

**T.C.  
GALATASARAY ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İLETİŞİM ANABİLİM DALI**

**Gözetim Toplumu ve Yeni İletişim Teknolojileri: Z  
Kuşağı Üzerine Bir İnceleme**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Neslihan BULUR**

**Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Barış KARA**

**Temmuz, 2020**

## ÖNSÖZ

Çalışmak istediğim konuyu belirlesem de bir türlü metodolojiye oturtamadığım dönemlerden tezimin son sürecine kadar en büyük desteği sağlayan; hem tezimin gidişatını yakından takip ederek ve beni yönlendirerek katkı sağlayan, hem de her görüşmede beni daha fazla çalışmaya motive eden değerli danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi Barış KARA'ya teşekkürlerimi sunarım.

Çalıştığım kurumu bir işyerinden fazlası, evimin bir uzantısı gibi görmemi sağlayan; işyerinde huzurlu bir çalışma ortamı koşulları oluşturan; sadece akademik konularda değil, her konuda desteğini hissettiğimiz Dekanımız, değerli hocam Prof. Dr. Nazife GÜNGÖR'e çok teşekkür ederim.

Sevgili annem ve babam, bu hayattaki en değerli varlığım ve en büyük şansım olarak gördüğüm aileme ise ne kadar teşekkür etsem az. Beni bugünlere getiren ve bana her zaman destek olan aileme çok teşekkür ederim.

Tezime doğrudan katkısı olmasa da dolaylı olarak fayda sağlayan o kadar değerli insanlar var ki... Verili olarak sahip olduğumuz insan ilişkilerinin aksine, emek vererek kazanılmış insan ilişkilerini her zaman daha değerli bulmuşumdur. Ne derdim olsa beni dinleyen, özellikle Covid-19 günlerinde dışarı çıkamazken arayıp saatlerce sohbet edebildiğim O'nlara çok teşekkür ederim.

## İÇİNDEKİLER

|                                                                                                        |             |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>ÖNSÖZ.....</b>                                                                                      | <b>ii</b>   |
| <b>İÇİNDEKİLER .....</b>                                                                               | <b>iii</b>  |
| <b>KISALTMALAR.....</b>                                                                                | <b>v</b>    |
| <b>RÉSUMÉ.....</b>                                                                                     | <b>vi</b>   |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                                                                  | <b>viii</b> |
| <b>ÖZET.....</b>                                                                                       | <b>x</b>    |
| <b>GİRİŞ .....</b>                                                                                     | <b>1</b>    |
| <b>1. YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ VE DİJİTAL KÜLTÜR .....</b>                                          | <b>4</b>    |
| 1.1. Bilgi Toplumu ve Dijital Devrim .....                                                             | 9           |
| 1.1.1. Karşı Kültür .....                                                                              | 24          |
| 1.1.1.1. Hegemonik Üstyapının Üretilmesinde Karşı Kültürün Rolü .....                                  | 30          |
| 1.1.2. Dijital Kültürün Doğuşu .....                                                                   | 34          |
| 1.2. Medya ve Dijital Kültür.....                                                                      | 39          |
| 1.2.1. Yeni İletişim Teknolojisi Olarak İnternet ve Web Teknolojileri.....                             | 40          |
| 1.2.2. Sosyal Medya Kavramı ve İşlevsel Özellikleri.....                                               | 52          |
| 1.2.3. Sosyal Platformlarda Yakınsama Kavramı.....                                                     | 58          |
| 1.2.4. Dijital Medyanın Gündem Belirleme Gücü.....                                                     | 63          |
| 1.2.4.1. İki Yönlü Simetrik Modelin Asimetrisi: Etkileşimin Demokrasiden İktidarın Hegemonyasına ..... | 66          |
| 1.2.4.2. Döngü Uzmanları / Spin Doctors .....                                                          | 71          |
| 1.2.4.3. Medyada Hegemonya ve Rızanın Üretimi .....                                                    | 73          |
| 1.2.5. Dijital Medya Okuryazarlığı .....                                                               | 79          |
| <b>2. GÖZETİM TOPLUMU VE DİJİTAL MEDYA .....</b>                                                       | <b>90</b>   |
| 2.1. Gözetim Kavramı ve Tarihsel Perspektif İçerisinde Gözetim Olgusu .....                            | 93          |
| 2.1.1. İlk Gözetim Analizleri ve Teknolojileri.....                                                    | 100         |
| 2.1.2. Bir İktidar Aracı Olarak Gözetim .....                                                          | 101         |
| 2.1.3. Gözetim Olgusuna Kuramsal Yaklaşımlar .....                                                     | 108         |
| 2.2. Dijital Medyada Gözetim Olgusu.....                                                               | 119         |
| 2.2.1. Büyükveri Gözetimi (Big Data Surveillance).....                                                 | 139         |
| 2.2.2. Gözetimin Meşruiyeti .....                                                                      | 145         |

|                                                                             |            |
|-----------------------------------------------------------------------------|------------|
| 2.2.3. Dijital Medyada Gözetimin Ekonomi-politik ve Sosyo-politik Rolü..... | 151        |
| 2.3. Değişen Kültür ve Bir Karşı Kültür Olarak Dijital Aktivizm .....       | 159        |
| 2.3.1. Dijital Direniş .....                                                | 163        |
| 2.3.1.1. Video Aktivizmi.....                                               | 168        |
| 2.3.1.2. Veri Aktivizmi .....                                               | 172        |
| 2.3.1.3. Hack Kültürü ve Hactivizm .....                                    | 174        |
| 2.3.1.4. Karşı Gözetim .....                                                | 177        |
| <b>3. ARAŞTIRMA.....</b>                                                    | <b>188</b> |
| 3.1. Z Kuşağı ve Karakteristik Özellikleri.....                             | 188        |
| 3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....                                       | 195        |
| 3.3. Araştırma Problemi – Araştırmanın Alt Problemi.....                    | 196        |
| 3.4. Araştırmanın Yöntemi .....                                             | 197        |
| 3.5. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları .....                           | 198        |
| 3.6. Araştırma Verileri ve Analizi .....                                    | 198        |
| 3.6.1. Medya Kullanım Pratikleri .....                                      | 199        |
| 3.6.1.1. Geleneksel Medya.....                                              | 203        |
| 3.6.1.2. Dijital Medya .....                                                | 205        |
| 3.6.2. Gözetim ve Mahremiyet .....                                          | 208        |
| 3.6.2.1. Bürokratik Gözetim.....                                            | 214        |
| 3.6.2.2. Ötekinin Gözetimi.....                                             | 218        |
| 3.6.2.3. Medya Okuryazarlığı .....                                          | 220        |
| 3.6.2.4. Dijital Savunma Stratejileri.....                                  | 224        |
| <b>SONUÇ.....</b>                                                           | <b>227</b> |
| <b>KAYNAKÇA .....</b>                                                       | <b>232</b> |
| <b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>                                                        | <b>259</b> |

**KISALTMALAR**

|                |                                                                                        |
|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>FS</b>      | : Özgür Yazılım (Free Software)                                                        |
| <b>OS</b>      | : Açık Kaynak (Open Source)                                                            |
| <b>FSF</b>     | : Özgür Yazılım Vakfı                                                                  |
| <b>CC</b>      | : Creative Commons                                                                     |
| <b>IRC</b>     | : İnternet Geçiş Sohbetleri (Internet Relay Chat)                                      |
| <b>MUD</b>     | : Çok Kullanıcılı Etki Alanları (Multi-User Dungeon)                                   |
| <b>ARPANET</b> | : Gelişmiş Araştırma Projeleri Dairesi Ağı (Advanced Research Projects Agency Network) |
| <b>BİT</b>     | : Bilgi ve İletişim Teknolojileri                                                      |
| <b>URL</b>     | : Uniform Resource Locator                                                             |
| <b>HTML</b>    | : Hypertext Markup Language                                                            |
| <b>AI</b>      | : Yapay Zekâ (Artificial Intelligence)                                                 |
| <b>ML</b>      | : Makine Öğrenmesi (Machine Learning)                                                  |
| <b>NTC</b>     | : Ulusal Telemedya Konseyi (National Telemedia Council)                                |
| <b>DDR</b>     | : Alman Demokratik Cumhuriyeti                                                         |
| <b>CRM</b>     | : Müşteri İlişkileri Yönetimi (Customer Relationship Management)                       |
| <b>XKS</b>     | : XKeyscore                                                                            |
| <b>NSA</b>     | : Ulusal Güvenlik Ajansı                                                               |
| <b>CCTV</b>    | : Kapalı Devre Televizyon (Close Circuit TeleVision)                                   |
| <b>CCC</b>     | : Kaos Bilgisayar Kulübü (Chaos Computer Club)                                         |
| <b>MTA</b>     | : Medya Teknolojisi ve Altyapısı                                                       |
| <b>EAL</b>     | : WildLeaks Elephant Action League                                                     |
| <b>FTC</b>     | : ABD Federal Ticaret Komisyonu                                                        |
| <b>G</b>       | : Görüşmeci                                                                            |
| <b>H</b>       | : Hipotez                                                                              |

## RÉSUMÉ

Bien que les médias numériques permettent aux informations d'être utilisées comme base de données personnelle pour la surveillance de l'énergie, ils constituent également la base de la culture numérique qui récupérera les informations du monopole du pouvoir. Ainsi, il fait évoluer les connaissances en quelque chose qui est utilisé et transformé collectivement. De plus, l'ancienne culture communautaire, avec les médias numériques, a été ravivée dans les communautés virtuelles. Mais comme la culture numérique a changé la façon dont l'information est utilisée, la conscience collective remplace la psychologie de masse des cultures communautaires traditionnelles. Parce que, dans l'atmosphère créée par les médias numériques, les gens acquièrent des habitudes pour échanger des idées, et cet environnement numérique leur donne la possibilité de rechercher sur les questions qui les intéressent et d'atteindre différentes approches sur un sujet, crée une nouvelle structure culturelle et transforme la perception de la citoyenneté. Cela a préparé le terrain pour l'émergence d'une structure sociale composée de citoyens capables de réagir plus consciemment, conscients de leurs droits et pouvant être organisés pour résister à l'injustice. Le but de cette thèse est d'étudier comment la génération Z, qui peut être acceptée comme natif numérique, a développé une prise de conscience de la surveillance numérique, qui est une application du pouvoir, en utilisant efficacement les médias numériques. Conformément au but de la recherche, des hypothèses et des questions de recherche ont été générées; Des entretiens approfondis ont été réalisés avec un total de 18 membres de la génération Z. Les données issues de cette recherche sont les suivantes:

Les participants partagent très peu sur les réseaux sociaux et utilisent les médias numériques pour se tenir au courant et se renseigner sur les développements. Leur moindre partage ne signifie pas qu'ils n'ont aucune inquiétude quant à leur identité dans les médias sociaux; au contraire, ils préfèrent partager un nombre limité de contenus qui, selon eux, se refléteront le mieux en raison de leur anxiété identitaire.

Participants frequently use technology to handle their daily routine tasks such as shopping, communications, bank jobs, directions, and for their personal needs such as entertainment, personal development, education. Therefore, while organizing their daily lives through the media, they also try to keep up with the intense flow of the media. However, since they see digital technology as an important tool that complements their real life rather than seeing it as another reality, the participants frequently take advantage of the benefits provided by digital technologies to their real lives and use digital technology in a controlled manner. Participants do not prefer traditional media or even consume it at all because they care about time management. Instead of this, they prefer digital media that they can adapt to their daily plans. Participants who want to spend their time efficiently prefer to consume traditional media through digital platforms such as Spotify and Netflix with the new presentation of digital media.

Les précautions prises par les participants contre la surveillance numérique concernent principalement la ‘surveillance de l'autre’. Parce que ce qui les dérange le plus dans la surveillance numérique, c'est l'incapacité de contrôler le public auquel ils permettent d'accéder aux profils des réseaux sociaux. Pour cette raison, les paramètres de confidentialité sont les plus bénéficiés des stratégies de gestion des données personnelles dans les médias numériques. Presque tous les participants organisent leurs profils de telle manière que seules les personnes de leur réseau social approuvé peuvent voir le contenu qu'ils publient. Bien qu'ils soient conscients de la ‘surveillance bureaucratique’, ils ne se trouvent pas compétents et suffisants pour l'éviter; Ils pensent que les stratégies d'évitement qu'ils peuvent mettre en œuvre ne fonctionneront pas s'ils veulent les atteindre par les autorités supérieures. Par conséquent, les participants ont internalisé la surveillance du pouvoir et développé une pratique d'utilisation des médias en conséquence. Ils disent qu'ils sont assez superficiels sur les plateformes sociales et que leur identité y correspond partiellement à leur véritable identité.

**Mots-Clés:** Société de surveillance, Médias numériques, Surveillance numérique, Génération Z, Activisme numérique, Éducation aux médias



## ABSTRACT

While digital media allows information to be used as a personal database for power surveillance, it also forms the basis for digital culture that will recover information from the monopoly of power. Thus, it causes knowledge to evolve into something that is collectively used and transformed. In addition, the old community culture, with the digital media, has been revived in virtual communities. But as a result of digital culture changing the way information is used, collective consciousness replaces the mass psychology of traditional community cultures. Because, in the atmosphere created by digital media, people's gaining habits to exchange ideas with each other, and this digital environment provides them with the opportunity to research on issues they are interested in, and to reach various approaches on a subject, creates a new cultural structure and transforms the perception of citizenship. This prepared the ground for the emergence of a social structure consisting of citizens who can react more consciously, are aware of their rights and can be organized for resistance against injustice. The aim of this thesis is to investigate how Generation Z, which can be accepted as digital natives, has developed awareness of digital surveillance, which is an application of power, by using digital media effectively. In line with the purpose of the research, hypotheses and research questions were generated; In-depth interviews were made with a total of 18 members of the Z generation. The data obtained from this research are as follows:

Participants share very little on social media and use digital media to keep up-to-date and to learn about developments. Their less sharing does not mean that they have no anxiety about their identity in social media; on the contrary, they prefer to share a limited number of content that they believe will reflect themselves best because they have identity anxiety.

Participants frequently use technology to handle their daily routine tasks such as shopping, communications, bank jobs, directions, and for their personal needs such as entertainment, personal development, education. Therefore, while organizing their daily lives through the media, they also try to keep up with the intense flow of the media. However, since they see digital technology as an important tool that complements their real life rather than seeing it as another reality, the participants frequently take advantage of the benefits provided by digital technologies to their real lives and use digital technology in a controlled manner. Participants do not prefer traditional media or even consume it at all because they care about time management. Instead of this, they prefer digital media that they can adapt to their daily plans. Participants who want to spend their time efficiently prefer to consume traditional media through digital platforms such as Spotify and Netflix with the new presentation of digital media.

Some inferences were made regarding the perceptions of the participants about privacy and digital surveillance according to their media usage practices. The first of these implications is that the set of things that participants see as confidential in digital

media is very limited, and what they think is confidential is generally intellectual areas. Another conclusion is that although the participants are aware of digital surveillance, they are in a state of learned helplessness and therefore do not accept digital media as a field of freedom and develop appropriate behavior according to this. For this reason, they do not even use anonymous accounts because they think that it is not possible to avoid surveillance in the digital world and they consider everything they do in the digital world as a digital risk that they will suffer in the future. Therefore, they make sharing after being sure of the content they will share in digital media, that is, they apply self-censorship to them. Therefore, they share after making sure that the content they will share on digital media will not cause any problems for them in the future. In other words, they apply self-censorship to themselves. Third, the participants do not see digital surveillance as a negative situation. Participants may think of their privacy as a compromise when they benefit from surveillance, such as using the personalized interface. Fourth, the points that the participants find objectionable in terms of their privacy may change. For example, some of the participants may be sensitive about the camera, while others are concerned about the accessibility of location information.

The precautions taken by participants against digital surveillance are mostly for 'surveillance of the other'. Because what disturbs them most about digital surveillance is the inability to control the audience they allow social media profiles to access. For this reason, privacy settings are the most benefited from personal data management strategies in digital media. Almost all of the participants organize their profiles in such a way that only people on their approved social network can see the content they post. Although they are aware of "bureaucratic surveillance", they do not find themselves competent and sufficient to avoid this; They think that the avoidance strategies they can implement will not work if they want to reach them by the upper authorities. Therefore, the participants have internalized the surveillance of power and developed a media use practice accordingly. They say that they are quite superficial on social platforms and that their identity there partially matches their real identity.

**Keywords:** Surveillance Society, Digital Media, Digital Surveillance, Z Generation, Digital Activism, Media Literacy

## ÖZET

Dijital medya bir yandan bilginin, iktidar gözetimi için kişisel veri tabanı olarak kullanılmasına olanak sağlarken, diğer yandan da bilgiyi iktidarın tekelinden kurtaracak dijital kültüre temel oluşturmaktadır. Böylece bilginin kolektif olarak yararlanılan ve dönüştürülen bir şeye evrilmesine neden olmaktadır. Bunun yanı sıra, dijital medya ile birlikte eski cemaat kültürü sanal topluluklarda yeniden canlanmıştır. Fakat dijital medyanın bilginin kullanım biçimini değiştirmesiyle, geleneksel cemaat kültürlerinin sahip olduğu kitle psikolojisinin yerini, kolektif bilinç almaktadır. Çünkü dijital medya ortamının yarattığı atmosferde insanların birbirleri ile fikir alışverişi yapma alışkanlıkları kazanmaları ve bu ortamın, onlara ilgilendikleri konularda araştırma yapma, bir konuya dair çeşitli yaklaşımlara ulaşabilme imkânı sunması yeni bir kültürel yapı oluşturmakta ve vatandaşlık algısını da dönüştürmektedir. Bu da daha bilinçli tepkiler verebilen, sahip olduğu hakların farkında olan ve iktidar mekanizmasının haksız uygulamalarına karşı direniş için örgütlenebilen vatandaşlardan oluşan bir sosyal yapının ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bu tezin amacı dijital yerliler olarak da kabul edilebilecek Z kuşağının, dijital medyayı efektif bir şekilde kullanarak, bir iktidar uygulaması olan dijital gözetime karşı nasıl bir bilinç geliştirdiklerini araştırmaktır. Araştırmanın amacı doğrultusunda belirlenen hipotezler ve araştırma soruları oluşturulmuş; Z kuşağı mensubu toplam 18 kişiyle derinlemesine görüşme yapılmıştır. Bu araştırmadan elde edilen veriler şu şekildedir:

Katılımcılar sosyal medyada çok az paylaşım yapmakta, daha çok günceli takip etmek ve gelişmelerden haberdar olmak amacıyla dijital medyayı kullanmaktadır. Onların daha az paylaşım yapması dijital medyada sosyal ağlarına karşı kimlik kaygısı taşımadıkları anlamına gelmemekte; aksine kimlik kaygısı taşıdıkları için kendilerini en iyi şekilde yansıtacaklarına inandıkları sınırlı sayıda içeriği paylaşmayı tercih etmektedirler.

Katılımcılar hem alışveriş, haberleşme, banka işleri, yol tarifi gibi gündelik rutin işlerini halletmek için hem de eğlence, kişisel gelişim, eğitim gibi kişisel ihtiyaçları için sıklıkla teknolojiye yararlanmaktadırlar. Dolayısıyla gündelik hayatlarını bir yandan medya üzerinden organize ederlerken, bir yandan da medyanın yoğun akışına ayak uydurmaya, adapte olmaya çalışmaktadırlar. Fakat dijital teknolojiyi başka bir gerçeklik olarak görmek yerine reel yaşantılarını tamamlayan önemli bir araç olarak gördükleri için katılımcılar sıklıkla dijital teknolojilerin, reel hayatlarına sağladığı faydayı gözetmekte ve dijital teknolojiyi kontrollü kullanmaktadırlar. Katılımcılar zaman yönetimini önemsedikleri için geleneksel medyayı tercih etmemekte hatta neredeyse hiç tüketmemektedirler, bunun yerine gündelik planlarına uydurabildikleri dijital medyayı tercih etmektedirler. Zamanını verimli geçirmek isteyen katılımcılar, geleneksel medyayı Spotify, Netflix gibi dijital platformlar aracılığıyla, dijital medyanın yeni sunumuyla tüketmeyi tercih etmektedirler.

Katılımcıların medya kullanım pratiklerine göre mahremiyet algıları ve dijital gözetime dair farkındalıklarına yönelik bazı çıkarımlarda bulunulmuştur. Bu

çıkarımlardan ilki, katılımcıların dijital medyada mahrem olarak gördükleri şeyler kümesinin çok sınırlı olması ve mahrem olduğunu düşündükleri şeylerin genellikle düşünsel alanlar olmasıdır. Bir diğer çıkarım ise katılımcıların dijital gözetim konusunda farkındalığa sahip olmalarına rağmen öğrenilmiş çaresizlik durumunda olmaları ve bu nedenle dijital medyayı bir özgürlük alanı olarak kabul etmeyip buna uygun davranış geliştirmeleridir. Bu nedenle anonim hesap bile kullanmamaktadırlar çünkü zaten dijital dünyadaki gözetimden kaçınmanın mümkün olmadığını düşünmekte ve dijital dünyada yaptıkları her şeyi ileride zarar görecekları dijital bir risk olarak kabul etmektedirler. Dolayısıyla dijital medyada paylaşacakları içeriğin kendileri için ileride bir sorun yaratmayacağından emin olduktan sonra paylaşım yapmakta, yani kendilerine oto-sansür uygulamaktadırlar. Üçüncü olarak katılımcılar dijital gözetimi o kadar da olumsuz bir durum olarak görmemektedirler. Katılımcılar, örneğin kişiselleştirilmiş arayüzü kullanmak gibi gözetimden fayda sağladığı durumlarda mahremiyetlerini verebilecekleri bir ödün olarak düşünebilmektedirler. Dördüncü olarak ise, katılımcıların, mahremiyetleri açısından sakıncalı bulunduğu noktalar değişebilmektedir. Örneğin katılımcıların bir kısmı kamera konusunda hassasiyet gösterebilirken, bir kısmı da konum bilgilerinin erişilebilirliği noktasında kaygılanmaktadır.

