcı etkileri veya tamamen bilinçli çarpıtmalar bu minvalde değerlendirilebilir.



Görsel 27: Kullanıcıyı olduğundan gerçek anlamda bambaşka göstermeyi hedeflemiş bir kamera uygulaması reklamı.



n
@n
Instagramın "keşfet" kısmı çok can sıkıcı ya herkes reklamlardan fırlamış gibi, kim abi bu insanlar.

Translate from Turkish

11/07/16 18:05

Görsel 28: *Twitter* kullanıcısı @n, insanların Instagram'da fiziksel olarak ne kadar da farklı göründüklerini ifade ediyor.

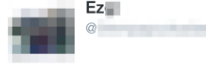
Sosyal medyadaki görselliğin bir çarpıtma sorunu olarak ortaya çıkışı benlik sunumlarının gösterişçi biçimlerinin doğrudan bir getirisi olarak görülmelidir. Sanal-olmayanla sanal-olan arasındaki açığı, kullanıcının iradi müdahalesi açık bir hareket alanı sağlarken, benlik sunumlarının sanal boyutu bu hareket alanında şekillenir.

...mesela benim çok eski bir arkadaşım var, bugün detaylı bir şekilde o kızın fotoğraflarına baktım, gelmeden önce yani. Bu bilinçli bir şey değildi. Tesadüf. Normal şartlarda hayatı çok başka ama oradaki hayatı bambaşka. Beni bile ürkütüyor yani. Sanki tanımadığım bir insan, sanki çok farklı bir insanmış hissi veriyor. Ama bu beni rahatsız ediyor aslında. Normalde çok baskıcı bir ailesi var mesela. Saat 10'da benim evime

gelemez mesela, öyleydi. Şu an ama *Instagram*'a bakarsanız ya da *Facebook*'una bakarsanız, "ortam kızı" dediğimiz var ya deli gibi öyledir yani (Rüya'yla yapılan görüşme, 01.12.2015).

Sosyal medya kullanıcısı vermek istediği imaj konusunda hem maddi hem manevi olarak daha önce hiç olmadığı kadar serbesttir artık. Olmadığı ya da öykündüğü bir karakter gibi görünebilir ve davranabilir. Bu tip bir kullanım biçimi istisnai olmaktan çok oldukça yaygındır. Öte yandan, bu davranışların bir tür kaçış olarak kurgulandığını düşünmek yetmez, daha kapsamlı bir biçimde yorumlamak gerekir: Sanal-olanın insana tanıdığı, gibi davranma/görünme olanakları insana yabancı pek çok ilişkiyi açığa çıkarır ve onlara yeni bir boyut katar. Akşam olunca eve dönmek zorunda olan bir kadının *Instagram*'da daha farklı bir hayatı varmış gibi davranmasında görünür olan şey, o kullanıcının kendine yabancı bir ilişkinin cenderesinde olmasıdır. Bu yabancılaşma hem sanal-olmayan ilişkilerde hem de sanal-olanda bunun aksini lanse ederken deneyimlenir.

(vii) *Benmerkezci ilgi odağı*: Sanal-olmayan ve sanal-olan arasında ortaya çıkan bu gerilimin bireysel düzeyde ima ettiği şey, "katalogda" öne çıkma çabasına koşut olarak, benmerkezci ilgi odağına dönüşme halleridir. "Kullanıcının öne çıkışı" olarak da anılan bu yeni beklentiler bütünü, sanal-olan mecranın tüketim kültürüyle olan uyumunu da gösterir. Kullanıcı, kendi profilinde, kendi fotoğraflarıyla, kendi tercih ettiği yaşam tarzıyla, tamamen kendi istekleri uyarınca seslenirken, tüm hikâyenin merkezinde kocaman bir "ben" vardır. Kullanıcı onu var eder ve yeniden ona dönüşü dört gözle bekler. Geri dönüş, koşulsuz olarak, beğeniler, favoriler, destekleyici yorum ve övücü sözlerle olmalıdır. Tüm bunlar, sosyal medya sitelerinin "ego merkezli ağlar" (*ego-centric networks*) olarak anılmasının nedenidir (Lee, 2013: 271).



Burdaki popüler hesaplar iki gün ilgi görmese depresyona girer. Onların işi de zor.

Translate from Turkish
16/07/15 00:23

Görsel 29: Sosyal medyanın benmerkezci yanını ifade eden anonimleştirilmiş bir *tweet*.

“Ben”e dair söz konusu beklentinin yalnızca çok takipçili hesaplara özgü olduğunu söylemek ise büyük bir hata olur. Sosyal medyadaki benlik sunumlarının “katalog”da öne çıkmaya ve ilgiye odaklanan karakteri irili ufaklı çoğu kullanıcının içine yuvarlandığı bir performans ve beklentiler bütününe kapı aralar. Bu tip paylaşımlar gündelik hayatın en sıradan parçalarına dönüşür. Kullanıcılar, oturdukları yerden belki de daha önce hiç karşılaşmadıkları bir ilgiye mazhar olurlarken her şey çok daha çekici bir hal alır.



İlgiye ihtiyaç duyduğumda istagrama fotoğraf atarım

Translate from Turkish
22/02/16 23:22

Görsel 30: Anonimleştirilmiş bir *tweet*.



Görsel 31: Doktora öğrencisi bir kullanıcının kendi doktora tezi için açtığı bir *Facebook* sayfası.



Sabah ütüyle serçe parmağımı yaktım,
şimdi sızlamaya başladı şırsız ://

29/01/16 13:02

Görsel 32: Sosyal medyada aranan ilgiyi örnekleyen anonimleştirilmiş bir *tweet*.

Koç Üniversitesi Çocuk ve Aile Çalışmaları Laboratuvarı direktörü Doç. Dr.

Bilge Selçuk, tam da bu konuya vurgu yaparak, insanların sosyal medyada ilgi eksikliğini etkin bir şekilde giderdiklerini vurguluyor:

Yani insanlar hangi zamanlarda niçin kullanırlar sosyal medyayı? Mutsuz ve yalnız oldukları zaman mı? Kaygılı oldukları zaman mı bunu kullanıyorlar? Mutluluklarını paylaşmak için mi? Mesela hasta olduğunuz zaman, "ben hastayım, grip oldum, yatak döşek yatıyorum" dediği zaman bir arkadaşınız, 105 kişi yazıyor, geçmiş olsun, geçmiş olsun... Alt tarafı grip olmuşsun yani. (Gülüyor) Yani ne var grip olmakta? 3-5 gün yatarsın geçer ama orada önemli olan o psikolojik ihtiyaç. Tek başına yaşıyor ve dikkat, dikkat istiyor, insanlardan ilgi istiyor. Çok açık bir açlık ifadesi bu bence. Bu bakımdan da önemli bir işlevi var sosyal medyanın. Demek ki günümüzün ihtiyaçlarının yarattığı bir araç bu. Demek ki böyle bir boşluğu dolduruyor (Bilge Selçuk'la yapılan görüşme, 17.11.2015).

(viii) Kısa mutluluklar, daimi hoşnutsuzluklar: Kullanıcılar sosyal medyada benlik sunumlarını, son derece aktif bir biçimde, ilgi odaklı ve öykünülen imaj ve karakterlere uygun "gibi görünerek" icra ederlerken sosyal medyanın sık sık tartışılan diğer bir etkisiyle karşılaşıyoruz. İnsanların nerelerde neler yaptığını, nerelerde tatile gidip, neler yiyip içtiğini ve eğlendiğini her gün görmek, her gün çalışmak zorunda kalan, sık sık tatile çıkamayan ve belki hiç çıkamayan, sık sık gece hayatına karışıp, deniz manzaralı bir yerde yemek yiyemeyen diğerleri açısından önemli bir mutsuzluk kaynağına dönüşüyor.



Instagram aşırı derecede sinirimi bozuyor. İnsanlar nerelere gidiyorlar lan! Yaz bitti, milletin gezme sevdası bitmedi

[Translate from Turkish](#)

27/11/15 11:59

Görsel 33: *Twitter* kullanıcısı @u'nun serzenişi.



Sürünerek çıktığım yataktan facebook'a göz atıyorum arkadaşlarım Endonezya'dan, plajlardan, adalardan fotoğraflar filan. Yooo çıldırmıycam.

[Translate from Turkish](#)

4:44 PM · 14 Apr 15

Görsel 34: *Twitter* kullanıcısı @b'nin sabah kalkar kalmaz yaşadığı mutsuzluk.

Sosyal medya kaynaklı hoşnutsuzlukların sınırları oldukça geniş: Depresyon, memnuniyetsizlik, kıskançlık, bedenleriyle ilgili negatif fikirler kapılmak ve yalnızlık hissi bunlardan öne çıkanları. İnsanların kendi hayatlarını diğerlerinin hayatlarıyla (sosyal medyada sunulan biçimlerini baz alarak) kıyaslamaları buna en büyük neden olarak gösterilebilir (Miller vd., 2016: 195). Benlik sunumlarının sosyal medyanın metalaşmış dünyasında, metalarda olduğu varsayılan çeşitli karakteristik özelliklerde ve metaların arasında olduğu varsayılan belirsiz bir eşitlik düzeyini yakalama ve bırakmama çabasında kazandığı yeni haller, insanları mutsuzluğun ve tatminsizliğin pek çok türüne aynı anda itiyor ve insanlar sosyalleşmeye çalışırken asosyalleşiyor. Sosyal medyada bazı mutluluklar yakalanıyor olsa da bunların ömrü ancak sabun köpüğünün ömrü kadar oluyor (2016: 200).

Banu (30) sosyal medyanın insanı yalnızlaştırdığından çok emin. İnternetteki uzun yıllara dayanan deneyimine bakarak, sosyal medyadaki benlik sunumları ve o benliklerin sanal-olmayandan farkları gibi nedenlerin arkadaşlıklara son derece büyük zararlar verdiğini söylüyor:

Ben insanların gerçek düşüncelerinin çoğunu internetten öğreniyorum ve inanmıyorum. Dediğim gibi yüzde 99 eledim zaten. Şu an çok yalnız hissediyorum internet yüzünden yani. Yok artık diyeceğim şeyler like'lanıyor. Yok artık... (Gülüyor). Çok yaşadım bunu, çok kişide yaşadım. O insanlar neden soğuk olduğuma anlam veremedi ama ben her şeyi anlamlandırdım ve oturdum, kapadım. (...) internet yalnızlaştırıyor. Niye? Bu yüzden. İnanılmaz, hiç kimseyle hiçbir ortak yanım yokmuş gibi hissediyorum. İnanılır gibi değil, en yakın arkadaşlarımla -iki tane kaldı, tekiyle de hani biraz bozuldum internet yüzünden, biraz dengesiz hareketlerini gördüm ve yok artık dedim (Banu'yla yapılan görüşme, 19.10.2015).

Hiçbir şeyin sabitlenmediği, şimdiki zamanın bağlamından, tarihinden, geçmişinden sıyrılıp, bütün zamanı belirsiz bir *şimdiye* sıkıştıran bu toplumsal koşullarda insanların hiçbir şeye ve hiç kimseye bağlanmadığı, geleceğe yönelik belirli tasavvurlardan ve ilişkilerinin sorumluluğunu üstlenmekten kaçındığı bir dünyada yaşıyoruz (Bauman, 2014: 126). Zaman ve mekân uzaklığının paradoksal olarak birbirinin içine girdiği ve alışlagelmiş uzaklık ve yakınlık mefhumlarının rafa kalktığı bu yeni ilişkiler zemini içinde, arkadaşlık ve akrabalık ilişkilerinin genel seyri, sanal-olanın giderek daha çok belirleyiciliği altına giriyor. Bu ilişkiler, artık, genel olarak güvensizlik ve uçuculuk üzerine bina edilirken, birey kendini kendine tümüyle dışsal bir topluluğun içinde buluyor. İnsanların çoğu zaman bu dışsallığın farkında olsa dahi, tekrar ve tekrar sunulan oburlaştırıcı fırsatları değerlendirmekten kendini alamıyor. Bu koşullar altında, sosyal medya, adıyla tezat bir ilişkiler alanı olarak sadece sanal-olanı değil, sanal-olmayan ilişkiler alanını da tahrip ediyor. Kısa süreli mutluluklar yaşansa da hâkim olan genel ruh hali güvensizlik, samimiyetsizlik, mutsuzluk ve uçuculuk gibi kelimelerle tasvir edilebilir.

Bütün bunlar, *zahiri toplulukların* insana yabancı yüzünün sadece bir kısmıdır. Gündelik hayatın hemen hemen bütün ilişkileri, benlik sunumlarının sanal-olan mecralarda kazandığı yeni nitelikler doğrultusunda dönüşüyor. İlişkiler başkalaşıyor ve Bauman'ın betimlediği akışkanlığın yönüne ve hızına uyan yeni bir biçim kazanıyor. Sosyal ilişkilerin aşkı ve cinselliği içeren boyutları da bundan azade değil.

3.2.3 “Katalog”larda Aşk

İnsanların ayaklarının altındaki maddi ve manevi zemin kayınca, dünyayı anlamlandırma ve kimliklenme biçimlerinin sarsılışına koşut olarak, geleneksel aşk ve birebir ilişki biçimleri de pek çok açıdan sarsılmaya başladı. Aşağı yukarı modernizmle beraber ortaya çıkan *romantik aşk*, içerdiği pek çok geleneksel değer, beklenti ve davranış kalıbıyla beraber dönüşüme uğruyor. Giddens bu dönüşümü, esas olarak, romantik aşkın *saf ilişkinin* öne çıkmasıyla beraber dönüşümü olarak ele alırken, birebir ilişkilerin günümüzde kazandığı yeni biçimleri betimleyen bir çerçeve de sunmuş oluyor (2014: 44-52): Kadının kendine güvenli bir birey olarak yükselişi anlamına da gelen, ilişkilerde karşılıklı sorumluluğa dayanan, bu yolla aşkın sınırlarını belirli bir toplumsal düzene uyduran, çeşitli uzlaşmaları, uzun vadeyi, işi, geleneksel rollerin geçerli olduğu aile düzenini ve mahremiyeti baz alan romantik aşk ve onu yaşama pratikleri, güncel toplumsal ilişkiler içinde büyük ölçüde erozyona uğradı. Bunun yerine, tarafların birbirlerine bakışını ve beklentilerini büyük ölçüde değiştiren yeni bir ilişki biçimi yaygınlaşmaya başladı.

Giddens’ın *saf ilişki* (cinsel saflık ya da bir tür ahlakçılığa vurgu yapmayan) olarak andığı bir ilişki biçimi, romantik aşkın sabitlediği, varsaydığı ve sınırladığı beklentileri kenara iten, yerine ilişkinin kendisini geçiren bir ilişki biçimini tanımlıyor:

Bu bir toplumsal ilişkiye kendi için, taraflardan her birinin ötekiyle sürekli birlikte olmaktan elde edebileceği şeyler için girildiği bir durumu ifade eder ve ancak her iki taraf da her iki bireye ilişki içinde kalınması yeterli doyum sağladığını düşündükçe devam eder. Önceleri cinsel olarak “normal” nüfusun çoğu için, aşk cinselliğe evlilik yoluyla bağlanırdı ama artık ikisi birbirine giderek daha fazla saf ilişki yoluyla bağlanıyor. Evlilik –nüfustaki çoğu grup için ama kesinlikle hepsi için değil- giderek artan bir şekilde bir saf ilişki biçimi almaya başladı; bunun da birçok sonucu oldu. Tekrarlarsak, saf ilişki mahremiyetin geniş bir biçimde yeniden yapılanmasının parçasıdır. Heteroseksüel evliliğin dışındaki diğer cinsellik bağlamlarında ortaya çıkar; bununla nedensel olarak ilişkili olan bazı biçimlerde plastik cinselliğin gelişmesine paraleldir (2014: 61-62).

Bu ilişki biçimi, geçmişe ya da geleceğe değil, şimdiye odaklanan, herhangi bir anlam dünyası uğruna feragat edilecek bir ertelemeyen uzaklaşan, çeşitli uzlaşmalar,

sorumluluklar ve belirliliklerden sıyrılmış, duyacağı haza odaklanan insan tipinin ilişki anlayışıdır. Hazza odaklanmak, sadece erkek için değil kadın için de seksten zevk almanın normalliğini ifade ederken, evlilik, aile, gelecek vb. kaygılarla ilişkinin sürdürülmesini değil, bireylerin *şimdi* olan ilişkiden duydukları mutluluğu merkeze almasını da vurgular. Giddens ilişkilerin kazandığı bu yeni biçimin adını koyar: “*Birlikte aşk*, aktiftir, olumsaldır (*contingent*) ve bu yüzden romantik aşk karmaşasının ‘sonsuz dek’ ‘sadece ve sadece o’ nitelikleriyle uyuşmaz. Bugünkü ‘ayrılma ve boşanma toplumu’ burada birlikte aşkın ortaya çıkışının nedeni değil de sonucu gibi görünür” (2014: 65). Dolayısıyla, şimdinin öne çıkışı, belirlilik ve sabitlemelerden kaçış, evlilik ve aile kurarken “feragat etmek”ten kurtulmak anlamına gelir. Artık bir şeyler için bir şeye katlanmak diye bir şey yoktur. Bu nedenle, ilişkinin öteki tarafı romantik anlamlarından sıyrılarak gözden düşer. “Birlikte aşk gerçek bir olanak olarak yerini sağlamlaştırdıkça, ‘özel bir kişi’ bulmanın önemi de o kadar azalır ve önemli olan ‘özel ilişki’ olur” (2014: 65). Birlikte aşk (*confluent love*) Türkçeye çevrildiği biçimiyle iki kişinin birlikteliğine vurgu yapan, paylaşımı ve sorumluluğu öne çıkaran bir anlam kazanıyor olsa da, Giddens’in tarif ettiği haliyle, “birlikte” (*together*) olmaktan çok ilişkinin kendisini ön plana çıkaran ve sorumlulukları dışlayan bir veçheyi içeriyor.

Giddens’in bahsettiği bu “özel ilişki” kavrayışı ve arayışı ağdaki ilişkilerle hem örtüşür hem de yeni boyutlar kazanır. Daha önce de belirtildiği gibi, geleneksel ilişki yerine hem maddi hem de metaforik anlamlarıyla beraber ağ alt yapısı üzerinde yükselen yeni bağlantılılıkların öne çıkışı, aşkın alışlageldik niteliklerinin ortadan kalkmasıyla birlikte düşünülmelidir (Bauman, 2012: 12). Buradan hareketle, sanal-olanın sanal-olmayanı gözden düşürücü yanının ve uzak-yakın paradoksunun ilişkilere kazandırdığı pek çok yeni niteliğin, tıpkı arkadaşlık ve akrabalık ilişkilerinde olduğu gibi aşkta da oldukça ön planda olduğunu söylemek mümkün. Pek tabii aşktaki bu dönüşümün kökeni çok daha kapsamlı bir kültürel dönüşümde aranmalıdır.

“Alışılmadık insan”ı yaratan toplumsal koşulların temel nitelikleri aşta da yürürlüktedir.

İlişkilerde ağın öne çıkışı, şimdinin yükselişi ve hazzın odak noktası haline gelişi birbirlerini akıllı telefonlarda en kusursuz biçimde tamamlar. Çoğu insanın hayatında, akıllı telefonların ve sosyal medyanın sunduğundan ve bağladığından daha büyük bir ağ var mıdır? Sosyal medya tam da böyle bir ağ ve bağlantıda kalma mantığının somut bir biçimde ortaya çıkışı anlamına gelmez mi? Sosyal ağlarda başlayan, devam eden, orada biten, gerçek anlamda sanal-olanda kalan ilişkilerin varlığı ve kullanıcıları ve sayıları her geçen gün artan *online* partner bulma siteleri geleneksel ilişkilerin dönüşümü ve birlikte aşkın yükselişine işaret etmiyor mu?

Sosyal medya ve birebir ilişkiler arasındaki ilişki yukarıda bahsedilen dönüşümler nedeniyle oldukça önemli. Bu ilişkiyi şöyle bir yol izleyerek ele alabiliriz: Görünümlerden hareket ederek, ister sosyal medya kaynaklı olsun ister olmasın, sosyal medyanın mevcut ilişkileri dönüştürücü yönü üzerine düşünmek ve bu dönüşümün esas niteliğini ortaya koymak. Bu amaç dahilinde, karşımıza çıkan görünümleri iki başlık altında toplamak gerekirse: (i) Sosyal medya mevcut ilişkileri tahrip ediyor ve (ii) sosyal medyanın sunduğu yeni olanaklar ilişkilerin gelişimi ve çeşitlenmesi açısından oldukça değerli fırsatlar sunuyor (Miller ve diğerleri, 2016: 200-203)

Sosyal medyanın birebir ilişkileri olumsuz yönde etkilediğine dönük oldukça yaygın bir kanı var. İnsanlar bu fikre hem kendi deneyimledikleri ilişkilerden hem de şahit oldukları diğer ilişkilerin seyrine bakıp ulaşıyorlar. Derinlemesine yaptığım görüşmelerden hareketle bu fikrin son derece yaygın olduğunu söyleyebilirim. Kullanıcılar, bu fikri destekleyen birçok örnek verdiler, fakat içlerinden biri hem sonuçları hem de tartışma başlığının mahiyetini gözler önüne sermesi bakımından diğerleri arasından sıyrılıyordu.

Ankara’da özel bir hastanede çalışan Doktor Sinem’in (31) yaşadıkları, sosyal medya ve boşanmalar arasındaki ilişkiyi gözler önüne seren pek çok önemli noktaya işaret ediyor. Sinem’in boşanmasıyla sonuçlanan olay her iki tarafın aileleriyle beraber oturdukları bir akşam buluşmasında başlıyor. Sinem, inşaat mühendisi olan eşinin telefonuna asla bakmayan, kimlerle irtibatta olduğunu asla sorgulamayan biriyken, o akşam, eşinin masanın üzerinde duran telefonunun ekranına düşen bir *Whatsapp* mesajına gözünün takılmasıyla her şey değişiyor. Daha önce adını hiç duymadığı Seçil diye birinden gelen “yılışik” bir mesajın üzerine gidip eşinin evlilik dışı ilişkilerine ulaştığı bir süreç sonunda, zincirleme bir aldatma hikâyesiyle karşılaşılıyor. Akıllı telefon ve sosyal medyanın bu aldatma olayının yaşanmasındaki ve ortaya çıkışındaki rolü oldukça büyük. Sinem, Seçil’in kim olduğunu anlamaya çalıştığı sürecin sonunda, büyük ailenin tüm üyelerinin olduğu o akşam, eşinin her iki telefonuna da el koyarak, ulaşabildiği kadarıyla geçmişe dönük olarak tüm iletişim etkinliğini kendince araştırmaya başlamış. Eşinin evlilik dışı ilişki serüveninde yeni medyanın hemen hemen tüm olanakları kullanıldığı için, bunlara geriye dönük ulaşmak, boşanma davası için oldukça hacimli bir kanıt dosyasının oluşturulmasının da önünü açmış: “(E-mail’ler), fotoğraflar, video’lar cartlar curtlar. Başka bir kız. Sonra başka bir kız. Başka bir kadın. O bu yani, ucu bucağı yok. Ama hepsi, tamamı şu telefonun içinden çıktı. Benim yanımda akşam otururken, televizyon izlerken bile onlarla mesajlaşmış. Kendi söyledi...” (Sinem’le yapılan görüşme, 17.09.2015).