Katılımcıların dijital gözetime karşı aldığı önlemler ise çoğunlukla ‘ötekinin gözetimi’ne yöneliktir. Çünkü dijital gözetim konusunda onları en çok rahatsız eden sosyal medya profillerinin erişimine izin verdikleri kitleyi kontrol edememektir. Bu nedenle dijital medyada kişisel veri yönetimi stratejilerinden en çok yararlandıkları gizlilik ayarlarıdır. Katılımcıların neredeyse tamamı profillerini yalnızca onaylanmış sosyal ağlarındaki kişilerin yayınladıkları içeriği görmelerine izin verecek şekilde düzenlemektedirler. ‘Bürokratik gözetim’in farkında olmalarına rağmen bundan kaçınmak için kendilerini yetkin ve yeterli bulmamakta; uygulayabilecekleri kaçınma stratejilerinin, üst makamlarca kendilerine ulaşılma istenildiği takdirde bir işe yaramayacaklarını düşünmektedirler. Bu nedenle, katılımcılar iktidar gözetimini içselleştirmişler ve buna göre bir medya kullanım pratiği geliştirmişlerdir. Öyle ki sosyal platformlarda oldukça yüzeysel davrandıklarını ve oradaki kimliklerinin gerçek kimlikleriyle kısmen uyduğunu dile getirmektedirler.

**Anahtar Kelimeler:** Gözetim Toplumu, Dijital Medya, Dijital Gözetim, Z Kuşağı, Dijital Aktivizm, Medya Okuryazarlığı

## GİRİŞ

Dijital teknolojiler, eşi görülmemiş bir kitle ve bireysel gözetim çağını başlatmıştır. Dijital teknolojilerin gelişmesine paralel olarak bürokratik gözetim gündelik hayatın her anına sızmış ve bir yandan bireylerin yaşam alanları genişlerken, diğer yandan mahremiyet alanları daralmıştır. Dolayısıyla panoptik gözetim, dijital teknolojiyle birlikte form değiştirerek süperpanoptik bir yapıya dönüşmüştür. Süperpanoptikon, gözetime dair görünür olmak, gözlemek gibi eylemleri tüm toplumsal yapıya yaymış ve gündelik hayatın sıradan bir davranış biçimi haline getirmiştir. Dijital teknolojinin yarattığı kültür ‘gözetim’i, toplumun katılmayı istediği bir işleyiş biçimi ve bireyleri ise dönen iktidar çarkının bir parçası haline getirirken, aynı zamanda da direniş potansiyelini besleyen eleştirel düşünce ve kolektif eylem ortamını yaratmıştır. Geçmişten günümüze iktidar için mutlak bir güç olan bilgi, dijital teknolojiyle birlikte insanların kendi yaratıcılıklarının ve dönüştürücü güçlerinin farkına varmalarını sağlayacak temel bir unsur haline gelmiştir. Bu tezin amacı doğrultusunda, Z kuşağının dijital medya kullanım pratikleri ve geliştirdikleri dijital kültür aracılığıyla bir iktidar uygulaması olan dijital gözetime karşı nasıl bir bilinç geliştirdikleri araştırılmıştır. Araştırmada Z kuşağının seçilme sebebi hem küçük yaşlardan itibaren teknolojinin hayatlarının bir parçası olması (Dimock, 2019: 5) hem de içine doğdukları dönemin çok kültürlü yapısı ve idealizmin yükselişi nedeniyle dünyayı daha iyi bir yer haline getirmek için önceki kuşağa nazaran gönüllü katılımlara daha fazla ilgi göstermeleridir (Sarıoğlu ve Özgen, 2018: 1069).

Kültürler ve BİT’in bir yakınsaması olan dijital kültür sadece siber uzamla sınırlı kalmamakta reel yaşama da uzanmaktadır. Teknolojinin günlük hayatta kapladığı yer sonucunda oluşturduğu yaşam tarzı ve alışkanlıkların bütünü dijital kültür olarak adlandırılabilir. Bu yeni kültürel yapı önceki dönemlerde olduğu gibi insanların etkileşimi ve paylaşımları sonucu şekillenmesine rağmen, kamusal alan olarak fiziki mekanların yerini siber uzam almıştır. Siber uzam, birçok bilim insanı tarafından, her türlü işaret ve eylemi içeren insan iletişiminin ortaya çıkan sosyal veya kültürel

teknolojik bir kaynağı olarak görülmektedir. Sosyal veya kültürel işler ile teknoloji arasındaki ilişki, özne ile nesne arasındaki ilişki olarak görülür. İnsanlar teknolojiyi hareket ettirir veya ona anlam verir ve bu nedenle onlar öznedir, teknoloji amaçlanan duyuma tepki verir veya onu iletir ve bir nesnedir (Boots, 2017: 13). Siber uzam insana ait yetilerin ve edimlerin izdüşümlerinden oluşan paralel bir dünyadır ve bu uzam insani etkileşimlere ilişkin sınırları genişletmiştir (Paker, 2011: 5). Dijital medyanın, geleneksel medyadan farkı da budur. İnsan etkileşimini bazı teknolojik ifadelerin kalıbına soksa da toplumsal etkileşimi daha önce hiçbir dönemde olmadığı kadar yaygın hale getirmiş ve popülerleştirmiştir. Bu nedenle BİT, özellikle internet, bilgi ve bilgi toplumu ile insan ilişkilerini değiştirerek, kültürel mal ve hizmet akışını yoğunlaştırarak ve yeni bir kültürel yaratıcılık anlayışına yol açarak bu ilişkilere yeni bir boyut kazandırmıştır. Araştırmanın birinci bölümünde iletişim teknolojilerinin gelişimine, bu teknolojilerin toplumu ne şekilde etkilediğine ve kültürel yapıyı nasıl dönüştürdüğüne yönelik tartışmalara yer verilmiştir.

Teknolojik çağlarda gözetim olgusu, insanların gündelik yaşamlarına her zamankinden daha fazla dahil olmuştur. Gözetim olgusu dijital teknolojiyle birlikte sadece mekânsal bir olgu olmaktan çıkmış tüm insan ilişkilerine yayılmıştır. Dijital teknolojinin bir getirisi olan küreselleşmeyle birlikte ise gözetim ulus-devletin sınırlarını aşarak en geniş sınırlarına ulaşmıştır. Böylece iktidarlar açısından gözetim hem ekonomik hem de uygulaması kolay bir teknik haline gelmiştir. Bu durum sinoptikon, omniptikon gibi gözetimin yeni formlarının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu formlar dijital medyayla birlikte, aynı zamanda, gözetim olgusunu insanlar için ‘normal’, ‘kabul edilebilir’, ‘arzulanan’ bir pozisyona getirmiştir. Dijital teknolojiler, gözetimi iktidarlar açısından uygulanması kolay bir iktidar kurma aracı haline getirirken, aynı zamanda sağladığı yoğun etkileşim imkânı ve bilgi akışı sayesinde örgütlenme, bilinçlenme, farkındalık gibi insani ve toplumsal yönleri de geliştirmektedir. Bu da insanlara karşı-direnış ve karşı gözetim olanakları sağlamaktadır. Araştırmanın ikinci bölümünde gözetim olgusuna, gözetim olgusuna yönelik kuramsal yaklaşımlara, gözetim pratiklerindeki değişim ve dönüşümlere ve karşı gözetim stratejilerine yönelik incelemelere yer verilmiştir.

Araştırmanın üçüncü bölümünde ise Z kuşağı mensubu 18 üniversite öğrencisi ile derinlemesine görüşme yapılmış ve araştırma sonucunda katılımcıların medya

kullanım pratikleri, dijital medyadaki gözetim farkındalıkları, uyguladıkları karşı gözetim stratejileri gibi veriler elde edilmeye çalışılmıştır.



## 1. YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİ VE DİJİTAL KÜLTÜR

Yeni medya, 1970'lerin sonlarından beri süregelen teknolojik gelişmelerin iletişim alanı ile birleşmesinin bir sonucu olarak meydana gelmiştir. Bu teknolojik gelişmelere ivme kazandıran önemli iki ilerleme ise; bilgisayar teknolojileri ve sayısal teknolojilerdir. Sayısallaşma ile sayısal değerlere dönüştürülen metin, ses, görüntü ve video gibi farklı medya formatlarına sahip veriler aynı iletişim altyapısı üzerinden sunulabilir hale gelmiştir. Sadece ses iletimi için kullanılabilen telekomünikasyon altyapısının da, aynı şekilde, bu sayısallaşma yoluyla, diğer bir ilerleme olan bilgisayar teknolojilerindeki gelişmelerle birleşmesi internet erişimi gibi iletişim alanında çığır açan yeniliklere zemin hazırlamıştır. Telekomünikasyon, böylece yalnızca noktadan noktaya iletişime olanak sağlayan bir altyapı hizmeti olmaktan çıkmış, kitle iletişimi kadar sonsuz noktaların olabildiği bir küresel ağ haline dönüşmüştür. Sayısallaşma ve bilgisayar teknolojilerinin iletişim alanına getirdiği diğer yenilikler ise bilgiyi üretme, işleme, yayma veya sunmada hız ve kapasite artışı ve maliyette ucuzlamadır (Geray, 2019: 12-13). Bu yenilikler aynı zamanda ülkeler arasındaki sınırların kaldırılmasına ön-ayak olmakta ve McLuhan'ın 'Küresel Köy' savı (McLuhan, 1962: 31) ile belirttiği gibi, bilgiyi ayağımıza kadar getirirken, toplumu da enformasyon toplumuna dönüştürmektedir. Çünkü enformasyon toplumu, bilginin üretimi ve yayılmasıyla birlikte ortaya çıkmış; tüm kültürel, siyasi ve ekonomik yapıyla da iç içe geçmiştir (Uğurlu, 2017: 2-3).

Yeni medyanın, toplumsal etkilerini ve teknolojinin toplum ile etkileşimini<sup>1</sup> yansıtan enformasyon toplumu kavramı, ilk kez 1950'lerin sonunda, iktisatçı Fritz

---

<sup>1</sup> Teknoloji-toplum ilişkisine dair iki yönde görüş vardır. Bu görüşlerden bir tanesi toplumun teknolojiye yön verdiğini üzerinedir. Bu görüşü savunanlar teknolojinin toplum ürünü olduğu ve bu nedenle de toplumun teknoloji üzerinde egemen olduğu düşüncesini savunmaktadırlar. Diğer görüşü savunanlar ise ağırlığı teknolojiye vermektedir ve tekno-determinist bir bakış açısıyla teknolojinin topluma yön verdiği savını benimsemektedirler. Toplum-teknoloji ilişkisinde tekno-determinist bakış açısını benimseyenler de kendi içinde ikiye ayrılmaktadırlar. Bu bakış açısına sahip olanların bir kısmı teknolojiye iyimser bakarken ve teknolojinin insanlığı daha iyi bir geleceğe taşıyacağına inanırken, diğer bir kesim ise teknolojinin zaten var olan güç ve çıkar ilişkilerini daha da pekiştireceğini, bu durumun da insanlığı daha mutsuz bir yere sürükleyeceğini öngörmektedirler (Güngör, 2016: 175-177).

Machlup'un ABD'nin bilginin üretilmesi ve dağıtılması sürecinin ekonomik yönünü ele aldığı çalışmasında kullanılmıştır. Machlup'a göre enformasyon sektörünün GSMH'de yüzdelik payının kısa bir sürede artışa geçmesi ve ülke çapında yaygınlık kazanması sonucunda Machlup ABD'nin hızla enformasyon toplumuna dönüştüğü çıkarımına varmıştır (Machlup, 1962'den akt. Beniger, 2011: 450). Manuel Castells ise 'Ağ Toplumunun Yükselişi' (2008) adlı kitabında enformasyon toplumu kavramını, ağ toplumu kavramıyla açıklamıştır. Castells'e göre toplumdaki tüm kurumlar ve insanlar birbirine elektronik ağlar ile bağlıdır. Bu ağlar, küresel olarak birbirine entegre bir sistem oluşturmakta ve toplumsal pratikleri de, bu sisteme taşımaktadır. Castells, ağ toplumunu şekillendiren toplumsal pratiklerin ayırt edici özelliğinin de, bu elektronik ağların oluşturduğu yeni bir uzam biçimi olduğunu söylemektedir: Akışların uzamı, *'akış üzerinden işleyen, aynı zamanda gerçekleşen toplumsal pratiklerin maddi örgütlenmesidir.'* İletişim ağları ise temel uzamsal yapıdır. Yani bu yeni uzam biçimi, fiziki bir mekânın mantığının ve anlamının ağ tarafından hazmedilmiş biçimidir (Castells, 2008: 547-548). Castells'in teknoloji-toplum etkileşimine dair görüşlerine benzer olarak, Harold Adam Innis ve Marshall McLuhan gibi düşünürler de, iletişim teknolojilerindeki değişimlerin ve gelişmelerin, insanlığın düşünme biçimini ve toplumsal örgütlenme şeklini de değiştirdiğini iddia etmektedirler. Innis'e<sup>2</sup> göre, iletişim teknolojileri toplumların gidişatına yön vermekte ve nasıl örgütleneceklerini belirlemektedir. Enformasyon yönetimi açısından ise teknoloji, içeriğin üretilmesi ve dağıtılması sürecinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Bununla bağlantılı olarak, teknolojinin belirlediği enformasyon, iktidarın dağılımını da yönlendirmektedir (Mattelart, 1998 akt. Uğurlu, 2017: 42). Fakat Innis aynı zamanda insani güdülerin ve arzuların da teknolojiyi kullanma biçimine yön verdiğini savunur. Ona göre, iletişim araçlarının, insani ortamda tarafsız olabileceği düşüncesi gerçeklikten çok uzaktır (Crownley, 2011: 441). Innis'e göre, toplum kendi teknolojisi ile birlikte var olur ve toplum yapısındaki değişiklikler iletişim teknolojisindeki değişikliklerin bir sonucudur. Teknolojik araçlar da insanın fiziksel yeteneklerini geliştirebilmek amacıyla vardır ve insan bedeninin bir uzantısı olduğu kadar, düşüncelerin ve bilincin de bir uzantısı haline gelmiştir. Innis, McLuhan ve diğer teknoloji-deterministlerin aksine, teknoloji ve toplum ilişkisini insan üstü bir bağlamda değerlendirmiştir ve iletişim araçlarının fiziksel özellikleri, sosyal yapıların kendilerini yeniden üretme becerisiyle yoğun bir ilişkiye sahiptir. Ayrıca, Innis'e göre yeni

---

<sup>2</sup> Marshall McLuhan'ın düşüncelerini temellendirmesinde en etkili kuramcılardan biridir. Bir diğeri ise William Ivins'dir (Güngör, 2016: 177).

iletişim araçlarına sahip olmak için gerçekleştirilen mücadele ve rekabet, toplumdaki rekabetçi yapının temel eksenidir. Mevcut iletişim araçları, toplumsal yapıyı ve örgütlenme biçimini güçlü bir şekilde etkilemektedir ve yeni teknolojik yapılar eski düzenlerin ortadan kalkmasına yol açmaktadır (Erdoğan ve Korkmaz, 2005: 139).

Evrensel ve global bir kültüre nasıl ulaşılabileceği düşüncelerine yoğunlaşmış olan McLuhan ise, her ne kadar teknolojinin ekonomi politik yönüyle ilgilenmemiş olsa da (Kılıçbay, 2005: 21) toplumu teknolojik indirgemeci bir bakış açısı ile ele almıştır (Güngör, 2016: 177). McLuhan “*medya işleyişini bilmeden sosyal ve kültürel değişimleri anlamak mümkün değildir*” der (McLuhan ve Fiore, 2001: 8). McLuhan teknolojiyi, toplumun şekillenmesi sürecinde başlangıç noktası olarak kabul etmiştir. McLuhan için iletişimin içeriğinin ne olduğu değil, iletişimin sağlandığı araç önemlidir. Dolayısıyla, toplumun dönüştürülmesi noktasında merkezi öneme sahip teknoloji, dönemin hakim teknolojisinin konjonktürü içerisinde toplumların yaşayış tarzlarını ve düşünme biçimlerini de kendi sınırlarına göre uyarlamaktadır (McLuhan, 1962: 22-23). Bu nedenle McLuhan matbaayı modernitenin başlangıcı olarak ele almaktadır, çünkü dünyanın küresel bir köye dönüşmesinde ve sözlü kültürün yeniden canlanmasında merkezi bir öneme sahip olmuştur. Matbaa, yazının biçimini standardize etmiş ve kitlesel seri üretimi gerçekleştirmiştir. Matbaanın icadından sonra gelen televizyon, bilgisayar gibi iletişim araçları da ulaşılan kitleleri tek bir araç üzerinde toplamayı başarabilmiştir. Böylece toplumsal yapıda eski dönemin sözlü kabile kültürüne geri dönüş gerçekleşmiştir. Fakat artık yüz yüze ilişkilerin olmadığı ve teknoloji aracılığıyla gerçekleştirilen bir kabile kültürü söz konusudur (Güngör, 2016: 182-183). Teknolojiyi, evrenselci ve küresel bir bakışla iyimser bir geleişme olarak gören McLuhan’ın olgunluk döneminde verdiği eserlerden oldukça etkilenen Baudrillard ise McLuhan’ın düşüncelerini, kötümser yaklaşımına esin kaynağı olarak kullanmıştır. (Kılıçbay, 2005: 21) O’na göre sibernetik devrim, makine ile insan arasındaki ilişkiyi kopartarak makinenin egemenliğini kurmuştur ve toplumsal anlama dair olan ne varsa makineler tarafından yutulmaktadır. McLuhan’ın ‘*Medium is the message*’ söylemine kendi görüşlerini ekleyerek, hem içeriğin iletişim araçları tarafından buharlaştırıldığı, hem de iletişim aracının kendisinin de buharlaştığını söylemektedir. Yani iletişim aracının gerçeklik ile sanal arasında kurduğu köprü işlevi yıkılarak, gerçek ve sanal arasındaki anlam buharlaşmıştır (Rigel ve diğ., 2005: 221, 241).

Yaylagül'ün de dediği gibi (2013: 46) teknolojinin işlevi, hangi dönemde olursa olsun insanların yeteneklerini geliştirmek üzerine işlemektedir. Teknoloji toplumsal yarar noktasında aslında devrimsel bir yenilik yaratmamakta zaten varolan işleyişin toplumsal faydasıyla şekillenmektedir. Örneğin demiryolları insanlara, taşıma sistemini getirmemiş sadece zaten varolan taşıma/taşınma ihtiyacını gerçekleştirmede kolaylık sağlamıştır. Bu kolaylıkla bağlantılı olarak insanlar çalıştıkları yerlerden uzakta yaşamak gibi imkanlara sahip olmuşlardır. Yani, başka bir amaç ile tasarlanan teknoloji dolaylı olarak amacının ötesinde toplumsal yapıya da etki edebilmektedir. Bu nedenle McLuhan'a göre toplumu etkileme noktasında aslolan teknolojinin içeriği değil onun kullanım biçimidir (McLuhan, 1983: 89'dan akt. Güngör, 2016: 182-184). Bu düşünürlerin yaklaşımları tekno-determinist yorumlardır. Teknolojinin bağımsız değişken olarak kabul edildiği görüşü teknolojiyi herşeyin başı ve bütün sorunların çözümü olarak görmektedir. Ama teknolojinin üretim ve kullanım sürecinde insan yer aldığı için tarafsız değildir, her ne kadar toplumsal değişime kapı açan bir yönü olsa da egemen güçlere hizmet etmektedir (Yaylagül, 2013: 69). Bu noktada Ellul'ün görüşleri de önem kazanmaktadır. Tekno-determinist olan Jacques Ellul, 'Teknolojik Toplum' (2003) adlı eserinde modern çağın, teknik tarafından domine edilip belirlendiğini söylemektedir. Ellul'e göre, modern çağda teknik daha da genişleyecek ve geri dönüşü olmayacak bir biçimde hayatın her alanına yayılacaktır. Fakat tekniğin etkisi en çok ekonomide kendini gösterecektir. Bu durum sermaye birikimine ve dolayısıyla da devletin kontrolüne yol açacaktır. Yani Ellul'ün görüşüne göre teknik statükoyu korumaya yöneliktir ve tekniğin egemen olduğu dünya mutlu bir dünya değildir. Bu doğrultuda Ellul, daha da ileri bir noktaya giderek, teknolojilerin, zamanla özerk hale gelerek kendi kanunlarını belirleyeceğini ve bunları empoze ederek insanlığın bütün ufkunu işgal edeceğini dile getirmektedir (Ellul, 2003: 7-24). Teknolojinin toplum üzerinde yarattığı güçlü etkinin farkında olurken, aynı zamanda teknolojinin üretildiği toplumsal arka planı da göz ardı etmemek gerekmektedir. Çünkü her teknolojik gelişme belli bir toplumsal yapının içerisinde ve o toplumsal yapının koşulları üzerine gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla, her bir teknoloji ortaya çıktığı toplumdaki mevcut olan güç ilişkileri içerisinde şekillenmiştir. Teknolojinin toplumlara yön verdiği gerçeği nasıl ki yadsınamazsa, aynı şekilde teknolojinin üretilme amacı ve kullanım pratiğiyle toplumsal yapının bir parçası olarak mevcut sisteme hizmet ettiği gerçeği de yadsınamamaktadır (Güngör, 2016: 184-185).

Innis, geçmiş işlemlerin ve kuralların kaydedilmiş ayrıntılarının, insan belleğinden daha güvenilir olduğunu ve bu nedenle eski çağlarda vatandaşların taş, parşömen veya kil üzerine yazı kullanarak zamanla birbirlerine bağlandığını öne sürmektedir (Innis, 2008: XXXII- 8). Bu anlamda, McLuhan gibi Innis'e göre de Gutenberg devrimi ayrı bir öneme sahip olmuştur (McLuhan, 1962: 216). Çünkü yazılı metinler ile siyasi itibar da olabildiğince genişletilebilir hale gelmiştir. Lyon'a göre bu durum gözetimin modernitenin bir boyutu olarak geliştirilmesiyle uygunluk içerisinde gerçekleşmiştir. Matbaacılık, modern dönemde demokratik bir yönetim rejiminin gelişmesine olanak sağlamıştır (Lyon, 1997: 41). Matbaanın icadı, ondan sonra gelecek teknolojik devrimlere de model olmuştur. 21. yüzyılın şekillenmesinde büyük rol oynayan ve tüm dünyayı etkisi altına alan bir devrim yaşanmıştır. 90'lı yıllarda dünya çapında insan ve bilgi ile bağlantılı bir dijital rüya haline gelen bu devrim, 'teknolojik devrim' olarak anılmaya başlamıştır. Teknolojik devrim, matbaanın gelişmesi ve yazının ve dolayısıyla bilginin herkes tarafından ulaşılabilir olmasını sağlayan Gutenberg devriminden bile daha geniş çaplı olmuştur. 80'lerde kişiselleşen bilgisayarlar da 1990'larda 'veri süperotoyolu' olarak anılmış ve toplumun tümünü kapsayan bir devrim niteliğinde olduğu söylenmiştir (Cook, 2006: 11-18).

İletişim teknolojileri tarihine genel olarak bakıldığında toplumların kullandığı iletişim teknolojileri, Innis'e göre, toplumsal ve ekonomik yapıyı belirleyen temel unsurdur. Farklı dönemlerde egemen olan farklı iletişim teknolojileri, toplumların nasıl örgütleneceğini belirlemektedir. Daha açık bir ifadeyle iletişim teknolojileri, iktidarın dağılımını da belirlemektedir (Innis, 2008: XXXI- XXXVII). Innis medyayı iki kategoride değerlendirmiştir: Zamanı vurgulayan medya, parşömen, kil ve taş gibi zamana karşı dayanıklı olanlardır. Bu araçlar bilgiyi kuşaktan kuşağa aktarmaktadırlar. Uzamı vurgulayan medya ise papirüs ve kâğıt gibi karakterlerde daha az dayanıklı ve hafif olma eğilimindedir. Bu araçlar ise bilginin bulundukları zaman diliminde uzamsal düzlemde daha etkin bir yayılım göstermektedirler (McLuhan, 1962: 115). Uğurlu yeni medyanın bilginin kontrolü üzerinden toplumu şekillendirmesini şöyle özetlemiştir:

*“Günüümüzde yeni medya araçlarının varolan; istendiğinde erişilebilen, zaman-mekân seçimini bilgiyi alanların yönettiği, zaman-mekândan bağımsız erişim sunan, farklı dijital mecralardan / cihazlardan ulaşılabilen, interaktif, manipüle*

*edilebilir, sıkıştırılmış ve yoğun bilgi kullanımı özellikleriyle yeni toplumu şekillendirmektedir.” (Uğurlu, 2017: 3)*

Dolayısıyla hem uzamsallığı hem de zamansallığı kapsayan yeni medya teknolojileri egemen güçlerin, ideolojilerini ve uygulamalarını gerçekleştirme noktasında daha yetkin bir seviyeye ulaşmıştır.

### **1.1. Bilgi Toplumu ve Dijital Devrim**

Alvin Toffler’in üçüncü dalga olarak bahsettiği bilgi toplumuna geçiş dönemi yeni bir yaşam tarzını da beraberinde getirmiştir. Toplumsal ilerlemede birinci ve ikinci dalgayı oluşturan tarım devrimi ve sanayi devriminden farklı olarak bilgi devrimi yeni bir yaşam tarzı yaratmıştır. Bu yaşam tarzı, enerji kaynaklarının farklılaşmasına, fabrikalardan dışarıya taşan üretim süreçlerine, aile ve toplum yapısının değişmesine, kurumların elektronik bir hale gelmesine dayanmaktadır. Toffler bu dönemin ve yaşam tarzının başlangıcı olarak 1955 yılını, yani Birleşik Devletlerde beyaz yakalıların sayısının mavi yakalıların sayısını ilk kez geçtiği yılı almıştır (Toffler, 2008: 15-22). Bu yeni toplum yapısı, farklı kuramcılar tarafından çeşitli kavramlarla ifade edilmiştir. Peter F. Drucker’ın "bilgi toplumu", Daniel Bell’in "post-endüstriyel toplum", Ralf Dahrendorf’un "kapitalizm-sonrası toplum", Amittai Etzioni’nin “modernlik-sonrası çağ”, Zbigniew Brzezinski’nin "teknokratik çağ”, Yoneji Masuda’nın "enformasyon toplumu", Manuel Castells’in ağ toplumu” kavramları aynı toplum yapısını ifade eden kavramlardan bazılarıdır (Bozkurt, 2014: 20).

Latince ‘informato’ kökünden gelen bilgi kavramı, kabaca düşünme, yargılama, sınama veya gözlem yoluyla ifade edilen ‘düşünsel ürün’ veya ‘öğrenilen şey’ olarak tanımlanmaktadır (Garda ve Temizel, 2016: 27). Bilgi sürecinin bileşenini oluşturan ve bilgi kavramı ile karıştırılan bazı terimler vardır. Birbirine karıştırılan bu üç kavram veri (data), enformasyon (information) ve bilgi (knowledge)’dir. Veri işlenmemiş veya düzenlenmemiş ham bilgiyken, enformasyon verinin bir amaca ya da hedefe yönelik olarak işlenmiş veya düzenlenmiş veri bütünüdür. Bilgi ise enformasyonun önceki deneyimler ışığında ya da daha önceki bilgilerle ilişkilendirilerek algılanmış, analiz edilmiş ve yorumlanmış halidir. Yani veri ve enformasyon bilginin temelini oluştururken, bilgi de veriyi ve enformasyonu işe yarar

bir hale dönüştüren; birtakım eylemlerin ve uygulamaların temelini oluşturan düşünsel bir yetenektir (Çapar, 2005: 111-113).

‘Bilgi toplumu’nun hangi dinamizmden kaynaklandığına dair ise çok farklı açılardan tanımlamalar yapılmıştır. Webster bu tanımlamalara yönelik bakış açılarını beş kategoride değerlendirmiştir (Webster, 2006: 8-20):

1-) Teknolojik: Teknolojik yaklaşımlar 1970’lerin sonlarından beri ortaya çıkan bir dizi yenilik hacminin, sosyal dünyanın yeniden kurulmasına yol açacak kadar derin etkilere sahip olduğunu ve teknolojinin çok büyük sosyal sonuçları olduğunu öne süren yaklaşımlardır. Teknoloji, sosyalliğin ayrılmaz bir parçası haline geldiği için bilgi toplumunun baş aktörü olarak kabul edilir.

2-) Ekonomik: Ekonomik yaklaşım, ekonomik bilgi aktivitelerinin değerindeki artış ile ilgili ilgilidir. Bu yaklaşıma göre ekonomik aktivitelerin büyük kısmı tarım veya sanayi üretimi yerine bilgi üretimi faaliyeti tarafından ele alındığında, bir bilgi toplumundan bahsedilebilir.

3-) Mesleksenel: Daniel Bell’in ‘Endüstri sonrası toplum’ kuramıyla da yakından ilgili olan bu yaklaşım sosyologlar tarafından en çok tercih edilen yaklaşımdır. Mesleki anlamda el emeğine dayalı işlerin azalması ve bunun yerine hammaddesi bilgi olan zekaya dayalı mesleklerin artması ve çeşitlenmesiyle bir bilgi toplumundan bahsedilebilir.

4-) Mekânsal: Bu yaklaşımdaki asıl vurgu, mekânları birbirine bağlayan, zaman ve mekân organizasyonu üzerinde derin etkileri olabilecek bilgi ağları üzerinedir. Bilgi ağları sosyal organizasyonun öne çıkan bir özelliği haline geldiğinden, son yıllarda özellikle bilgi toplumunun popüler bir endeksi haline gelmiştir.

5-) Kültürel: Özellikle postmodern dönemde sosyal dolaşımdaki bilgede olağanüstü bir artış vardır. Bilgiler birçok yönden gelir ve çok çeşitli, hızlı değişen ve çelişkilidir. Bu nedenle bilgiler çoğu zaman asıl anlamlarını yitirerek çok farklı şekillerde algılanabilir. Medyaya bağlı bir toplumda yaşadığımız yadsınamaz bir gerçektir fakat bilginin akışı medyaya özgü ortamlardan çok daha kapsamlıdır. Örneğin giydiğimiz kıyafetlerle, kullandığımız ürünlerle, bulunduğumuz mekânlarla

bütün sosyal ilişkiler bile önceki dönemlerden daha fazla bilgi içermektedir. Medyanın bilgi akışı, ekranlardan çıkarak tüm sosyal ilişkilere yansımıştır.

Bu çok boyutlu yapı nedeniyle Castells'in de (2010: 254) belirttiği gibi bilgi toplumu, yalnızca bilgi teknolojisini kullanan bir toplum değildir. Bilgi paradigmasının yükselişiyle ilişkilendirilen ancak belirlenmeyen, spesifik bir sosyal yapıdır. Bilgi toplumu bilginin kullanımı açısından tarıma dayalı ve endüstriyel toplumlardan da farklıdır. Tarım ve endüstriyel toplumlarda bilgi, dönemin üretim araçlarının geliştirilmesi ve kullanımı için gerekli bir araç iken yani bilgi, kullanım değerine sahipken, bilgi toplumunda ise bilgi, hem teknolojik ilerlemeler için araç olarak kullanılmaktadır hem de bilginin kendisi bir meta olarak değişim değeri kazanmıştır. Bilgi toplumu bu nedenle sadece teknolojinin yarattığı bir toplum yapısı olarak düşünülemez, fakat bilginin üretimine ve kullanımına dayanan bu toplumda bu denli fazla bilginin üretilmesi, saklanması, işlenmesi, kullanılması ve paylaşılması için gerekli olan iletişim ve bilişim teknolojileri ise belirleyici bir öneme sahiptir. (Yeşilorman ve Koç, 2013: 118). Bu noktada bilgi toplumu, kavram olarak enformasyon toplumu ile karıştırılmaktadır çünkü her iki kavram da teknolojik gelişmeler sonucu ortaya çıkmıştır. Fakat enformasyon toplumu özellikle televizyonun gelişmesi ve yaygınlık kazanmasıyla ortaya çıkmış bir kavramdır. Bilgi toplumu ise bilgisayar teknolojilerinin kullanımının yaygınlık kazanması sonucu ortaya çıkan toplum yapısını tanımlamaktadır (Güngör, 2016: 156). Bu nedenle 'bilgi toplumu'; iletişim teknolojileri, bilgi otoyolları, elektronik ticaret gibi yeni gelişmeler sonucunda bilgi sektörünün ve nitelikli insan faktörünün önemli hale geldiği ve bu gibi yeni teknolojik gelişmelerle toplumun ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasal açıdan endüstriyel toplumun ötesine taşındığı bir toplum yapısıdır (Atkan ve Vural, 2005: 23). Diğer bir tanıma göre bilgi toplumu; her geçen gün artan bir hızla ve küresel ölçekte akıp giden bilgi'nin temel bir meta olduğu; esneklik, çeşitlilik, yaratıcılık, yenilik gibi kavramların belirleyici hale geldiği, eğitimin önem kazandığı ve yaşam boyu eğitim anlayışının yerleştiği; ağların ve etkileşimin rutin bir hale geldiği toplumdur (Gültan, 2003: 47'dan akt. Karabulut, 2015: 12). Yeni bir toplum türünün ortaya çıktığı fikrinde hemfikir olan düşünürler arasında "bilgi toplumunun" en iyi bilinen tasviri Daniel Bell'in sanayileşme sonrası teorisidir. 'Sanayi sonrası toplum' ya da 'bilgi toplumu' bu terimler Bell tarafından genellikle eşanlamli olarak kullanılır. Bell 1950'lerin sonlarından bu yana "sanayi sonrası toplum" terimini kullanmasına rağmen, 1980'de bilgisayar ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelere olan ilginin artmasıyla 'bilgi

toplumu' terimini daha sık kullanmaya başlamıştır. Fakat Daniel Bell sanayi sonrası teorisini açıklarken de başından beri bilgi kavramına ve bilginin merkezi rolüne dikkat çekmiştir. Bell sanayi sonrası toplumda özellikle “teorik bilgi” olarak adlandırdığı şeyin önem kazanmasıyla toplumda niteliksel bir kayma olduğunu öne sürmüştür. Bu nedenle Bell'in teorisi bilgi toplumunun tanımı için oldukça önemlidir (Webster, 2006: 32-35).

İlk kez Marshall McLuhan ve Fritz Machlup tarafından 1962 yılında kullanılan (Geray, 1997: 37'dan akt. Yılmaz, 1998: 149) “bilgi toplumu” kavramı, yirmi birinci yüzyıla taşınan dünyada sosyal ve üretken örgütlenmede yer alan paradigma değişimini ifade ederken (Hilbert ve Katz: 2003: 11) yirminci yüzyıldan günümüze kadar gelişmekte olan bilişim teknolojileri de bilgi çağını ve yeni toplum yapısını karakterize etmektedir (Karabulut, 2015: 11-12). Bilgi toplumu ve bilişim kavramlarının ilk kez ortaya çıktığı Japonya'da bilgi ve bilişim teknolojileri planlama, araştırma, geliştirme ve 1960'ların başlarında devlet politikaları oluşturmak için merkezi bir role sahip olmuştur. Aynı dönemlerde Brezilya'da bilişim endüstrilerini bilinçli bir şekilde kontrol eden ve bir iç bilgisayar endüstrisi geliştirme çabasıyla ülke dışında geliştirilen bilgisayar teknolojisinin gelişimini yasaklayan bir hükümet yapısı ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla her toplumsal veya siyasal geçmiş deneyimlerine ya da mevcut koşullarına bağlı olarak bilgi toplumuna geçişte farklı bir reaksiyon göstermiştir (Braman, 1993: 92-93). Fakat her ne olursa olsun, bilgi toplumuna geçişin temel itici gücü olan teknolojik ilerlemeler aynı zamanda küreselleşmenin de temel yapı taşı oluşturduğu için er ya da geç ‘bilgi toplumu’ tüm dünyayı saran bir toplumsal yapı halini almıştır. Bu nedenle bilgi toplumu, küreselleşme, iletişim ve bilişim teknolojilerinden bağımsız düşünülemez.

Özellikle 1980'lerde iletişim ve bilişim teknolojilerine, enformasyon altyapısına yapılan yatırımlar küreselleşme yolunda iki büyük adımın atılmasını sağlamıştır: Piyasaların yasal düzenlemelerden muaf tutulması ve sermayenin küreselleşmesi. Ekonominin küreselleşmesi ve ulusal yasal düzenlemelerin ötesinde bir bağımsızlık kazanması da ancak enformasyon ve iletişim teknolojileriyle mümkün hale gelebilmekteydi. En başta dünyanın farklı yerlerinde bulunan finans merkezleri, telekomünikasyon ağlarıyla birbirine bağlanabilmişti ve online ağlar, ulusal şirketlerin dünya çapında koordine olabilmesini ve işlerini yürütmesini sağlamıştı. Yani ulusüstü

mal ve hizmetlerin dolaşımı, etkileşimsel bir iletişim ağına; bu ağın işletilebilmesi de enformasyon teknolojiye bağlıydı (Castells, 2008: 171-172, 122-123).

Küreselleşme olgusu etkilerini öncelikle ekonomik alanda hissettirse de daha sonra siyasal alanda etkisini göstermiştir. Küreselleşme, ülke sınırlarının aşınmasına ve egemenlik, bağımsızlık gibi kavramların anlamının değişmesine neden olurken, demokrasi, insan hakları gibi söylemleri de ön plana çıkarmaktadır (Acar, 2009: 47'dan akt. Karaçor, 2009: 122). Heywood ideolojik düşüncelerin gelişimini incelediği 'Siyasi İdeolojiler' kitabında 'üçüncü yol' olarak adlandırdığı ve 'bilgi toplumu'na dair düşünceleri de derleyen bir ideolojik duruştan bahsetmiştir (Heywood: 2013: 154). Üçüncü yol, *"küreselleşmeyi genel olarak kabul etmekte ve kapitalizmin bilgi teknolojisini, bireysel yetenekleri ve hem emeği hem de işin esnekliğini her şeyin üzerinde tutan bir "bilgi toplumu'na dönüşerek mutasyon geçirmiş olduğuna inanmaktadır."* (Heywood, 2013: 155). Üçüncü yol özetle 1980'lerde ortaya çıkan neoliberal devrimin üzerinde yükselmeye çalışan; bilgi toplumunu, kapitalizmin ve küreselleşmenin kötücüllüğüne karşı bir umut olarak gören bir siyasi düşünce yapısıdır.

Küreselleşmenin kültürel olarak da önemli etkileri vardır. Küreselleşmenin kültürel yansımalarına dair çok çeşitli yaklaşımlar olsa da bu yaklaşımlar temelde iki açıdan kutuplaşmıştır. Bu görüşlerden bir tanesi küreselleşmenin, batılı değerleri ve yaşam tarzlarını tüm dünyaya yayarak, bu değerlerin ve yaşam tarzlarının hâkim olduğu tek tip bir dünya yarattığıdır. Bu küreselleşmenin kültürel boyutuna dair olumsuz bir değerlendirmedir (Balay, 2004: 64) ve postmodernist homojenleşme olarak da düşünülebilmektedir. Bir diğer görüş ise küreselleşmenin, interaktif teknolojilerin ve postmodernitenin yarattığı bireysellik algısıyla birlikte kültürel parçalanmaya neden olduğu görüşüdür. Bu da küreselleşmenin kültürel boyutuna getirilen diğer bir yaklaşımdır (Carey, 1993: 322). Bu görüşü Alain Touraine: *"Üretimin özünde, maddi malların yerini kültürel hizmetlerin aldığı post-endüstriyel bir toplumda, devlet aygıtlarının ve piyasaların mantığına karşı sınıf mücadelesinin yerini alan, kişiliğiyle ve kültürüyle öznenin savunusudur."* şeklinde açıklamıştır. (Castells, 2008 :27) Küreselleşme ile kitlesel parçalanmanın eş zamanlı işlediği bir dünyada, sosyal yaşamın eş zamanlı olarak genişleyip daralmasındaki asıl mesele Castells'e göre yeni teknolojiler ile kolektif hafızanın, bireyselsei kültür ile cemaat kültürlerinin nasıl birleşeceğidir. Yani küresel ağların oluşması bir yandan bireylerin

örgütlenme potansiyelini yaratırken, bir yandan da batının bireyselci değerlerini yaymaktadır ve böylece Castells'e göre *teknoloji “geçmişte kendisinin bizzat güçlendirdiği dünya kavrayışının çözülmesini sağlamaktadır”* (Castells, 2008: 27-28). Dolayısıyla iletişim ve bilişim teknolojileri küreselleşmeye hem ivme kazandırdığı hem de bu teknolojilerin kendisi küresel bir hale geldiği için, bilgi toplumunun kültürel etkileri paradoksal ve tartışmalı bir konudur.

Wilson ve Kellerman da bilgi toplumu aşamasını üç eğilim ile karakterize etmiştir: küreselleşme, uzmanlaşma ve bağlantılılık (Wilson ve diğ., 2013: 23).

- Küreselleşme: Bilgilerin dünya çapında çok hızlı hareket etmesi telefonu, interneti, kablolu / uydu televizyonun gelişimini çok hızlandırmıştır. Bu teknolojik çıkır açan gelişmeler ülke sınırlarının aşılmasına, insan aktivitesinin geniş küresinde ulus-devletlerinin rolünün azalmasına veya tamamen ortadan kalkmasına neden olmuştur. Bu uluslararası serbest bilgi transferi ekonomik, sosyal ve kültürel alanda belirgin bir şekilde etkisini hissettirmeye başlamıştır.
- Uzmanlaşma: Uzmanlaşma, cep telefonları, faks makineleri, PC'ler ve dizüstü bilgisayarlar gibi bilgi cihazlarının hızlı bir şekilde yayılması ve benimsenmesi ile belirlenmiştir. Teknolojinin komplike bir hale gelmesiyle de yeni uzmanlık alanları ortaya çıkmış ve çeşitlenmiştir.
- Bağlantılılık: İnternet teknolojileri, metin, veri, grafik ve ses gibi her türlü bilginin elektronik dijital formatta kaydedilmesine ve iletilmesine olanak sağlamıştır. Böylece bilgi üretim ve aktarım hızı, zaman içinde alanın daralmasıyla hızlanmıştır.