Bu olayda, akıllı telefon, aldatan eş için bütün faaliyetlerinin geriye dönük olarak ortaya döküldüğü açık bir kaynağa dönüşürken, Sinem’in yaptığı araştırma tüm bunları hangi sıklıkla, hangi zamanlarda yaptığının bilinmesine kadar varmış: “Mesela şöyle yapmış, arama kayıtlarından bakıyorum. Sana dadanmış, seni aramış aramış etmiş, sms sms. Bir süre sonra sen bitiyorsun, şu başlıyor. O bitmiş, o başlamış. Hani tutturabildiğine...” (Sinem’le yapılan görüşme, 17.09.2015). Aldatmanın tam olarak

kimlerle ve hangi yollarla yapıldığı da ortaya çıkmış. Hikâyenin geçmişi, daha önce Sinem'in zorunlu görevi nedeniyle Erzincan'da buldukları zamanlara kadar uzanırken, Sinem, eşinin esas olarak *Swarm* aracılığıyla bulduğu kadınlarla ilişkisi olduğunu vurguluyor: “Bu insanları daha çok kafelerden bulmuş. Hepsi çocuk, 20 yaşında üniversite öğrencisi, lise öğrencisi.” (Sinem’le yapılan görüşme, 17.09.2015).

Sinem'in aldatılma hikâyesini “klasik” aldatılma hikâyelerinden ayıran iki önemli şey var. İlki sosyal medyanın her şeyin merkezinde olması. Sinem, sosyal medya nedeniyle aldatıldığını düşünmüyorsa da sosyal medya olmasaydı eşinin tüm bunları bu kadar kolay yapamayacağını düşünüyor. Bildiği tüm aldatma hikâyesi ulaşabildikleriyle sınırlı olsa da tümüyle sosyal medya odaklı:

(Akıllı telefon) işini çok kolaylaştırmış ya, *Facebook*, *Whatsapp*, *Swarm* bilmem ne, işini çok kolaylaştırmış. Diğer türlü nasıl iletişime geçeceksin? Mesela kızın biri burada *check-in* yapmış, şantiyedeki 5-6 tane eleman aynı anda kızını eklemişler. Sonra mesaj atmışlar görüşelim şu bu. Muhtemelen bunlar kendi aralarında iddiaya giriyorlar, yapardın yapamazdın, ayarlarsın ayarlayamazsın. Bu onu ayarlamış, o öbürünü ayarlamış. Kızlara evli olduğunu söylese, çocuğu olduğunu söylese, kızlar için bir şey değişmez. Kızlar o ayarda kızlar. Orada parasız kız öğrenciler. Ne yapmak istediği belli. Yani o kadar cesur ki kızların kaldığı yurt benim hastanemin yanı. Mesela hemşire stajyerler var, benim ayağımın altındaki çocuklar yani. Ben orada öğretim üyesiyim, yardımcı doçentim, herkes beni tanıyor. Yürek yemiş! (Sinem’le yapılan görüşme, 17.09.2015).

Diğer bir önemli nokta ise aldatmanın bir cinsel tatmine odaklanmış olmaması.

Sinem ulaşabildiği bütün yazışmaların “ego tatmini”ne yönelik sohbetlerden ibaret olduğunu ifade ediyor.

Bakıyorum, şey yok, para olma ihtimali yok, öğrenci. Kariyer yok, öğrenci. Ne olabilir? Güzellik, bakıyorum belki çok güzeldir ona kapıldı, yok! Ne var? Hiçbir şey yok! Şu olmuş sadece, anladığım şu, sen ne kadar yakışıklısın, tişörtün, pantolonun sana ne kadar yakışmış. Bu araba ne kadar güzel. Bana onu şunu ısmarla, bu! Hoşuna gitmiş. Buradan beslenmiş, böyle bir ego tatmini. Saçmalık yani... (Sinem’le yapılan görüşme, 17.09.2015).

Sinem'in kısaca özetlemeye çalıştığım bu hikâyesini cinsel ilişkiye odaklanmayan bir aldatma hikâyesi olarak ele aldığımızda, ilk bakışta anlaşılmayan şey tüm bunların neden yaşandığıdır. Aldatan eş, Sinem’e göre bir tür “ego tatmini” arıyor,

Sinem ise bütün bunları anlamsız buluyor ve tüm bunlara değer miydi diye düşünüyor. Tüm bu yaşananların basit cevapları olmasa da sözünü ettiğimiz olay akıllı telefonların insanlara sunduğu oburlaştırıcı fırsatlar ve uzak-yakın paradoksuyla önemli ölçüde alakalı. Mevcut ilişkiden sıkılan taraf/lar için sosyal medyanın diğer pek çok konuda olduğu gibi heyecan ve fırsat kaynağına dönüştüğü muhakkak. Kullanıcıların zamanlarının önemli bir bölümünü geçirdikleri, benlik sunumlarıyla çeşitlendirdikleri, fotoğraflar, *selfie*'ler ve diğer paylaşımlarla yer ettikleri bu mecradaki tanışıklıklar, tıpkı arkadaşlık ilişkilerinde olduğu gibi, uzağı "yakın" yapabilecek bir potansiyeli her zaman barındırıyor. Beğenilme arzusunun tatmini, sürekli başka başka kişilerden gelen benliği okşayan mesajlar ve merakı diri tutan, yeni olanı keşfetmeye yönelik bir arayış uzağı yakın yapabiliyor. Ancak bu potansiyel, yine arkadaşlıklarda olduğu gibi, son derece kırılgan ve kaygan.

Arkadaşlarımla konuştuğumda sosyal medyada böyle karanlık, flu bir alan olduğunu fark ettim. Evli bir arkadaşım bu alanı şöyle tarif etti; "Evliliğimden memnunum, eşimi seviyorum ama insan flört etmeyi, beğenilmekten duyulan heyecanı da özlüyor. Bunun için sosyal medya en iyisi. Sonuçta yaşanan bir şey yok, ama bir yandan da var. İşler kötüye giderse yanlış anlaşılmışım deyip işin içinden çıkmak kolay." Başka bir arkadaşım aynı şeyi yaşıyor. Yıllar öncesinden kısa bir tanışıklığı olan adam onunla sosyal medyada flört ediyor, fakat direkt diyalog kurmayı reddediyor. Konuştukça bir sürü kadının böyle deneyimleri olduğunu, ortada şaşırarak bir şey olmadığını fark ediyoruz. Sosyal medya gerçek bir ilişkinin beraberinde getireceği yüklerden azade, sadece fanteziden ve heyecandan oluşan bir ilişki için ideal yer. Yine de bu ne gerçek ne sanal arafta yaşadığımız ilişkiler yeni değil. Klişeleri bu yeni mecranın barındırdığı yeni olanaklarla yaşıyoruz sadece.⁸⁸

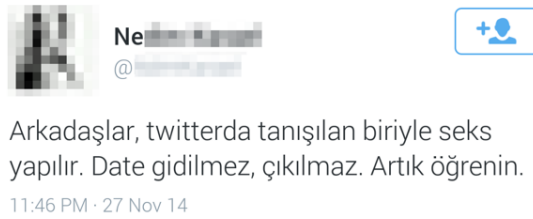
Bilim-kurgu fantezilere konu olan "sanal seks" ileride birgün mümkün olur mu olmaz mı şu anda bunun üzerine düşünmek çok anlamlı olmasa da, "sanal ilişki" mefhumunun hayatımıza bütün ağırlığıyla girdiği kesin. İnsanların, sanal-olmayan ilişkilerde aradıklarını bulamadıklarında sanal-olan benlik sunumlarının sürprizler vaat eden dünyasında yeni arayışlar ve heyecanlara yöneldikleri açık.

⁸⁸ "Dava Adamıyla Sanal Flört: Varla Yok Arası Bir Öykü." Sözü edilen yazı pek çok açıdan sorunlu olsa da alıntılanan deneyimi aktarması açısından önemli. <http://www.5harfliler.com/dava-adamiyla-sanal-flort/> (Erişim tarihi: 29.09.2017).

“Katalog”lar bunun için de var. Kullanıcılar “bedava” olan sosyal medyayı diğer insanlarla irtibatta olmak için kullanmıyor mu? Böyle bir fırsat gerçek anlamda parmaklarımızın ucundayken, mevcut ilişkiden ve kişiden sıkıldığımız anda, *online* alışveriş sitelerinin kataloglarında gezer gibi, metaları insan olan sosyal medya sitelerinde ilişki arayışı içinde olmaktan daha olağan ne var? Fakat bu “olağanlıkta” romantik aşk ve “alışılmadık insan” arasında görünür olan büyük bir çelişki var.

Romantik aşkın, uzun vadeli, sorumluluklara dayanan ve çeşitli rolleri varsayan kültürel zemini geç kapitalizmin kültürel mantığı tarafından oyulmuştur. Geriye kalan, ilişkinin romantik aşkın değer ve varsayımlarını dışlayan yeni bir evresidir. Giddens’in “birlikte aşk” olarak andığı bu ilişki türünde “kişi”nin yerini “ilişki” alır ve kişiden çok ilişki aranır. İlişkinin sabit kalması kişilerin sürekli olarak değişmesi anlamına gelir ki sosyal medya “katalog”larının anlam kazandığı yerlerden biri tam da burasıdır.

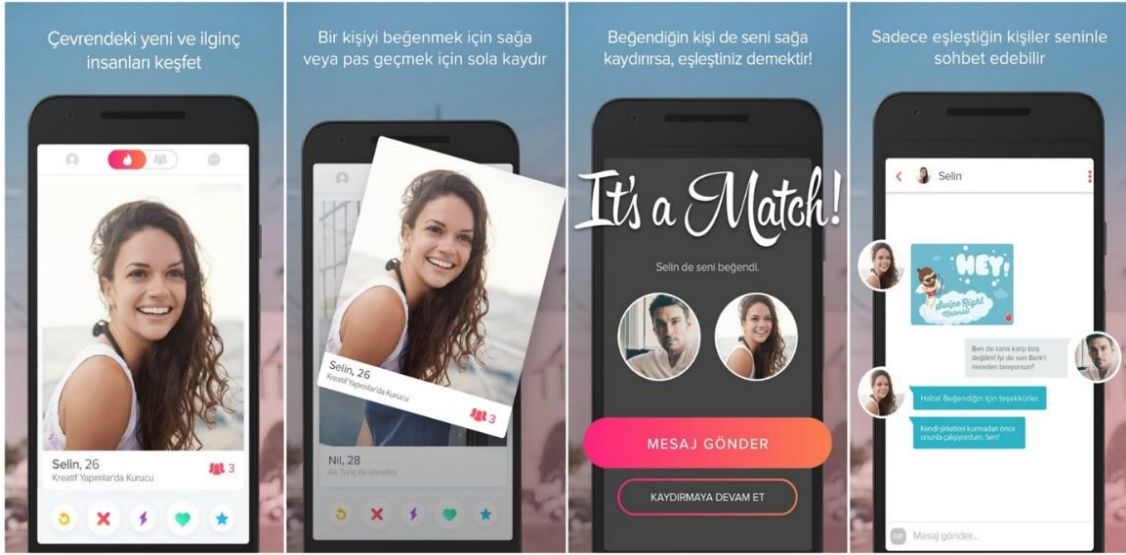
Öte yandan, ilişkilerdeki bu dönüşüm, sanal-olan ilişkinin uzağı “yakın” yapan potansiyelinin her zaman “flu alan”da kalmadığı anlamına da gelir. İnternet, sanal-olan ilişkinin sanalda kalmayacağını vaat eden pek çok çöpçatan sitesiyle dolu ve birincil amacı çöpçatanlık olmayan popüler sosyal medya sitelerinin bu amaçla kullanılması da oldukça yaygın.



Görsel 35: Anonimleştirilmiş bu *tweet*, kullanıcı @ne'nin *Twitter* kaynaklı ilişkilere bakışını özetliyor.

Online çöpçatan siteleri arasında öne çıkan, dünya çapında 50 milyondan fazla kişi tarafından kullanılan *Tinder*, “katalog” mantığını başarılı bir biçimde hayata geçiren bir uygulama olarak Türkiye’de de yaygın bir şekilde kullanılıyor. Kullanımı oldukça basit: Belirlenen uzaklığa göre buldukları yerin çevresindeki adaylara ulaşan kullanıcılar, karşılıklarına çıkan adayı, yalnızca fotoğraf, kullanıcı adı, yaş ve meslek/okul

bilgilerine bakarak beğeniyor ya da beğenmiyorlar. Fotoğrafları sağa kaydırmak beğenmek anlamına gelirken sola kaydırmak beğenmemek anlamına geliyor. Bu şekilde dakikalar içinde onlarca kullanıcıyı beğenmek ya da elemek mümkün. Bu şekilde, her iki kullanıcı da karşılıklı olarak birbirini beğendiğinde eşleşme (*it's a match!*) gerçekleşiyor ve mesajlaşma özelliği açılıyor.



Görsel 36: *Tinder*'ın *Google Play Store*'da kullandığı tanıtıcı ekran görüntüleri.

Tinder ve diğer sosyal medya sitelerinin, romantik aşkın gözden düşüşünü ve Giddens'in "birlikte aşk" olarak andığı yeni ilişki biçiminin yaygınlaşmasını simgeleyen en gözde mecralar olduğunu söyleyebiliriz. Genel olarak sosyal medyada, özel olarak *Tinder*'da iletişim "doğası gereği" kişiye değil ilişkiye odaklanmıştır. Kişi sağa sola kaydırduğumuz ve her zaman değişen bir görüntüden ibaretken, aranan şey zihinde bulunan, ideal bir ilişkidir. Katalog sayfaları, metalar bakımından bu kadar büyük bir çeşitlilik sunarken odağına aldığı kültür romantik, özel kişiyi bulmayı dert edinen, sorumluluk ve belirli rollere dayanan bir ilişki kültürü değildir.

Partnerin bu kadar sık değiştiği, değişebildiği ya da değişmesinin her zaman temel bir seçenek olarak orada olduğu bir zaman ve mekânda, ilişkiyi en iyi tanımlayan kavram ise *takılmak (hooking up)*. Sosyal medya takılma kültürü için gerçekten de biçilmiş bir kaftan ve bu ilişki biçimi yalnızca değişime vurgu yapmaz, herhangi bir

duygusal bağlanmayı, seks dışında ya da etrafında dönen paylaşımlar dışındaki paylaşımları ve sorumlulukları da dışlar.⁸⁹

Şurası açık ki, takılma kültürü insanlara, romantik aşkın bağlayıcı ve sınırlayıcı ilişki kültürünün vaat etmediklerini sunarken bireyleri mutsuzluk ve hayal kırıklığına sürüklüyor. İnsanların büyük çoğunluğu bu ilişkilerde aradıklarını bulamıyorlar. Bunun nedenleri oldukça girift toplumsal ilişkiler ve beklentiler alanında saklı. İstanbul’da yerli dizilerde reji asistanı olarak çalışan Özcan’ın (33) başından geçen bir deneyim bu girift alana ışık tutuyor. Özcan, yıllardır sürdürdüğü bir ilişkisi olmasına rağmen, arkadaşlarının *Tinder* deneyimlerinden de etkilenerek bu uygulamayı kullanmaya başlamış. *Tinder*’da eşleştiği bir kadınla, oldukça hızlı gelişen birkaç sohbetten sonra buluşma kararı almışlar. Özcan, üçüncü köprüde çalışan, birkaç yıl önce Türkiye’ye dönmüş “Almancı” partneriyle olan deneyimini şöyle anlatıyor:

(*Tinder*’da) Kızın saçları kıvrırcık mıvrırcık, fiziği düzgün, güneş gözlüğü takıyor. Yüzü baya düzgün, görsen dersin ki 27-28 yaşında güzel bir kız. Ondan sonra buluşma yerine gittim, 8 falan dedi Beyoğlu’nda, gittik. Kızı bir gördüm, bayağı yaşlı! Böyle 40’a yakın gibi dersin, saçları falan beyazlamış, böyle bayağı bir çökük görünüyor. Çökmüş, yaşlı gibi falan filan, yorgun, yüzü kırışık falan. Saçları hep böyle dipleri beyaz beyaz... Neyse dedim, bu kız bayağı *Tinder*’ı amacına uygun kullanıyor, hani böyle one night stand takılırım, geçerim falan dedim. Sonra bir yere götürdü, butik bir otel, Mama Shelter diye. Otel, 5 yıldızlı butik otel falan. Teras katına çıktık bütün Haliç’i görüyor. Tipleri falan görsen, acayip zengin tipler. Güzel kızlar. Böyle elemanlar geliyor, kızları oturtuyorlar falan, bebek gibi kızlar (gülüyor). Biz geçtik, işte yemekli bölüm yemeksiz bölüm diye ayırıyorlar. Aç mısın dedim, yok dedi. Yemeksiz oturduk. Konuştuk, yarım saat bir saat işten bahsetti! İşte çok kötü, sıkıntılı, Fransız mühendisler hep bağıyor bize bilmem ne (gülüyor). Hiç muhabbet yok! Paso işten bahsetti. “Senin nasıl?” İşte iyi iyi bilmem ne. Ben hâlâ olur belki diye düşünüyorum ama çok da üzerine gitmiyorum, bastırmıyorum. Öyle genel konulardan konuştuk. Hiç böyle özel bir soru sormadım, sevgilin var mı falan. Sonra bira içtik, 33’lük Beck’s, bir tane o içti 2 tane

⁸⁹ “Takılma kültürü” kavramını, “Oyunun Bir Parçası Olmak: Takılma Kültürü İnsana Ne Kazandırıyor?” başlıklı yazıdan aldım: “Ama daha da sık yaşanan şey ilişimsilerdir; anlamsız seks ve sevgi dolu bir ilişkinin mutant çocuklarıdır bunlar. İki öğrenci, haftalarca, aylarca hatta yıllarca, düzenli bir biçimde birbirleriyle takılır, ki genelde sadece de birbirleriyle takılırlar. Ancak, ağza alınmayan bir toplumsal kod adına, hiçbirinin duygusal olarak olaya dahil olmaya, birbirine bağlanmaya veya zayıflık göstermeye hakkı yoktur” <http://www.5harfliler.com/oyunun-bir-parcasi-olmak-takilma-kulturu/> (Erişim tarihi: 29.09.2017). Kavramın daha etraflica ele alındığı bir diğer yazı için; “Boys On The Side” <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2012/09/boys-on-the-side/309062/> (Erişim tarihi: 29.09.2017).

ben içtim, 90 lira. 30 lira tanesi. Böyle şey mi olur? Baya klas bir yer. İşte biz hep arkadaşlarla buraya geliyoruz falan diyor. Kaç lira kazanıyor onu da sordum, 2-3 bin lira bir şey kazanıyor. İşte işimden memnun değilim, Alman Bankası'na geçicem, görüşme yaptım falan. Ondan sonra çıktık oradan, evi de Osmanbey'de. İşte yürüdük, dedim seni taksiye bindireyim. Tamam dedi. Dedim bari bu kadar uğraştık bir şey çıksın (gülüyor), istiyorsan gel bizde oturalım, kahve falan içeriz. Klasik böyle (gülüyor). O da olur dedi, atladık taksiye, eve gittik falan filan. Ondan sonra hiç görüşmedik bir daha, ben *Tinder*'ı sildim... Hiç olmadı ya, çok kötüydü (Özcan'la yapılan görüşme, 20.11.2015).

Özcan'ın yaşadığı deneyimin “kötü” olması, ciddi bir hayal kırıklığından değil, açıkça, *Tinder*'da tanıştığı kişinin fotoğrafları ve kişiliğiyle gerçekte olan hali arasındaki farktan kaynaklanıyor. *Tinder*'da başlayan ilişki çeşitli beklentiler oluştursa da bunların hayal kırıklığına dönüşmesi için daha başka şeyler gerek. Şurası açık ki, beklentinin karşılığını bulmama ihtimali (fotoğraflar her zaman yanıltıcı olabilir vs.) her zaman cepte. Bunun çok büyük bir kayıp olarak algılanmayacağına dair adı konulmamış bir uzlaşma ilişkinin kendisinde her zaman var. Her iki taraf da, eğer o buluşmada beklentileri karşılanmazsa, hayatlarına hiçbir şey olmadan devam etmenin rahatlığı içinde. Belki de tam da bundan dolayı, sanal-olandaki benlik sunumlarıyla sanal-olmayan benliğin kendisi arasındaki açığı farkı önemsizleşebiliyor.

Özcan, hayal kırıklığı yaşayıp yaşamadığına yönelik sorumu ise şöyle cevaplıyor:

Bir hayal kırıklığı... Yok ya sanmıyorum. Ama o fotoğrafındaki gibi olsaydı, orijinali, ben bir iki kere daha buluşmak isterdim onunla. Bir de gam, dert yükü hep ya! Sürekli dert dert dert. Hiç muhabbet edemedik. (...) Bir de ondan da korktum, biraz dedim öyle ilerlemesin muhabbet. Sonra arar marar, mesaj falan filan. Çok güzel olsa dersin görüşeyim, riskini de alayım dersin ama öyle güzel de değil. Ama fotoğraftan acayip farklı. Böyle köprüde gülerken çekilmiş, yüksek bir yerde inşaatta 2-3 kız böyle, 4-5 kişi çekilmişler, selfie yapmışlar. Gülüyorlar, eğleniyorlar falan filan. Bir beklenti oluştu tabii. Güzeldir, gençtir, cıvıl cıvıl bir şeydir. Hem güzel değil, hem genç değil, hem de cıvıl cıvıl değil! (...) Sırf şey için gel dedim zaten, o kadar oraya kadar gitmişken, boşuna bir daha, gittik geri geldik demeyeyim, bir macera olsun dedim. Abi ne yapayım, ağlayayım mı? (Özcan'la yapılan görüşme, 20.11.2015).

Tinder'da hayal kırıklığına neden olabilecek denli büyük bir beklenti hiçbir zaman oluşmuyor. Beklentilerin karşılanmamış olması “oraya kadar boşu boşuna gitmiş

olmak” hoşnutsuzluğundan daha fazlasına neden olmuyor. Takılmanın kendisi daha en başta bu tip büyük beklentiler ve sorumlulukları dışarıda bıraktığı için, taraflar ertesi sabah hiçbir şey olmamış gibi ayrılabilirler ve bir daha hiçbir zaman görüşmüyorlar. Kötü bir gece geçirmek çok büyük bir sorun değil, bu seferki beklentiyi karşılamamış olabilir ama ya gelecek sefer? Yeni arayışlara yönelmek parmakların ucundayken neden bu kadar uçucu bir ilişkiye üzölmek gerekir ki? “Katalog”un bir sonraki sayfası kullanıcılara bu şekilde sesleniyor.