Bilgi toplumu, onu oluşturan çeşitli dinamikler ve bu dinamiklerin etkilediği farklı toplumsal boyutlarla ifade edilirken, bu yeni toplumsal dönemin önceki dönemlerden farkı da ortaya koyulmuş olur. Masuda bilgi toplumu ile bir önceki toplumsal örgütlenme biçimi olan sanayi toplumu arasındaki temel farkları şöyle belirtmiştir (Masuda, 1990: 4-10'dan akt. Canpolat, 2012: 55):

- İnsanın fiziki gücünü taklit eden makineler sanayi toplumunun asıl unsuruyken, bilgi toplumunda da insan zihninin işleyişini taklit eden elektronik teknolojiler çağa adını vermiştir.
- Sanayi toplumunun mekânı modern fabrikayken, bilgi toplumunun mekanını siber uzay, veri bankaları, ağ tabanlı kamusal alanlar oluşturmaktadır.
- Sanayi toplumlarında pazar yaratmak coğrafi alan bulmayı keşfetmeyi gerektirirken, bilgi toplumlarında bilginin keşfi sayesinde pazarlar oluşturulur.
- Sanayi toplumu, merkezi yönetime ve hiyerarşik ilişkilere dayalı olduğu için siyasal sistemi parlamenterdir ve çoğunluk anlayışına dayanır. Bilgi toplumunda ise koordinasyon sağlamaya yönelik yatay iletişim biçimleri hâkim olduğu için siyasal sistemi katılımcı demokrasi anlayışına dayanmaktadır.
- Sanayi toplumunda toplumsal hareketler kitlesel meta tüketimine dayalıyken, bilgi toplumunda ise kitlesel bilgi üretimine dayalıdır.

Atkan ve Vural çeşitli kaynaklardan derledikleri bilgi toplumunun genel özellikleri ve sanayi toplumundan farkına dair belirttikleri özelliklerin bazıları ise şunlardır (Atkan ve Vural, 2005: 24-26):

- Sanayi devrimini başlatan ve üretimde çığır açan teknolojik gelişme buhar makinesiyken, bilgi toplumunda bunun yerini bilgisayarlar almıştır. Dolayısıyla sanayi toplumundaki mal ve hizmet üretiminin yerini de bilgi ve teknoloji üretimi almıştır. Bilgi sektörüne ait elektronik, dijital araçların ve iletişim teknolojilerinin üretimi önem kazanmıştır. Böylece bilginin üretimi ve dolaşımı daha da hızlanmakta, eşzamanlı olarak dünyanın her yerine yayılmaktadır.
- Sanayi toplumunu temsil eden şey, üretim bandının bir parçası olarak kabul edilen işçileri barındıran fabrikalardır. Bilgi toplumunu sembolize eden şey ise bilgisayar teknolojilerinin yön verdiği enformasyon şebekeleri ve veri bankalarından oluşan kamusal altyapıdır. Bu nedenle, yani alternatif bir

kamusal alanın doğuşuyla ve herkesin bilgi toplumunda bireysel bilgi üreticileri ya da bilgi sağlayıcıları olabildiği toplumda dördüncü bir sektör olarak ‘entelektüel sektörler’ ortaya çıkmıştır.

- Bilgi toplumunda fiziksel gücün önemi azalmış, beyin gücü önem kazanmıştır. Dolayısıyla sanayi toplumundaki maddi yani somut sermaye, bilgi ve insan sermayesine dönüşmüştür. Bilgi ve düşünsellik ön plana çıktığı için yüksek öğrenime sahip, nitelikli insan sermayesinin üretim sürecine katılımı söz konusudur.
- Özellikle internet tabanlı teknolojilerin sürekli güncellenmesi veya arayüzlerinin sık sık değişmesi nedeniyle, diğer bir neden olarak da bilgi alışverişinin ve veri akışının hızlı hale gelmesiyle ve bu hıza yaşamın her döneminde uyum sağlanması gerekliliği nedeniyle sanayi toplumundaki genel eğitim anlayışı değişerek eğitimin bireyselleşmesi ve yaşam boyu öğrenim anlayışı benimsenmeye başlanmıştır. Yani kişinin eğitiminden ve kendini geliştirmesinden en çok kendisinin sorumlu olduğu düşüncesi genel kabul görmeye başlamıştır.
- Bilgi toplumunda sosyoekonomik sistem, teknolojinin sağladığı imkanlarla çok merkezli bir yapıya evrilmiştir ve bundan dolayı bilgi toplumunu gönüllü bir sivil toplum oluşturmaktadır.

Sanayi toplumu nasıl ki sermayenin birikimine dayalıysa, bilgi toplumu da bilişim teknolojileri tarafından dolaşıma giren bilginin paylaşılmasına dayalıdır. İktidarların güç ve hakimiyet mücadelesi açısından düşünüldüğünde bu dönemde iktidarın kendisini hâkim kılma şekli de bilgi toplumunun dinamizmine göre değişikliğe uğramıştır. Sanayi toplumlarında iktidar sermayenin birikimiyle sağlanırken, bilgi toplumunda bilginin paylaşılmasıyla sağlanmaktadır (Yeşilorman ve Koç, 2013: 118). Castells’in de belirttiği gibi bilgi çağındaki güç savaşları, kültürel güç savaşlarıdır ve ağırlıklı olarak medya üzerinden gerçekleştirilir (Castells, 2010a: XXV). Yani kültürel hegemonyaya dayanmaktadır. Kültürel hegemonya Gramsci’nin kapitalizm altındaki kültür ve iktidar arasındaki ilişkiyi ele almak için kullandığı bir kavramdır (Lears, 1985: 568). Kültürel hegemonya, halkın güçsüz kesiminin mevcut eşitsizliklerin korunmasındaki bilinçsiz veya bilinçli suç ortaklığı nedeniyle

altkültürlerin özerkliğini ve canlılığını vurgulayan inanışları da yok edecek güce sahiptir. Çünkü ezen-ezilen arasında doğrudan bir mücadele olmayışının ve yönetici sınıfın bu mücadeleden başarılı bir şekilde kaçabilmesinin kaynağı kültürdür. Kültür özünde ortak oluşturulan bir yapı olması nedeniyle özel çıkarların halkın güçsüz kesimlerinin kendi çıkarları olduğu iddiasını taşıyarak alt grupların arzularını da içerisinde barındırır ve kültür çeşitli alışkanlıkları ve inanışları da içerdiği için kültürü paylaşılanlar tarafından çoğunlukla sorgulanmaz (Lears, 1985: 571-573).

İletişim teknolojilerinin kullanımı, bu teknolojilere erişimin kolaylaşıp ucuzlaması ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeyle birlikte daha da yaygın bir hale gelmiştir. Bu da kültürel alanın küreselleşmeye açılmasını mümkün ve kaçınılmaz kılmıştır. Dünyanın kültürel olarak tektipleşeceği savı ile, bu savın tam zıttı olan farklılıkların görünür hale gelerek baskın kültürle direneceği savı bu konuda temel tartışma konusunu oluşturmaktadır. Tatal Cheviron'a göre iletişim teknolojilerinin ağ toplumu, bilgi toplumu gibi isimlerle tanımlanması ve kültürün ağa erişimi olanlar tarafından kolektif olarak şekillendirilmesi noktasındaki iddiaların hangi egemen yerleşik düzeni meşrulaştırdığının da sorgulanması gerekmektedir. Bunun yanı sıra, bilginin paylaşılıp benimsenmesine bağlı olarak yeni bir tahakküm biçiminin meydana geldiği bu bilgi toplumu çağında, ağa ulaşımı olanlar ile olmayanların üzerinden eşitsizlik tartışmaları sürdürülse de (Tatal Cheviron, 2014: 45-47) kültürel savaşların cephesi haline gelen iletişim teknolojilerinin, görünür olmak, yaygınlık kazanmak, benimsenmek gibi amaçlar söz konusu olduğunda topluma daha demokratik bir boyut ve yeni bir kültürel form kazandırdığı gerçeği de yadsınamaz. Bilgi toplumunun ve yeni iletişim teknolojilerinin birbirini etkileyen bazı özellikleri bu yeni kültürel yapının oluşmasını sağlamıştır.

Yeni teknolojilerin donanımının karmaşık bir yapıya sahip olması, teknolojik alanda gerçekleştirilen gelişmelerin ivme kazanması karşısında bürokrasi hantal bir unsur haline gelmiş, bunun yerine farklı departmanlar arasında koordinasyon, iş birliği gibi nitelikler önem kazanmıştır. Hiyerarşinin ve merkezi kontrol sisteminin azalması daha fazla sorumluluk üstlenebilen, yeni teknolojilerin hızına ve karmaşıklığına uyum sağlayabilen, çok yönlü düşünüp hareket edebilen, öğrenmeye açık yaratıcı bir insan sermayesinin önemini arttırmıştır. Teknolojinin mesleki işleyişlere ve insan yapısına tezahürü sonucunda toplumsal beklentiler, değerler ve arzular da değişim geçirmiştir. Maddi değerlerin değil, bilgi değerlerinin üretiminin itici güç olduğu toplumda temel

değerler maddi ihtiyaçların tatmininden ziyade, kişinin kendini gerçekleştirme arzusuna dayanmaktadır (Atkan ve Vural, 2005: 26-30).

Yoneji Masuda, ‘Managing In The Information Society (Bilgi Toplumunda Yönetim)’ adlı kitabında enformasyon devriminin, toplumu yalnızca bilgi toplumuna dönüştürmediğinden aynı zamanda da insanlığın zihinsel işleyişlerine kadar etki ettiğini öne sürer. Ona göre teknolojik gelişmeler toplumsal yapının asıl dönüştürücüsüdür (Canpolat, 2012: 54). Masuda, kültürel açıdan bilgi toplumunu "zengin maddi tüketim yerine, genel olarak gelişen bir insan entelektüel yaratıcılık durumu ortaya çıkaran bir toplum" olarak görmektedir (Wilson ve diğ., 2013: 20). Yani Masuda enformasyonun tüketiminden ziyade, entelektüel yaratıcılığın hâkim olduğu üretici zihinlerden oluşan bir toplum idealini taşır. Bu, Lyon’a göre yeni iletişim teknolojilerinin bir vaadidir. Bu vaat kimilerine göre bilgi toplumunun da ötesine geçen bir iletişim toplumu yaratmaktadır. Lyon’un bilgisayar demokrasisi dünyası olarak adlandırdığı bu toplum (Lyon, 1996: 57-58) temsili demokrasiden katılımcı demokrasiye geçişin kapılarını da açmaktadır. Kimi düşünürlere göre iletişim teknolojilerinin zemin oluşturduğu katılımcı demokrasi ortamının, kültürel parçalanmaya neden olan, işçi sınıfı gibi sınıfların kültürünü bozan ve her sınıftan insanları atomize bir hale getirerek sınıf bilincini yok eden olumsuz sonuçları olsa da (Stevenson, 2002: 20) katılımcı demokrasi anlayışı bilgi toplumunun siyasal sistemini sembolize etmektedir (Atkan ve Vural, 2005: 26). Marshall McLuhan'ın teorik olarak belirttiği gibi eğer medya mesajı, yani medya ortamı tüm iletişim biçimini belirleyen bir sistemse, yeni iletişim teknolojileri özellikle internet tüm kitle iletişim araçlarının içerisinde demokrasiye en elverişli olandır (Hiebert, 2005:1). Demokratik bir işleyişin altyapısını oluşturan bu ağ tabanlı teknolojiler devrimci bir praksis için de yeni bir alan sağlayabilir (Durmuş, 2012: 36-37). Toffler de buna paralel olarak üçüncü dalga olarak adlandırdığı bilgi toplumunu, kitabının temel fikri olarak devrimci oluşum (Toffler, 2008: 17) kavramıyla açıklar. Bu kavramı temsil eden toplumu şöyle ifade eder:

*“Günümüzdeki en büyük tehlikeleri üreten şartların, aynı zamanda da nefes kesici yeni potansiyelleri temsil ettiğini görüyoruz. Üçüncü dalga bize bu yeni potansiyelleri gösteriyor. Yıkımın ve çürümüşlüğün tam ortasında, doğum ve yaşam hakkında çarpıcı kanıtlar bulabileceğimizi görüyoruz. Tüm bunlar, ortaya çıkacak olan toplumun daha öncekilere oranla çok daha mantıklı, akli*

*başında ve sağlam, çok daha saygın ve demokratik olacağını bence tartışılmaz bir şekilde ve açıkça gösteriyor.” (Toffler, 2008: 10)*

Toffler’ın bu alıntısı yeni iletişim teknolojilerinin, toplumsal örgütlenişi ve toplumun ideal birey algısını ne ölçüde şekillendirdiğini ifade etmektedir. Bu dijital ilişkileri ve yeni toplum yapısını Marshall McLuhan ‘küresel köy’ kavramı ile açıklamıştır. McLuhan’a göre “*yeni elektronik karşılıklı bağımlılık dünyayı küresel bir köy imajında yeniden yaratmaktadır.*” (McLuhan, 1962: 31). Elektronik medyanın bireylerin gündelik hayatına girmesiyle iletişim küreselleşmiş ve tıpkı kabile dönemindeki gibi toplumsal ilişkilerde sözlü iletişimin yeniden yaygınlaştığı, eşzamanlı olarak aynı mekânda olabilmenin mümkün hale geldiği ve tüm dünya insanların ortak bir kültüre evrildiği bir dönem başlamıştır. McLuhan ‘küresel köy’ analizini televizyon üzerine yapmış olsa da (McLuhan, 1962: 31; Gere, 2008: 101-102) internetin ortaya çıkışıyla herkesin her şeyden anında haberdar olabildiği, herkesin her istediği bilgiye veya kişiye anında ulaşabildiği ve katılım sağlayabildiği dijital çağ, McLuhan’ın ‘küresel köy’ kavramını tam anlamıyla karşılamaktadır. Şimdi “*merkezler her yerde, sınırlar ise hiçbir yerde*”dir (McLuhan ve Powers, 2001: 142). Masuda ise ‘The Information Society as Post-Industrial Society (Endüstri Sonrası Toplum Olarak Bilgi Toplumu)’ adlı diğer kitabında “*şimdiye kadar çok sayıda vatandaşın politika oluşturmaya katılmasını imkânsız hale getiren teknik zorlukların şimdi çözüldüğünü*” ileri sürmüştür. Böylece vatandaşların katılımı için artık pratik bir engel bulunmadığından, Masuda bilgi çağını kucaklayan ülkelerin katılımcı demokrasiye doğru ilerleyebileceğini öngörmüştür (Masuda, 1980: 83-87’den akt. Chadwick ve May, 2003: 280). Masuda bu geniş katılımın, bilginin tekelleşmesinin önüne geçeceğinden ve yeni katılım sağlayan bireylerin sayısı arttıkça, bilginin güçlü azınlığın çıkarlarına hizmet etme olasılığının düştüğünden bahsetmiştir. Masuda’nın sözünü ettiği bu katılımcı modelin temel dayanağı, bilginin söylemsel, koşullu, değişken olduğu ve doğru bilginin ancak etkileşim yoluyla ortaya çıkacağıdır. Bu modelde etkileşim ise demokrasinin en önemli ön koşuludur. Sanal topluluklar bu anlamda demokratik değerlerin korunması, gönüllü birliktelik oluşturulması, yeni çıkar topluluklarının geliştirilmesi ve en nihayetinde katılımcı modelin işlemesi için olumlu ve organik müzakere mekanizması olarak işlev görmektedir (Chadwick ve May, 2003: 281).

Katılımcı demokrasi mümkün hale gelirken ulus-devletlerin sınırlarını aşan yeni bir vatandaşlık anlayışı da ortaya çıkmıştır. Linklater bu yeni vatandaşlık anlayışını küresel/kozmopolitan vatandaşlık kavramıyla ifade etmiştir. Linklater, kozmopolitan vatandaşlık kavramını tüm insanları daha adil bir dünya düzeninde birbirine bağlayabilen temel evrensel haklar ve yükümlülükler arayışında kilit bir unsur olarak ele almıştır. Kozmopolitan vatandaşlık ulusal vatandaşları, dünyanın çıkarlarını daha fazla dikkate almaya teşvik etmek ve sorumluluk alanlarını genişletmek için önemli bir araçtır. Bireyleri dar görüşlü çıkarların ve kültürel önyargıların ötesine taşımayı amaç edindiği için de klasik politik eylemlerden ve sosyo-politik örgütlenmelerden ayrılır (Linklater, 2007: 109-115).

Bu noktada Masuda'nın bilgi toplumuna politik katılım için önerdiği altı temel prensip de (Masuda, 1980: 83'den akt. Chadwick ve May, 2003: 280) kozmopolitan vatandaşın çevrimiçi davranışlarına dair genel sınırları da belirlemektedir:

- Tüm vatandaşlar karar verme aşamasına ya da en azından maksimum sayıya katılmak zorundadır.
- Sinerji ve karşılıklı yardımlaşma ruhunun tüm sisteme nüfuz etmesi gerekir. Çünkü sinerji ortak sorunların çözülmesinde her bireyin iş birliği yaptığı ve ortak faydaya ulaşmak için herkesin kendi çıkarlarından bir miktar feda etmeye hazır olduğu anlamına gelir.
- Herhangi bir sorunun çözümüne yönelik olarak insanların gönüllü olarak bilgi verebilmesi için öncelikle tüm bilgiler kamuya açık olmalıdır.
- Ortak katılım sonucu bir konunun çözümünden alınan tüm faydalar vatandaşlara eşit olarak dağıtılmalıdır.
- Sorunlara ikna ve mutabakat yoluyla bir çözüm aranmalıdır.
- Karar verildikten sonra, tüm vatandaşların çözüme ulaşırken iş birliği yapması gereklidir.

Kozmopolitan vatandaşlık kavramı ile benzer şeyleri ifade eden diğer bir kavram ise dijital vatandaşlıktır. Kozmopolitan vatandaşlık, bilgi iletişim teknolojilerinin, vatandaşların etkileşimine ve politik karar alma süreçlerine olan etkisinin ideal ve küresel yansımasına odaklanırken, dijital vatandaşlık dijital teknolojilerin kullanımı yoluyla insanların toplumdaki rolüne ve bu teknolojilerin demokratikleştirici etkisine odaklanır. Dijital vatandaşlık, bir ulus-devlete ait resmi statülerden ve bu statünün

beraberinde getirdiği hak ve sorumluluklardan ziyade, insanların eylemleri yoluyla tanımlanır. Yani toplumdaki rollerini statülere bağlı almayan, kendisi yaratan ve bu rollerinin gerekliliğini yerine getiren vatandaşları ifade etmektedir (Hintz, Dencik ve Wahl-Jorgensen, 2017: 731-732). Dijital vatandaşlık düzenli erişim gerektiren çevrimiçi topluma katılma yeteneğidir ve bu yetenek dijital eylemler ve hak iddiaları ile şekillenmektedir. Isin ve Ruppert'a göre burada iki önemli nokta vardır: Birincisi, bu dijital haklar uluslararası boyuttadır ve birden fazla yasal düzeni kapsayacak şekildedir. İkincisi ise, hakların klasik alanlardan dijital alanlara aktarılabilir olması gereklidir (Isin ve Ruppert, 2015: 18, 50).

Toffler'a göre bilgi toplumunda, teknolojiyle birlikte kitlesellikten uzaklaşmıştır (Toffler, 2008: 452-457). Katılımcı kültürün ön plana çıktığı bir toplum olsa da, aynı zamanda kitle psikolojisinden sıyrılabilen bireylerin önem kazandığı bir toplum yapısıdır. Dijital medya her ne kadar katılımı destekleyen bir kültürel bağlam sunsa da (Jenkins ve diğ., 2006: 6) bilgi toplumunda yetkinlik, sorumluluk ve donanım anlamında bireysel olarak da güçlü bireylerin yetişmesi önem kazanmıştır. Bu doğrultuda hükümetler, şirketler, sivil örgütler ve birçok akademisyenin de üzerinde uzlaştığı bir düşünce olarak, dijital bir vatandaşın internete katılabilmesi kendi kendisini donatması gereklidir. Amerika Birleşik Devletleri federal yetkisi tüm okul bölgelerinin personelinin ve öğrencilerinin siber güvenlik ve dijital vatandaşlık hakkında bilgi sahibi olduklarını belgelemelerini şart koşmuştur. Hükümetler vatandaşları dijital olmaya çağırmakta; ayrıca dijital vatandaşların veri haklarını bilmelerini ve uygun güvenlik ve veri paylaşımı koruma uygulamalarını talep etmektedirler. Bu nedenle dijital vatandaşlık siber güvenlik hakkında bilgi sahibi olmayı da içerir. Bir ABD okul programı çevrimiçi ortamda nasıl davranılacağına dair, dijital vatandaşlığı dijital okuryazarlığı, etik ve görgü kurallarını, çevrimiçi güvenlik ve normlarını da kapsayan birkaç genel ilke belirlemiştir (Isin ve Ruppert, 2015: 59, 66-67):

- Sorumlu olmak. (Yani hangi kişisel bilgilerin paylaşıldığı konusunda dikkatli olmak.)
- Farkında olmak. (Virüs veya zararlı yazılımlara karşı bilinçli olmak.)
- Temkinli olmak. (Bilinmeyen kaynaklardan gelen e-postalara karşı yanıt vermemek.)
- Uygun davranmak. (Çevrimiçi nezaket kurallarına uygun davranmak.)

Castells'e göre bilgi toplumu yeni bir teknolojik paradigmanın üst yapısı değildir. Soyut bilgi işlemenin maddi gücü ile toplumun anlamlı kültürel kimliği arayışı arasındaki tarihsel gerilime dayanmaktadır (Castells, 2010a: 66). Dijital olarak yeniden şekillenen kültürel yapı, yeni ekonomi alanlarının keşfine de yol açmıştır. Çünkü siber uzayın vatandaşları katılımcı, kâşif, işçi, tüketici veya yalnızca flaneur olarak çevrimiçi platformlarda yer alırken, sadece ekonomik ve sosyal ilişkileri yeniden üretmemekte, aynı zamanda da yeni ilişki biçimleri ve ekonomi yapıları da yaratmaktadırlar. Teknoloji yaygınlaştıkça, küreselleştikçe ve toplumsal ilişkilerin niteliği bilgi toplumu olarak dönüştükçe, bilginin kendisi maddi bir değer ifade eder hale gelmiştir ve aynı şekilde bilgiyi yaygın bir şekilde iletmek ve dağıtmak için gerekli altyapı da önemli bir zenginlik kaynağı olarak değer kazanmıştır. Yani bu yeni dijital kültürün dinamikleri bilginin yaratılması, dolaştırılması ve yeni anlamlar yaratılmasıyla ilgilidir. Aynı dinamikler, ekonomik ve politik hayatı da şekillendirmektedir. Dolayısıyla dijital devrim hem dünya kültürünün gittiği yeri simgelerken, hem de bilgiye dayalı bir ekonomiye yol açmaktadır (Pickering, 1999: 168-182). Bu Balkin'e göre dijital devrimdir. Yani Balkin'e göre dijital devrim hem teknolojik hem de ekonomiktir (Balkin, 2004: 13). Dijital teknoloji bilginin temelde sınırsız yollarla iletilmesine izin verir. Bu ekonomik ilişkilerin üzerinde bir çığır açsa da bundan çok daha fazlasıdır. Topluluk oluşturma bilinci, örgütlenme, dostluk ilişkileri, kültürel yapı gibi somut olmayan faktörler üzerinde de toplumu dönüştürür. Dijital teknolojiler, sermayeyi emekten ayıran boşluğu daraltırken ve aynı zamanda farklı coğrafyalar arasındaki bağları da güçlendirebilir. Bu nedenle Graham'a göre dijital devrim, teknolojik ve ekonomik olmaktan daha ziyade toplumu dönüştüren bir iletişim devrimidir (Graham, 2004a: 8).

İnsanlık tarihinde iletişim biçimi ve ifade kabiliyetindeki en büyük artış yaşanmaktadır. Daha fazla insan geçmişte mümkün olandan daha fazla insana daha fazla şeyi eşzamanlı iletebilmekte ve bu iletimin hızı saniyeler hatta saliselerle ölçülebilmektedir. İletişim kurma yeteneği ya da biçimindeki radikal değişiklikler toplumu da şekillendirmektedir. Shirky'e göre bireylere en önemli gücü kazandıran ilk teknolojik devrim olan telefon, bir dinleyici/izleyici karşı tarafı oluşturdu. Daha sonra matbaa devrimi büyük kitleler oluşturdu fakat bu devrimin kontrolü küçük bir profesyonel grubun elindeydi. Cep telefonları ve internetin yaygınlaşmasıyla ve birleşmesiyle birlikte, yani dijital devrimin gerçekleşmesiyle bireyler telefon

devrimiyle sahip oldukları bu gücü kitlesel boyuta dönüştürebilmişlerdir. Artık her kullanıcı potansiyel bir içerik oluşturucu ve tüketicidir. Bütün kullanıcılar bir içerik, ürün ortaya koyarlarken birbirleriyle doğrudan iş birliği yapabilen eski kitle özelliklerini, dijital teknolojinin imkanlarıyla ve yeni bir bilinçle ortaya koyabilirler. Bu nedenle Shirky bu iletişim araçlarının modern toplum için sadece bir gelişme değil, aynı zamanda da bir meydan okuma aracı olarak kullanılmasının da mümkün hale geldiğini söylemektedir. Çünkü Shirky'e göre devrimin ayırt edici özelliği burada gizlidir. Ona göre, devrimin gidişatı ve insanların bu devrimsel gelişmeleri hangi amaçla kullanabilecekleri, bu gelişmeleri ne yöne çekebilecekleri kontrol edilemez ve önceden öngörülemez bir şeydir (Shirky, 2008: 106-107).

Dijital devrim, Balkin'e göre sosyal örgütlenme ve ifade özgürlüğünün sosyal uygulamalarının altında yatan olgusal varsayımları dört önemli şekilde değiştirmiştir (Balkin, 2004: 6-9):

- Birinci olarak, dijital devrim bilgiyi kopyalama ve dağıtma maliyetlerini büyük ölçüde azaltmaktadır. Çok sayıda insan görüşlerini ucuz ve kolay bir şekilde yayınlatabilmekte, kolayca blog veya web sitesi oluşturulabilmekte ve herkes bu sitelere veya platformlara kolayca erişilebilmektedir. Böylece yayın ve dağıtım maliyetleri çok düşmektedir.
- İkincisi, dijital devrim, içeriğin kültürel ve coğrafi sınırları aşmasını kolaylaştırmaktadır. Konuşmacılar sadece yaşadıkları ülkede daha fazla insana ulaşmakla kalmamakta, aynı zamanda dünyanın dört bir yanındaki insanlarla etkileşim kurabilmekte ve yeni ilgi alanları oluşturabilmektedirler. Bu anlamda internet önceleri sadece büyük ticari kuruluşların sahip olduğu olanakları, yani küresel olarak iletişim kurulabilmesi ve bilgi aktarımı için gerekli olan altyapı erişimini sağlamaktadır.
- Üçüncüsü, dijital devrim mevcut bilgilerle inovasyon yapma, bu bilgileri yorumlama ve üzerine inşa etme maliyetlerini azaltır. Dijital devrimin önemli bir özelliği, bilgilerin dijital olarak depolanması ve kodlanması için ortak standartların geliştirilmesidir. Ortak standartların geliştirilmesi önemlidir. Çünkü insanlar görüntüleri, müzikleri ve metinleri depolamak için ortak bir metriğe sahip olduklarında, bilgileri kopyalayabilir, kesebilir, yapıştırabilir ve

başkalarına gönderebilirler. Görüntüleri, müziği ve metni kodlamak için ortak standartlar yalnızca içeriği kopyalamayı ve dağıtmayı kolaylaştırmakla kalmaz, aynı zamanda içeriğin uygun şekilde düzenlenmesini ve değiştirilmesini de kolaylaştırır.

- Dördüncüsü ve en önemlisi, bilginin iletimi, dağıtımı, tahsis edilmesi ve değiştirilmesi maliyetlerinin azaltılması konuşmayı demokratikleştirmektedir. Konuşmanın demokratikleşmesinin sebepleri ise, dijital iletişim teknolojilerinin dünyanın birçok yerinde birçok kesimden ve kültürden insanın eline geçmesi; her geçen gün daha fazla insanın bu teknolojileri kullanarak daha fazla içeriği yayınlayabilmesi ve tüm dünyaya ulaştırabilmesi; gün geçtikçe daha fazla insanın bu dijital içeriklerin daha fazlasını, çok daha fazla kişiden alabilmesinin mümkün hale gelmesidir.

Özetle dijital devrim, tıpkı radyo, televizyon ve telefon teknolojilerinde olduğu gibi, konuşma ve kendini ifade etme özgürlüğünü yeni bir konuma getirmekte ve daha önce aynı ölçekte var olamayan yaygın kültürel katılımı ve etkileşimi mümkün kılmaktadır. Dijital devrim, iktidara bu kültürel katılım ve etkileşim biçimlerini sınırlamak ve kontrol etmek için yeni fırsatlar sunsa da dijital teknolojilerin, içeriği dijital biçimde depolayarak kopyalamayı, değiştirmeyi, açıklama eklemeyi, harmanlamayı, iletmeyi ve dağıtmayı kolaylaştırmasıyla toplumsal anlaşmazlıkların çözümü veya uzlaşa sağlamak için yeni çatışma ve mücadele alanları yaratılmaktadır.

### **1.1.1. Karşı Kültür**

Bir karşı kültür, değerleri ve davranış normlarıyla çoğunlukla ana akım kültürel geleneklere karşı, ana akım toplumdakinden önemli ölçüde farklı olan bir altkültürdür. Bu nedenle, karşı kültürü anlamak için öncelikle altkültür kavramıyla kesiştiği noktaları belirtmek gereklidir. Hebdige, 'Subculture: The Meaning of Style (Altkültür: Tarzın Anlamı)' (2002) adlı kitabında altkültürü, iktidar ideolojisine karşı yaşanan çelişkilerin ve itirazların eğik bir tarzda temsil edildiği bir direniş biçimi olarak ele almıştır. Hebdige nesnelerin, bir stil olarak yeniden tanımlandığından ve bu stillerin altkültürlerin birer kimliği haline gelerek, egemen kültüre bir meydan okuma aracı olarak kullanılmasından bahseder. O'na göre bir stilin inşasında mevcut düzene veya doğal akışa bir karşıtlık vardır. Dolayısıyla Hebdige, altkültür kavramını, egemen

kültüre karşı bir direniş ve karşı duruş olarak konumlandırmaktadır. Bir altkültürün mensubu olunduğunu belirten saç kesim şekilleri, çengelli iğne gibi aksesuarlar, ağır botlar, yırtık çoraplar gibi giyim tarzları ideolojik bir işarettir. Nesnelere atfedilen farklı tanımlar ve anlamlar kadar, konuşulan dilin üzerine kurulan ideolojik söylemler de gündelik hayatın en sıradan alanlarına bile sahip olma mücadelesi taşıyan işaretlerdir. İşaretler bu anlamda, sınıf mücadelesinin arenası haline gelmektedir. Bu biçimiyle altkültür, muhalefet olarak sembolik direniş biçimlerine yönelmiştir (Hebdige, 2002: 3-17, 52-70, 133, 148). Bu direniş biçimi kimi zaman da protesto eylemleriyle ya da şiddet yönelimleriyle ifade edilebilmektedir. Altkültürler zaman içerisinde popüler kültürün bir parçası haline gelerek egemen kültürle uyumlulaşabilmektedir. Fakat karşı duruşlarını ve protest tavırlarını devam ettirdikleri sürece marjinal yapılarını koruyabilmektedirler (Güngör, 2016: 314-316). Altkültürlerin, egemen kültüre dahil olmayışı ve marjinal yapılarını korumaları karşı kültür olarak da tanımlanabilmektedir. Karşı kültür egemen kültüre uyum göstermeyi reddeden ve egemen kültürün özellikleriyle çatışmaya giren toplumsal grupları nitelendirmektedir. Bu nedenle egemen kültürle büyük oranda farklılaşan altkültürlerin karşı kültüre dönüşme olasılıkları daha yüksektir (Aktan ve Tutar, 2007: 8-10).

Direniş kültürleri olarak da ifade edilebilecek karşı kültürler her zaman mevcut sosyal yapıları aşındırmamakta, kimi zaman da sosyal yapıları güçlendirmeye hizmet etmektedir. Ekoloji hareketleri, kadın hareketleri, işçi hareketleri gibi bazı aktivist ve toplumsal hareketlerin sonuçları buna örnektir. Günümüzde karşı kültür hareketleri birtakım değişimler geçirmiştir. Bu değişimler, toplumsal hareketlerin, yeni toplumsal hareketler olarak adlandırılan ve farklı özellikler gösteren bir döneme ayrılmasında dijital medyanın oynadığı rol üzerinden açıklanabilir. Toplumsal hareketler mevcut sisteme direnmek, karşı güç oluşturmak ve toplumu dönüştürmek için örgütlenerek eylemde bulunulmasıyla gerçekleşmektedir. Giddens'a göre toplumsal hareketlilik, farklı sosyoekonomik konumlara sahip toplumsal kesimlerin hareketlerine gönderme yapan bir kavramdır (Giddens, 2012: 372). 1960'lara, 1970'lere kadar olan dönemde, toplumsal hareketler daha çok toplumsal tabakalaşmadan doğan ekonomik ve toplumsal haksızlıklar gibi sorunlar üzerine meydana gelmiştir. Sınıfsal çatışmaların büyüyerek geniş çaplı eylemlere dönüşmesinin merkezinde siyasal ideolojiler ve partiler vardır. Kaynak Mobilizasyonu Paradigması olarak da tanımlanan, bu toplumsal hareket paradigması, endüstri-sonrası toplumun kültürel talepleri

doğrultusunda çıkan toplumsal hareketleri açıklamakta yetersiz kalması nedeniyle eleştirilmiştir. Yeni Toplumsal Hareketler Paradigması olarak adlandırılan, 1960’lardan sonra meydana gelen toplumsal hareketler ise daha çok kültürel bağlamda değerlendirilmektedir. 60’lar ve 70’lerde ortaya çıkan yurttaşlık hakları sonucunda meydana gelen hareketler ve feminist hareketler; 80’lerdeki çevreci hareketler; 90’lardaki eşcinsel hakları hareketleri Yeni Toplumsal Hareketler olarak tanımlanmaktadır (Giddens, 2012: 372-378, 917-918; Gençoğlu, 2014: 313-314; Önder, 2016: 30-31). Yeni Toplumsal Hareketler teorisinin öncü ismi Alain Touraine’dır. Touraine’e göre toplumdaki temel çatışma ve dinamikler kültürelidir. Endüstrisi sonrası toplumda, aktörlerin öznelliğine ve kendilerini ifade etmelerine dair sorunlar, toplumsal değişimde endüstriyel toplumun sınıf ilişkileri ve ekonomik eşitsizlik gibi sorunlarından daha büyük yer kaplayacaktır. Yeni toplumsal hareketlerin çıkış noktasını, sembolik malların üretimine egemen olan sosyal ve kültürel güçlere karşı yapılan muhalefet oluşturmaktadır. Yani, anlam inşasında rol oynayan toplumun “baskın kodları”na karşı duruş, bu hareketlerin temel mücadele biçimini oluşturmaktadır (Touraine, 1992’den akt. Lievrouw, 2011: 40, 51).

Yeni Toplumsal Hareketler ifade özgürlüğü, şiddet yönelimlerinin önüne geçilmesi, doğanın korunması, toplumsal cinsiyet eşitsizliği gibi kültürel ve sosyal sorunlara yönelik konuları içermektedir. Bu yeni sorunlar ve bu sorunlara karşı meydan okumalar, bireylerin kendi yaşamlarına dair denetimlerini yitirmekte oldukları kaygısından kaynaklanmaktadır. Bireyler, kendilerini daha az güvende ve yalıtılmış hissetmektedir. Bunun küreselleşme, yeni ekonomi gibi birden fazla nedeni olmasına karşın, toplumun ve dolayısıyla toplumsal hareketlerin biçim değiştirmesinde dijital medya da, toplumun sınıfsal yapısını bozması ve bireyselliği kuvvetlendirmesi bakımından önemli rol oynamaktadır. Dijital medyanın herkes tarafından ulaşılabilir olması ve yeni bir dijital kültür yaratması, sınıfsal bütünlüğün kişisel ilgi alanları üzerinden sınıflandırılmış daha küçük topluluklara bölünmesinde ve böylece toplumsal sınıf algısının dağılmasında etkili olmuştur. Diğer yandan ise, dijital medya toplumsal hareketler için güçlü bir örgütlenme aracı haline gelmiştir (Giddens, 2012: 378, 917-918, 939). Manuel Castells, ‘The Power of Identity (Kimliğin Gücü)’ (2010) adlı kitabında ortaya çıkış amaçları ve hedefleri birbirinden farklı olan, fakat hepsi de bilgi teknolojisi aracılığıyla küresel boyutta yaygınlık kazanmış üç toplumsal hareketi -Meksika’daki Zapatista Hareketi, Amerika’daki Vatanseverlik Hareketi ve Japonya’daki Aum Shinrikyo Hareketi- inceler. Bu hareketlerin tümü küreselleşmenin

etkilerine karşı kendi hayatlarına dair denetimlerini yitirmekten duydukları kaygıyı dışa vurmak için dijital medyanın gücünü kullanmışlardır (Castells, 2010b: 75-105). Dijital medya hem denetimden çıkmış dünyaya dair duyumu ve yalnızlık algısını artırırken, hem de bunların çözümü için alternatif kamusal alan sağlamaktadır. İsyancı olsun veya olmasın toplumsal hareketler ve mücadeleler kamusal alanda yayılmaktadır. Castells'e göre kamusal alan, *"fikirlerin ve değerlerin oluştuğu, aktarıldığı, desteklendiği ve bunlara direnildiği toplumsal, anlamlı etkileşimin alanıdır"* (Castells, 2009: 301). Bu nedenle, tarih boyunca kamusal alanın ideolojik ve siyasi otoriteler tarafından kontrol edilmesi, iktidarın devamlılığını sağlayan gücün anahtarıdır (Castells, 2009: 301). Dijital kamusal alan ise bu anlamda, görece özerkliğe sahiptir.

Jacques Ellul'e göre teknoloji toplumu teknokrasiye dayalı yeni bir elit ve iktidar sınıfı yaratmaktadır. Ellul, bu sınıfın modern devlet gücünün merkezine yakın insanlar olduğunu söylemekle birlikte aynı zamanda tekniğin toplum yapısını şekillendirdiğini de öne sürmektedir. Fakat, Ellul bu yeni tekniğin yarattığı dünyayı, insanların gelişmelere karşı seyirci kalamadıkları, katılmak zorunda oldukları, kamuoyunu tek bir istikamete yönlendiren ve bu nedenle de demokrasinin işleyişini sarsan bir dünya olduğunu tanımlamaktadır (Ellul, 2003: 290-291). Öte yandan tekniğin yarattığı dünya anonimliği, katılımı, örgütlenmeyi de teşvik eden bir altyapı sunmaktadır. Bu bakımdan dijital medya toplumsal hareketlere, yeni bir yön vermiştir. Lievrouw, dijital medyanın toplumsal hareketlere kazandırdığı yenilikleri üç maddede toplamıştır. İlk olarak, küçük muhalefetler kartopu etkisiyle hızla büyüyerek, popüler algıda büyük bir fark yaratabilmektedir. Dijital medya toplumsal hareketlere viral bir yön kazandırmıştır. İkinci olarak, dijital medya insanları eyleme geçirebilecek duygusal tepkileri çeşitlendirmiştir. Özellikle sosyal, politik ve ekonomik sorunları ortaya çıkarmanın bir aracı olarak mizah, ironi, eğlence ve oyunların etkili bir şekilde toplumu cezbetme ve eyleme geçirme özelliklerini ön plana çıkarmıştır. Ve üçüncü olarak, aktivist sanat ve teknoloji kolektifleri, dijital medya aracılığıyla siyasal ve kültürel muhalefet için daha fazla potansiyel erişime veya etkiye sahip olabilmektedir. Dijital medyanın, coğrafi ve yasal sınırlarla daha az kısıtlanan bir alan olması toplumsal hareketleri gündelik bir hale getirirken, karşı-kültürel hareketlerin motivasyonunu oluşturan toplumun sorgulayıcı, eleştirel yönünü de ön plana çıkarmıştır. Ayrıca, Lievrouw'a göre bilişim sistemleri uzmanları, profesyonel mühendisler gibi teknik ustalığa sahip olan teknokratların bir kısmı, bilgi işlem

teknolojilerinin iyi bir güç olduğu inancını paylaşma eğilimindedirler. Teknik elitizmi, daha adil ve şeffaf bir toplumun karşı kültür vizyonlarıyla birleştiren bu bakış açısı, Elektronik Sınır Vakfı (<http://www.eff.org>) ve Sosyal Sorumluluk için Bilgisayar Profesyonelleri (<http://www.cpsr.org>) dahil olmak üzere, birçok büyük aktivist organizasyonun gelişiminde önemli bir etkiye sahiptir (Lievrouw, 2011: 84-85, 101-102).

Toplumsal hareketlerin başarısı, harekete dahil olanlar arasındaki iletişime ve koordinasyona bağlıdır. Bu noktada dijital medya oldukça önemlidir. Çünkü geleneksel iletişim araçlarına sahip olmak önemli miktarda sermaye gerektirdiği için medya mülkiyetine sınıf süzgeci koymaktadır. Birçok geleneksel iletişim aracı da, mevcut sistemin korunmasında payı ve çıkarı olan kuruluşların hegemonyası altındadır. Bu nedenle muhalif hareketler, düşüncelerinin bile temsiliyetini bulamadıkları geleneksel medyadan dijital medyaya yönelmektedirler. Toplumsal hareketlerin açıklanmasında siber ütopycılar, toplumsal değişimlerin en önemli kaynağı olarak World Wide Web'i görürken, siber gerçekçiler bu görüşü, dünya aktivizmini ikinci plana attığı için eleştirmektedirler. Siber gerçekçilere göre internet ve dijital platformlar, toplumsal değişime neden olacak direniş hareketleri için kullanılan birer araç konumundadır (Yedekci, 2018: 59-60). Fakat tekniğin, toplumu, iletişim kurma biçimini ve dolayısıyla kültürel yapıyı şekillendirdiği düşünüldüğünde bilgi teknolojisi ile toplumsal hareketler bir araya gelerek toplum açısından önemli sonuçlar doğurmuştur. Elektronik ağlar, olaylara gerçekleşmekte oldukları sırada anlık olarak karşılık vermeye; bunlarla ilgili bilgi kaynaklarına erişmeye; konuya dair görüntülerden yorumlara kadar çeşitli cevaplar vermeye; kampanyalar düzenlemeye ve stratejiler oluşturmaya ilişkin güçlü bir alan sağlamaktadır. Bu nedenle, bilgi çağında toplumsal hareketler, insan hakları dernekleri, tüketici hakları dernekleri, çevreci organizasyonlar ve kamu yararı için kampanya yapan diğer kuruluşları da içine alan dev küresel mücadelelere dönüşebilmektedir (Giddens, 2012: 919). İnternet, bir kuruluşun mesaj yayma yeteneğini artırmaktadır. Birçok STK'nın ve çeşitli kuruluşların Facebook, Twitter gibi platformlarda kurumsal hesapları vardır ve web sayfalarından bu hesaplarına bağlantılar bulunmaktadır. Web siteleri de sadece siteyi ziyaret edenler için bilgi sağlamakla kalmamakta, birçok web sitesinde bu sitelerdeki içeriğin çeşitli sosyal platformlarda veya mail yoluyla paylaşılmasına imkân sağlayan butonlar bulunmaktadır. Örneğin, *The Stop Global Warming (Küresel Isınmayı Durdur)* sitesinde, siteye ulaşan kişilerden, bu butonlar aracılığıyla Küresel Isınmayı

Durdur sanal yürüyüşünün daha fazla kişiye ulaşması için yardımcı olmaları istenmektedir (Castells, 2009: 326-327). Dolayısıyla, toplumsal hareketler açısından dijital medya, sokak protestolarına katılımı organize etmek ve duyurmak için kullanıldığı gibi, çevrimiçi aktivizme katılımı teşvik etmek için de kullanılmaktadır. Bütün bu faaliyetlerin tümü dijital aktivizm olarak adlandırılmaktadır (Yedekci, 2018: 62).