Tabii “katalog”un bu sözlerinin ardında büyük bir çelişki gizli. Sosyal medyanın insanlara sunduğu ve pekiştirdiği ilişki tarzı, insanlar ona rağbet etse de mutluluğun kapılarını aralamıyor. İlişkinin seks odaklı oburlaştırıcı bir zeminde gelişmesi aşkın içine düştüğü krizin göstereni durumunda. İnsanın kendisinin paranteze alındığı ve ilişkinin esas amaç olarak koyulduğu bir toplumsal ortamda, cinsel arzuları tatmin etmek dışında ortada paylaşılacak başka hiçbir duygusal zemin kalmıyor. Leah Fessler’in şu sözleri takılma kültürünün neden azap verici bir şeye dönüştüğünü özetliyor:

Gece boyunca, nevreşimi çeker, parmak uçlarına değeri, kolunu belimde hissetmek isterdim. Konuşmalarımızdan parçaları inceler dururdum kafamda. Bazen, yatağının yanında bir küpe bırakırdım ayrılmadan önce, o uyanmadan. Geri dönmek için bir nedenim olsun diye.

Zamanla, ister istemez, bağıllık baş gösterirdi. Bağıllıkla birlikte de utanç, kaygı ve boşluk hissi. Kız arkadaşlarım ve ben iyi öğrenciler, bilim insanları, sanatçılar ve liderlerdik. Hakkımı savunamayacağımız hiçbir şey yoktu, kendi bedenlerimiz dışında... Hocalarımızdan iltifatlar alırdık ama yattığımız adamlar, ertesi sabah bizle kahvaltı bile yapmazdı. Daha da kötüsü, durumu da gerçekten bu şekilde değerlendiriyorduk: “O kahvaltı edelim demedi, ben de eve yürüdüm.”

İstenmenin ne olduğunu bilmek için yanıp tutuşuyorduk; bir yakınlık şansı yakalamak için ölüp bitiyorduk. Gündüz ele el tutuşmak, kamusal alanda arzulandığımızın onaylanması, ki normal koşullar altında bir iki bir şey içtikten sonra olurdu bu ancak. Bağlanmayı denemek, sonra da zamansız şekilde kesilip atılmak yerine bunun işe yaramadığına karar verebilmek istiyorduk.⁹⁰

⁹⁰ “Oyunun Bir Parçası Olmak: Takılma Kültürü İnsana Ne Kazandırıyor? <http://www.5harfliler.com/oyunun-bir-parcasi-olmak-takilma-kulturu/> (Erişim tarihi: 29.09.2017).

Asla çift olamayan partnerlerin bedensel tüketimde buluşan birliktelikleri birbirlerini birer metadan farklı görmedikleri anda başlar, sosyal medyanın ana odaklanan ve hep o anı vaat eden iletişim ortamında pekişir, bireylerin aşktan beklentilerini mutsuzluk ve yılgınlıkla örülü bir şeye dönüştürerek onların karşısına diker. Cinsel hazzı öne çıkararak, paylaşımı öteleyen ve insanın duygularına rağmen yaşanan bu ilişki biçimi, insanın diğer insanlara yabancılaşmasının aşktaki karşılığıdır.

Caudwell, “tutkulu burjuva sevgisi kendi ölümünü gerçekte kendisi hazırlamıştır. Onun çiçeklenmesini sağlamış olan nedenler süreç içinde solmasını da gerektirmiştir” der (2002: 106). Romantik aşkın öylece sürüp gitmesinin toplumsal koşulları ortadan kalktığı için insanların birbirleriyle olan duygusal ilişkilene biçimleri de belirsizliklerle örülü ve şimdiye odaklanan geç kapitalizmin kendi kültürel mantığına uyarlanıyor. Kapitalist üretim tarzının içinde bulunduğumuz bu güncel aşaması, aşkı “romantik” bir tarzda değil fakat gayet metalaşmış bir tarzda, paketleyip, akıllı telefonların ekranında insanların parmaklarının ucuna kadar getiriyor. Aşk herhangi bir meta olarak pazara çıkmışken, sektördeki sermaye birikimi akıl almaz boyutlara ulaşıyor.⁹¹ Bu sırada aşk ortadan öyle bir kayboluyor ki onu bulmayı vaat eden, milyonlarca insanın yer aldığı “katalog”larda ne kadar aranıp taransa da bir türlü bulunamıyor.

3.2.4 Kamusalın Özel Tarafından Sömürgeleştirilmesi

Leah Fessler’in yukarıda alıntılanan yazısının bir önemi daha var. Yazar, bütün bir takılma kültürünün son derece politik nedenlerden ötürü pek çok feminist tarafından benimsendiğini vurguluyor: “Cinsel özgürlüğün kadının failliği için temel olduğu fikri, ilerici basında başat konumda. Gerçek feministler, duygusuz, bağlanmanın olmadığı cinsel deneyimleri istemekle kalmaz, bu tür ilişkilene melerden güç alırlar diye

⁹¹ “To Fall In Love, Click Here” <https://www.jacobinmag.com/2016/02/internet-dating-commodification-love-valentine/> (Erişim tarihi: 29.09.2017).

düşünüyordum.”⁹² Feminist yazında oldukça yaygın bir şekilde savunulan bu pozisyon, kadınların erkeklerle kurduğu bu “bağ”ın hem erkek egemen ilişki biçimini sarstığını hem de kadının özgür bir birey olarak kendi iplerini kendi eline almasına yardımcı olduğunu ileri sürer. Fessler, bahsi geçen yazıda kendi deneyimlerinden yola çıkarak bu bakışın muhasebesini yapıyor ve yukarıdaki alıntılanmış paragrafta görülen duygusal çöküntünün nedenlerini bu bakışla ilintilenen toplumsal bir kaynaktan arıyor.

Tam da burada üzerinden atlanılmaması ve önemle dikkate alınması gereken bir husus var. Sosyal medyanın beslediği takılma kültürü ve politik bir aktivizm türü olarak feministler arasında yaygınlaşan ve bir yaşam tarzı olarak benimsenen cinsel özgürlük mücadelesi aynı kültürel dönüşümün iki farklı veçhesine tekabül ediyor. Tıpkı romantik aşkın yükselişinde kadınların toplum içindeki konumlarında yaşanan derin dönüşümlerde olduğu gibi, feminist mücadelenin bir parçası olan ve kadınların toplum içindeki konumlarını derinden etkileyen günümüzün cinsel özgürlük mücadelesi de aynı ölçüde kadınların kendilerini ve dünyayı algılama tarzlarını dönüştürüyor. Önemli olan nokta, bunun gerçekleştiği nesnel zeminin bizzat sosyal medyayı yaratan ve sosyal medyada pekişen kültürel ortamının kendisini de içermesi. Daha da somut olarak ortaya koyarsak, bir iletişim mecrası olarak sosyal medyanın kendisi hem teknik olarak hem ima ettiği toplumsal anlamlarla beraber kadın mücadelesinin güncel bir biçiminin ihtiyaç duyduğu benlik kavrayışının ortaya çıkışına ve sergilenmesine olanak veriyor. Takılma kültürünün ve kadınların cinsel özgürlük mücadelesinin kesişim yerlerinden biri, akıllı telefonların ve sosyal medyanın sunduğu bu yeni iletişim tarzıdır.

Bu nedenle, tıpkı Fessler’in vurguladığı bağlamda, cinsel özgürlüğün bağlanmayı ve duyguları dışlayan bir tarzda kabulünden güç alan bir aktivizm türü, hem feministlerin sosyal medyayı kullanma biçimlerini de güçlü bir biçimde yönlendiriyor hem de ondan güç alıyor. Sosyal medya kaynaklı ilişkilerin hâlihazırdaki takılma

⁹² “Oyunun Bir Parçası Olmak: Takılma Kültürü İnsana Ne Kazandırıyor?
<http://www.5harfliler.com/oyunun-bir-parcasi-olmak-takilma-kulturu/> (Erişim tarihi: 29.09.2017).

kültürünü besleyen yanına koşturarak, feministlerin bu yandan sosyal medyayı kullanmasına vesile oluyor. Şurası açık ki sosyal medyanın, bağlanmayı, sahiplenmeyi ve sorumlulukları içeren romantik aşkın dibini oyan rolü, feministler için önemli politik bir fırsat olarak değerlendiriliyor. Anonimlik ve fiziksel uzaklık birer politik manevra alanına dönüşüyor. Kadınların bireysel olarak öne çıkışı, cinsel özgürlük arayışıyla tanımlanırken, sosyal medya bu bakış çevresinde dallanıp budaklanan bir tür politik aktivizme kaynaklık ediyor.



Görsel 37: Anonimleştirilmiş bu *tweet* zincirinde, kullanıcı @f, feminist kimliğinin saf ilişki anlayışıyla nasıl bulunduğu gözler önüne seriyor.

Kendini feminist olarak tanımlayan (“aslında sosyalist feminizme daha yakınım politik görüş olarak ama sosyalistliğin erkekliği yüzünden radikale kaydığım zamanlar oluyor” diye de ekleyen) Gamze, sosyal medya kullanımını tam da sözü edilen bu politik dertler nedeniyle önemsiyor ve edindiği bu politik dert, somut olarak, erkek egemen baskının geriletilmesini ve “cinsel devrim”i içeriyor. Özellikle yarı anonim olduğu *Twitter*’da (ilk adımı içeren anonim bir mahlas ve kendi fotoğrafıyla yer alıyor) özel hayatını da içerecek şekilde pek çok “seksüel paylaşım” yapan Gamze’ye göre, sosyal medya kullanımının bu biçiminin başlı başına politik bir anlamı var. Reelde

yürütülen LGBTİ örgütlülüğünün de bir parçası olduğu için, genel olarak sosyal medyadaki benlik sunumunu bu mücadelenin bir bütünleyeni olarak görüyor:

Twitter'da çok fazla, her şeyi çok açık konuşuyorum. Çünkü orada normalde yan masada tanışamayacağım insanlarla karşı karşıya geliyorum. Aynı bara o insanla gitmeme ihtimalimiz çok yüksek. Öyle biri geliyor ki beni takip ediyor. Kadınım sonuçta, cinselliği falan da konuşuyorum diye takip ediyor. “Her an verebilir” kategorisine girmiş oluyorum onun için büyük ihtimalle. Hiçbir zaman konuşamayacağın, profili bayraklarla falan dolu erkekler geliyor ve onların olayı çok büyük ihtimalle bu “hemen verebilir” olduğunu düşünüyorum çünkü ben de onu takip ettiysem DM'den direkt yazıyorlar işte, şey falan, "Napıyon?", “Eşşeğin s.kini yapıyorum, sen napıyon yani?” (Gülüyor). O nasıl bir soru ya, sen kimsin mesela. (...) Böyle rahatsız edici bir şey var mesela, onu da hissediyorsun. Sonuç olarak 27 yıllık Türkiyeliyim yani. Hissediyorsun neyin rahatsız edici, neyin rahatsız edici olmadığını. Biliyorsun artık. Öyle durup dururken “napıyon?” Yemezler canım ya. “Bir şey, bir bok yapmadan oturuyorum, sana da vermeyeceğim canım” diyorum direkt mesela. Onlar da özür dilerim, yanlış anladın falan diyorlar. Yanlış yanlış anlamadım yani, sen o niyetle geldin bana bir şey yazdın. (...) Mesela bizim bir ödevimiz vardı, feminizm neden kötüleniyor, neden olumsuz bir şeymiş gibi algılanıyor toplumda diye, böyle bir araştırma. Sonra iptal oldu ama ben yine de yapmıştım o ödevi. Orada mesela şeyle karşılaştım. Çok fazla insan hayatında hiç bir feministle aynı ortamda bulunmamış. O kadar fazla insan ki. (Gamze'yle yapılan görüşme, 11.01.2016).

Reelde toplumsal cinsiyet konusunda duyarsız olanları hayatından çıkaran Gamze için sosyal medya ve özellikle *Twitter* “diğer insanlar”la bir temas alanı. Gamze, bu temas alanını iki şekilde yönetiyor ve her ikisi de doğal olarak kullandığı bu iletişim ortamının sınırlılıklarını ve gerekliliklerini içeriyor. İlki yukarıda da anlattığı biçimde, geleneksel ahlaki çerçeve içinde bir kadından beklenmeyecek ölçüde rahat ve cinsel içerikli paylaşımlarda bulunurken takipçilerinde yarattığı şaşkınlık ve bu şaşkınlık içinde irtibat kurmak isteyen erkeklere yönelttiği tepkide kendini gösteriyor. Geleneksel erkeklik rollerini içselleştirenler tarafından, “bu kadar rahat olan bir kadın”ın varlığı “her an verebilir” fikriyle buluşurken, Gamze bunu bir dalga unsuru haline getirerek bozmaya çalışıyor. Gamze'nin sosyal medyadaki benlik sunumunun “diğer insanlar” üzerinde ne ölçüde sarsıcı bir etkisi olduğunu ya da dert edindiği şeylerin fark edilmesine yarayıp yaramadığını bilemiyoruz. Fakat sosyal medyadaki benlik sunumu ve politik dertleri, her durumda, bir ve aynı şey gibi görünüyor.

Gamze'nin sosyal medyada kendine biçtiği ikinci amaç ise çok daha sınırları belli ve sonuç alıcı. Sosyal medya bu örnekte baskı altında tutulan cinsel kimliklerin kendilerini bulma ve ifade etme alanı olarak beliriyor:

*Facebook'u da LGBT için kullanıyorum aslında. LGBT biri beni eklediğinde kabul ediyorum çünkü Elâzığ'dan da LGBT biri beni eklemiş olabilir. Onu tanımıyorum ve çok zor zamanlar yaşıyor, açılma problemi yaşıyor, açılmıştır ama sorun yaşıyor olabilir. Onu da kabul ediyorum. Çünkü muhabbetimizin olması lazım, çünkü ben de böyle böyle aştım. Konuşarak aştım bunları. Bunu doğuştan aşamıyorsun yani öyle bir hayat yaşıyoruz. Konuşa konuşa aşırıyorsak sosyal medya çok güzel bir şey. Çünkü normalde fiziksel olarak ulaşamayacağın bir sürü insana ulaşabiliyorsun. Bir sürü insan da beni ekliyor mesela. (...) Normalde açılmış ama hiçbir ilişkisi olmamış, cinsellik anlamında hiçbir şey yaşamamış. Bir yerlerde görmüş benim paylaşımlarımı, *Facebook* üzerinden de görmüş olabilir, herhangi bir yerden de. Sonra beni eklemiş, sonra bana "yazıyor" olması benim için bir şey ifade etmiyor. Hepimiz bir dönem "yazıyoruz" ama ondan sonra geçiyor. Bir şey demiyorum, sonra engeller, muhabbet biter falan (Gamze'yle yapılan görüşme, 11.01.2016).*

Her iki durumda da Gamze'yi Gamze yapan, bir LGBTİ aktivisti olarak sosyal medyadaki benlik sunumunu oluşturan ve diğerleriyle çatıştıran kültürel-politik ortam öne çıkıyor. Gamze, benimsediği hayat tarzını orada daha da ön plana çıkartıyor ve sergilemek durumunda kalıyor. Bu öne çıkışı çatışmacı bir tarzda, politik bir saikle yapıyor ve bu yolla kendi kimliğini de pekiştirmiş oluyor.

Kendini bir süredir feminist olarak tanımlayan “eski sosyalist” Yeşim (26) de Gamze'yle ortaklaşan bir sosyal medya performansı sergilemeyi tercih edenlerden. Gamze'den farklı olarak reelde herhangi bir kadın örgütlülüğünü tercih etmeyen Yeşim, özellikle *Twitter*'da bulunma halini “yankı bulan çok şey yaptım” sözleriyle ifade ediyor. Yeşim'in bir grup diğer kadınla beraber yaptığı “yankı bulan şey” iki defaya mahsus olmak üzere ilan ettikleri “cinsiyetçi ve tacizci hesapların ifşası.” Bu ifşalar, gün içinde oluşturdukları bir *Whatsapp* grubuna, kadınlar tarafından gönderilen ve tacizci ve cinsiyetçi dil kullanan erkek hesaplara ait olduğu söylenen ekran görüntülerinin toplanması ve aynı günün akşamı bu hesapları bir listeye duyurulması yoluyla yapılmış. Yeşim ve arkadaşları, ek bir araştırmaya gerek duymadan (nasıl yapılacağı tamamen meçhul olmakla beraber) şu ibareyi eklemekle yetinmişler: “Aksini

ispat ettikleri takdirde listeden silineceklerdir!” (Yeşim’le yapılan görüşme, 12.08.2015). Nitekim Yeşim, bazı isimleri daha sonra listeden çıkarmak zorunda kaldıklarını da söylüyordu.

Bir daha vurgulamak gerekirse, bir iletişim mecrası olarak sosyal medyanın kendisi hem teknik olarak hem ima ettiği toplumsal anlamlarla beraber kadın mücadelesinin güncel bir biçiminin ihtiyaç duyduğu benlik kavrayışının ortaya çıkışına ve sergilenmesine olanak veriyor. Sözü edilen bu ilişki, akıllı telefonların ve sosyal medyanın sunduğu bu yeni iletişim tarzının pek çok parametresini de (bir sonraki başlıkta bu konu biraz daha derinleştirilecek) içinde taşıyor. Feministlerin bu politik mücadeleye bireysel katılım biçimleri, sosyal medyanın uzak, sınırlı, uçucu alanına sıkışıyor, yeni iletişim ortamının pek çok avantajından faydalanırken ve bunları birer politik fırsata çevirmekle uğraşırken, o iletişim ortamına özgü pek çok sınırlılığı, ön kabulleri ve sorunu da devralıyor.

Öte yandan, şurası da oldukça önemlidir ki politik aktivizm ve yeni medya arasındaki bu ilişki, yalnızca feministlerin bireysel ilişkilene biçimleri söz konusu olduğunda karşımıza çıkmıyor. Muhafız olsun olmasın, sosyal medyadaki tüm politik bulunma halleri, bu yeni iletişim araç ve ortamının gereklerine bir şekilde uyum sağlamak zorunda kalıyor. Bunun bir nedeni, iletişim araç ve ortamının kendi özgüllüğünün bu gibi eğilimleri açığa çıkarması ve onlara sunduğu yaşam olanağıyla yeni biçimlere bürünmesine kapı aralamasıysa, diğer bir nedeni de, uzun yıllardır kamusal alanda giderek daha da artan özel olanı teşhir etme eğilimidir. Sınırları belli ve gündelik hayatta karşısını bulan toplumsal “yer”lerin ortadan kalkışıdır bu (Meyrowitz, 1985: 307-313). Bu tartışma, diğer bir ifadeyle, geç kapitalizmin kültürel mantığıyla ilişkili olduğu kadar, kamusal alanın dönüşümü tartışmasıdır, aynı zamanda.

Modern toplumlarda formel yükümlülükler ve bireysel özgürlükler alanını ve sınırlarını belirleyen ve bu şekilde demokratik işleyişin temel gereklerinden biri olarak

ortaya çıkan kamusal alan-özel alan ayrımı büyük bir kriz içinde. Kişisel yaşamın, evin, mahrem olanın ve arkadaşların, kişisel olmayandan, evin dışından, topluma ait olandan ve politik yaşamdan ayrılığı, bizzat bu idealleri ortaya çıkaran toplumsal koşullar tarafından bugün işlemez kılınmıştır (Sennett, 2013: 36). Kişisel menzilin dışında bir yerde olan kamusal alan, özel olmayan sorunu tanıyarak ve bu zeminde kamusal faydayı arayarak demokratik bir toplumsal düzenin meşru bir biçimde işleyişini gündemine alır ve bu fikri idealize ederken, tam aksine özel olanın yörüngesine hapsolmuş ve tüm bu idealleri birer “varsayım”a dönüştüren bir çöküşün kapıları aralanmıştır. Toplumun ortak çıkarı doğrultusunda hareket edecek politik bir yaşamın kişiler üstü niteliği, bireysel çıkar, özel ve mahrem kaygıların içe kapaticılığı altında belki de bir ideal olarak hiç doğmadan ölmüştür. “Ölü kamusal alan” tam da bu içe kapanmayı içerir: “Yığınla insan, daha önce hiç görülmemiş bir şekilde kendi yaşam öyküleri ve özel tutkularıyla ilgileniyor. Oysa bu ilginin bir özgürleşme değil, bir tuzak olduğu ortaya çıkmıştır” (2013: 18).

Kamusal alanın özel alan tarafından fethi, insanın toplumsal var oluş koşullarının ortadan kalkışı anlamına gelir ve ilişkinin bu boyutu kapitalist üretim ilişkileri içinden bakınca hiç de öyle görünmez. Sennett’in de vurguladığı anlamda, bireyin özel alana sıkıştırılmasını müjdeleyen özgürleşme söylemi altında ortaya çıkan şey, bireyin toplumsallaşmasının önüne set çekilmesi, diğer insanlarla olan ilişkisinin çok yönlü bir biçimde tahrip edilmesi, gerçek bir politik katılımın imkânsızlaşması ve kamusal alanın bireyden azade bir şeye dönüşmesidir. Bundan böyle insanın öznel varlığını ima eden bir bireyselleşme olanağı ortada kalmaz ve insan kendi dışında yer alan, birtakım yasalara göre hareket eden bir toplumsal bütünlük karşısında “tek başına” kalır (Bauman, 2011: 64). Özel alanın kamusalı işgali insanın toplumsal varoluşunun krizidir aynı zamanda. Kamusal karşısında özelin yükselişi insanın karşısında insana

dışsal bir toplumsallığın yükselişi anlamına gelir ve *zahiri toplulukların* kamusal-özel alan gerilimi bu düzlemde şekillenir.