Milan, dijital aktivistlerin stratejilerini ikiye ayırmaktadır. Bu aktivistlerden bir kısmı ana akım medyada reform yapmaya kararlıyken, diğer kısmı ise katılımı ve diyalogu teşvik eden dijital ağlar aracılığıyla ana akım medyayı atlatmaya çalışmaktadır. Bu iki strateji birbirini dışlamamaktadır ama aktivizmin farklı yönleri temelinde farklı mantığı temsil etmektedir (Milan, 2013: 9). Fakat, aktivist eylemlerin çıkış noktası insanların özgür olabildikleri, iktidar tarafından gözetlenme kaygısı yaşamadığı alanlardır. Bu gerçeklik, dijital ağların aktivist hareketler için potansiyel bir alana dönüştürülmesinde ilham verici olmuştur. Günümüzde *Digitalcourage* adını almış *FoeBuD* adlı Alman gizlilik ve dijital haklar örgütü 1980'lerde Almanya'da bir bülten tahtası yayınlayan ilk gruplardan biri olmuştur. Yugoslavya Savaşı sırasında *FoeBuD* üyesi olan Eric Bachman tarafından kurulan Zamir Uluslar Ağı, bir direniş biçimi olarak sıradan vatandaşlar için düşük maliyetli ve basit bir bağlantı görevi görmüştür (Bennett, 2008: 92). 1999 yılında Dünya Ticaret Örgütü'ne karşı protestoların kapsamını düzenlemek için bağımsız medya merkezi olan Indymedia kurulmuştur. Indymedia, kuruluş amacının ötesinde daha sonra çeşitli politik ve toplumsal konularda raporlar veren bağımsız, aktivist gazetecilerin açık yayın platformuna dönüşmüştür (indymedia.org). Türkiye'de aynı amacı taşıyan platformlardan birisi de dokuz8HABER'dir. 500'ün üzerinde yurttaş habercisi ve 50'nin üzerinde de yerel gazeteciden oluşan bu medya platformu sansüre karşı haber alma ve haber verme misyonu taşımaktadır (dokuz8haber.net). 2006 yılında kurulan Wikileaks ise, yayınladığı bilgilerin ötesinde, kendisine özgü özellikleri, ahlakı, örgütsel uygulamalarıyla dikkat çekmektedir. Şeffaflık etiğine, teknolojik uzmanlığa, açık yayıncılığa ve iş birliğine dayalı çalışma alanı sağlayan WikiLeaks alternatif bir karşı-kültür ve dijital vatandaşlık anlayışı yaratarak siyasi kurumların yeniden şekillendirilebileceği ideal bir model de sunmaktadır (Brevini, Hintz ve McCurdy, 2013: 4). Indymedia, Wikileaks gibi platformlar ses, video ve metin dosyalarını göndermek için çevrimiçi bir forum sunarken, aktivistler de alternatif bilgi üretmek, yeni teknolojiler denemek, fikir ve kaynak alışverişi yapmak için geçici medya

merkezleri oluşturmaktadırlar. Aktivistler, eylemleri koordine etmek, ağlar kurmak, medya aktivizmini uygulamak ve ortaya çıkan siyasi ideallerini fiziksel olarak tezahür ettirmek için yeni dijital teknolojileri yalnızca somut araçlar olarak kullanmakla kalmamış, aynı zamanda ortaya çıkan bir ağ idealine dayanan alternatif siyasi hayalleri ifade etmek için de kullanmışlardır. Dolayısıyla dijital ağlar yalnızca etkili bir toplumsal hareket örgütlenme yöntemi sağlamakla kalmamakta, aynı zamanda alternatif sosyal, politik ve ekonomik organizasyon biçimleri oluşturmak için daha geniş bir modeli temsil etmektedir (Juris, 2005: 189-192). Herhangi bir altkültürel veya karşı kültürel hareket gibi, dijital teknoloji de yeni yaşam tarzlarını denemek için sosyal bir bağlam sunmaktadır. Aktivistlerin buradaki baskın yönelimleri, kolektif bir kimliğin yeniden üretildiği grup içi etkileşime yöneliktir. Bu yönelimler, gerçek hayattaki davranışları da etkilemektedir. Medyada altkültürel hareketlerin yapısını, tekniksel ağların üzerinde hareket eden topluluklar oluşturmaktadır. Bu ağların hareket dinamiği ise üç değişken üzerinden şekillenir: Çatışma, dayanışma bağları ve zaman içinde sürdürülen ortak bir kolektif kimlik. Milan, radyo toplulukları ile dijital platformlardaki ağ topluluklarının altkültürel oluşumlarını bu ögeler açısından karşılaştırır. Radyo toplulukları belirledikleri ortak bir bilinç üzerine ağlar kurarlar ve zaman içinde sürdürülen kolektif eylemlerde bulunurlar. Güçlü bir iç yönelime sahip bir dayanışma hareketine sahiplerdir fakat çatışma değişkeni oldukça zayıftır karşı yönelimler radyo aktivistleri arasında baskın değildir. Buna karşılık, dijital ağ topluluklarında kolektif kimlik, kültürel kodlara bir meydan okuma ve kurumlarla çatışmalı bir ilişki ile karakterize edilir. Baskı durumunda ise grup içi etkileşime yönelmekte ve kültürlerarası bir tutum benimseme eğilimindedirler. Dolayısıyla teknikler, toplulukların yeni yaşam tarzlarıyla denemeler yaptığı bir altkültürel hareket dinamiği sunmaktadırlar (Milan, 2013: 159-175).

#### **1.1.1.1. Hegemonik Üstyapının Üretilmesinde Karşı Kültürün Rolü**

Hegemonya teorisi, Gramsci'ye göre hem mevcut tahakküm güçlerinin analizini hem de belirli siyasi güçlerin hegemonik otoriteye ulaşma biçimlerini ve mevcut hegemonyayı tartışıp devirebilecek karşı-hegemonik güçlerin, grupların ve fikirlerin tanımlanmasını içermektedir. Dolayısıyla kültürel hegemonya analizi de, kapitalist güçlerin, devletin veya diğer büyük güçlerin medya, teknoloji veya kurumlar aracılığı ile yarattığı sosyo-politik egemenliğin yanı sıra, toplumsal aktivist hareketler ile bu

egemenliğin sorgulanması, eleştirilmesi ve bununla mücadele edilmesi sürecini de içermektedir (Kellner ve Durham, 2006: XV-XVİ).

Karşı iktidar üretme süreçlerine, ‘mevcut tahakkümü zorlayabilen veya tahakkümün yapısal konumlarını ele geçirebilen süreçler’ ve ‘dışlanan veya yetersiz temsil edilen çıkarlar, değerler ve projeler adına yerleşik hakimiyete direnen dengeleyici süreçler’ olmak üzere iki perspektiften bakılabilir. Analitik olarak, her iki süreç de sonuçta etkileşimleri yoluyla iktidarın yapısını şekillendirir. Bu iki süreç birbirinden farklıdır, ancak aynı mantık üzerinde çalışırlar. Bu, ağ toplumunda da iktidara karşı direnişin, gücü oluşturan iki mekanizma ile sağlandığı anlamına gelir: ‘Ağların programları’ ve ‘ağlar arasındaki geçişler’. Birincisi, tahakkümün kontrolünü almak için ağlar oluşmayı, ağlar üzerinde programlar oluşturmayı, yeniden programlamayı ve böylece ağ programlarına yeni talimatlar ve yeni kodlar getirmeyi içermektedir. İkincisi ise ortak hedefleri paylaşarak ve kaynakları birleştirerek farklı ağlar arasında bağlantı kurabilmeyi, stratejik iş birliği yapabilmeyi ve direniş anlamında, ağlar arasındaki bağlantı anahtarlarının engellenebilmesini içermektedir. Her iki mekanizma da ağ programlarına yeni talimatlar ve yeni kodlar getirmeyi amaçlamaktadır. Bunlar aynı zamanda bilgi ve iletişim teknolojileri tarafından desteklenen bilgi ağlarıdır. Ağ toplumunun temel bir özelliği hem tahakküm dinamiklerine hem de tahakküme karşı direniş için ağ stratejileri oluşturabilmeye dayanmasıdır. Tahakküme karşı bir direniş biçimi olarak; anahtarlama ve programlamanın özel yolları ise ağ toplumundaki iktidar ve karşı iktidar biçimlerini büyük ölçüde belirlemektedir. Güç şebekeleri genellikle küreselken, direniş genellikle yereldir. Dünyaya yerelden nasıl ulaşılır, diğerleriyle nasıl bağlantı kurulur, akış alanına nasıl dahil olunur gibi sorular çağımızın toplumsal hareketleri için temel stratejik sorunları haline gelir. Alternatif değerleri ve çıkarları savunmak için programlamaya direnmek ve anahtarlama bozmak, sosyal hareketlerin ve sivil toplumun harekete geçirdiği karşı iktidar biçimleridir. Çünkü günümüz çatışmaları büyük ölçüde iletişim ağları üzerinden kitleleri hedefleyen ağa bağlı sosyal aktörler tarafından gerçekleştirilmektedir (Castells, 2009: 47-52; Melgaço ve Monaghan, 2018: 5-14). Bu nedenle iktidarın devamlılığı veya son bulması iletişimin kontrolünü ele almaya dayanmaktadır. Çünkü iletişim, toplum yapısının ve dinamiklerinin merkezindedir. Castells bunu şöyle açıklamıştır: Baskı veya baskıyı kullanma kapasitesi meşru olsun ya da olmasın önemli bir güç kaynağıdır. Ama egemenliğin devamı için tek başına yeterli değildir. Güç sahibi sınıfların, kendi ayrıcalıklarının ya

da çıkarlarının bir miktarından ödün vermeleri, toplumun genelinin bu sınıfların ayrıcalıklarına ya da bu sınıfların gücünü besleyen sisteme ve kurallarına rıza göstermelerini sağlamaktadır. Egemenliğin devamlılığını sürdürmek bu ‘rıza’ faktörüne dayalıdır. Çatışan sosyal aktörlerin bu kurallar etrafında birleşmeleri ise yerleşik güç ilişkilerini göstermektedir. Fakat yeterince temsil edilmeyen aktörlerin meydan okuması da eş zamanlı olarak devam etmektedir. Bu meydan okuma insan zihninin şekillenmesi etrafında döndüğünde ise ‘iletişim’ bu mücadelenin merkezinde yer almaktadır. İletişim süreci, bir toplumun yapısı, kültürü, organizasyonu ve teknolojisine göre belirlenmekte; toplumsal uygulamaların nasıl inşa edildiklerine ve bunlara nasıl meydan okunduğuna aracılık etmektedir. İletişim süreci düşünme şeklini; düşünme şekli de harekete geçme şeklini belirlemektedir (Castells, 2009: 3-4). Dolayısıyla muhalif gruplar açısından da iletişim araçlarının kontrolüne sahip olmak önem taşımaktadır. Bu doğrultuda, sivil toplum örgütlerinin, bireysel medya aktivistlerinin, akademisyenlerin, iletişim ve medya konularındaki profesyonellerin ilk koalisyonları 1990'larda ortaya çıkmış; “*MacBride Roundtables* (MacBride Komisyonu)”<sup>3</sup> gibi organizasyonlar düzenleyip “*People’s Communication Charter* (Halkın İletişim Şartı)”<sup>4</sup> gibi belgeler sunmuşlar; “*Platform for Communication Rights* (İletişim Hakları Platformu)” gibi ağların gelişmesine ön ayak olmuşlardır (Milan, 2013: 7).

Dijital ağlar, yalnızca basitçe iletişim sağlama aracı değildirler, tekniksel özellikleriyle ‘katılımcı kültür’ veya ‘yakınsama kültürü’ gibi toplumda yeni yönelimler geliştirerek toplumu daha geniş açıdan etkileyebilecek etkiler yaratmıştır. Bu iki kavramın da ortak noktası, kullanıcıların çeşitli ortak üretim ve sosyal ağlara aktif katılım için gerekli kültürel altyapıyı oluşturmada dijital teknolojinin oynadığı önemli rolü vurgulamalarıdır. Dijital ağların bu etkileşimsel, paylaşım esasına dayanan özellikleri, ticari dünyanın, dijital medyaya taşınmasıyla mülkiyet kanunları açısından paradoksal bir durum yaratmıştır. Maddi olmayan dijital içerikler kolaylıkla kopyalanıp, dağıtılabilir. Film, müzik gibi kültür sanat ürünleri de, bilgisayar yazılımları gibi diğer ürünler de ürünü oluşturan kişiden bağımsız ve izinsiz bir şekilde kopyalanarak dijital ağlarda dolaşıma sokulduğunda bu özel mülkiyet fikriyle

<sup>3</sup> MacBride Komisyonu Raporunda medyanın işlevleri hakkında bilgiler verilmiştir. İnsani değerler ile iletişim hakkına yönelik bazı öneriler sunulmuştur (Başaran, 2017).

<sup>4</sup> Çok çeşitli uluslararası antlaşma ve sözleşmelere dayanan ve halkın iletişim haklarını ve sorumluluklarını tanımlayan metinlere dayanan belgelerdir (pccharter.net).

çelişmektedir. Fakat dijital ağların paylaşmaya olanak sağlayan yönü fikirsel olarak; bir kişinin parasını ödeyerek satın aldığı bir müzik albümünü yakın arkadaşlarına dinlemeleri için vermesiyle aynı mantıktadır. Fakat dijital sosyal ağın tüm kitleyi kapsayacak şekilde genişlemesi ve dijital ortamda bir ürünün aynı anda birden fazla yerde kullanılabilmesi bir sorun yaratmaktadır. Bu nedenle, ortaya çıkan bu hukuki-etiksel ikilem, toplumsal faydanın gözetilmesini ve tüm insanlığa fayda sağlayacak olan bilginin herkes tarafından erişilebilir olmasını savunan toplulukların doğmasına neden olmuştur. Bu topluluklardan ilki özgür yazılım hareketine yön veren ve ilk yazılım paylaşım topluluğu olan GNU projesi topluluğudur. GNU projesi daha iyi yazılımların üretilmesini sağlamak için 1984’de Richard Stallman tarafından başlatılmıştır (Taş, 2007: 334-336). 1980’lerde temeli atılan Özgür Yazılım Hareketi (FS)<sup>5</sup>, yazılımın çalıştırılmasını sağlamasının yanı sıra, değiştirme ve yeniden dağıtma özgürlüğünün de olması gerektiğini savunmaktadır. Yazılımın yalnızca geliştiricinin tekelinde olmasına karşı çıkan, toplumcu bir bakış açısına sahip Özgür Yazılım Hareketi, kullanıcıların da yazılımları geliştirip kişiselleştirebilmelerini ve bu versiyonları dağıtabilmelerini teşvik etmekte ve bunun için de platform sağlamaktadır. Özgür yazılımların açık kaynak kodlu olması ortak akıl üretmeye ve böylece problemlere hızlı çözümler getirmeye de katkı sağlamaktadır (Odabaşı ve Ozan Leymun, 2019: 155-157). 1983’de kurulan Özgür Yazılım Vakfı (FSF) ise yazılımın özgür kalmasını sağlamak için yasal bir çerçeve oluşturmayı misyon edinmiştir. FSF internet ortamlarında paylaşım ve ifade gibi dijital özgürlükleri desteklemek için faaliyete geçmiş bir girişimdir. FSF gibi girişimlerin ışığında ve programcılara iletişim kurmak için küresel bir ortam sağlayan World Wide Web’in doğuşuyla, 1991 yılında Linus tarafından Linux projesi geliştirilmiştir. (Shirky, 2008: 240-242) “*Linux, tüm dünyayı yetenek havuzu olarak kullanmak için bilinçli ve başarılı bir çaba gösteren ilk proje*” olmuştur (Shirky, 2008: 242). Özgür yazılım projeleri, dijital medyanın teknik yapısının da bunu olanaklı kılması sonucunda, hiyerarşik bir organizasyon yapısına sahip değildir. Bir karar merkezleri ve kesin kurallarla belirlenmiş bir yönetim planları yoktur (Taş, 2007: 339). Bu gelişmeler dijital toplulukları sosyal dayanışmanın, paylaşmanın ve iş birliğinin hâkim olduğu kültürel bir yapıya doğru yöneltmiştir.

---

<sup>5</sup> Özgür Yazılım Hareketi (FS), Açık Kaynak Hareketi’nin (OS), pratik bir çözüm olarak bir “yazılım geliştirme yöntemi” olduğunu, Özgür Yazılım Hareketi’ni ise etik sorunların bir çözümü olarak toplumsal hareket olarak tanımlamaktadırlar (Odabaşı ve Ozan Leymun, 2019: 337).

Özgür Yazılım Hareketi, dijital ortamın felsefik temellerinin ve kültürel yapısının şekillenmesinde önemli bir role sahiptir. Bu hareket, daha geniş kapsamlı ideolojilere dayanan dijital hareketlere de yön vermiştir. “Copyleft Hareketi” bunlardan birisidir. Telif hakkıyla korunan fikir veya sanat eseri gibi ürünleri sembolize eden “Copyright” terimine tepki olarak “Copyleft” terimi ortaya çıkmıştır. Telif hakkının bir ürünün çoğaltılmasını, kopyalanmasını ve dağıtılmasını engelleyen mantığına ters bir şekilde, Copyleft savunucuları da bunun kapitalist bir aidiyet ilişkisi olduğunu; bu nedenle de toplumun faydasına olan bir ürün söz konusu olduğunda bu haktan feragat edilmesi gerektiğini öne sürmektedirler. Bilimsel faaliyetlerin de asıl amacı insanlığın refah düzeyini artırmak ve yaşam şartlarını iyileştirmek olduğuna göre, özellikle entelektüel ürünlerin özel olarak sahiplenilmesi durumunu dışlarlar. Bu hareket temelde, toplumun yararına olacak ürünlerin metalaştırılarak ekonomik bir unsur haline getirilmesine karşıdır (Holtgrewe, 2004: 12; Odabaşı ve Ozan Leymun, 2019: 153-154). Creative Commons (CC) platformu da özgür yazılım araçlarını bir arada içeren, bu konuda bilgi paylaşımına olanak tanıyan ve kâr amacı gütmeyen bir kuruluştur. Aynı zamanda açık kaynak fikirlerinin bilgisayar dışındaki alanlara uygulanmasına da iyi bir örnek teşkil etmektedir (Gere, 2008: 219; Odabaşı ve Ozan Leymun, 2019: 157). Tüm bu tekno-sosyal yenilik hareketlerine göre özgün fikrin geliştiricisi veya bir buluşun kâşifi bunun karşılığında maddi bir kazanç değil sosyal bir kazanç edinecektir. Son yıllarda ‘sosyal sermaye’ye olan ilginin patlaması da dijital medyada yaşanan bu gelişmelerin kültürel yapıya ne kadar entegre olduğunu göstermektedir (Chadwick ve May, 2003: 281).

### 1.1.2. Dijital Kültürün Doğuşu

Medya teorisine baktığımız zaman 19. yüzyılda basılı kültürden elektronik kültüre geçişi, 20. yüzyıl ise elektronik kültüründen dijital kültüre geçiş sürecini ifade etmektedir. 21. yüzyılda ise çağ tamamen dijital kültüre doğru evrilmiştir (Deuze, 2005: 1). 14. yüzyılda matbaanın ve 19. yüzyılda fotoğrafçılığın, modern toplumun ve kültürün gelişimi üzerinde devrimci bir etkiye sahip olması gibi günümüzde de tüm kültürün bilgisayar aracılı üretim, dağıtım ve iletişim biçimlerine kaydığı bir medya devriminin ortasındayız. Manovich’e göre bu devrimin toplumsal etkileri önceki devrimlere göre çok daha derin olacaktır. Matbaanın devrimi yazılı kültürün yayılmasını sağlayarak bilgiyi topluma açık ve erişilebilir hale getirdiyse, fotoğraf devrimi görsel kültürü getirerek kültürel etkileşimi etkilediyse, bilgisayar devrimi

edinim, manipölasyon, depolama ve dağıtım dahil olmak üzere iletişimin tüm aşamalarını etkileyecektir (Manovich, 2002: 43) ve dolayısıyla toplumsal kültürün asıl belirleyicisi olacaktır.

Tredinnick'e göre, kültür genel olarak üç unsuru kapsamaktadır (Tredinnick, 2008: 3):

- Bir sosyal sistem içindeki sosyal ilişkiler (Yaşam tarzları, birlikte yaşama yolları).
- Sosyal uygulamalara ve sosyal ilişkilere aracılık eden fikir sistemleri (Değer sistemleri, gelenekler ve inançlar).
- Sosyal ve kültürel uygulamaların maddi ürünleri (Sanat ve edebiyat).