Bunun arkasındaki mekanizma, kamusal alanın burjuva karakterinde saklıdır. Fikirlerin dolaşımının, politik katılımın ve aleniyetin, metaların dolaşımına ve metalar arasındaki ilişkilere indirgenerek kavranması, bireyin, girişimci olarak veya metalaşmış emek gücü olarak görülmesi ve metaların da kişilikleri olan şeyler olarak zihinlerde yer etmesi aslında aynı sürecin sacayaklarıdır. Kapitalist girişimci aile ferdi ile emeğini satarak geçinen aile ferdini aynı ilişkinin iki ucunda buluşturan toplumsallık ve onların özel yaşamlarıyla kamusal katılımlarını bu zeminde birbiriyle buluşturan süreç, metalara tabii olan “kişiler üstü” bir dünyadır: Özel alan, bu yeni ekonomik sistemde kamusal alanın organlarına son derece sıkı bir şekilde bağlanmıştır (Habermas, 2012: 81-82). Kamusal ve özel alanların metalaşma ekseninde düzenlenmesi, bireylerin birbirleriyle çatışan özel çıkarlar etrafında kamuda karşılaşması demektir. Çatışan çıkarların görünüşte uzlaştırılması ve doğallaştırılması, görüngülerden ibaret bir dünyanın ortaya çıkışı, bütün bireysel tahayyül kapasitesinin metalar düzeyinde eşitlemesi ve doğallaştırması anlamına gelir. Metalara özgü olduğu varsayılan bu anlam dünyası, insanların özel ve kamusal alandaki davranışlarını tümüyle kuşatır ve insanların bireyselliği ve özgürleşmesi bu anlam dünyasına tâbi oldukça gerçekleşiyormuş gibi görünür. Başarı bu dünyaya ayak uydurabilmekle ölçülür örneğin. Birey kim olduğu sorusuna metalaşmanın kuşatıcılığı altında cevap verir. Bu kuşatıcılık, sonuçta, demokratik işleyişin bütün ideallerini birer varsayımına dönüştürür. Özelin dışında tanımlanan politik katılımı gibi “kişiler üstü” idealler bile gerçekte var olmaz ve politika bireyin metalara tâbi kılınmış özel alanına dokunabildiği ölçüde “anamlı” olur. Bu durum metalaşmanın dokunduğu her yerde, metaların dilini hâkim kılmasından farksızdır: “...seri üretim patlamasından, görünümünün türdeşleşmesinden ve maddi nesnelere mahrem kişiliğin özellik ya da sıfatlarının yakıştırılmasından”

anlarınız onu (Sennett, 2013: 38). Kişiler üstü olan her şeye, metalden tutun da politikacılara kadar “mahrem kişiliğin özellik ya da sıfatları” yapıştırılır ve bunlar insanlara sunulduğu ölçüde insanlar da orada kendilerini bulmaya başlarlar. Bunu, Bauman’ın andığı gibi, kamusal alanın özel alan tarafından sömürgeleştirilmesi olarak anmakta bir beis yoktur (2011: 67).

Ancak Sennett’in şu uyarısı anlamlıdır, insanların kamusal sorunlara kişisel duyguları açısından yaklaşması, toplumsal yaşamı kişisel duyguları ekseninde değerlendirmesi anlamına gelen klasik bireycileşmeden farklı bir şeydir: Burada kamusal krize sokan şey “...bireylerin dünyanın gidişatına bakarak öne çıkardıkları bireysel duygularla ilintili bir kaygı” etrafında şekillenen yeni bir anlam dünyasına savrulmalarıdır (2013: 18-19). Söz konusu olan şey, bencil duygu ve saiklerle hareket edip, özel çıkarın toplumun genel çıkarının üstünde görülmesinden çok daha fazladır. İnsanın kamusal yaşamda kendi üzerindeki kontrolü kaybetmesi, özel alanına kapanması ve ortada toplumsal bir yaşamın kalmamasıdır deneyimlenen şey.

3.2.5 *Modus Vivendi*’nin Ortadan Kalkışı

Bu koşullar altında, insan toplum için hareket ettiğini düşündüğünde bile yabancılaşmış toplumsal ilişkilerin cenderesine hapsolür. Politik katılım da tıpkı metalara yüklenen kişilik özellikleri gibi kişisel, özel ve mahrem alana özgü duygusal kodların dışına çıkamaz ve gerçek bir toplumsal örgütlülüğün olanağı kalmaz.

Bu inşa tekniği ancak, bir hedeften diğerine istikrarsız biçimde kayan ve sonsuz ve sonuçsuz bir güvenli liman arayışına sürüklenen, saçılmış ve gezinip duran duygular kadar kırılğan ve kısa ömürlü “topluluklar”ı üretebilir. Bunlar ortak üzüntüler, ortak kaygılar ya da ortak nefretlerden oluşan topluluklardır; ancak her durumda “askı” topluluklarıdır: Pek çok yalnız bireyin kendi yalnız bireysel korkularını astıkları bir çivinin çevresinde anlık bir toplanmadan ibarettirler (Bauman, 2011: 67).

İnsanların toplumsal havsalası özel alana doğru kapatılınca kamusal sorunlarla ilişkilene biçimi her bireyin tikel görüş alanıyla sınırlanır. Sermayenin ve iktidarların bu kadar bütünlüklü bir biçimde örgütlendiği bir dünyada, toplumsal mücadelenin

ölçeği “alışılmadık insan”ın alışılmadık duygu durumlarının ufuklarına kadar daraltılır. Bireylerin üzüntü, kaygı ve nefretle şekillenen yüzer gezer ve geçici birlikteliklerde buluşması bireyin toplum içinde kendisini bulmasından çok topluluklar içinde kaybolması anlamına gelir. Bu topluluklar “tek başına” kalan insanın içinde yaşadığı, insana dışsal, *zahiri topluluklar*dır. En genel düzeyde ele alındığında, bu topluluklar, sermayenin örgütlenme tarzı ve kültürel mantığının bağrında yeşeren en geniş toplumsal ilişkilene hallerine denk düşerler. Sosyal medyanın bir iletişim araç ve ortamı olarak sunduğu teknik ve kültürel zemin, bu türden *zahiri toplulukların* gelişip serpilmesini sağlayan doğal koşulları barındırır. Bu koşullarda şekillenen politik bulunma halleri ise insanın politikaya gerçek anlamda dâhil olma şansını ortadan kaldırır. Şimdi sözü edilen bu durumun sosyal medyadaki bazı görünümünü netleştirmek gerekir.

(i) *Benlik sunumunun “politik” oyuncakları*: Bu doğal koşullar “tek başına”lığı bireysellik olarak öne çıkaran profilleri, o bireye seslenen çağrı metinlerini (örneğin *Facebook*’a girdiğimiz anda “*What’s on your mind?* -aklımızdan ne geçiyor?” sorusuyla karşılaşırız) ve teknik olanakların çeşitliliğini ve sınırlılıklarını içerir. Sosyal medyadaki bulunma halleri ve benlik sunumları, dikkat çekmeye, *trendy* olmaya, çok onaylanıp, çok *retweet* edilip ve çok beğenilmeye endekslenen, buna endekslenmediği durumlarda bile o baskıyı her zaman orada bir yerde tutan bir biçim kazanır. Benliğin öne çıkması bir şarttır. Sürekli ve sürekli olarak güncellenen *timeline* (zaman tüneli) kendi hızını ve o hıza uyarlanan bulunma ve ifade tarzlarını hegemonik bir tarzda dönüştürür. Bu amaca yönelik ifade tarzları, *emojilerle* süslenmiş yeni bir iletişim türüne, 140 karaktere sığabilen, sert, doğrudan, had bildiren, tehditkâr ve daima duygulara seslenen, kısa sürede coşku yaratmayı hedefleyen, bağlamından kopmuş ve tarihsizleşmiş bir nitelik kazanır.



Görsel 38: Kullanıcı @u, *Twitter*'daki iletişim ortamının yapısının kullanım biçimi üzerindeki etkisini esprili bir dille ifade ediyor.

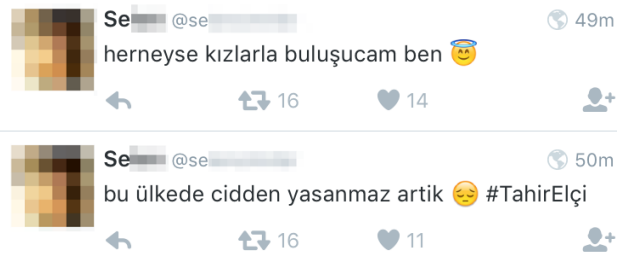
Bu durumun politik katılım açısından çok daha önemli sonuçları vardır. “Tek başına” kalan bireyin özel olanın kapaticılığında şekillenen duygusal patlamalarının çok “anlaşılır” somut kaynakları mevcut. Her şeyin bu kadar “ben”e döndüğü bir ortamda o benliğin duygularından daha önemli bir şey var olabilir mi? Politik tartışmalar o benliğe dokunmadığı müddetçe anlamlı olabilir mi? Ve nihayet, politikaya katılım ve duygusal patlama benzeri durumlar arasındaki açığı kapandıkça, tüm bu gösterinin benliğin kendine bahşettiği bir kimlik oyunundan farkı kalabilir mi? “Tek başına” kalan ve benlik sunumlarının *online* dünyasında “ben”den çıkan ve yine “ben”e dönen içerikler üretmekten zevk alan “politik” birey için kimlik, orada gösterdiği şeyin kendisi olur. Seçtiği ya da savrulduğu o kimliği ne kadar gösterirse o kadar onun olur, pratikte ne kadar “tek başına” kalmış olursa olsun, teoride sanal-olanın anlam dünyasında böyle tek başlıklara yer yoktur. Biçimin bu hali giderek içeriği daha çok belirler. Açıklanan her fikir, görüş, yapılan her beğeni ya da eleştiri, şakalar, espriler, öfke patlamaları, susuşlar ve çeşitli duygu durumları benliğin politik bir bütünleyeni ve onu niteleyen unsurlara dönüşür. Anlaması zaman alıcı, araştırmaya ve görüş alışverişine ihtiyaç duyulan sorunlar üzerine düşünmek bu iletişim ortamında gereksizleşir. Önemli olan şey, benlik sunumu ve kimlik arasındaki açının bu hengame içinde giderek en hızlı ve en doğrudan biçimlerde üst üste binmesi için çabalamaktır.

Sanal-olanın sanal-olmayanı dönüştürücü gücü, çok daha örgütlü olan, sanal-olmayan politik mücadelelerde de karşılığını bulur. Örgütlü, sanal-olmayan ilişkilerin politik bireyi ile “soğuk, yalnız ve sanal birey”in (Yücesan-Özdemir, 2009: 165) politik aktivizmi arasında çok önemli farklar oluşur: Sanal-olmayan mücadelenin fiziksel yakınlığı, yerini, e-mail ya da Facebook gruplarının sanal yakınlığına bıraktığında ve bu tip sanal-olan politik aktivizm biçimleri genele yayıldığında, dayanışma ve mücadele pratiklerinin önemli ölçüde aşıldığı görülür.

(ii) *Kamusal kakofoni ve politik iflas*: İnsanın kamusal varlığının özele doğru kapatılması, insanın bugün en “kamusal” görüldüğü yerlerin başında gelen sosyal medyada doruğuna ulaşır. Duygusal kaygı ve yüklerin belirleyiciliği, sosyal medyanın her şeyi bireye dokunarak anlamlandırmaya iten yapısıyla buluşarak, adeta bir yapbozun parçaları gibi birbirine geçerek bir bütün oluşturur. Fakat bu bütünlük kesinlikle anlamlı bir bütünlük değildir.



Görsel 39: Anonimleştirilmiş bir tweet.



Görsel 40: Tahir Elçi'nin öldürülmesinin ardından aynı kullanıcı tarafından bir dakika arayla atılan iki tweet (Erişim tarihi: 28.11.2015).

Özel olanın kamusal görünümü kazanmasına odaklanan ve bunu öne çıkaran yapısal durum, kamusal katılımın bireysel düzeyini politik açıdan tanınmaz bir şeye dönüştürür. Hızla değişen, sürekli yeni enformasyon açlığına bağımlı bir karaktere

bürünen görüş alışveriş ortamı, kamusal alana benzemekten çok birbirine girmiş anlamsız sesler eşliğinde kakofonik bir sanallık yaratır. Parçalar yapbozun parçaları gibi bir bütün oluşturmuş olsa da karşımıza anlamlı bir resim çıkmaz.



Görsel 41: Anonimleştirilmiş bir tweet.

Vurgulamak gerekirse, duygusal patlamalara ve had bildirmeye dönük sosyal medya aktivizmi veya politik bulunma halleri sağ akımlara, milliyetçiliğe ya da siyasal İslam'a özgü bir sorun değildir. Bu toplu saldırganlık halinin politik arenadaki payı sosyal medyanın hemen her köşesine sinen bir görünüm arz eder. Can Kozanoğlu'nun şu tespiti durumun vahametini gözler önüne sererken, politik tahayyüllerin nasıl ve hangi yönde dönüştüğüne de ışık tutuyor:

Şu anda Türkiye'de siyasal olarak en rahatsız olduğunuz insanlar kim dersiniz, AK troll denen insanlardan daha fazla rahatsız olduğum, HDP'nin sosyal medyadaki aşırı saldırgan genç Türklerini söylerim. Sosyal ortamda böyle bir tip var. HDP'nin çok saldırgan, küstah, genç bir Türk kesimi var. Kendilerini bir yerlere kabul ettirmek için bu hale geliyorlar belki. Saldırganlıkları, küstahlıkları, bir yerlere eklemeye çalışırken gösterdikleri acımasızlıkları ve pek çoğunun temelsizliği. Yön bulamayıp da yönleri varmış gibi yapmaları. Onlardan ciddi rahatsızlık duyuyorum.⁹³

Saldırganlık, küstahlık, temelsizlik, yön­süzlük ama yönü varmış gibi davranmak, gerçekten de sosyal medyayı bir uyumsuzluk ortamına dönüştüren sorunların belli başlıları. *Online* benlik sunumlarının politik biçimleri kimliğin birer bütünleyeni olduğu zaman, fakat ortada gerçek bir politik katılımın olanakları kalmadığı zaman, bu tip duygu patlamalarının öne çıkmasında şaşırtıcı bir yan bulunmaz. Kamusal sorunları özel

⁹³ "Can Kozanoğlu: Sosyal medya kadar sivri dilli olsak 55 milyona düşerdik" http://www.cumhuriyet.com.tr/koseyazisi/252653/Can_Kozanoglu__Sosyal_medya_kadar_sivri_dilli_olsak_55_milyona_duserdik.html (Erişim tarihi: 05.10.2017). Bu bir söyleşi. Söyleşiye yapanın adıyla vermende ve söyleşi olduğunu belirtmende fayda var

olana temas ettiği ölçüde kavramaya alışan bir sosyal medya kullanıcısı, karmaşık ve çatışmalı bir politik mücadele arenasında saf tutmanın gayreti içindeyken, benzerlerini bir arada tutan ve sosyal medyanın yapısal özelliklerinden güç alan bir duygusal savrulmayla karşılaşır.

Giderek yaygınlaşan ve Güner'in adlandırdığı gibi politik olmaktan çok, *politikaya duyarlı* (2015: 35) bir ruh hali olarak tanımlamanın uygun olacağı bu tavrın mustarip olduğu sorunları ve dayandığı eğilimleri belirlemek mümkün. Bunların ortak noktası, şeyler ve süreçler arasındaki ilişkiyi anlamayı hedefleyen diyalektik düşünmeyi imkansızlaştırması, kısır dikotomiler dayatması ve bu dikotomiler arasında anlık ve duygusal patlamalara yol verecek geçici kamplaşmalar yaratmasıdır: (i) İki farklı önermeden birinin mutlaka tercih edilmesi gerektiğini vazederek “ya ben ya felaket” düzlemi, (ii) bu iki taraftan birinin mutlak iyi diğerinin mutlak kötü olduğu varsayımı, (iii) çeşitli “oyuncak kelimeler”le yaratılan hava ya da kapatılan konular (örneğin Davutoğlu zamanında bolca kullanılan “restorasyon” ya da “açılım” sözleri), (iv) “sorulmayan sorulara verilen cevaplar” yoluyla gerçek sorulardan kaçıp, konuyu bulandırmak gibi eğilimler öne çıkar (2015: 35-37).

Bu eğilimleri belirleyen ve arkaplanda besleyen daha büyük, ideolojik saikleri stratejik düzlemde daha göz önünde olan eğilimler de vardır: (i) Meseleyi bağlamından koparıp tarihdışılığa mahkum etmek ve bu yolla hegemonik bir pozisyon kazanmak, (ii) “ileri demokrasi” ya da “özgürlükçü laiklik” türü, yerleşmiş kavramlara sıfatlar iliştiyerek ideolojik çarpıtmalara yer açan “kavrambozum”lara başvurmak, (iii) bağlamsızlaştırılmış argümanı benimsetmek maksadıyla “vicdanları kaşımak” ve (iv) bitmeyen suçlu-mağdur dikotomisiyle “toplumsal bir suçluluk duygusunu egemen kılmak” bunlardan öne çıkanlardır (2015: 37-39).⁹⁴

⁹⁴ Konuyla ilgili bir başka değerlendirme için Ender Helvacıoğlu'nun “‘Twitter analizciliği’ Zor İş” başlıklı yazısına bakılabilir: “Twitter analizcisinin ‘doğru analiz’ yapmaya çalışması gerekmez. Eğer bunun peşinde koşarsa, analizci olabilir belki ama, Twitter analizcisi olamaz. Twitter analizcisi, ‘yanlış olmayan analiz’ yapmayı becermelidir, bu konuda ustalaşmalıdır. Bu ikisi farklı şeyler. Doğru (veya

Gerçekten de bu tip sorunları içeren bir tartışma ortamı, tartışma ortamından başka her şeye benzer. Hakaretlerden, küfürlerden, sürekli suçlamalardan, politik bir kategori olarak ilan edilen vicdanların merkeze alınması sonucunda, duygusal hezeyanlardan geçilmeyen, kerameti kendinden menkul bir iyiler-kötüler ayrımı inşa edilir. Kamusal hayatı ve politik mücadele arenasını iyilerle kötülerin birbiriyle mücadelesinden ibaretmiş gibi gören, herhangi bir toplumsal-tarihsel kavrayışa yer bırakmayan, körü körüne sahiplenilen ve sert olduğu kadar da geçici olan cemaat benzeri oluşumların sürekli olarak yeniden kurulduğu bir iletişim ortamında yürürlükte olan bir kamusal tartışmadan bahsedilemez.

Her şeyden öte, sosyal medyadaki bu baskın eğiliminin niteliğini daha iyi kavramak için, bu çağın politika biçimleri ve politikayla ilişkilene tarzlarının daha derinlerdeki köklerini akılda tutmak gerekiyor. Politikayla ilgili temel bir dönüşüm, sosyal medyadaki politikaya duyarlılık hallerini belirliyor.

Ne var ki bunların sonucunda doğabilecek dayanışma hareketinin anlık patlamaları postmodern ilişkilerin temel özelliklerini değiştirmiyor: (Yani) bu ilişkilerin parçalanmışlığını ve süreksizliğini, yoğunlaşma ve amacın darlığını ve ilişkilerin sığlığını. Ortak angajmanlar geliyor ve gidiyor ve her gelişte ortaya çıkan “bütünlük” de gerçekten “parçaların toplamı”ndan başka bir şey değildir. Bunun yanında, ne kadar fazla ve çok yönlü olurlarsa olsunlar, genellikle bir konuya hasredilen kampanyalar doğuran bu dağınık öfke ve şikayetler bir araya gelmiyor, yoğunlaşmıyor ya da birbirlerini güçlendirme eğilimi göstermiyorlar. Tam tersine, her biri halkın dikkatini daha fazla çekmek için birbirleriyle çekişen bu

doğruya yakın) analiz yapmanın yöntemleri belli: Olgulara bakacaksın, sadece ‘an’ı değil ‘süreci’ kavramaya çalışacaksın vb. Yani bilimsel düşüncenin bildik yöntemleri. Fakat bunlar emek ister, zaman ister; *Twitter*’ın yapısına uygun değil.

Twitter analizcisi doğrunun değil, yanlışın peşinde koşmalıdır; bu nispeten daha kolay. Doğrulanması gerekmez, yanlışlanmamalıdır (sağ olası Popper!). ‘Yanlış olmayan analiz’ yapmanın da -ara tonları bulunmakla birlikte- kabaca iki yolu var:

1) Mevcut paradigma çerçevesinde en genel şeyi söylemek. Şöyle örnekleyelim. Soru: 2 kere 2 kaçtır? Yanıt: Tam sayıdır. Yanlış mı? Veya daha ‘ince’ bir analiz. Soru: 2 kere 2 kaçtır? Yanıt: Çift sayıdır. Yanlış mı?

2) İkinci yol ise belli bir paradigma sahibi olmayanlar için: Her şeyi söylemek. Şöyle: Soru: 2 kere 2 kaçtır? Yanıt: 1,2,3,4,5,6,7,8 veya 9’dur. Yanlış mı? Bu da doğru! (Bu ikinci yolun ek bir getirisi de var. Bir tane doğrunun yanında çok sayıda yanlış da sokuşturmuş olursunuz! Buna ‘doğruyu yanlışların lokomotifini yapma’ yöntemi denir. Ayrı bir yazıyı gerektirecek kadar önemli bir politik yöntemdir bu, o nedenle parantez içine aldım.) Bu yollardan birincisinde ‘doğru’ size çarpar. İkincisinde ise siz ‘doğru’ya çarparsınız. Mesele hallolur! <http://www.abcgazetesi.com/twitter-analizciliği-zor-is-7316yy.htm> (Erişim tarihi: 07.10.2017).

Bu konudaki benzer bir yazı için bkz.: Atamanalp, Alp (2015). Liberal/Postmodern Tasallutun Yeni Oyunaçığı: Vicdanizm ve Neo-Peygamberlik. *Bilim ve Gelecek*. (139):42-47.

kampanyalar birleştirdikleri kadar da bölüyorlar. Denebilir ki postmodern davanın kemik parçalar, parçalanmamış, sürekli ve ortak angajmanı taşıyabilecek bir iskelet oluşturmaya uygun değildir (Bauman, 2014: 145-146).

Bütünün kendisi parçaların toplamından nitelik olarak neden farklıysa, birliktelikleri parçalanmış, belirsiz ve dağınık ölçeklerde hayat bulan politik dertler bir yol tayin etmek konusunda o nedenle başarısızlar. Ortada bütünü kavramaya dönük ciddiyetle ele alınan politik bir dert kalmayınca, duygusal hezeyanlar, vicdan gösterileri, anlık patlamalar ve iyiler ile kötüler arasında geçen, masalımsı kavrayışlar benlik sunumlarının birer bütünleyeni olur ve bu yolla, özelin kamusalı işgali gerçekleşmiş olur.

(iii) *Yeniden “eşitlik” ideolojisi:* Kakofonik bir görünüm sergileyen yapbozun niteliği ve parçaların yan yanılığı, metalar arasında kurulan o belirsiz eşitlik düzeyinin politik karşılığına denk düşer. Benzer akıllı telefonlarla bağlanılan aynı iletişim ortamı, tartışmanın sürüp gittiği bir kamusalık görünümü altında sınıfları ve statüsü farklı milyonlarca insanı birbiriyle buluşturuyor ve sıradan insanların bir politikacıya, yazara, gazeteciye ya da sanatçıya doğrudan ulaşma şansı artıyorken, ortada işleyen bir kamusalığın kalmaması gerçekten ironik bir durumdur. Tıpkı iletişim araçlarının bu kadar arttığı bir toplumda iletişimsizlikten dem vurmanın bu kadar yaygınlaşması gibi, bireysel politik katılım olanaklarının bu kadar arttığı bir iletişim ortamında işleyecek bir kamusalığın koşulları var olmaz. *Özelin içe kapaticılığı yabancılaşmanın politik karşılığına denk geliyor.*



Tivitr lunapark gibi bir yer. Misal bir "torbacı" ile bir Prof. aynı zeminde karşılaşp müzikten muhabbet ediveriyor.

Translate from Turkish

22/11/15 19:07

Görsel 42: Kullanıcı @ç, sosyal medyada belirginleşen “eşitlik” hissine dikkat çekiyor.



Rengin Arslan

39 mins · 1

sosyal medyanın getirdiği ve bence iyi ettiği eşit olma, ulaşabilme, bir şey söyleyebilme halini; artiz olma, sınırları aşma ve küstah olmakla karıştıran güruhun tedavi olacağı bir mecra da icat olunur umarım

3

1 Comment

Like

Comment

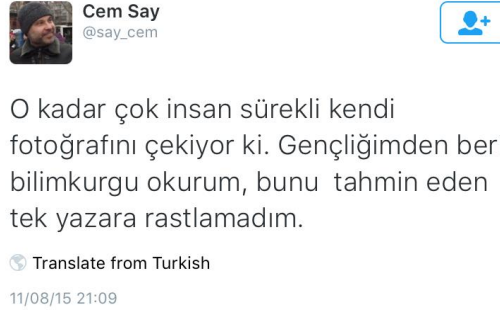
Share

Görsel 43: Gazeteci Rengin Arslan *Facebook* iletisinde “eşitlik hissi”nin sonuçlarından yakınıyor (Erişim tarihi: 02.03.2016).

Fikir alışverişi bu koşullar altında hakkıyla gerçekleşemiyor olsa da sıradan insanların kendilerini sıra dışı hissetmelerinin önü açılıyor. Herhangi bir kullanıcı gerçekten de ünlü bir politikacıyla ya da gazeteciyle yazışabilir, tıpkı çok zengin bir iş adamıyla aynı akıllı telefonu kullanabilmesi gibi. Hayatlar hiçbir zaman kesişmiyor olsa da iletişim-araç ortamı ortaklaşıyor olabilir. Bir ideoloji olarak eşitlik yanlısamasının ve metalar aracılığıyla anlam kazanan bir dünyanın insan bilincinde yarattığı yanlısamalardan sadece biridir bu. İnsanlar arasındaki eşitsizlik sürekli derinleşirken, metalar düzeyinde kurulan “eşitliğin” politik karşılığı aksi bir görünüm çizer.

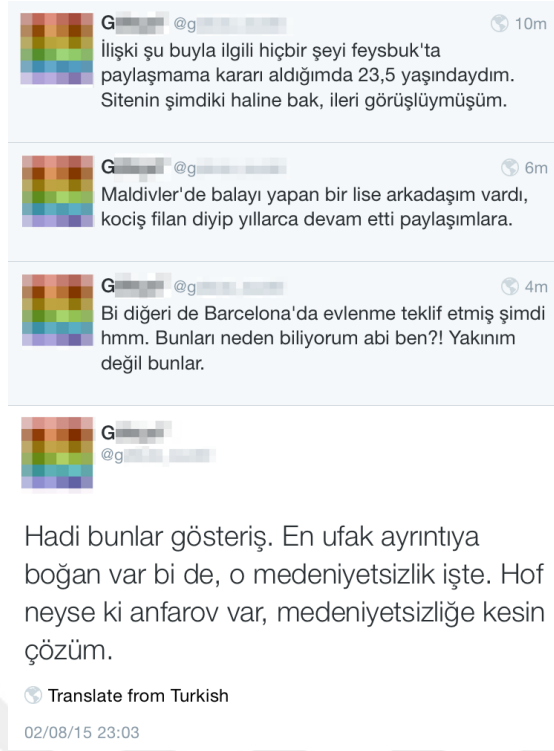
(iv) *Özelin yitirilmesi*: Kamusal alan özel alan tarafından sömürgeleştirildiğinde, özel ve mahrem olanın da gerçek anlamda deneyimlenebilmesinin koşulları ortadan kalkar. İnsanın kendi bireyselliğini özel ve mahrem olan boyutlarıyla yaşayabilmesinin en önemli koşulu fiziksel olarak olduğu kadar düşünsel olarak da yalnız başına kalabilmesidir. Günümüzde sosyal medyanın insani gelişimi tahrip eden yönü, insanın kendini dinleyecek herhangi bir zaman ve mekâna sahip olmamasıyla, özel ve mahrem olanı kamusala giderek daha çok tahvil etmesiyle ve gerçek bireyselliğin yaşama olanaklarının ortadan kalkmasıyla ortaya çıktı. İnsanın bireysel gelişiminin önemli bir koşulu, dış dünyanın hengâmesinden azade olan bir “sahne gerisi”ne (*backstage*) sahip olmasıdır, ancak bugün “sosyallik takıntısı” fetiş bir unsura dönüştürülerek sahne gerisini ele geçirmiştir (Conley, 2012: 316). Özel alan, bu yanıla, Batılı modern

insanın kendisiyle tartıştığı ve kültürel gelişimin bireysel olanla buluştuğu bir alan olarak yitirilmektedir.



Görsel 44: Akademisyen Cem Say'ın bu şaşkınlığı, aynı zamanda, "sahne gerisi"ni yitiren insanlara yönelik değil midir?

Akıllı telefonlar birer uzvumuza dönüşürken, sabah gözümüzü ilk açtığımız andan gece uykuya daldığımız ana kadar bizimle beraberken ve tüm bu zaman aralığında sosyalleşmenin *online* yollarının çekiciliğine kapılmışken kaybettiğimiz şeylerin başında özel ve mahrem olanın şahsiliği gelir. Benlik sunumlarının metalaşmış biçimleri, gösterişçi bir tarzda gündelik hayatın her bir köşesini ekranlara taşırken, gerçek anlamda kişiselleşmiş bir benliğe sahip olmanın koşulları da ortadan kalkar. Kişiselleştirilmiş metaların, sözde bireyselliğin hâkim olduğu bu çağda, bu ölçülerde yaygınlaşması bir tesadüf değildir. İnsanlar, metalar aracılığıyla kendilerini giderek daha çok ifade etmeye başladığıca ortada "ifade edilecek" zgn bir bireysellik kalmaz. Dolayısıyla, metalaşmanın toplumsal yaşamı trdeşleştiren hakimiyeti ve kamusal alanın özel alan tarafından sömürgeleştirilmesi birbirinden ayrıştırılacak süreçler değildir. Kamusal olana karşı özelin ne çıkışıyla, özel alanın kamusal görünümler kazanan ama gerçekte hiç de öyle olmayan bir şeye dönüşmesi aynı şeylerdir. Özel kamusallaştığıca özel ve mahrem olan büyük yara aldı, kamusal özele kapatıldığıca ortadan kişiler üstü bir alan kalmadı.

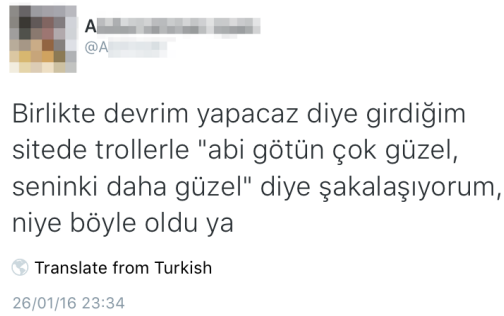


Görsel 45: *Twitter* kullanıcısı @g, özel yaşamın sosyal medyaya dökülmesinden şikâyet ediyor.

Kamusal ve özel alan arasındaki bu gerilimin diğer somut sonuçları nelerdir? Akıllı telefonlar ve sosyal medyayla beraber değişen gündelik hayatın bu boyutu, çok daha daha derin toplumsal kökleri bir dönüşümün habercisidir. Net bir şekilde ifade etmek gerekirse, insan kendi bireysel gelişiminin “sahne gerisi”ni yitirdiğinde birey olabilmesinin önünü açan bir iç görü alanından, yaratıcı niteliklerini keşfetme şansından, olgular arasındaki ilişkileri anlamaya dönük derinlikli düşünme yetisinden ve tüm birikimini kişiler üstü alana taşıma ve ortak akılla müzakere etme şansından alı konulur. Bunu kısa yoldan kültürel bir çöküş olarak da niteleyebiliriz. Giriş bölümünde değinildiği gibi, Banu'nun sosyal medya nedeniyle resim yapmayı “unutması” buna verilecek çarpıcı örneklerden biridir. Yine benzer nedenlerle artık daha az okunan gazete ve kitaplar da bize bu doğrultuda bir şeylerin değiştiğini işaret eder. “Yirmi yıl sonra edebiyata meraklı genç bir insanın Şolohov'un ‘Ve Durgun Akardı Don’ adlı kitabının yaklaşık 2000 sayfasını kendini kaptırarak okuyacak yerde, bu eserin sinema filmini, hatta animasyonunu bir iki saat içinde tabletinden izleyip kısa tanıtma metinleriyle yetinmesi büyük olasılık” (Alogan, 2017).

“Sahne gerisi”nin büyük yaralar alması derin bir kültürel dönüşümün habercisidir. Bunun ilk göze çarpan sonuçlarından biri okumanın yitimidir. “Matbaa, kamusal alanın açılmasına yardımcı olduğu gibi özel alanı da sağlamaştırıp, genişletmişti” (Poe, 2014: 200). Okumakla simgelenen bu değişim bireysel düzeyde sergilenen “içe kapanma”daki ve onun “dışa dönük” etkilerindeki değişimdir. Her şeyin bu kadar dışa dönük yaşandığı bir toplumda kaybedilen şey insanın birey olması yolunda kurucu bir rol üstlenen içe dönük bakışıdır. İçe dönük bakışın yokluğunun, ilk olarak, okumanın gözden düşüşünde kendini göstermesi bir tesadüf sayılamaz.

İç görüşünü ve derinlikli muhasebe yeteneğini kaybeden insanın, ortada ideal bir kamusal alanın olduğunu varsaysak bile, ortak toplumsal akılla buluşabilme şansı olabilir mi? Bireysel gelişme olanaklarından mahrum olan insanların, sosyal medyanın mantığına teslim olmalarında, bağsamsız, kısır zıtlara savrulmalarında ve duygusal hezeyanlara kapılmalarında olduğu gibi, kamusal akı felç eden o en genel paydada buluşması tesadüf müdür?



Görsel 46: Twitter kullanıcısı @a'nın esprili bir dille işaret ettiği şey, sosyal medyanın politik katılımı zora sokan yapısı değil midir?

Üstelik, insanları aynı iletişim ortamında buluşturan ama yapısal özellikleri ve amacı bakımında ortak bir karar almayı gündemine almayan böyle bir tartışma ortamı, daha en başta kamusal alan olabilme iddiasını rafa kaldırmış demektir. Meşru bir politika üretmenin herhangi bir ortak zemini hâlihazırda bulunmazken, doğrudan demokrasi söylemleri içinde kendine bir yol bulacak çeşitli karşılaşmaları politik bir ütopyanın gerçekleşmesi gibi değerlendirmenin hiçbir mantıksal dayanağı da kalmaz.

Kaldı ki belki de tam da böyle bir kamusalılık iddiasının ortada olmayışından mütevellit, sosyal medya karşılaşmaları, politik anlamlar içermenin yanında, “kamusal kakofoni”yi besleyen sonuçsuz didişmelerin ötesine pek geçemiyor. Özel olan, kamusal alanı işgal ederken gösterdiği muzaffer tavrı metalaşmaya borçlu olduğundan, en sonunda kendini de imha eden bir sonuçla yüzleşiyor. Bu koşullar, Goffman’ın “karşılıklı anlayış” olarak nitelediği *modus vivendinin* iflasından başka bir şeye neden olmaz (2016: 23). Çatışan çıkarların tümüyle çözülmesini geçelim, en azından asgari ölçülerde olsa bile, tartışmaya dönük bir mutabakat içinde müzakere edilmesinin yolları dahi tıkanmıştır. Sosyal medyada görülen ve sık sık ifade edilen asosyalliğin böyle bir politik anlamı vardır.

Tüm bunlar, insanın kendini gerçekleştirmesinin koşullarını yitirmesinin bir ifadesi olarak, *zahiri topluluklar* içinde kalakalışından ve kendine karşıt sanal ilişki ağları içinde aşkı ve politikayı aramak zorunda oluşundan kaynaklanır. İnsan, aşkı, metalaşmış bir formda tüketim nesnesi olarak bulduğunda aşkı yitirir. Politikayı, özelin işgali altında kamusallığını yitirmiş bir formda bulduğunda, kendini merkeze alarak benlik sunumunun bir parçasına dönüştürür ve politikayı yitirir. Meta soyutlaması, insanlar arasındaki ilişkileri kendi türdeş dünyasına tercüme ederek içlerini boşaltır.

Bu iki durum da *zahiri toplulukların* insana yabancı niteliklerinin sanallığına denk düşer. Burada sanallık iki anlamıyla karşımıza çıkar: İlkinde, Marx’ın kullandığı anlamda (*illusory*), özgürlüklerin gerçekleşmesi olarak sunulan bir yanılsama toplumu olarak, insana dışsal bir topluluk biçimine dönüşmüş ilişkiler ağı olarak. İkincisinde ise bu sanallık, fiziksel zaman ve mekânda ortaya çıksa da, bunların sınırlılıklarından sıyrılarak, bağımsız bir dijital iletişim mecrasında, akıllı telefonlarda ve sosyal medyada ortaya çıkar. Bu yeni iletişim ortamı *zahiri topluluklara* yeni bir boyut kazandırarak, sanal-olan olmayan tüm ilişki biçimlerini, dostlukları, akrabalıkları, aşkı ve politikayı içerecek biçimde dönüştürür. İnsan, kapitalist üretim tarzının ve onun kültürel

mantığının, bu dünyada vaat ettiği cennetin tadını çıkaracağını düşünürken, “donuk ve nefes alınamaz” bir nesnel kültürün içinde debelenmeye başlar. Bu yaşadığı dünya, kişiselleştirilebilir metaların hücumuna uğramış bir dünya olsa da, ona mutsuzluğunu sürekli hatırlatıp duran yabancılaşma hep yanı başındadır.



SONUÇ

Yabancılaşma, Marksist bir pespektiften ele alındığında, insanın kendini gerçekleştirme, yeteneklerini açığa çıkarma ve onları özgürce geliştirme olanaklarının yitirilmesini ifade eder. İnsan, türsel yeteneklerini geliştirebildiği, kendini ifade edebildiği ve çok yönlü faaliyetlerde bulunabildiği araçlara sahip olduğunda kendini özgür ve mutlu hissedebilir. Sık sık vurgulandığı gibi, bir olumsuzlama olarak insan, emeğiyle kendini ve çevresini dönüştürür, yeniden yaratır, bu yaratım sürecinde ve emek etkinliğinin somut formu olan nesnesinde kendini bulur ve ifade eder. İnsan, diğer hayvanlar gibi, doğayla özdeşleşmiş, kendini verili olan o çevrede ve ilişkilerde bulabilen ve ifade edebilen, bitmiş, tamamlanmış bir varlık değildir. Doğa türsel insanın nesnesidir ve onu *kendi için* dönüştürmek, insanın en birincil, onu diğer hayvanlardan ayırt eden niteliğidir. “İkinci doğa”yı da bu yolla yaratır ve onu da, aynı şekilde, *kendi için* yapabildiği ölçüde kendini gerçekleştirilmiş sayılır. Nesneleşme/dışsallaşma, bu anlamıyla, insanın insan olarak kendini yaratırken toplumsallığını da yaratması ve sürekli dönüştürmesi anlamına gelir.

İnsanın kendini gerçekleştirme olanaklarının elinden alınması, kendini ve çevresini sürekli olarak olumsuzlayan özgür üretici etkinliğinin elinden alınması demektir. İnsan özgürce üretemediğinde yeteneklerini keşfedemez ve geliştiremez, kendini ve çevresini aşamaz, tıkanmışlık ve sıkılmışlık içinde kendi olamaz, onu boyunduruk altına alan, varlığına yabancı, açıkça karşıt ve çelişki içindeki ilişkilere *kapılır*. İnsan *kendi için* değil de doğanın (ve toplumsallığının bir ifadesi olarak *ikinci doğanın*) *kendindeliğine* hapsoldüğü koşullarda en önemli insani nitelikleriyle çelişki içine düşer. Bu koşullarda nesneleşme, insan için değil de insanın kendi dışında işleyen bir yapıya sokuşturulduğu, insana rağmen bir süreç olarak işler ve insanın “doğal” gibi

görünen ilişkiler bütünlüğü karşısında edilgen bir nesne düzeyine indirgenmesi anlamına gelir.

Nesneleşmenin bu şekilde tersine dönüşü, evrensel bir soyutlamayla mümkün olur. Soyutlamanın bu türü, yabancılaşma açısından kritik önemdedir. Birbirine benzemeyen emek ürünleri ve birbirine indirgenemeyecek emek etkinliği, pazarda alınıp satılan *meta biçimine* büründüğü zaman, birbirleri arasında değiştirilebilir ve türdeş şeylermiş gibi muamele görmeye başlarlar. İnsanlar bu varsayılan değer denklliğini zihinlerinde kurarlar ama bu denklik zihinlerden başka bir yerde var olmaz ve zihinlerden de kaynaklanmaz. Şeylerin, özel mülk ve birer meta olarak, birbirleriyle değiştirilmesi bunu gerekli kılar. İlişki bu şekilde kurulduğunda, gerçek üreticiler, şeyler arasındaki “doğal” ilişkileri yerine getiriyor gibi görünürler ve bu toplumsal ilişkiler tözselleşir. İnsanın emek etkinliği, ürünü ve diğer insanlarla olan ilişkisi bu tözsel ve “doğal” ilişkilere sürekli tercüme edilir ve sürekli olarak ona uyarlandığı ölçüde “anlam” kazanır. Sonuçta, insanlar, birbirleri arasında olan ve bizzat kendileri tarafından yaratılan ilişkileri tözselleştirirler ve onlara boyun eğmiş olurlar.

Kapitalist üretim tarzında üretim gerçekten de toplumsallaşmıştır. Daha net bir ifadeyle, üretici etkinlik, esas olarak kendine yeten, eski zamanların küçük ölçeklerinden sıyrılarak genelleşmiştir. Meta fetişizmindeki soyutlama bu genel üretimin yanlış görünümünden türer. İnsan, üretici ilişkilerin bütünlüğü kavrayamadığı aşamada, o ilişkileri tözselleştirir. Fakat üretimin toplumsal niteliği ile emek ürünlerinin bireysel bölüşümününün kapitalist tarzı arasındaki uzlaşmaz çelişki bu ilişkilerin nasıl tözselleştirildiğini ve nasıl aşılabileceğini gösterir. Emek ürünü, insanların ortak üretici faaliyetlerinin somutlaşmış biçimiyken, pazar ilişkilerinde bu biçimden soyutlanarak bireylerin özel mülkü görünümünü kazanır ve bu şekilde değişime tâbi tutulur. Bu ilişki derinleştikçe, esas üretici etkinlik sermayenin bir

marifeti ve emek ürünleri de sermayedarın doğal mülküyümüş gibi görünür ve bu şekilde temellük edilir.

Bugün, akıllı telefon kullanan, bu tarihsel ilişkiler içinde kendini var eden insanın, yaşadığımız dünyanın keşmekeşliği içinde neler deneyimlediğini ve hangi anlam dünyalarına savrulduğunu anlamak istiyorsak tüm bu toplumsal koşulları, çelişkili var oluşu ve zihinlerde yarattığı yanılsamaları göz önünde bulundurmalıyız. Elimizin altındaki bu “ele avuca sığmaz” cihazların insana karşıt şeylere dönüşebilmesinin sırrı, insanı kendi türsel niteliklerinden koparan o toplumsal ilişkilerde saklıdır. İnsan ve akıllı telefonlar arasında yabancılaşma açısından yürütülecek her tartışma bu ontolojik bakışa yaslanmalıdır.

Bu maddeci ve diyalektik bakıştan yoksun, fakat insan ve akıllı telefonlar arasında olumsuz, düşmanca ya da çelişkili bir ilişki tespit eden her yaklaşım, görünümünden hareket ederek görünenin ardındaki öze dokunma konusunda yetersiz ve görünümünün kısmi ya da çarpık biçimlerinin sınırlılıklarından kurtulamayan, eksik bir görüş alanına sıkışmış olur. Bağımlılık konusu etrafında dönen, fayda-zarar ya da sanallık-gerçeklik dikotomileri arasında salınan tartışmalar bu sınırlılıklardan mustarıptir.

İletişim araçlarının aynı zamanda birer emek ürünü olduklarını unutmamalıyız. İletişimin tarih öncesi ve tarihsel öyküsü incelendiğinde, insan topluluklarının iletişimsel faaliyetlerinin kendi yaşam tarzlarının ayrılmaz bir parçası olduğu görülür. Onlar insana dışsal birer “şey” değiller ve tam da bu niteliklerinden dolayı, insanın kendini gerçekleştirmesinin araçlarıdır. Konuşmanın keşfinden mikroçiplere kadar, bütün iletişim tarihi, insanın emek etkinliğinin tarihidir. Konuşmanın keşfi bilişsel bir devrim olarak insanın evrimdeki önemli basamaklarından biriyse, yazının, matbaanın, telgrafın, telefonun ve nihayetinde akıllı telefonların keşfi de insanın toplumsal evrimindeki önemli basamaklardandır. Toplumların yaşam tarzları, iletişimin teknik

biçimlerini ve sembolik anlamlarını hem içerir hem de onları belirler. İletişim teknolojilerinin yapısal özellikleri ve yüklü oldukları sembolik anlamlar, insan topluluklarının yaşam tarzlarından kaynaklı zihinsel tasarımları yansıtır.

İletişim araçları, diğer tüm teknolojik araçlar gibi, insanların dolaysız emek ürünleri olarak, doğayı olumsuzlamasının ve insanı insan yapan hareketin hem sonuçları hem de araçlarıdır. Hatırlatmak gerekirse, “doğa, makine, lokomotif, demiryolu, *elektrikli telgraf, kendi kendine işleyen taşıyıcılar* vb. yapmaz. Bunlar insan sanayisinin ürünleridir; doğa üzerindeki insan istencinin ya da insan etkinliğinin organlarına dönüşmüş doğal gereçtir. Bunlar, insan eli tarafından insan beyninin yarattığı organlarıdır; nesneleşmiş bilgi gücüdür” (Marx, 2013b: 166).