Tredinnick'in bu üç unsuru kültürün, toplumun ve hatta bireylerin dünyayı algılayış biçimlerinden, kurdukları iletişim biçimlerine kadar yaşamın her alanına nüfuz edecek kadar geniş bir etkiye sahip olduğunu da ortaya koymaktadır. Toplumsal anlamda bu kadar geniş bir etkiye sahip olması nedeniyle kültür İngilizce'de en karmaşık iki veya üç kelimeden birisidir. "Kültür" kelimesinin Latince 'yetiştirme' ve 'yaşama'dan 'ibadet'e ve 'koruma'ya kadar her şey anlamına gelebilen 'colere' kelimesinden gelmektedir. Fakat tarihsel süreçler içerisinde kültürün kelime anlamı da dönüşmüştür. Kültür en başta maddi bir süreci ifade ederken daha sonra toplumsal anlamlandırmalarla mecazi bir anlam kazanır. Dolayısıyla Eagleton'a göre doğa kendisini değiştirecek kültürü üretir ve kültür de daha sonra doğayı dönüştürür. Kültürün doğayı dönüştürdüğü noktada, Eagleton insanı doğanın net sınırlar koyduğu bir proje olarak görmektedir. Fakat Eagleton bu süreçte insan emeğini de yoksaymaz. Kültür, insan emeğinin doğa ile etkileşime girmesiyle inşa edilir. Doğa ve kültür arasındaki itici güç olan insan emeği hiç sonu gelmeyen dinamik bir süreçtir (Eagleton, 2000: 7-10). Dolayısıyla kültür teriminin kendisi de uzun bir tarihe sahip değildir (Eliot, 1948: 21). Çünkü kapsamı her dönemde, döneminin üretim araçlarının belirlediği toplumsal yapının özelliklerine göre değişiklik göstermektedir. Günümüzdeki toplumsal eğilimlerin ve toplumsal hareketlerin dijital alandaki etkileşimler sonucu ortaya çıktığı ve insanların buradan organize oldukları düşünüldüğünde (Önder, 2016: 30) siber uzam, bir kültür inşa etmek için yeni ve umut vaat edici bir alan olarak görülebilir. İnşa edilen bu kültür birçok kavram ile tanımlanmıştır. Bunlardan birkaçı: Lévy tarafından 'siber kültür' (2001), Manovich

(2001) tarafından ‘bilgi kültürü’, Johnson (1997) tarafından ‘arayüz kültürü’, Castells (2001) tarafından ‘internet kültürü’ veya Jones (1998) tarafından ‘siber toplumda sanal kültür’dür (Deuze, 2005: 2). Dijital kültür olarak da adlandırılabileceğimiz bu yeni kültürel yapı önceki dönemlerde olduğu gibi insanların etkileşimi ve paylaşımları sonucu şekillenmesine rağmen, kamusal alan olarak fiziki mekanların yerini siber uzam almıştır. Siber uzam, birçok bilim insanı tarafından, her türlü işaret ve eylemi içeren insan iletişiminin ortaya çıkardığı sosyal veya kültürel teknolojik bir kaynak olarak görülmektedir. Sosyal veya kültürel işler ile teknoloji arasındaki ilişki, özne ile nesne arasındaki ilişki olarak görülür. İnsanlar teknolojiyi hareket ettirir veya ona anlam verir ve bu nedenle onlar öznedir, teknoloji amaçlanan duyuma tepki verir veya onu iletir ve bir nesnedir (Boots, 2017: 13). Siber uzam insana ait yetilerin ve edimlerin izdüşümlerinden oluşan paralel bir dünyadır ve bu uzam insani etkileşimlere ilişkin sınırları genişletmiştir (Paker, 2011: 5). Dijital medyanın, geleneksel medyadan farkı da budur. İnsan etkileşimini bazı teknolojik ifadelerin kalıbına soksa da toplumsal etkileşimi daha önce hiçbir dönemde olmadığı kadar yaygın hale getirmiş ve popülerleştirmiştir.

Kültür, toplumsal koşulların ve simgesel süreçlerin basitçe bir araya gelmesi değildir. Kültür insanların mevcut toplumsal koşulların içerisinde ortak inşa ettikleri ve teknik araçların aracılığıyla da gündelik yaşam pratiklerini düzenledikleri toplumsal bir yapıdır (Tutal Cheviron, 2014: 48-49). Yani kültür insanın düşüncelerinin ve eylemlerinin biçimlendiği bir yapıdır. Dijitalite ise kültürün bir göstergesi olarak düşünülebilir, çünkü çağdaş yaşam biçimimizi diğerlerinden açıkça gösteren hem eserleri hem de anlam ve iletişim sistemlerini kapsar. Dolayısıyla dijital kültür, teknolojinin iletişim sağlama imkanları düşünüldüğünde etkileşimin ön planda olduğu bir yapıya sahiptir. Bu nedenle dijital kültürde topluluk oluşturma, örgütlenme, yardımlaşma, düşüncelerini ifade etme, fikir üretme gibi temel değerler ön plana çıkmaktadır. Gere’e göre teknoloji, mevcut dijital kültürümüzün gelişimine katkıda bulunan birkaç kaynaktan sadece bir tanesidir. Diğerleri arasında bilgi ve sistemler hakkında teknolojik bilimsel söylemler, avangard sanat pratiği, karşı kültürel ütopyacılık, eleştirel teori ve felsefe ve hatta Punk gibi altkültürel oluşumlar sayılabilir. Bu farklı unsurlar, bilgisayar kadar soyutlama, kodlama, öz düzenleme, sanallaştırma ve programlama paradigmasının bir ürünüdür. Dijital kültür, bu unsurlar arasındaki karmaşık ilişkiler ve diyalektik etkileşimlerden üretilmiştir (Gere, 2008: 16-18). McLuhan ve Powers bunu şöyle açmışlardır:

*“Bütün medya, bir yeniden yapımdır; insanın icra edebileceği yeteneklerin ötesinde hızlandırılmış bir takım biyolojik yeteneklerin bir modelidir: Tekerlek, ayağın bir uzantısıdır; kitap, gözün bir uzantısıdır; elbise, derinin bir uzantısıdır; elektrik devresi, merkezi sinir sisteminin bir uzantısıdır. Her medyum, bizi hipnotize edecek bir güçle girdap oluşturan kuvvetinin zirve noktasına getirilmiştir. Medyumlar, bütün medya birarada hareket ettiklerinde bilinçliliğimizi, ruhsal anlamda tümüyle yeni evrenler yaratacak ölçüde değiştirebilirler.” (McLuhan ve Powers, 2001: 145)*

Yukarıdaki açıklamaya göre teknoloji, insanın fiziksel kapasitesinden, zihinsel süreçlerinden, yani insan varlığından ve yeteneklerinden esinlenilerek geliştirilmiştir. Dijital kültürün en önemli özelliklerinden birisi ağ teknolojilerinin, insan yeteneklerinin de ötesinde, insan uzuvlarının bir parçası gibi işlev görmesidir (McLuhan ve Powers, 2001: 5), Ağ teknolojileri insan bedenin bir uzantısı olduğu gibi, insanların düşüncelerinin ve bilincinin de bir uzantısı haline gelmiştir. Buna dayanarak dijital kültür teknik imkanların gücüyle sanal ortamlarda şekillenen ve teknolojinin gündelik hayatta daha çok yer kaplamasıyla da sanal ortamlardan gündelik yaşam pratiklerine taşan bir yaşam biçimi ve gündelik alışkanlıkların bütünü olarak da düşünülebilir. Dolayısıyla McLuhan'ın *'medium is the message'* savını destekleyecek şekilde ağ teknolojileri, iletilen mesajlardan öte, yaşam biçimini değiştirdiği için anlamları da değiştirmektedir. İletilen mesajlar ise bu değişen anlamlar üzerinden kodlanmaktadır. Örneğin fotoğrafın beğenilmesi ve yorum alması asıl anlamından ziyade etkileşim ve popülerlik anlamına gelmiştir. Bu anlamda ağ teknolojileri kültür inşası anlamında insan etkileşimini en zirve noktasına ulaştırabilecek bir mekanizmaya sahiptir. Ağ teknolojileri Castells'e göre toplumların yeni sosyal morfolojisini oluşturmakta ve bu anlamda üretim, tüketim, iktidar, deneyim, kültürel inşa gibi olgularda belirleyici bir hale gelmektedir. Toplumsal örgütlenme ağlar üzerinden gerçekleştiği için farklı zaman dilimlerinde ve farklı uzamlarda gerçekleşmiş olsa bile bunun etkileri ve sonuçları tüm toplumsal yapıya yayılacaktır. Castells'e göre bu ağlar üzerinden örgütlenme iktidar ilişkilerinin örgütlenmesi ve kontrol sağlama noktasında iktidara bir avantaj sağlasa da, *“akışların iktidarı, iktidarın akışlarına”* baskın gelmektedir (Castells, 2008: 621).

Gere, dijital kültürün oluşumunu ikinci dünya taleplerine dayandırmaktadır. İkinci Dünya Savaşı, sadece dijital elektronik bilgisayarın icadı için değil, aynı zamanda Sibernetik, Bilgi Teorisi, Genel Sistemler Teorisi, Moleküler Biyoloji, Yapay Zeka da dahil olmak üzere bir dizi dikkate değer ve etkili söylemin geliştirilmesinde bir katalizör görevi görmüştür. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra ise sibernetiğin küreselleşme ve şeffaflık ütopyalarıyla birlikte 1960'lı yıllarda demokratikleşme ve yaratıcılık; 1970'li yıllarda kültürel gelişme; 1980'li yıllarda performans, imge ve bireycilik; ve daha sonra da toplumsal bağ, toplumsal sorunlar, birlik beraberlik gibi söylemler ön plana çıkmıştır. Söylemler ise o dönemin toplumunun umutlarını, endişelerini, taleplerini yansıtmaktadır. Bütün bu söylemler iletişim teknolojileriyle hayat bulmuştur. Bilgisayarlar bu gibi konularda araştırma yapmak için hem güçlü bir araç, hem de bu tür fikirleri öngörmek için bir metafor kaynağı sunduğu için aynı zamanda entelektüel ortamın da bir parçasıdır. Bu nedenle dijital kültürün geliştirilmesinde, bilgi işlemin anlaşılma şekli, bilgisayarın kendisi kadar önem arz etmektedir (Gere, 2008: 51; Tatal Cheviron, 2014: 49). Bu önem, bilgisayar teknolojisinin gelişmesiyle her geçen gün artmaktadır. 1990'larda kişisel bilgisayarlar teknik unsur olarak reel dünyada oluşturulmuş kültürel bir içeriğin depolanıp dağıtılmasında bir araç görevi görürken, World Wide Web'in yaygınlık kazanması ve bilgisayarların ucuzlamasıyla bilgisayarın kültürün paylaşımındaki niceliksel katkısına, niteliksel bir yön de eklenmiştir. Dolayısıyla bilgisayarın kültürün oluşum sürecindeki rolü de değişmiştir. Bilgisayarların gündelik kullanımının artması ve etkileşim imkanlarının genişlemesiyle bilgisayarlar artık kültür inşa edilen bir yapı haline gelmiştir (Karakuyu Şangüder, 2018: 442).

Hareketlilik ve taşınabilirlik, mevcut dijital medya teknolojilerinin önemli yönleridir. Kablosuz internet ise, mobil cihazlar gündelik yaşantımıza giderek daha fazla dahil olurken her zaman internete bağlanmamızı sağlamaktadır. Dijitalin hayatımızın her anına girmesi de ağ teknolojilerinin mobil cihazlarla birleşmesiyle olmuştur. Mobil cihazlar, insan vücudunun bir uzantısı olarak, kamusal ve özel alan, beden, gözetim ve otoritenin müzakere edilmesi gibi konularda yaratıcı ve etkileşimli modlar sağlayan yeni sosyo-mekansal ilişkilerin geliştirilmesini kolaylaştırır (Thompson ve Cupples, 2008: 104). Mobil telefonlar bedenin uzay ve zaman içindeki yerini genişletir. Dijital ağlara kayıtlı olan insanlar, mobil telefonlar aracılığıyla *"hibrit bir teknolojik sosyal ontoloji üretmektedir."* (Thompson ve Cupples, 2008: 104) Mobil telefonlar artık yalnızca telekomünikasyon cihazları değil, aynı zamanda

oyunlar oynamayı, internetten bilgi indirmeyi, metin, fotoğraf veya video almayı ve göndermeyi de sağlamaktadır. Bunun yanı sıra, film izlemeyi, roman okumayı, uzak yerlerdeki etkinliklere katılmayı da mümkün hale getirmektedir. Aynı zamanda Jenkins'in dijital yakınsama kuramının da temelini oluşturan (Jenkins, 2018: 36) her türlü kültürel ve iletişimsel erişilebilirlik, hem geleneksel medyanın varolan kültürün yayılımında oynadığı rolü gerçekleştirirken hem de varolan kültürün yeniden şekillenmesinde ve yeni kültürlerin inşasında bir rol oynamaktadır.

## 1.2. Medya ve Dijital Kültür

Theresa Heyd (2016) dijital medyanın tarihini üç gelişme dönemine ayırmıştır. Bu gelişmelerden birincisi, 1960'lardan 1980'lere kadar İnternet'in başlangıcıdır. E-postalar ve Bülten Tahtası Sistemleri (dijital forumların erken bir biçimi)'nin kullanıldığı bu dönemde iletişim, görüntü veya ses olmadan eşzamansız ve tamamen metinseldir. İkinci dönem 1990'larda World Wide Web'in ortaya çıkışıyla başlamıştır. Bu dönemde internet halk arasında yaygınlaşmış ve posta listeleri, İnternet Geçiş Sohbetleri (IRC), Çok Kullanıcı Etki Alanları (MUD) ve Usenet haber grupları gibi yeni türler oluşturulmuştur. 2000'li yılların başında, sosyal ağlar ve eşzamanlı sohbetlerin yaygınlaşmasıyla da üçüncü dönem başlamıştır. Bu dönemde özellikle sosyal medya ve akıllı telefonlar, interneti toplumsal hale getiren ve kullanıcıların daha aktif, katılımcı ve işbirlikçi olmasına olanak sağlayan iki önemli gelişmedir (Alcántara-Plá, 2020: 594). Bu dönemi ve dijital katılım ortamını eşsiz kılan şey ise yeni toplumsal ve kültürel kodların üretilmesidir. Çünkü Timisi'ye göre fiziksel mekân olsun siber mekân olsun her türlü sosyal ortam kendi kodlama ve kodaçımılama biçimlerini üretmektedir. Bu nedenle toplumsal bağlam dijitalleştikçe, kültürel ve toplumsal kodlar da dijital ortamın iç mantığına göre şekillenmektedir. Dolayısıyla dijital medya yeni bir kültür biçimi oluşturmaktadır (Timisi, 2005: 92-93).

Özel alan bireyin özgürce düşünüp davranabildiği ve kendisini rahat hissettiği bir alanı ifade etmektedir. Birey kendisini özgürce ifade edebildiği, toplumsal rollerinden sıyrılabilirdiği, şeffaf ve doğal olabildiği bu alana kimlerin girebileceğini belirleme hakkına sahiptir (Lokke, 2018: 21-22). Bu anlamda özel alan bir nevi toplumsal hayatın kulisidir. Dijital medyanın gündelik hayatın bir parçası haline gelmesi ise özel alan ve kamusal alan arasındaki sınırları bulanıklaştırmaktadır ve özel alana ait bazı unsurlar, toplumsal yapının yeni dinamikleri haline gelmeye

başlamaktadır. Dolayısıyla toplumun kültürel yapısı da dijital medya ile değişikliğe uğramaktadır. Çeşitli özelliklere sahip birçok dijital platform insanların çeşitli arzularına hitap etmektedir. Örneğin Twitter bireyin kendi fikirlerini ifade etme arzusuna yönelikken, Instagram yaşam tarzını sergileme arzusuna yöneliktir. Fakat bütün bu platformların ortak özelliği sosyal etkileşim ve sosyal ağlar üzerine kurulu olmasıdır. Gündelik hayatımızı yansıtmaya ihtiyacı hissettiğimiz ve gündelik hayatımızı da yönlendirebilecek potansiyele sahip dijital platformlar, aynı zamanda bir kaçış ve rahatlama alanı olarak da görülebilmektedir. Bu yönüyle dijital platformlar, dijital çağın bir özel alanı olarak da değerlendirilebilir. Dijital platformlar özel alanın bir yansıması olarak özgürce düşüncelerini paylaşabilen, kendini ifade edebilen ve sosyal ağlarını belirleyebilen bireyler üretirken, kamusal alanın bir yansıması olarak da sosyalleşme, paylaşma ve uzlaşmaya eğilimli topluluklar üretmektedir.

İnternet insanların zamanı, uzamı ve dili birbirine bağlayıp aştığı bir yerdir ve bu nedenle tamamen insanlıkla ilgilidir. Bu nedenle Rice Lincoln'e göre dijital medya hakkındaki en önemli gerçek, insanların her zamankinden daha fazla insan olmasına izin vermesidir (Rice Lincoln, 2009: 16). Dolayısıyla oluşturulan kültürel söylemler de bireylerin gerçek kimliği ile toplumsal rollerinin çatışmasını taşımayan; farklı bakış açılarından beslenen; toplumsal gerçeklere dayanan; tüm özgür ifadelerin üzerinde uzlaşmış bir sonucunu yansıtan söylemlerdir. Tredinnick'e göre dijital kültüre katılım, bu teknolojilere erişim ve bu teknolojilerin kullanımına bağlıdır ve dijital bölünme gibi sebeplerle bazı kültürler, gelenekler ve değerler dijital kültürde diğerlerinden daha büyük bir sese sahiptir. Dolayısıyla Tredinnick, dijital alandaki söylemlerin küresel temsiliyet açısından sıkıntı taşıdığını ve bu sebeple iktidar temelinde sağlıklı bir değişime neden olamayacağını söylemekle birlikte, dijital medyanın bilgi ve söylem üzerindeki kontrolü merkezileştirdiğini ve tüm sosyal süreçte söylem üzerindeki güç dengelerini yeniden belirleyebileceğini öne sürmektedir (Tredinnick, 2008: 120-121).

### **1.2.1. Yeni İletişim Teknolojisi Olarak İnternet ve Web Teknolojileri**

Yeni teknolojiler yeni bir döneme girildiğinin en belirgin işaretleridir ve bir dizi teknolojik gelişmelere dayanmaktadır. Bu teknolojiler kablolu ve uydu TV, kişisel bilgisayarlar, bilgisayardan bilgisayara iletişim sistemleri, online bilgi sistemleri, işlemciler ve benzeri gelişmeleri kapsamaktadır. 1990'ların ortalarından beri pek çok

uzman, bütün bu bilgi ve iletişim teknolojilerinin (BİT) birleşmesinin toplumu yeni bir topluma dönüştürdüğüne inanmışlardır. Aslında teknolojinin yaratıcı gücü toplumdan gelir fakat aynı zamanda toplum üzerinde de muazzam etkileri vardır. Teknolojinin temel prensibi kendini devam ettirmesi, durmaksızın gelişmesi ve dönüşmesidir fakat aynı zamanda etkilerini de toplumun her yönüne bırakmaktadır. Yani Webster’a göre teknoloji ve toplum hem birbirini etkiler hem de birbirinden etkilenirler (Webster, 2006: 9-12). Teknoloji toplumun bir ihtiyacı olarak ortaya çıkar ve gelişir fakat daha sonra örgütlenme ve iletişim biçimi de başta olmak üzere toplumun birçok yönünü etkiler. Yeni iletişim teknolojileri de, yeni grup formlarını mümkün kılmıştır. Shirky yeni iletişim teknolojilerini özel yaşamın olağan sınırlamalarından kaçmanın ve daha önce profesyoneller için ayrılan yeteneklerden yararlanmanın bir yolu olarak görmüştür. Yeni iletişim teknolojileri ile sıradan insanlar gazeteci olmadan hikaye anlatabilmekte, dedektif olmadan aradığı kişinin bilgilerini bulabilmekte ve daha birçok olanağa kavuşabilmektedirler. Shirky’e göre bu çeşitli meslek sınıflarına özgü imkanların sıradan halka devredilmesi çığır açan bir gelişmedir. Ayrıca, iletişim kurma biçimi değiştiğinde, toplum da değişmektedir. Aslında teknoloji toplumun iletişimini ve koordinasyonunu belirleyen bir yaşam alanıdır (Shirky, 2008: 17). *“Yeni teknolojiler Shirky’nin sözünü ettiği gibi çok sayıda yeni grubun oluşmasına olanak tanırken Tim O’Reilly’nin ‘katılım mimarisi’ dediği süreci halka taşımış olurlar.”* (Çakır, 2013: 38) Katılım mimarisi web 2.0 teknolojisine karşılık gelecek bir yapıyı öngörmektedir. Yani birçok kullanıcının eşzamanlı olarak katılabildiği, kullanıcıların içeriğe katkı sağlayabildiği, birçok kaynaktan beslenen ve sürekli güncellenen hizmet sunabilen bir teknolojik sistemin işleyişini tanımlamaktadır (O’Reilly, 2007: 17).

Bilgi teknolojilerinden, etkileşim sağlayan iletişim teknolojilerinin gelişimine, O’Reilly’nin ‘katılım mimarisi’ olarak ifade ettiği döneme kadar geçen süre boyunca internetin gelişimi ve web tabanlı teknolojiler üzerine bir dizi gelişmeler yaşanmıştır. İnternetin bugün bildiğimiz haline gelene kadar geçirdiği gelişim süreci şöyle özetlenebilir:

1980’lerde e-posta ve dosya aktarımı internette en sık rastlanan etkinliklerdi ve tekdüze metin arayüzünden oluşmasından dolayı kullanımı zordu. Zaman içerisinde CompuServe, America Online ve Prodigy, kullanıcı dostu arayüzler geliştirerek görüntüler de içeren çevrimiçi bilginin oluşmasına olanak sağladılar. İnternetin kullanımının zor olmasının diğer bir nedeni de dosya aktarımında yaşanan sıkıntılardı.