Öte yandan, iletişim etkinliği insanın üretici etkinliğinden soyutlanamaz. İletişim araçlarının bu nitelikleri, tıpkı emek etkinliğinin kendisi, diğer emek ürünleri ve araçlarında olduğu gibi, kapitalist üretim ilişkilerinin zihinlerde yarattığı soyut yanılsamalar karşısında bambaşka şeylere dönüşürler. Aslında, gerçekte sahip oldukları o niteliklerinden bir şey kaybetmezler ama emek etkinliği ve ürünlerinin insana dışsal bir şeye dönüştüğü sınıflı toplum koşullarında, iletişim araçları da insana dışsal birtakım anlamlar kazanır. Bu anlamlar zihinlerden kaynaklanmaz ama zihinlerden başka bir yerde de varolmaz. İnsanlar arasındaki eşitsiz üretim ilişkilerden ve sermayeyi sürekli daha çok sermayeye dönüştüren o kısır döngüden türerler.

Castells “enformasyon teknolojisi devrimine ilişkin söylemlerin birçoğuna damgasını vuran kehanetvari uyarılar ve ideolojik yönlendirme bizi, onu gerçekten haiz olduğu temel önemi küçümsemek gibi yanlış bir yöne itmemeli” diyor (2008, s. 39). Enformasyon ve iletişim teknolojilerinin, toplumsal faaliyetlerimizde yaşanan kapasite artışı bakımından bir devrim yarattığı yadsınamaz. İletişim kapasitesi, çok büyük ölçülerde arttı, çeşitlendi, zaman ve mekânda var olagelen sınırlılıklar önemli ölçüde aşıldı. Daha önce, farklı farklı araç-ortamlarda icra edilen iletişim faaliyetleri tek bir

iletişim araç-ortamında birleşti ve ortaya çıkan ürünler o kadar hızlı ve küçük bir hale geldi ki, bu aletlerin cebimize sığması ve her an her yerde kullanılabilmesi mümkün oldu. Bu durum, şüphesiz, insanlığın toplumsal varoluş koşullarında, iletişim ve üretim kapasitelerinde gerçekleşen büyük bir devrimi simgeliyor.

Ancak günümüzün iletişim araçları, tıpkı eski çağlardaki iletişim araçlarının, zamane topluluklarının yaşam tarzlarının dünyayı görüş tarzlarını yansıtması gibi, kapitalist toplumların işleyişinde ortaya çıkan ideolojik, politik ve fetişist sorunlarla yüklüdür. Cebimize sığacak kadar küçük ama sunduğu iletişim olanaklarının çeşitliliği nedeniyle “büyük” olan akıllı telefonlar, insanların emek etkinliklerinin dolaysız ürünleridir. Fakat tıpkı diğer emek ürünlerinde de olduğu gibi, metalar aracılığıyla kurulan evrensel soyutlamaya tâbi olduklarından, o küçük boyutlarına sığdırdıkları iletişim olanağının çeşitliliğine ve “büyük”lüklerine koşut olarak, birer fetiş unsurlara dönüşürler. Akıllı telefonları birer meta olarak insanlara sunan teknolojik devrim, teknolojiyi bağımsız bir şey olarak tahayyül eder, enformasyonu ve enformasyonel üretimi insanın emek etkinliğinin bir biçimi olarak görmez ve tüm bu üretimi mümkün kılan akli birikimi, insanlığın “genel akı”nın dışında bir yerde arar. Sonuçta, insanların üretici etkinliğinin ürünlerinden başka bir şey olmayan teknoloji, enformasyon ve akıl, teknolojinin ve enformasyonun kendisine, sermayeye ve bazı yetenekli kişilere mal edilerek tözselleştirilir. İnsan teknoloji karşısında, emek bilgi karşısında, genel akıl teknik akılsallık karşısında mağlup edilerek, gerçek üreticilerin ürünleri ve yetileri ellerinden alınır. Bütün bunların hepsi çağımızın üretici ilişkilerinin insana yabancı karakterinden kaynaklanır.

Bütün bu yanlış görünüşler, sermayeyi en hızlı ve en kârlı kılan döngünün, insanı en çok yabancılaştıran döngü olduğuna işaret ediyor. İnsanlığın ortak ve evrensel yetileri sermayenin hizmetine ne kadar çok girerse, insanların kendi emek ürünlerine, kendi emek etkinliklerine, kendilerine ve diğer insanlara yabancılaşma koşulları o kadar

derinleşiyor. Birer emek ürünü olan akıllı telefonları ortaya çıkaran en geniş toplumsal ilişki alanı budur. Akıllı telefonları yaratan insan ile sermaye arasındaki bu ilişki bireyin yabancılaşmasının koşullarını belirlerken, akıllı telefon kullanıcılarının deneyimlediği yabancılaşmış ilişkiler sözü edilen nesnel zemin üzerinde yükselir.

Üretim araçları olarak akıllı telefonların bu karakteri en çok *üretketici* kavramını düşündüğümüzde karşımıza çıkar. Üretketiciliğin yükselmesi, yalnızca iş ve “boş zaman” arasındaki sınırın giderek daha da muğlaklaşmasından kaynaklanmaz. Yeni enformasyon ve iletişim teknolojileriyle beraber, günün 24 saati çalışma zamanına dönüştü ve bu, kitle medyasının tahayyül bile edemeyeceği biçimlerde yapılmaya başlandı. Sonuçta, sosyal medya ve diğer ticari internet hizmetleri, akıllı telefonları, gündelik hayatın sömürgeleştirilmesi yolunda en önemli araçlardan biri haline getirdi. İnternetteki içeriğin büyük bir kısmını sağlayan kullanıcılar, zaten kendi ürettikleri ve kişisel verilerinin pazarlanması yoluyla ulaştıkları içerik ve verilere ek herhangi bir ücret ödemediği için “bedava” mitine daha çok kapıldılar. İnsanlar “çağa ayak uydurmak” amacıyla, takip edilmesi gerekli olan belirsiz bir “eşitlik” düzeyinin peşinden gitmeye daha çok alıştılar.

Metalaşmanın gündelik hayatı çepeçevre kuşatan karakteri, çoğu zaman bağımlılık teşhisi etrafında dillendirilen sorunlar yumağının nerelere dokunabildiğine işaret ediyor. Akıllı telefonların “akıllıca” kullanımına yönelik önerilerin göz ardı ettiği temel ilişki biçimi, kapitalist üretim tarzının gündelik hayatı sömürgeleştirme taktiklerinde ve artık birer üretketici olan kullanıcıları bir tür tüketim yarışına sokmasında düğümleniyor. İnsanlar “hiçbir şey yapmıyorlarken” metalaşıyorlar. Sermayenin zaman ve mekânı örgütleme becerisi, gündelik hayattaki sınırların giderek daha çok belirsizleşmesine vesile oluyor. İnsanlar bu koşullar altında, metalar arasında kurulan ama zihinlerden başka hiçbir yerde olmayan o eşitlik düzeyini takip etme yarışına kapıldıkça, sabah uyanır uyanmaz, tatilde, tuvalette, okulda, evde, sokakta,

kısacası gündelik hayatın tüm kılcal damarlarında kendilerini akıllı telefonlarıyla baş başa buluyorlar.

Sonuç olarak, insan ve akıllı telefon arasında kurulabilecek gerçekten öznel bir ilişkinin koşulları ortadan kalkmış olur. İnsan, gerçek eşitsizlikleri metalara ait o dünyanın “eşitliği”nde kapatabileceğine ikna olduğunda, bir nesne olarak akıllı telefonuyla arasında kurabileceği öznel ilişkiden yoksunlaşır. İnsan akıllı telefonuna sahip olurkenki etkin varlığını kaybetmiştir. Bir meta olarak akıllı telefonun haiz olduğu niteliklerin peşine düşerken ve kendini o niteliklerle ifade etmeye çalışırken, edilgenliğini daha da pekiştirmekten başka bir şey yapmış olmuyor.

Akıllı telefonlara kapılıp gitmek, pek çok kullanım biçimiyle beraber yadırganıyor olsa da giderek alışılan bir şey halinde tüm gündelik yaşamı dönüştüren gücün bir görünümü halini alıyor. Baudrillard, “kurt çocuğun kurtlarla yaşaya yaşaya kurda dönüşmesinde olduğu gibi demek ki biz de yavaş yavaş işlevselleşiyoruz. Nesnelere çağını yaşıyoruz” derken metalaşmanın bu kuşatıcı etkisini tanımlıyordu (2013: 16).

İnsanlar, gündelik hayatlarına şekil veren ve rutinlerini dönüştüren bu gidişata alıştıkça kendilerini kurtaramadıkları bir anaforun içinde buluyorlar. Yabancılaşma, insanları mutsuz eden ve mutsuzluklarından kaynaklanan pek çok duygu, düşünce ve davranışla kendini belli ederken, esas önemli husus, insanların kendilerine karşı toplumsal çevrede edilgen bir konumda bulunmaları ve buna engel olamamalarıdır. Berman (2014: 33), bu hali akıllarda canlandırmak amacıyla, ABD’li siyahların benzer durumlar için kullandıkları *mikse kaptırmak* (aslında şarkıların kendi ezgilerinin uyumu içinde değil de, o uyuma ters başka ezgilerle harmanlanmasını ifade ediyor) deyimine başvuruyor. İnsanlar, mikse kaptırdıklarında, uyumunu çoktan kaybetmiş bir toplumsal ilişkiler kazanında oradan oraya savrulup durmaktan başka bir şey yapmıyorlar.

Bu deyim insanların akıllı telefonlarla olan ilişkisini ve sosyal medyadaki hallerini yeterince tanımlamıyor mu? Bu edilgenlik ve savrulma halleri *seyreden* davranış kategorilerini yaygınlaştırıyor. Akıllı telefonlarla insanların önce cebine giren, sonra tüm gündelik hayatına doğru yayılan kullanım alışkanlıkları *seyreden* davranış biçimlerinin çeşitlenmesinin önünü açıyor. İnsanlar kendi ürettikleri ve kendileri üzerinden üretilen içeriklerin işleme koyulması yoluyla sosyal medyada metalaştırılırken, bu sürecin çoğunlukla farkında dahi olmazlar ve kendilerine sunulan hizmetler üzerinde en ufak kontrolleri de bulunmaz. Dolayısıyla, bu süreçte edilgenleştirildikleri kadar, önlerine konan içerik ve olanaklarla yetinmek zorunda kaldıkları için, sayısal ağların çift yönlü iletişime olanak veren yapılarından da önemli ölçüde dışlanmış olurlar. Çift yönlü iletişim, sosyal medya kullanıcılarının metalaşması sürecinde teknik olarak hala çift yönlü olsa bile, sermayenin değerlendirilmesine hizmet ederken tek bir yöne indirgenir.

Seyreden davranış kategorilerinin ve mikse kapılma hallerinin yaygınlaşmasının diğer bir önemli vechesi ise insan ilişkilerinin geç kapitalizmin kültürel mantığına tercüme edilmesinde ortaya çıktı. Sanal-olanın giderek hayatımıza daha çok girmesiyle beraber, ilişkilerin kabuk değiştirmesi ve tahribatı olarak karşımıza çıkan yeni bir kültürden söz edilebilir. Elinizdeki çalışmada bu ilişki kültürü, arkadaşlık ilişkilerinin, aşkın ve politikaya dahil olma biçimlerinin sosyal medyada aldığı yeni biçimler etrafında değerlendirildi. Sanal-olan ilişkilerin sanal-olmayan ilişkileri dönüştürme kapasitesi arttıkça, geç kapitalizmin kültürel mantığına tercüme edilmiş benlik sunumları daha da ön plana çıktı ve kendi özgün dilini ve biçimini kazandı. Çok beğenilmeye, onaylanmaya ve paylaşılmaya odaklanan, benmerkezci kullanım biçimlerini yaygınlaştıran bu eğilimler yoluyla arkadaşlık ilişkileri de nesneleştirildi. Uçuculuk ve güvensizlik üzerine bina edilen ilişkiler içinde insanların gerçek dostlukları deneyimleme şansları giderek azalır.

Bütün bunlardan aşk da nasibini aldı. Aşkın romantik biçimini yaşayabilmenin yolları benzer biçimlerde tıkandı. Sosyal medyanın ve özellikle çevrimiçi çöpçatan sitelerinin yaygınlaşması ilişkiler açısından oburlaştırıcı fırsatların yaygınlaşmasının önünü açtı. İnsanların, alışveriş kataloglarındakine benzer biçimlerde özelliklerine göre sıralanıp, paketlenip, belirli bir form içinde sunulması, ideal kişiyi değil de ideal ilişkiyi öne çıkaran bir kültürün yaygınlaşması anlamına geldi. İki kişi arasındaki aşkın olmazsa olmazı olan öteki kişi, kataloglardaki alternatiflerin çoğalmasına koşut olarak, ironik bir biçimde, giderek bulunamaz ve ulaşılamaz bir şeye dönüştü. Aşk ve cinsel ilişki arayışı içinde olan bu kadar çok kullanıcının ve olanağın varlığına rağmen, tatmin edici bir ilişki kolay kolay bulunamıyor. İlişki gerçekten de bireyin önüne geçti ama bu arada birey ortadan kaybolduğu için, ilişki de yaşanabilir bir şey olmaktan çıktı.

Konu aşk olduğunda kayıplara karışan “ideal” birey, siyaset söz konusu olduğunda birdenbire tüm öykünün merkezindeymiş gibi ortaya çıkıyor. Politik katılımın meta fetişizmi etrafında örgütlenen toplumlardaki hali, kişiler üstü ve özel çıkarın ötesinde bir yerde tahayyül edilen kamusal alanın özel alan tarafından işgaline neden oldu. İnsanın türsel niteliklerinin onların elinden alınıp metalara mal edilmesi, politik katılımın da metaların kazandığı bu insani nitelikler ekseninde anlamlı hale gelmesine yol açtı. Bu nedenle, günümüzün insanı, kamusal alanda özel tahayyüllerin karşılığını aramaya meyillidir. Politika özel olana ve kişiler üstü alan kişisel olana dokunduğu ölçüde ilgisini çeker. Bu eğilimin “sıradan” insanlara ait bir eğilim olduğu da düşünülmemelidir. Şunu rahatlıkla söyleyebiliriz ki özelin kamusal alana zerk edilmişindeki kapaticılık belki de en güçlü biçimine politikayla en içli dışlı olan insanlarda görülüyor.

Akıllı telefonlarla erişilen sosyal medya, kamusal alanın bu şekilde çöküşünün en net görüldüğü yerlerin başında gelir. Sosyal medyadaki “kamu”da özel ve mahrem haliyle boy gösteren insanlar, ideal kamusal alan fikrinin çöküşünü adeta ilan ederler.

Sosyal medyanın ağ tipi yatay örgütlenmelere ve hareketliliklere sunduğu olanaklar bir yana, sosyal ağlardaki politikayla ilişkileniş biçimlerinin bireysel düzeyi, politik katılım ve toplumsal dayanışma potansiyelini dinamitleyen yönelimleri genele yayma konusunda emsalsiz bir rol üstlenmiştir. Gündelik hayatın akıllı telefonlar aracılığıyla itinayla sömürgeleştirilmesi bunun en büyük nedenidir: Özel olan kamusal işgal ettikçe kamusal alan özeline içe kapaticılığına hapsoluyor, kamusal olan özele taşıtıkça bireysel öznel gelişiminin “sahne gerisi”ni yitiriyor. Kısa, hızlı, derinliksiz, uçucu paylaşımlar yoluyla yaratılan ve ilgi çekmeye odaklanan politik katılım çabası, politikayla gerçek bir ilişkilene yaratmaktan çok, benlik sunumları etrafında patlayan kişisel hezeyanları öne çıkarıyor ve bireyi toplumsal bütünlüğün derinliklerinde yer alan, görüş alanı son derece dar çatlaklara sokuşturuyor. Dolayısıyla, bu sorun, yalnızca kamusal alandaki toplumsal bir müzakere olanağının iflasından ibaret görülemez. Yabancılaşmış insan, toplumsal iletişim olanağından yoksun kalmış insandır. İletişim araçlarının bu kadar geliştiği bir çağda iletişim kurmanın neden bu kadar zorlaştığı sorusunun cevabı, toplumsal ilişkilerin insana karşıt bu niteliklerinde saklıdır.

Raymond Williams, iletişimin kapitalist tarzda düzenlenmesinin sonuçlarını şu sözlerle değerlendirir: “İnsanlar iletişimin parıltılı makinesinden fayda sağlamamakta, tersine genelde ahmaklığa yakın bir kitleye indirgenmektedirler” (2014: 67). Günümüzün en parıltılı iletişim makinesi olan akıllı telefonlar da kendilerine layık görülen bu gösterişli sıfatın tam tersini insanlara sunmuyor mu? Akıllı telefonlar, insanların kendilerini gerçekleştirmesinin araçları olmaktan ziyade, yabancılaşmış ilişki biçimlerini dayatan araçlar olarak sunulduğu müddetçe, insanların türsel niteliklerine karşı açılan savaşın araçları olmaktan kurtulamazlar.

KAYNAKÇA

- Adorno, T. W. (2009). *Kültür Endüstrisi*. Çev., Nihat Ülner, Mustafa Tüzel, Elçin Gen. İstanbul: İletişim.
- Agger, B. (2011). "iTime: Labor and Life in A Smartphone Era." *Time and Society*. 20 (1): 119-136.
- Alogan, Y. (2017). "Kültürel Durumlar." <https://www.aydinlik.com.tr/kulturel-durumlar-yavuz-alogan-kose-yazilari-eylul-2017> *Aydınlık*. Erişim tarihi: 07.10.2017.
- Alotaibi, Naif M., Sarzetto, F. ...Yang, VXD. (2017). "Impact of Smartphone Applications on Timing of Endovascular Therapy for Ischemic Stroke: A Preliminary Study." *World Neurosurgery*. (107): 678-683.
- Althusser, L. (2015). *Marx İçin*. Çev., Işık Ergüden. İstanbul: İthaki.
- Archibald, W. P. (1978). "Using Marx's Theory of Alienation Emprically." *Theory and Society*. 6 (1): 119-132.
- Archibald, W. P. (2009). "Marx, Globalization and Alienation: Received and Underappreciated Wisdoms." *Critical Sociology*. 35 (2): 151-174.
- Ariel, Y., Elishar-Malka, V., Avidar, R., Levy, E.C. (2017). " Smartphone Usage Among Young Israeli Adults: Acombined Quantitative and Qualitative Approach" *Israel Affairs*. 23 (5): 970-986.
- Atamanalp, A. (2015). "Vicdanizm ve Neo-Peygamberlik." *Bilim ve Gelecek*. (139): 42-47.
- Atılğan, G. (2001). "Marx'ta İdeoloji: Kapitalizmin Devrimci Bir Eleştirisinin Olanacağı." *Praksis*. (4): 11-34.
- Bae, S. M. (2017). "The Relationship between the Type of Smartphone Use and Smartphone Dependence of Korean Adolescents: National Survey Study." *Children and Youth Services Review*. (81): 207-211.
- Baran, P. A., Sweezy, P. M. (2014). Tekelci Kapitalist Toplumun Niteliği: Kültür ve İletişim." *Monthly Review Türkçe*. Çev., Barış Baysal, Salim Özen. (16): 39-66.

- Baudrillard, J. (2013). *Tüketim Toplumu*. Çev., Hazal Deliceçaylı, Ferda Keskin. İstanbul: Ayrıntı.
- Bauman, Z. (2011). *Bireyselleşmiş Toplum*. Çev., Yavuz Alogan. İstanbul: Ayrıntı.
- Bauman, Z. (2012). *Akışkan Aşk*. Çev., Işık Ergüden. İstanbul: Versus.
- Bauman, Z. (2014). *Parçalanmış Hayat. Postmodern Ahlak Denemeleri*. Çev., İsmail Türkmen. İstanbul: Ayrıntı.
- Balibar, E. (2014). *Marx'ın Felsefesi*. Çev., Öner Laçiner. İstanbul: Birikim.
- Başaran, F. (2010). *İletişim ve Teknolojileri ve Toplumsal Gelişme*. Ankara: Ütopya.
- Beaud, M. (2015). *Kapitalizmin Tarihi 1500-2010*. Çev., Fikret Başkaya. İstanbul: Yordam.
- Belbachir, A. N., Göbel, P. M. (2009). "Smart Cameras: A Historical Evolution." *Smart Cameras*. Belbachir, Ahmed Nabil (ed.) in. Boston: Springer. 3-17.
- Benjamin, W. (2012). *Pasajlar*. Çev., Ahmet Cemal. İstanbul: Yapı Kredi.
- Berman, M. (2012). *Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor*. Çev., Ümit Altuğ, Bülent Peker. İstanbul: İletişim.
- Berman, M. (2014). *Marksizmle Maceram*. Çev., Aylin Ülçer. İstanbul: İletişim.
- Beninger, J. R. (1986). *The Control Revolution. Technological and Economic Origins of Information Society*. Cambridge: Harvard University.
- Bewes, T. (2008). *Şeyleşme*. Çev., Deniz Soysal. İstanbul: Metis.
- Bill, G. F., Brentt, I.F. (2012). "Top 10 Ways We Use Our Smartphones." *Pharmacy Automation and Technology*. 47(2):145-146.
- Bimber, B. (1990). "Karl Marx and the Three Faces of Technological Determinism." *Social Studies of Science*. 20(2): 333-351.
- Binark, M. (2005). "İnternet'i ve/ya Bilgisayar Dolayımı İletişim Ortamını İncelemek İsteyen Bir Araştırmacının Soruları ve Sorunları". *İnternet, Toplum, Kültür*. Mutlu Binark ve Barış Kılıçbay (der.) içinde. Ankara: Epos. 177- 190.

- Briggs, A.; Burke, P. (2011). *Medyanın Toplumsal Tarihi*. Çev., Ümit Hüsrev Yolsal, Erkan Uzun. İstanbul: Kırmızı.
- Bumin, T. (1998). *Hegel*. İstanbul: Yapı Kredi.
- Burke, J., Ornstein, R. (2014). "Ortaçağda İletişim ve İnanç." *İletişim Tarihi*. David Crowley ve Paul Heyer (der.) içinde. Çev., Berkay Ersöz. Ankara: Siyasal. 117-126.
- Callinicos, A. (2011). *Toplum Kuramı*. Çev., Yasemin Tezgiden. İstanbul: İletişim.
- Canpolat, E. (2012). "Teknolojik Belirlenimcilikte Bir Uğrak: Computopia." *Akdeniz İletişim*. (17): 43-61.
- Canpolat, E. (2013). "Küreselleşmenin İzini Foursquare'de Sürmek." *Galatasaray İletişim*. (19): 65-84.
- Castells, M., Fernandez-Ardevol, M., Qiu, J.L., Sey, A. (2004). *The Mobile Communication Society: A Cross Cultural Analysis of Available Evidence of on the Social Uses of Wireless Communication Technology*. Annenberg Research Network On International Communication.
- Castells, M. (2008). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum Kültür. Ağ Toplumunun Yükselişi* (Cilt I). Çev., Ebru Kılıç. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- Castells, M. (2013). *İsyen ve Umut Ağları. İnternet Çağında Toplumsal Hareketler*. Çev., Ebru Kılıç, İstanbul: Metis.
- Caudwell, C. (2002). *Ölen Bir Kültür Üzerine İncelemeler*. Çev., Müge Gürsoy Sökmen, Ali Bucak. İstanbul: Koç Üniversitesi
- Childe, G. (2006). *Kendini Yaratan İnsan*. Çev., Filiz Ofluoğlu. İstanbul: Varlık.
- Choi, J., Choi, O., Kim, J. (2017). "Effects of Adolescent Smartphone Addiction on Cybersexual Delinquency." *Social Behavior and Personality: An international journal*. (45): 819-832.
- Conley, D. (2012). "The End of Solitude." *Moving Data: The iPhone and the Future of Media*. Pelle Snickars, Patrick Vonderau (ed.). New York: Columbia University. 311-316.
- Crowley, D.; Heyer, P. (der.) (2014). *İletişim Tarihi*. Ankara: Siyasal.

- Çelik, B. (2013). "Teknoloji ile Kimlik Mücadelesi: Kürt Gençleri ve Cep Telefonu." *Sahanın Sesleri*. Hakan Ergül (der.) içinde. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi. 257-277.
- Das, A., Khan, H.U. (2015). "Security Behaviors of Smartphone Users." *Information & Computer Security*. 24 (1): 116-134.
- Debord, G. (2016). *Gösteri Toplumu*. Çev., Ayşen Ekmekçi, Okşan Taşkent. İstanbul: Ayrıntı.
- De Certeau, M. (2009). *Gündelik Hayatın Keşfi – I. Eylem, Uygulama, Üretim Sanatları*. Çev., Lale Arslan Özcan. Ankara: Dost Kitabevi.
- De Gaulejac, V. (2013). *İşletme Hastalığına Tutulmuş Toplum*. Çev., Özge Erbek. İstanbul. Ayrıntı.
- Douglas, M., Isherwood, B. (2002). *The World of Goods. Towards an Anthropology of Consumption*. London: Routledge.
- Duke, E., Montag, C. (2017). "Smartphone Addiction, Daily Interruptions and Self-Reported Productivity." *Addictive Behaviors Reports*. (6): 90-95.
- Elhai, J. D., Hall, B. J., Levine, J. C., Dvorak, R. D. (2017). "Types of Smartphone Usage and Relations with Problematic Smartphone Behaviors: The Role of Content Consumption vs. Social Smartphone Use." *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*. 11(2), article 3. <https://cyberpsychology.eu/article/view/7069/6432>
- Engels, F. (2006). *Doğanın Diyalektiği*. Çev., Arif Gelen. Ankara. Sol.
- Engels, F. (2011). *Ludwig Feuerbach ve Klasik Alman Felsefesinin Sonu*. Çev., Sevim Belli. Ankara. Sol.
- Engels, F. (2012). *Ütopik Sosyalizm ve Bilimsel Sosyalizm*. Çev., Sol Yayınları Kurulu. Ankara. Sol.
- Erdoğan, İ. (1999). "Eski Çağlar ve İlk İmparatorluklardaki Egemen İletişim Biçimleri Üzerine Bir Değerlendirme." *Kültür ve İletişim*. 2(2): 15-46.

- Erdoğan, İ. (2011). “Steve Jobs: Sermaye Diktatörlüğünün Gözde Yatırımcısı.” *Bilim ve Ütopya*. <https://www.bilimveutopya.com.tr/steve-jobs-sermayenin-diktatorlugunun-gozde-yatirimcisi> *Bilim ve Ütopya*. Erişim tarihi: 05.10.2017.
- Eroğul, C. (2014). *Birey Nedir?* İstanbul. Yordam.
- Featherstone, M. (2013). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*. Çev., Mehmet Küçük. İstanbul: Ayrıntı.
- Feenberg, A. (2010). “Eleştirel Teknoloji Teorisi.” *Teknoloji ve Toplum*. Guido Ruivenkamp, Joost Jongerden, Murat Öztürk (der.) içinde. Çev., Cumhur Atay. İstanbul: Kalkedon. 23-46.
- Fessler, L. (2017). “Oyunun Bir Parçası Olmak: Takılma Kültürü İnsana Ne Kazandırıyor?” Çev., Öznur Karakaş. <http://www.5harfliler.com/oyunun-bir-parcasi-olmak-takilma-kulturu/> Erişim tarihi: 29.09.2017.
- Fine, B. (2015). “Sömürü ve Artık Değer.” *Marksist İktisat Klavuzu*. Ben Fine, Alfredo Saad-Filho (der.) içinde. Çev., Gaye Yılmaz. Ankara: Dipnot: 180-189.
- Foster, J. B. McChasney, R. (2011). “İnternetin Kapitalizmle Uğursuz Evliliği” Çev., Kıvanç Nazım, Onur Gayretli. *Monthly Review Türkçe*. (28): 57-89.
- ____ Foxconn in Talks for China Display Plant. <https://www.wsj.com/articles/foxconn-in-talks-for-china-plant-investment-1414051635> Erişim tarihi: 12.04.2017.
- Fuchs, C. (2015). *Dijital Emek ve Karl Marx*. Çev., Tahir Emre Kalaycı, Senem Oğuz. Ankara: Notabene.
- Fukuyama, F. (1989). “The End of History?” *The National Interest*. (16): 3-18.
- Gardiner, M. (2016). *Gündelik Hayat Eleştirileri*. Çev., Deniz Özçetin, Babacan Taşdemir, Burak Özçetin. Ankara: Heretik.
- ____ Gençlik ve Spor Bakanlığı (2014). “Gençlik ve Sosyal Medya Araştırma Raporu.” <http://www.gsb.gov.tr/HaberDetaylari/1/3816/genclik-ve-spor-bakanligi-turkiyenin-en-kapsamli-sosyal-medya-arastirmasini-yapti.aspx> Erişim tarihi: 21.10.2017.
- Geras, N. (2011). *Marx ve İnsan Doğası*. Çev., İsmet Akça, M. Görkem Doğan. İstanbul: Birikim.

- Geray, H. (1994). *Yeni İletişim Teknolojileri*. Ankara: Kılıçaslan.
- Geray, H. (2003). *İletişim ve Teknoloji Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları*. Ankara: Ütopya.
- Geray, H. (2005). “Telekomünikasyon Ekonomisi”. *İletişim Ağlarının Ekonomisi* Funda Başaran ve Haluk Geray (der.) içinde. Ankara: Siyasal. 75-106.
- Gerbner, G. (2005). “Kitle İletişim Araçları ve İletişim Kuramı.” *Kitle İletişim Kuramları*. Erol Mutlu (der.) içinde. Ankara: Ütopya. 75-100.
- Giddens, A. (2014). *Mahremiyetin Dönüşümü. Modern Toplumlarda Cinsellik, Aşk ve Erotizm*. Çev., İdris Şahin. İstanbul: Ayrıntı.
- Goffman, E. (2016). *Gündelik Yaşamda Benliğin Sunumu*. Çev., Barış Cezar. İstanbul: Metis.
- Gökalp, İ. (1984). “Ekonomide Düzenleme Kavramı?” *Yapıt*. (49): 5-19.
- Güner, O. (2015). “Pop Siyaset Dili ve Değişim Fantazmagoryası.” *Bilim ve Gelecek*. (138): 34-41.
- Habermas, J. (2010). “Technical Progress and the Social Life-World.” *Technology and Values*. Craig Hanks (ed.) in. Oxford: Blackwell. 169-175.
- Habermas, J. (2016). *Kamusallığın Yapısal Dönüşümü*. Çev., Tanıl Bora, Mithat Sancar. İstanbul: İletişim.
- Harari, G.M., Lane, N. D., Wang, R., Crosier, B.M., Campbell, A. T., Gosling, S. D. (2016). “Using Smartphones to Collect Behavioral Data in Psychological Science: Opportunities, Practical Considerations, and Challenges.” *Perspectives on Psychological Science*. 11(6) 838-854.
- Harari, Y. N. (2012). *Sapiens*. Çev., Ertuğrul Genç. İstanbul: Kolektif.
- Harris, H. S. (2013a). “Bilinç.” *Hegel*. Güçlü Ateşoğlu (der.) içinde. Çev., Emre Ebetürk. Ankara: Doğu-Batı. 162-175.
- Harris, H. S. (2013a). “Öz-Bilinç.” *Hegel*. Güçlü Ateşoğlu (der.) içinde. Çev., Emre Ebetürk. Ankara: Doğu-Batı. 176-188.
- Harvey, D. (2012). *Sermayenin Sınırları*. Çev., Esin Soğancılar. İstanbul: Sel.

- Harvey, D. (2015). *On Yedi Çelişki ve Kapitalizmin Sonu*. Çev., Utku Balaban. Ankara: Tan.
- Hegel, G. W. F. (1977). *Phenomenology of Spirit*. Trans., A. V. Miller. London: Oxford University.
- Hegel, G. W. F. (2010). *Tarih Felsefesi*. Çev., Aziz Yardımlı. İstanbul: İdea.
- Hegel, G. W. F. (2011). *Tinin Görüngübilimi*. Çev., Aziz Yardımlı. İstanbul: İdea.
- Helvacıoğlu, E. (2016). “‘Twitter Analizciliği’ Zor İş.” <http://www.abcgazetesi.com/twitter-analizciligizor-is-7316yy.htm> *ABC Gazetesi*. Erişim tarihi: 07.10.2017.
- Henning, T. (2014). “Alienation-New Perspectives from Environmental Ethics, Social Philosophy, and Action Theory; an Introduction.” *Ethic Theory and Moral Practice*. (17): 7-11.
- Hew, J.J., Badaruddin, B.A., Moorthy, M.K. (2014). “Crafting A Smartphone Repurchase Decision Making Process: Do Brand Attachment and Gender Matter?” *Telematics and Informatics*. 34(4): 34-56.
- Hobsbawn, E. (2012). *Kısa 20. Yüzyıl 1914-1991 Aşırıliklar Çağı*. Çev., Yavuz Alogan. İstanbul: Everest.
- Hyppolite, J. (2010). *Marx ve Hegel Üzerine Çalışmalar*. Çev., Doğan Barış Kılınç. Ankara: Doğu-Batı.
- Hsiao, M-H., Chen, L-C. (2015). “Smart Phone Demand: An Empirical Study on the Relationships Between Phone Handset, Internet Access and Mobile Services.” *Telematics and Informatics*. (32): 158-168.
- İlin, M., Segal, E. (2000). *İnsan Nasıl İnsan Oldu?* Çev., Ahmet Zekarya. İstanbul: Say.
- Innis, H. (2006). *İmparatorluk ve İletişim Araçları*. Çev., Nurcan Törenli. Ankara. Ütopya.
- Jameson, F. (2011). *Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantığı*. Çev., Nuri Plümer, Abdülkadir Gölcü. Ankara: Nirengi.
- Jameson, F. (2016). *Hegel Varyasyonları*. Çev., Bülent O. Doğan. İstanbul: İthaki.

- Jarvis, C. M. (1958). "The Distribution and Utilization of Electricity". *A History of Technology*. Charles Slinger, E. J. Holmyard, A.R. Hall and Trevor I. Williams (ed.) Oxford: Oxford University. 208-234.
- Jeon, H. (2015). "Bilgi Ekonomisi." *Marksist İktisat Klavuzu*. Ben Fine, Alfredo Saad-Filho (der.). içinde. Çev., Ferda Uzunyayla. Ankara: Dipnot: 264-273.
- Jessop, B. (2005). *Hegemonya, Post-Fordizm ve Küreselleşme Ekseninde Kapitalist Devlet*. Betül Yarar ve Alev Özkazanç (der.). içinde. Çev., Betül Yarar, Alev Özkazanç. İstanbul: İletişim.
- Jhally, S., Livant, B. (1986). "Watching As Working: The Valorization Audience Consciousness." *Journal of Communication*. 36(3): 124-143.
- Kawachi, I., Berkman, L., F. (2001). "Social Ties and Mental Health." *Journal of Urban Health*. 78(3): 458-467.
- Kim, K.J., Shin, D.H., Park, E. (2015). "Can Coolness Predict Technology Adoption? Effects of Perceived Coolness on User Acceptance of Smartphones with Curved Screens." *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 18(9): 528-533.
- Kojève, A. (2016). *Hegel Felsefesine Giriş*. Çev., Selahattin Hilav. İstanbul: Yapı Kredi.
- Kolakowski, L. (1978). *Main Currents of Marxism* (Vol. II). London: Oxford University.
- Kosik, K. (2015). *Somutun Diyalektiği*. Çev., Ezgi Kaya. İstanbul: Yordam.
- Kozanoğlu, C. (2015). "Can Kozanoğlu: Sosyal medya kadar sivri dilli olsak 55 milyona düşerdik." Selin Ongun (Röp.).
http://www.cumhuriyet.com.tr/koseyazisi/252653/Can_Kozanoglu__Sosyal_medya_kadar_sivri_dilli_olsak_55_milyona_duserdik.html Erişim tarihi: 05.10.2017.
- Kumar, K. (2004). *Sanayi Sonrası Toplumdan Post Modern Topluma*. Çev., Mehmet Küçük. Ankara: Dost Kitabevi.
- Lebowitz, M. A. (2016). "Madem Akıllısın, Niye Zengin Değilsin?" Çev., Kıvanç Nazım. *Monthly Review Türkçe*. (40): 25-36.

- Lee, D. H. (2013). "Smartphones, Mobile Social Space, and New Sociality in Korea." *Mobile Media & Communication*. 1(3): 269-284.
- Lefebvre, H. (2010). *Gündelik Hayatın Eleştirisi I*. Çev., Işık Ergüden. İstanbul: Sel.
- Lefebvre, H. (2013). *Modern Dünyada Gündelik Hayat*. Çev., Işın Gürbüz. İstanbul: Metis.
- Lewer, B. (2016). "To Fall In Love, Click Here."
<https://www.jacobinmag.com/2016/02/internet-dating-commodification-love-valentine/>
Erişim tarihi: 29.09.2017.
- Löwy, M., Dumenil, G., Renault, E. (2012). *Marksizmin 100 Kavramı*. Çev., Gözde Orhan. İstanbul: Yordam.
- Lukács, G. (2013a). *Hegel*. Çev., Ayşe Tekşen. İstanbul: Payel.
- Lukács, G. (2013b). "Tin'in Fenomenolojisi'nin Merkezindeki Felsefi Kavram Olarak Entausserung ('Dışsallaşma')." *Hegel*. Güçlü Ateşoğlu (der.) içinde. Çev., Doğan Barış Kılıç. Ankara: Doğu-Batı. 213-252.
- Lukács, G. (2014). *Tarih ve Sınıf Bilinci*. Çev., Yılmaz Öner. İstanbul: Belge.
- Luxemburg, R. (1984). *Sermaye Birikiminin Tarihsel Koşulları*. İstanbul: Kaynak.
- Manzerolle, V. R., Kjoson, A. M. (2014). "Sermayenin İletişimi Sayısal Medya ve Hızlanmanın Mantığı." *M@rx Geri Döndü*. Vincent Mosco, Christian Fuchs (der.) içinde. Çev., Banu Durdağ. Ankara: Notabene. 217-253.
- Marcuse, H. (1975). *Tek Boyutlu İnsan*. Çev., Afşar Timuçin, Teoman Tunçdoğan. İstanbul: May.
- Marinova, D., de Ruyter, vd. (2017). "Getting smart: Learning from technology-empowered frontline interactions". *Journal of Service Research*, 20(1), 29-42.
- Marx, L. (1998). "The Idea of 'Technology' and Postmodern Pessimism." *Does Technology Drive History? The Dilemma of Technological Determinism*. Merritt Roe Smith, Leo Marx (ed.) in. Cambridge: The Massachusetts Institute of Technology. 237-257.
- Marx, K. (2005). *1844 Elyazmaları*. Çev., Kenan Somer. Ankara. Sol.

- Marx, K. (2009). *Kutsal Aile*. Çev., Kenan Somer. Ankara: Sol.
- Marx, K. (2011a). *Kapital* (Cilt I). Çev., Mehmet Selik, Nail Satlıgan. İstanbul: Yordam.
- Marx, K. (2011b). *Felsefenin Sefaleti*. Çev., Ahmet Kardam. Ankara: Sol.
- Marx, K. (2012). *Kapital* (Cilt II). Çev., Mehmet Selik. İstanbul: Yordam.
- Marx, K. (2013a). *Grundrisse* (Cilt I). Çev., Arif Gelen. Ankara: Sol.
- Marx, K. (2013b). *Grundrisse* (Cilt I). Çev., Arif Gelen. Ankara: Sol.
- Marx, K. (2015). *Kapital* (Cilt III). Çev., Mehmet Selik, Erkin Özalp. İstanbul: Yordam.
- Marx, K., Engels, F. (2013). *Alman İdeolojisi*. Çev., Tonguç Ok, Olcay Geridönmez. İstanbul: Evrensel.
- Marx, K., Engels, F. (1998). *The German Ideology*. New York: Prometheus.
- Marx, K., Engels, F. (2014). *Komünist Manifesto*. Çev., Nail Satlıgan. İstanbul: Yordam.
- Masuda, J. (1990). *Managing In the Information Society. Releasing Synergy Japanese Style*. Cambridge: Basil Blackwell.
- Matar B. J., Jaalouk D. (2017). "Depression, anxiety, and smartphone addiction in university students- A Cross Sectional Study." *Plos One*. 12(8). <http://journals.plos.org/plosone/article/citation?id=10.1371/journal.pone.0182239>
- Matarrese, C. (2007). "Hegel's Theory of Freedom." *Philosophy Compass*. 2(2): 170-186.
- May, H., Hearn, G. (2005). "The Mobile Phone As Media." *International Journal of Cultural Studie*. 8(2): 195-211.
- McLuhan, M., Powers, B. R. (2001). *Global Köy*. Çev., Bahar Öcal Düzgören. İstanbul: Scala.
- McNeill, W. H. (2015). *Dünya Tarihi*. Çev., Alaeddin Şenel. Ankara: İmge.
- Mercer, D. (2006). *The Telephone: The Life Story of A Technology*. London: Greenwood.

- Meyrowitz, J. (1985). *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. New York: Oxford University.
- Miller, D., Costa, E., Haynes, N., McDonald, T., Nicolescu, R., Sinanan, J., . . . Wang, X. (2016). "Does Social Media Make People Happier?" *How the World Changed Social Media*. Miller, D., Costa, E., Haynes, N., McDonald, T., Nicolescu, R., Sinanan, J., . . . Wang, X. (ed.). London: UCL. 193-204.
- Mitcham, C. (2010). "Philosophy of Information Technology" *Technology and Values*. Craig Hanks (ed.) in. Oxford: Blackwell. 481-490.
- Moody, L., Burtner, J. (2005) "Evaluating Both Usability and Desirability in the Evaluation of Cell Phones: Towards an Integrated Model." *Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society 49th Annual Meeting*. 1758-1761.
- Mosco, V. (2004). *The Digital Sublime. Myth, Power and Cyberspace*. Cambridge: The Massachusetts Institute of Technology.
- Mugge, R., Jockin, B., Bocken, N. (2017). "How to Sell Refurbished Smartphones? An Investigation of Different Customer Groups and Appropriate Incentives." *Journal of Cleaner Production*. (147): 284-296.
- Muralidharan, S., La Ferle, C., Sung, Y. (2015). "How Culture Influences the "Social" in Social Media: Socializing and Advertising on Smartphones in India and the United States. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 18(6): 1-5.
- Murray, R. (1995). "Fordizm ve Post-Fordizm". *Yeni Zamanlar*. Stuart Hall ve Martin Jacques (der.) içinde. Çev., Abdullah Yılmaz. İstanbul: Ayrıntı. 46-62.
- Musto, M. (2010). "Revisiting Marx's Concept of Alienation." *Socialism and Democracy*. 24 (3): 79-101.
- Ngai, P., Chan, J. (2012). "Global Capital, the State, and Chinese Workers: The Foxconn Experience." *Modern China*. 38 (4): 383-410.
- Ollman, B. (2008). *Diyalektiğin Dansı*. Çev., Cenk Saraçoğlu. İstanbul: Yordam.
- Ollman, B. (2011a). *Marksizme Sıradışı Bir Giriş*. Çev., Ayşegül Kars. İstanbul: Yordam.

- Ollman, B. (2011b). *Diyalektik Soruşturmalar*. Çev., Cenk Saraçoğlu. İstanbul: Yordam.
- Ollman, B. (2012). *Yabancılaşma*. Çev., Ayşegül Kars. İstanbul: Yordam.
- Ong, W. J. (2003). *Sözlü ve Yazılı Kültür*. Çev., Sema Postacıoğlu Banon. İstanbul: Metis.
- Pappenheim, F. (2002). *Modern İnsanın Yabancılaşması*. Çev., Salih Ak. Ankara: Phoenix.
- Park, Y.M., Han, Y.D., Chun, H.J., Yoon, H.C. (2016). "Ambient Light-Based Optical Biosensing Platform with Smartphone-embedded Illumination Sensor." *Biosensors and Bioelectronics*. (93): 205-211.
- Poe, M. T. (2014). *İletişim Tarihi*. Çev., Umut Yener Kara. İstanbul: Isık.
- Preston, P. (2001). *Reshaping Communications: Technology, Information and Social Change*. London: Sage.
- Raha, P. (1973). "The Place of Man in the Philosophy of Karl Marx." *Social Scientist*. 1(8): 61-68.
- Real, F. D., Berry, F. (2009). "Smart Cameras: Technologies and Applications." *Smart Cameras*. Belbachir, Ahmed Nabil (ed.) in. Boston: Springer. 35-50.
- Rey, P. (2012). "Alienation, Exploitation, and Social Media." *American Behavioral Scientist*. 56 (4): 399-420.
- Ritzer, G., Jurgenson, N. (2010). "Production, Consumption, Prosumption. The Nature of Capitalism in the Age of the Digital 'Prosumer'". *Journal of Consumer Culture*. 10(1): 13-36.
- Ritzer, G. (2016). *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek. Tüketim Katedrallerinde Süreklilik ve Değişim*. Çev., Funda Payzın. İstanbul: Ayrıntı.
- Ronell, A. (2001). "A Dissappearance of Community." *Reading Digital Culture*. David Trend (ed.) in. Oxford: Blackwell. 287-293.
- Rose, A. (2001). "The New Smartness." *Reading Digital Culture*. David Trend (ed.) in. Oxford: Blackwell. 354-363.

- Rosin, H. (2012). "Boys On The Side."
<https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2012/09/boys-on-the-side/309062/>
Erişim tarihi: 29.09.2017.
- Savci, M., Aysan, F. (2017). "Technological Addictions and Social Connectedness: Predictor Effect of Internet Addiction, Social Media Addiction, Digital Game Addiction and Smartphone Addiction on Social Connectedness." *Dusunen Adam: The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences*. (30): 202-216.
- Sayer, D. (2012). *Soyutlamanın şiddeti*. Çev., Gül Çağalı Güven. İstanbul: Habitus.
- Sayers, S. (2009). *Marksizm ve İnsan Doğası*. Çev., şükrü Alpagut. İstanbul: Yordam.
- Sennett, R. (2011). *Yeni Kapitalizmin Kültürü*. Çev., Aylin Onacak. İstanbul: Ayrıntı.
- Sennett, R. (2013). *Kamusal İnsanın Çöküşü*. Çev., Serpil Durak, Abdullah Yılmaz. İstanbul: Ayrıntı.
- Shakya, H. B., Christakis, N. A. (2017) "Association of Facebook Use With Compromised Well-Being: A Longitudinal Study." *American Journal of Epidemiology*. 185(3): 203-211.
- Schmandt-Besserat, D. (2014). "Yazının En Eski Öncüsü." *İletişim Tarihi*. David Crowley ve Paul Heyer (der.) içinde. Çev., Berkay Ersöz. Ankara: Siyasal. 35-47.
- ____Shumpeter (2012). "Slaves to the Smartphones."
<http://www.economist.com/node/21549904> Erişim tarihi: 13.08.2016.
- Simmel, G. (2014). *Paranın Felsefesi*. Çev., Yavuz Alogan. İstanbul: İthaki.
- Smythe, D. W. (1951). "The Consumer's Stake in Radio and Television." *The Quarterly of Film Radio and Television*. 6(2): 109-128.
- Smythe, D. W. (1977). "Communications: Blindspot of Western Marxism." *Canadian Journal of Political and Social Theory*. 1(3): 1-27.
- Smythe, D. W. (2006). " On the Audience Commodity and its Work." *Media and Cultural Studies Key Works*. Meenakshi Gigi Durham and Douglas M. Kellner (ed.). Oxford: Blackwell. 230-256.

- Sohn-Rethel, A. (2011). *Zihin Emeği Kol Emeği*. Çev., Ayşe Deniz Temiz. İstanbul: Metis.
- Spachos, P., James, M., Gregori, S. (2017). "Power tradeoffs in mobile video transmission for smartphones." *Computer Communications*. (x): xxx. (Article in Press).
- Stevenson, N. (2008). *Medya Kültürleri: Sosyal Teori ve Kitle İletişimi*. Çev., Barış Engin Aksoy. Ankara: Ütopya.
- Sugie, N. F. (2016). "Utilizing Smartphones to Study Disadvantaged and Hard-to-Reach Groups." *Sociological Methods & Research*. 1-34.
- Swain, D. (2013). *Yabancılaşma*. Çev., Hande T. Urbanlı. İstanbul: Durak.
- Şenel, A. (2014). *İnsanlık tarihi: Kemirgenlerden Sömürgenlere*. Ankara: İmge.
- Şeni, N. (1981). "Ekonomik Kriz ve Yeni Birikim Modeli Senaryosu Üzerine." *Toplum ve Bilim*. (14): 44-63.
- Taş, O. (2006). "İletişim Alanında Yöndeşme Eğilimleri Teknoloji, Pazar ve Düzenleme". *Kültür ve İletişim*. 9(2), 33-62.
- Teigen, A., Wheat, A., Rall, J. (2013) "Driving the Future." *State Legislatures Magazine*. (March):12-15.
- Thompson, J. B. (2005). "Kitle İletişiminin Bazı Özellikleri." *Kitle İletişim Kuramları*. Erol Mutlu (der.) içinde. Ankara: Ütopya. 210-220.
- Timur, T. (2007). *Marksizm, İnsan ve Toplum*. İstanbul: Yordam.
- Tourain, A. (2014). *Modernliğin Eleştirisi*. Çev., Hülya Uğur Tanırdoğan. İstanbul: Yapı Kredi.
- Tourangeau, R., Sun, H., ... Williams, D. (2017). "Web Surveys by Smartphones and Tablets: Effects on Data Quality." *Social Science Computer Review*. 1-15.
- Toprak, A., Yıldırım, A., Aygül, E., Binark, M., Börekçi, S., Çomu, T. (2014). *Toplumsal Paylaşım Ağı: Facebook*. İstanbul: Kalkedon.

- Törenli, N. (2013). "EİT Dolayımında Kapitalist Üretim İlişkilerinin Yeniden Yapılandırılması: Enformasyon Toplumu ve Düşündürdükleri." *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*. 58(2): 191-219.
- Törenli, N. (2005). *Yeni Medya Yeni İletişim Ortamı*. Ankara: Bilim ve Sanat.
- Thulin, E. (2017). "Always On Mind: How Smartphones Are Transforming Social Contact among Young Swedes." *Young*. 26 (5): 1-19.
- Van Dijk, J. (1999). *The Network Society*. London: Sage.
- Virilio, P. (2003). *Enformasyon Bombası*. Çev., Kaya Şahin. İstanbul: Metis.
- Wallerstein, I. (2009). *Tarihsel Kapitalizm*. Çev., Necmiye Alpay. İstanbul. Metis.
- Ward, A. F., Duke, K., Gneezy A., Bos M. W. (2017). "Brain Drain: The Mere Presence of One's Own Smartphone Reduces Available Cognitive Capacity." *Journal of the Association for Consumer Research* 2. (2): 140-154.
- Webster, F. (2002). *Theories of Information Society*. London: Routledge.
- Wendling, A. E. (2009). *Karl Marx On Technology and Alienation*. New York: Palgrave Macmillan.
- Williams, R. (1999). *İkibin'e Doğru*. Çev., Esen Tarım. İstanbul: Ayrıntı.
- Williams, R. (2013). *Kültür ve Materyalizm*. Çev., Ferit Burak Aydar. İstanbul: Sel.
- Williams, R. (2014). "İletişimde Var Olan Alternatifler." *Monthly Review Türkçe*. Çev., Barış Baysal, Salim Özen. (16): 67-82.
- Withgeford, N. D. (2004). *Siber M@rx*. Çev., Ali Çakıroğlu. İstanbul: Aykırı.
- Wood, A. W. (2013). "Hegel ve Marksizm." *Hegel*. Güçlü Ateşoğlu (der.) içinde. Çev., Bora Erdağı, Mehmet Evren Dinçer. Ankara: Doğu-Batı. 392-424.
- ____Yaprak (2017). "Dava Adamıyla Sanal Flört: Varla Yok Arası Bir Öykü." <http://www.5harfliler.com/dava-adamiyla-sanal-flort/> Erişim tarihi: 29.09.2017.
- Yücesan-Özdemir, G. (2009). *Emek ve Teknoloji*. Ankara: Tan.
- Zizek, S. (2011). *İdeolojinin Yüce Nesnesi*. Çev., Tuncay Birkan. İstanbul: Metis.

EKLER

EK 1: Derinlemesine Görüşme Katılımcı Bilgileri

Sıra	Mahlas	Yaş	Meslek	Görüşme Tarihi	Görüşme Süresi
1	Ahmet	27	Hacettepe Üniversitesi Fizik Mühendisliği bölümünde araştırma görevlisi.	21.05.2015	1 saat 36 dakika
2	Atalay	23	Ankara Kızılay'da "telefon borsası" olarak bilinen ikinci el telefon alım-satımı yapan dükkânlardan birinde çalışıyor.	04.08.2015	1 saat 46 dakika
3	Banu	30	Ankara'da bir kamu kuruluşunda memur.	19.10.2015	2 saat 37 dakika
4	Bilge Selçuk	44	Doç. Dr., Koç Üniversitesi Çocuk ve Aile Çalışmaları Laboratuvarı direktörü.	17.11.2015	1 saat 21 dakika
5	Cannur	24	Ankara'da bir AVM'de pazarlama bölümünde çalışıyor.	15.05.2015	1 saat 38 dakika
6	Ceyda	27	Ankara'da yayınevlerinde editörlük ve "kaçak" İngilizce öğretmenliği yapıyor.	11.10.2015	1 saat 53 dakika
7	Emel	22	Ankara'da işsiz.	22.10.2015	1 saat 40 dakika
8	Ercan	53	Ankara Ostim'de hidrolik pompa işçisi.	02.10.2015	36 dakika
9	Esin	38	İstanbul'da bir sanat galerisinde çalışıyor.	18.11.2015	1 saat 33 dakika
10	Gamze	27	İstanbul-Ankara, metin yazarlığı ve çevirmenlik yapıyor.	11.01.2016	1 saat 31 dakika
11	Çiğdem	21	Hacettepe Üniversitesi Aktüerya Bilimleri bölümünde öğrenci.	27.05.2015	2 saat 19 dakika
12	Soner	35	Ankara İskitler'deki bir ecza deposunda işçi olarak çalışıyor.	16.10.2015	1 saat 1 dakika
13	Cemil	35	Ankara İskitler'deki bir ecza deposunda işçi olarak çalışıyor, ayrıca akşamları Kızılay'da nohut-pilav satıyor.	16.10.2015	1 saat 1 dakika
14	Nuran	30	Ankara İskitler'deki bir ecza deposunda memur olarak çalışıyor.	16.10.2015	1 saat 1 dakika

15	Yasin	42	Ankara Ostim'deki bir hidrolik ve iş makineleri üretim ve tamir servisinde tornacı olarak çalışıyor.	29.09.2015	39 dakika
16	Yücel	40	Ankara Ostim'deki bir hidrolik ve iş makineleri üretim ve tamir servisinde iş makinesi tamircisi olarak çalışıyor.	29.09.2015	39 dakika
17	Tekin	48	Ankara Ostim'deki bir hidrolik ve iş makineleri üretim ve tamir servisinde muhasebeci olarak çalışıyor.	29.09.2015	39 dakika
18	Leyla	27	Kadir Has Üniversitesi'nde doktora öğrencisi.	20.11.2015	1 saat
19	Rüya	22	Hacettepe Üniversitesi Ev Ekonomisi bölümünde öğrenci.	01.12.2015	2 saat 30 dakika
20	İlker	33	Ankara'da çokuluslu bir şirkette elektrik mühendisi olarak çalışıyor.	20.08.2015	1 saat 55 dakika
21	Yeşim	26	Ankara'da eğitim alanında danışmanlık hizmeti veren bir şirkette çalışıyor.	12.08.2015	1 saat 52 dakika
22	Nazan	33	Ankara'da ulusal bir kanalda diplomasi muhabiri olarak çalışıyor.	07.09.2015	1 saat 23 dakika
23	Melih	32	Ankara'da bir kamu kuruluşunda elektrik mühendisi olarak çalışıyor.	24.01.2016	1 saat 3 dakika
24	Yalçın	37	Ankara'da Türk Tarih Kurumu'nda memur olarak çalışıyor.	24.01.2016	1 saat 3 dakika
25	Özcan	33	İstanbul'da yönetmen asistanı olarak çalışıyor.	20.11.2015	34 dakika
26	Sinem	31	Ankara'da özel bir hastanede doktor olarak çalışıyor.	17.09.2015	1 saat 8 dakika
27	Hasan	23	Ankara'da inşaat işçisi olarak çalışıyor.	04.12.2015	1 saat 5 dakika
28	Hüseyin	25	Ankara'da inşaat işçisi olarak çalışıyor.	04.12.2015	1 saat 5 dakika
29	Kemal	50'ler	Ankara Ostim'deki bir hidrolik ve iş makineleri tamir servisinde tornacı olarak çalışıyor.	29.09.2015	39 dakika
30	Selim	50'ler	Ankara Ostim'deki bir iş yerlerinde aşçılık yapıyor.	29.09.2015	39 dakika

EK 2: Yarı Yapılandırılmış Görüşme Soruları

1. Demografik özellikler ve kişisel eğitim bilgileri

Adınız ve soyadınız?

Doğum tarihiniz ve yeriniz?

Eğitim bilgileriniz?

2. Akıllı telefon, tarife bilgileri ve genel olarak yeni iletişim teknolojileriyle olan ilişki

Hangi akıllı telefonu kullanıyorsunuz?

Bu akıllı telefonu ne zaman aldınız? Önceki akıllı telefonlarınız hangileriydi?

Aylık kaç GB internet, kaç dakika telefon görüşmesi ve SMS hakkınız var? Bunların ne kadarını kullanıyorsunuz?

Başka hangi sabit ya da mobil dijital cihazlara sahipsiniz? Bunları koordineli olarak kullanıyor musunuz?

3. Akıllı telefona yönelik temel tercihler

Neden bu akıllı telefonu seçtiniz?

Hangi sıklıkla akıllı telefonunuzu değiştirirsiniz?

Marka, işletim sistemi, teknik özellikler ve akıllı telefonunun dış görünüşü gibi şeyler tercihlerinize yön verir mi, verirse hangi ölçülerde verir?

Akıllı telefonunuzun işletim sistemine ve teknik özelliklerine ne kadar hâkimsiniz?

IOS ya da Android gibi mobil işletim sistemlerini deneyimlerinize göre karşılaştırabilir misiniz?

Akıllı telefonun en çok hangi özelliklerini kullanıyorsunuz?

En çok hangi uygulamaları kullanıyorsunuz?

Ücretli uygulama satın alıyor musunuz?

4. Kullanım biçimleri ve deneyimler

Sıradan bir gününüzü kısaca anlatır mısınız?

Akıllı telefonunuzun en çok neden bu özelliklerini ve bu uygulamaları kullanıyorsunuz?

Kullandığınız uygulamaların ve özelliklerin sizi en çok tatmin eden ve en çok rahatsız eden yönleri nelerdir?

Akıllı telefonlar yaşamınızı kolaylaştırdı mı?

Akıllı telefonunuz aracılığıyla yemek siparişi veriyor musunuz? İnternette alışveriş yapıyor musunuz?

İşinizde akıllı telefonunuzu kullanıyor musunuz?

Akıllı telefonunuzu mesai saatleri dışında iş için kullanıyor musunuz?

Profil fotoğraflarınızı ve paylaştığınız diğer fotoğrafları neye göre seçersiniz?

Sosyal medyada özel hayatınızı ne ölçüde paylaşırsınız?

Sosyal medyayı gerçek kimliğinizle mi kullanırsınız?

Akıllı telefonunuzu özel ilgi alanlarınız için kullanıyor musunuz? Özel olarak takip ettiğiniz bloglar ya da sosyal medya hesapları var mı?

5. İlişkiler

Akıllı telefonlar arkadaşlık ilişkilerinizi nasıl etkiliyor?

Kullandığınız sosyal medya siteleri aracılığıyla insanlarla tanıştınız mı?

Sosyal medya insanların davranışlarını nasıl etkiliyor? Kendimizle ilgili vermek istediğimiz izlenimleri etkiliyor mu?

Sosyal medya arkadaşlıklarıyla reel arkadaşlıkları karşılaştırabilir misiniz?

Tinder gibi online çöpçatan sitelerini kullanıyor musunuz?

Sosyal medya ve aşkı nasıl değerlendirirsiniz?

6. Politikaya katılım

Akıllı telefonunuzu ve sosyal medyayı politikaya katılım amacıyla kullanıyor musunuz?

Politik paylaşımlarda bulunuyor musunuz?

Anonim sosyal medya hesaplarınız var mı?

“Haziran protestoları”nda akıllı telefonunuz var mıydı? Kullandınız mı? Nasıl bir deneyim yaşadınız?

Akıllı telefonlar ülkemizle ve dünyamızla olan iletişimi nasıl etkiliyor? Politikaya katılımımızı kolaylaştırıyor mu?

Sosyal medya aracılığıyla tanıştığınız ya da ilişki kurduğunuz yazar, politikacı ya da başka bir ünlü oldu mu?

Akıllı telefonlar bizi ve dünyamızı özgürleştiriyor mu?

EK 3: Araştırmaya Katılım için Bilgilendirme ve Rıza Formu

Araştırmanın Konusu

Bu araştırma, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı'nda yürütülen bir doktora çalışmasıdır ve son yıllarda gittikçe yaygınlaşan akıllı telefonların kullanım pratiklerini yabancılaşma problemi çerçevesinde ele almayı amaçlamaktadır. Bitiş tarihi Haziran 2017 olarak planlanmaktadır.

Araştırma Metodu

Araştırma kapsamında, araştırmacı, katılımcılarla derinlemesine görüşmeler yapacaktır ve bu derinlemesine görüşmelerde katılımcının izni ile ses kayıt cihazı kullanılacaktır.

Gizlilik

Etik ilkeler doğrultusunda, katılımcıdan farklı bir istek gelmediği takdirde, çalışma kapsamında katılımcının kimliğine dair tüm bilgiler ve katılımcıların kimlik bilgileri araştırmada anonim tutulacaktır. Ses kaydı alınacağı tüm zamanlarda katılımcının izni alınacaktır. Katılımcının izni doğrultusunda katılımcı ile yapılan görüşme kayıtları ve görüşme sırasında alınan notlar, varsa görsel materyaller gizlilik ilkesine bağlı kalınarak, araştırmada yer alacaktır. Araştırma kapsamında paylaşılan tüm bilgiler sadece akademik amaçlarla kullanılacaktır. Araştırma tamamlandıktan sonra, katılımcılara dair tüm bilgiler imha edilecektir.

İletişim

Araştırmaya dair herhangi bir sorunuz olduğunda araştırmacı Emre CANPOLAT ya da ilgili araştırmanın doktora tez danışmanı Doç. Dr. Gökhan ATILGAN ile iletişime geçebilirsiniz; (312) 297 62 30, canemrepolat@gmail.com; atilganster@gmail.com
Araştırma süresince katılımcı pozisyonunuzdan kaynaklanan haklarınızın korunmadığını ya da ihlal edildiğini düşündüğünüz durumlarda Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Suavi AYDIN ile bağlantıya geçebilirsiniz (312) 297 62 30; suavi@hacettepe.edu.tr

Katılım

Araştırmaya katılım gönüllük esasına dayanır. Çalışmadan istediğiniz zaman çekilme hakkına sahipsiniz.

Araştırmada kimlik bilgilerimin anonim tutulmasını istiyorum

Araştırmada gerçek ismimin kullanılmasına izin veriyorum

Rıza

Katılımcı:

Yukarıda yer alan bilgileri okudum ve anladım. Araştırmaya dair sorularımın cevabını aldım. Kendi isteğimle çalışmaya katılmaya rıza gösteriyorum.

Adı ve Soyadı _____ Tarih: _____ İmza: _____

Araştırmacı:

Katılımcıya çalışmayı açıkladım ve katılımcının nasıl bir çalışma içinde yer alacağını anladığını düşünüyorum.

Adı ve Soyadı _____ Tarih: _____ İmza: _____

ÖZET

İLETİŞİM, YABANCILAŞMA VE META FETİŞİZMİ: AKILLI TELEFONLAR ÜZERİNE İNCELEME

Yabancılaşma, modern insana dair bir sorun ve temas ettiği toplumsal olguların çeşitliliğine koşut olarak, günümüzde de önemini korumaya devam ediyor. İletişim teknolojilerinin gelişmesi, akıllı telefonların yaygınlaşması ve sosyal medyanın yükselişi, yabancılaşma konusunu, gündelik bir ilgi düzeyinde gündemde tutuyor. İnsanlar, gün boyunca, sabah gözlerini açtıktan gece kapayana dek, hemen her yerde akıllı telefonlarını kullanıyorlar ve sosyal medyada zaman geçiriyorlar. Ancak bu durum çoğunlukla bağımlılık, fayda-zarar veya sanallık-gerçeklik ikilemleri etrafında dönen tartışmalarla, oldukça yüzeysel ve çarpık bir şekilde ele alınıyor.

Marksist yabancılaşma teorisi ise bu konuya farklı bir bakış getirmemize olanak veriyor. Marx ve diğer Marksist düşünörlere göre, yabancılaşma, en genel düzeyde, insana dair her şeyin insanlık dışı bir gücün denetimi altına girmesini tanımlar. Kapitalist üretim tarzı ve ilişkileri, sözü edilen insanlık dışı gücün günümüzdeki ifadeleridir. Bu üretim tarzına özgü toplumsal ilişkiler, o ilişkilerin eyleyeni olan insanlara kendilerinden bağımsızmış gibi görünür. İnsanın toplumsal varlığı, o üretim ilişkilerinde yer bulduğu ölçüde ve o üretim tarzının kültürel mantığına uyarlandığı ölçüde anlamlı olur. Bu çalışma, birer meta olarak insanlara sunulan akıllı telefonlarda yabancılaşmanın gündelik görünömlerine odaklanıyor: Akıllı telefonları ortaya çıkaran teknolojik gelişmeler ve üretim ilişkileri, Marksist bir perspektifle ele alınıyor ve akıllı telefon kullanım pratikleri, insanların kendini gerçekleştirme olanakları açısından değerlendiriliyor. İnsanların kendilerini gerçekleştirme olanaklarını kaybettiği kapitalist bir toplumda, teknoloji, bilgi ve akıl, birer fetiş unsur olarak onların karşısına dikilir. Gündelik hayat ve toplumsal ilişkiler, metaların türdeşleştirici dünyasına tâbi olur ve akıllı telefonlar aracılığıyla sömürgeleştirilir.

Anahtar Kelimeler: Yabancılaşma, iletişim, akıllı telefonlar, internet, sosyal medya, meta fetişizmi, şeyleşme, gündelik hayat.

ABSTRACT

COMMUNICATION, ALIENATION AND COMMODITY FETISHISM: A STUDY ON SMARTPHONES

Alienation continues to be an important issue today, that is in line with the question of modern human and the diversity of social phenomena. The development of communication technologies, the spread of smartphones and the rise of social media keep the question of alienation relying on quotidian debates. People spend their time in the social media, use their smartphones throughout the day almost everywhere from morning to night. However, this issue is often dealt with superficial and distorted debates revolving around addictions, benefit-damage or virtuality-reality dilemmas.

In this regard, Marxist theory of alienation allows us to bring a different perspective to this question. According to Marx and other Marxist thinkers, alienation defines, at the most general level, that everything concerning human is under the control of a power which is exterior to human. The capitalist mode of production and relations are the current expression of this exterior power. Social relations specific to this mode of production are seemed as if independent of the people involved in these relationships. The social existence of human becomes meaningful if it finds place in those relations of production and becomes adapted to the cultural logic of capitalist mode of production. This study focuses on the daily appearances of alienation on smartphones that are supplied to people as a commodity: The technological developments and relations of production that bring out smartphones are addressed drawing on a Marxist perspective, and smartphone usage practices are evaluated in terms of contemporary conditions of human self-actualization. In a capitalist society where people have lost the possibilities to realize themselves, technology, knowledge and reason are inculcated in people's minds as fetish things. Everyday life and social relations subjugated by the homogenizing world of commodities and are colonized through smartphones.

Keywords: Alienation, communication, smartphones, internet, social media, commodity fetishism, reification, everyday life.