İnternet özelleşmeden önce, ARPANET dosya aktarımı için gerekli bilgileri sağlamakla yükümlü olmasına rağmen, çoğu zaman bu bilgiler yetersiz geliyordu. İnternet özelleştikten sonra ise, ARPANET'in bu işlevini gerçekleştirecek merkezi bir otorite yoktu. 1990'ların başında uygulamaya konulan bazı yazılımlar (Gopher, WAIS gibi) ise dosya aktarımı için internetteki belgelerin yerini tespit etmeye yarayan kolaylıklar getirdiler. Bu sistemler enformasyonu yer bazlı değil de içerik bazlı olarak düzenlemekteydi. Bunlar internetin kullanımını biraz daha kolay hale getirse de farklı belgelerde bulunan bilgilerin birbirine bağlanamaması sorunu hala internetin önünde bir engel olarak duruyordu. Bunun yanı sıra, çeşitli yazılım formatlarını birarada bulunduran ortak protokol de söz konusu değildi (Abbate, 2011: 475-476). World Wide Web (Dünya Çapında Ağ) ise tüm bu sorunları kökünden çözerek yeni bir internet altyapısı yarattı. İnterneti günümüzde bildiğimiz internet yapan ve ağı uluslararası bir ağ haline getiren de World Wide Web'tir. Bir araştırma merkezi olan CERN'de, Tim Berners Lee tarafından 1991'de geliştirilen World Wide Web, ARPANET'in ağ yapısından çok farklıydı. Lee herkesin bilgisayar kullanmayı öğrenmesi gerektiğini ve ağların özgürlüğünü savunan bilgisayar korsanı karşı kültürden gelen düşüncelerle bir hipermetin sistemi oluşturdu. Hipermetin dünyanın dört bir yanındaki bilgisayarlardaki dosyaları birbirine bağlayarak 'ortak ve küresel bir bilgi ağı' oluşturacak olan sistemdi (Lokke, 2018: 28). Fakat öncelikle ortak bir format geliştirilmesi gerekiyordu. Bu formatın adı 'hypertext markup language (HTML)' olarak adlandırıldı. Daha sonra, web'de kullanıcının istediği bilgiyi bulması için bu bilgiyi tanımlayan bir kod da olması gerekiyordu. Bu ihtiyacı karşılamak için hem uygulama protokolünü, hem de istenilen verinin bulunduğu bilgisayar adresini belirten, standart bir format olan 'uniform resource locator (URL)' oluşturuldu (Abbate, 2011: 477-478). İçeriğin yönetilmesini kolay hale getiren bu sistem 6 Ağustos 1991'de Mozaic olarak adlandırılan tarayıcıyla başladı. Artık internette aktarılan her türlü içerik, internetin olduğu her cihazdan ulaşılabilir ve toplanabilir hale geldi, dolayısıyla daha çok insana ulaşılabilir hale de gelmiş oldu. Dolayısıyla da World Wide Web, internet üzerinden bilgiye erişmenin, yönetmenin, bağlantı kurmanın, üretmenin ve tüketmenin anahtar bir yolu haline geldi (Bell, 2009: 31-32). Mozaic'den sonra sırasıyla Netscape<sup>6</sup>, İnternet Explorer, Opera, Safari Firefox ve Chrome en popüler tarayıcılar olmuştur (Uğurlu, 2017: 4). Dolayısıyla yirmi birinci yüzyılın başlarında, ağlara olan akademik ve popüler ilginin büyümesi internet gibi küresel

---

<sup>6</sup> "Netscape Navigator, teknoloji uzmanı olmayanlara internetin kapılarını açan bir browser, yani internet tarayıcısıydı." (Turow, 2015a: 31)

teknik ağılardaki büyük gelişme ile gerçekleşmiştir. Özellikle World Wide Web internetin kullanımını yaygınlaştırmış, web tarayıcıları da kullanıcı dostu ve herkese hitap edebilen arayüzler sunmuştur (Chesher, 2020: 106, 112) ve böylece internet kullanımı tüm dünyada hızla yaygınlaşmıştır. Günümüzde internet sayısal ağları birbirine bağlayan ve evrenselliğiyle, esnek oluşuyla, aktarım biçimleriyle ve maliyetinin az olması nedeniyle (Maigret, 2004: 329) geleceği şekillendiren önemli bir yeniliktir.

Masuda, toplumsal dönüşüme neden olan teknoloji sistemlerinin dört özelliğini şöyle özetlemektedir (Masuda, 1990'den akt. Canpolat, 2012: 54):

- 1-) Pek çok yenilikçi teknoloji bir araya gelerek tek bir kompleks teknoloji sistemini oluştururlar.
- 2-) Bu birbirine entegre olmuş teknoloji sistemleri aşama aşama inşa edilirler ve toplum geneline yayılırlar.
- 3-) Böylece yeni tip üretkenlik gelişmeye başlar.
- 4-) Bu yeni tip üretkenliğin gelişimi geleneksel olanın yeni sosyal formlara dönüşmesinde etkili olmuştur.

Masuda'nın belirlediği bu özelliklere göre değerlendirildiğinde, bilgi toplumunun temel itici gücü olan internet, yapısal özellikleri nedeniyle toplumun ağırlıklı olarak ürettiği ürünü somut metalden soyut metala yani bilgilere dönüştürmüştür. Bilginin üretim-tüketim döngüsündeki aktörler ise internet kullanıcılarının tamamıdır. İnternet kullanımının yaygın hale gelmesi bilginin sıradan insanlar tarafından üretilip paylaşıldığı ya da geliştirildiği bir toplumsal yapının inşa edilmesine zemin hazırlamıştır. Böylece geleneksel medyanın bir getirisi olan kitlesel tüketime dayanan toplumsal yapı, internet ile birlikte kitlesel üretimin temel değer olarak alındığı yeni bir toplumsal yapıya dönüşmüştür. İçeriğin sıradan insanlar tarafından üretilme süreci toplumun katılım alışkanlıkları, okuryazarlık seviyesi, düşünme ve fikir ortaya koyma isteği gibi noktalarda toplumsal yapıyı daha uzun vadede değiştirmektedir (Hjarvard, 2020: 240-241). Dutton'a göre internet geleneksel medyadan, birçok alanın sosyal hesap verebilirliğe açılması noktasında farklılık göstermektedir. Bu internetin politik rolü ile de yakından ilgilidir ve internetin bu yönüne ilişkin bazı ortak görüşler vardır. Dutton bu görüşleri üç perspektife ayırmıştır (Dutton, 2009: 4-5):

1-) Teknik yeniliğe vurgu yapanlar: İnterneti ‘geçici bir moda’ gibi görmektedirler. Diğer kurumlara göre veya geleneksel medyaya kıyasla internetin geçici doğasına odaklanılır. Fakat zamanla internetin küresel çapta önem kazanması ve çeşitlenmesiyle bu görüş güvenilirliğini büyük çoğunlukla yitirmiştir. Bununla birlikte, interneti siyasi kampanyalar ve seçimlerde geçici bir yenilik olarak görme gibi belirli temalar etrafında ortaya çıkmaya devam etmektedir.

2-) Özgürlük teknolojisi olarak görenler: Bu görüşün savunucuları internetin bilgiye erişimi demokratikleştirdiğini ve hiyerarşik ilişkileri zayıflattığını öne sürmektedirler. İnternet tabanlı ağları, bireylerin kişisel çıkarlarını takip eden ve pekiştiren şekillerde insanlarla, bilgilerle, hizmetlerle ve teknolojilerle iletişim kurabilecekleri bir yapıya sahip olduğu için doğası gereği demokratiktir. Kontrol toplumlarında, örneğin ‘gözetim toplumu’ distopyasında internet bir mesih gibi görülmektedir.

3-) Ağların ağı olarak internet: Bu görüş büyük ölçüde teknolojik olarak deterministik ya da kontrol tartışmaları üzerinden ilerlemektedir. Çünkü beşinci gücü oluşturan internetin hem bireylerin hem de kuruluşların ya da kurumların çıkarlarını güçlendirmek veya bunlara meydan okumak için paydaşları tarafından şekillendirilen birçok farklı ağ biçimini destekleyebileceğine ve güçlendirebileceğine inanılmaktadır. İnternet, birçok noktadan birçok noktaya veya bir noktadan birçok noktaya erişim sağlama özelliğiyle güç savaşlarının yaşandığı bir arena gibidir.

İnternet merkezli tartışmalarda genel kabul görmüş iki yaklaşımdan bahsedilebilir. Bunlardan ilki ilerlemeci bir bakış açısıyla internetin özgürleştirici etkisini ortaya koymaktadır. Bu yaklaşım, internetin bilgiyi parmakların ucuna getirdiği ve hızla yayılımını sağladığı olağanüstü bir güç olduğunu desteklemektedir. Dolayısıyla internet ile birlikte bu çağda insanlar artık daha özgür ve demokratik toplumlar inşa edebileceklerdir. Bu tekno-determinist bakış açısı modern sosyal teorideki ilerlemeci gelenek ile örtüşmektedir. Buna karşılık bir de tekno-determinist bakış açısına karşı çıkan ve internetin sosyal olarak inşa edildiğini savunan bir görüş vardır. Bu bakış açısını savunanlar ise internetin tek başına bir değişim ajanı olmadığını, hatta tam tersine kurulu düzeni pekiştirici bir rol oynadığını savunmaktadırlar (Bozkurt, 2000). Bunun yanı sıra, son zamanlarda bu iki kutup yaklaşımı uzlaştırmaya ve internetin siyasal, kültürel, ekonomik ve ideolojik

yansımalarına daha disiplinlerarası bir perspektiften bakmaya çalışan araştırmalar da söz konusudur (Binark ve Kılıçbay, 2005: 7).

İnternete yönelik yapılan eleştirel yaklaşımların çoğu ticari faaliyetler ve dijital gözetim sorunları üzerinedir (Çakır, 2015: 35). İnternetin, toplumu kapitalizmin ve medyaya yönelik ticari ilişkilerin ötesine taşıyacağına yönelik düşünceler, internetin yeni ticari ilişkilerin ve yeni ekonomi modellerinin oluşmaya başlamasıyla geçerliliğini yitirmeye başlamıştır. McChesney'e göre, internet ve dijital iletişim ağları, medyanın tekelci ya da oligopolistik gelişimini sekteye uğratmamakta, aksine internetin kendisi de bu süreçte dahil olmaktadır. İnternet de ekonomik ilişkiler ile uyum içerisinde olacaktır ve tüketicilerin ihtiyaçlarını gidermek amacına hizmet eder duruma gelecektir. Ayrıca, internet McChesney'e göre kârın en kolay elde edilebildiği alandır (McChesney, 1999: 32-35). İletişim teknolojilerinin (ve günümüzde internetin) ne Habermas'ın yeni bir kamusal alanı oluşturduğu düşüncesi (Habermas, 2001: 619) ne de Giddens'ın 'diyalojik demokrasi'sine olanak sağladığı fikri<sup>7</sup> (Giddens, 2007: 16) internetin içinde bulunduğu egemen yapıya ve toplumsal koşullara göre şekil almasını önleyememektedir. Erdoğan, bütün bu pozitivist düşüncelerden önce, internetin emtialaşma, özelleşme, reklam ve propaganda amaçlı kullanılma ve bilinç yönetimi gibi yollarla egemen güçleri nasıl desteklediği ve diğer potansiyel güçler için ne gibi olanaklar sunduğuna bakılması gerektiğini söylemektedir (Erdoğan, 2011: 442). Dobson, internetin demokrasiyi yeniden canlandırmakta oynayabileceği rol tartışmasının ateşli bir şekilde savunulmaya ve eleştirilmeye devam edeceğini söylemektedir. Dobson'a göre 'internet dünyayı daha iyi bir yer haline getirecek' fikrinin savunucuları, internetin iletişimsel potansiyelini vurgulayacak; eleştirenleri 'dijital bölünme'yi öne sürecek, aşırı bilgi yüklenme ihtimaline ve gündem belirleme konusundaki sorunlara işaret edecektir (Dobson, 2014: 185-186). Ayrıca, internet yapısal veya işlevsel özelliklerinin yanı sıra içeriksel açıdan da eleştirilmiştir. Örneğin Webster, internette sunulan bilgilerin de doğruluğundan şüphe edilebileceğini söylemektedir. Ona göre internet, bir şirketin çekici bir imaj sunmak için çaba gösterdiği veya başkalarını ürünlerini satın almaya ikna etmeye çalıştığı şüpheli bir değerdir (Webster, 2006: 137).

<sup>7</sup> Diyalojik demokrasi, demokrasinin de demokratikleşmesidir. Gelişen teknolojiler ile politik alanda sunulan demokratik kontroller kırılmıştır, yani temsili demokrasiden, doğrudan demokrasiye geçilmesinin önündeki engeller kalkmıştır (Giddens, 2007: 121).

Bilgiye kolaylıkla ve hızla ulaşım olanağı sunan internet, aslında dünya çapında evrensel bir ortak dil kurarak birbirleriyle iletişimde bulunan geniş bir bilgisayar ağıdır. İnternet hava durumundan, güncel haberlere, vizyondaki filmlere ve dünyadaki diğer tüm gelişmelere kadar her türlü bilgiye erişim olanağı sunarak sınırları ortadan kaldırmaktadır. Dolayısıyla, birbirinden uzak birimleri birbirine bağlayan bu ağ, aynı zamanda tüketiciler ve tedarikçiler ya da üreticiler arasında iletişim sağlayabilmekte, gerekli her türlü verilere ulaşabilmekte ve böylece tanıtım ve reklam fırsatları için değerlendirilebilmektedir (Peltekoğlu, 2014: 309-310). Bütün bunlara paralel olarak Erdoğan da, internetin, varolan ideolojik veya bilişsel doğasını değiştirmediğini, mevcut toplumsal değerlerin ya da davranış kalıplarının, internetin sunduğu kolaylıklar ve olanaklarla daha da gelişmiş olarak devam edeceğini öne sürmektedir. İnternetin kullanan ticari, siyasi veya diğer örgütler, kendi örgütsel misyonlarını ve hedeflerini doğal olarak internete de taşımaktadırlar. Örneğin, Associated Press ya da New York Times'ın iş yapış biçimleri değişmemiş, ulaştığı hedef kitle veya ürettiği içerik formatı değişmiştir. Bu nedenle internet Erdoğan'a göre güçlülere daha güçlü bir hale getirirken, güçsüzler için de yeni kontrol mekanizmaları getirmiştir. İnternetin gücü, üzerinde her türlü hizmete bedavadan ulaşım sağlamasında değildir. Onun gücü, gündelik hayatın üretim biçiminin kontrolünde gizlidir. Dolayısıyla, Erdoğan'a göre internet başlı başına demokratik kamusal alan sağlayabilecek ve siyasa yaratabilecek yeni bir alan değildir. İnternet ancak üzerinde yeni egemenlik savaşlarının yaşandığı bir mücadele alanıdır. İnternet, yaşam koşulları tarafından belirlenen toplumsal yapının bir parçası olarak yer almaktadır (Erdoğan, 2011: 440-442).

Holmes'e göre de internet'in demokratikleştirici niteliği, merkezileşmemiş teknik yapısına dayanmaktadır. Bu yapı, mesaj içeriklerinin çoklu yollar ile parçalanmış olarak gönderilmesini sağlayan, 1960'larda Rand Corporation tarafından geliştirilen teknik bir ağ sistemine (paket anahtarlama) dayanmaktadır. Bu yapı sayesinde internet teknik olarak programcılar, devletler veya şirketler tarafından kontrol edilememektedir. O nedenle internet 'kamusal alan'ın inşası için sınırsız teknik bir aracı temsil etmektedir, fakat bu alanın işleyişinde toplulukların bireyselliklerinden yararlanılmaktadır (Holmes, 2005: 9-10). Bireysellikten yararlanılması çeşitli anlamlara gelmekle birlikte gözetim açısından ele alındığında bireylerin, bireysel anlamda analiz edilip tanımlanması anlamına gelmektedir. Bu internet üzerinde oldukça kolaydır, çünkü internet gözetimi, sosyal yapı üzerine sayısız gizli ve anonim

göz eklemektedir. İnternet kullanıcılarının her adımı çeşitli gerekçelerle teknik olarak izlenebilmektedir (Çakır, 2015: 10).

2019 yılı itibariyle dünyada 4.4 milyar internet kullanıcısı vardır. Dünya nüfusunun günümüzde 8 milyara yaklaştığı düşünülürse, insanlığın yaklaşık yarısından fazlası bu ağın içerisinde. İnsanların interneti kullanma biçimleri de hızla artmaktadır. 2019 yılı itibariyle dünyadaki internet kullanıcıları her gün 6 saat ve 42 dakika çevrimiçi vakit harcamaktadırlar (wearesocial.com). Dolayısıyla internette her bir kullanıcı oldukça fazla güncel ve anlık veri sağlamaktadır (Holmes, 2005: 103-106). Bu nedenle, sosyal yapının bir parçası olan ve her geçen gün de kullanımı yaygınlaşan internet, farklı güç mekanizmaları tarafından kontrol altında tutulmak istenmekte ve internetin potansiyelinden mümkün olduğunca yararlanılmaya çalışılmaktadır. Erdoğan'a göre internetin, dev medya şirketleri veya devletler tarafından kontrol altında tutulmasının birkaç yolu vardır: Birincisi IBM, Microsoft gibi yazılım üreten firmalar, ya da CNN gibi global firmalar ya da elektronik ticareti teşvik eden Amazon gibi firmalar internette üretilen emtiaları paralı abonelik hizmetlerine çekmektedirler. İkincisi, internette üretilen emtiaların doğrudan satışlarıdır. Online alışveriş dükkanlarının 24 saat açık olması, internet siteleri üzerinden reklam kampanyalarının yürütülmesi, firmaların firmalarla, firmaların hedef kitlelerle buluşması noktasında sağlanan kolaylıklar ile tüketiciler ya da kullanıcılar internete çekilmektedir. Üçüncüsü güçlü kurumların internet akışını dolaylı yoldan kontrol etmeleridir. Kredi kartı gibi sanal harcamalara uyumlu gelişmelerle banka gibi büyük kurumların güçleri pekişmektedir ve Wikileaks gibi kapitalist sisteme tehlike oluşturacak güçlere para yardımı yapılması engellenerek ağ akışı dolaylı yoldan kontrol edilmektedir (Erdoğan, 2011: 437-438). Fakat, internetin politik rolüne ilişkin genel kabul gören görüş, internetin ilerici ve demokratik bir iletişim ağı oluşturduğu, baskıya maruz kalan insanların sesi olduğu ve aktivistler için önemli bir kamusal alan haline geldiğidir. Bu görüşe göre, internet özgür, demokratik, baskısız bir dünyanın kapılarını açacak umut verici bir teknolojidir. Bu görüşü temellendiren ilk çalışma Howard Rheingold'un 1993'de yayımlanan Sanal Topluluklar (Virtual Communities) adlı kitabıdır. Rheingold kitabında sanal toplulukların demokratik söylemleri canlandıracağını ve katılımcı demokrasi anlayışını topluma yerleştireceğini savunmuştur (Rheingold, 1993: 276'dan akt. Tuğla, 2014: 307).

Liberal ideoloji söylemlerine göre internet özgürlük, sınırsızlık, anımsalılık üzerine kurulu bir ‘küresel köy’de (McLuhan ve Powers, 2001: 157-162) yaşamayı arzulayan herkesin istediği bir ütopya haline gelmiştir. İnternetin toplumsal hiyerarşilerin önüne geçebilecek, kolektif aklın gelişimini sağlayacak, izleyicilerin geleneksel iletişim araçlarındaki edilgen konumunu değiştirecek ve böylece toplumu kültür endüstrisinin ürettiği kitle kültüründen kurtaracak bir güce sahip olduğuna inanılmıştır. Fourierci sosyalist söylemlere göre ise internet bütün olumlu özelliklerinin yanı sıra pornografiye serbest erişimin potansiyel sakıncaları; insanların fişlenmesi veya gözetlenmesi gibi temel özgürlüklere saldırı; dijital uçurum, dijital eşitsizlik gibi sorunlar ile kuşatılmaktadır (Maigret, 2004: 328). İnternet, toplumun birçok alanında, hemen hemen her kültürel ve sosyal fenomen üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Bu nedenle internet sadece demokratikleştirici bir etkiye sahip olmakla kalmayıp aynı zamanda daha fazla bilgiye erişimi olan ve katılımı arttıran bireyleri de güçlendirmiştir. Artan gözetim, siber suç ve filtre balonları bunun sonuçlarından birkaç tanesidir. İnternet ve ağ platformları kültür ve topluma entegre olduğunda, mevcut güç yapılarıyla da iç içe geçerler. Bu nedenle gözetim ya da siber suç gibi olgular internetin yapısal bir problemi değildir, egemen aktörlerin stratejik çıkarlarına yönelik olarak interneti bilinçli olarak sömürmesinden kaynaklanmaktadır. (Hjarvard, 2020: 240-241). Bu nedenle internetin toplum ile etkileşimine bakılırken, internetin sosyal ve kültürel değişimde tüm aktörler için aktif bir rol oynayabileceğinin farkında olmak ve onu insanların etkileşimde bulunma ve kendilerini geliştirme biçimleri için koşullar sağlayabilen bir arabulucu olarak görmek gerekmektedir.

İnternet giderek artan sayıda sıradan insanın sadece bilgiye erişmesine değil, aynı zamanda kendi haklarına katkıda bulunmasına ve katılmasına izin verecek şekilde ilerlerken bu eğilim web teknolojileriyle şekillenmiştir. Hadrey’in (2007) “sosyal medya devrimi”, Jenkins’in (2006) “katılımcı kültür” olarak adlandırdığı dönem ise web 2.0 ile başlamıştır; (Foth, 2020: 732) daha sonra web 3.0 ve gelişme aşamasında olan web 4.0 olarak adlandırılan dönem ortaya çıkmıştır.

Web 1.0 ile web 2.0.’ın arasındaki temel farklılık içerik yaratma imkanıdır. Web 1.0. teknolojisinde bilgi aramak ve bilgiye ulaşmak söz konusuysa, içerik yaratmak mümkün değildi. Fakat web 2.0. teknolojiyle birlikte internet tüketicileri aynı zamanda içerik üreticisi olabilmişlerdir. Yani web 1.0. teknolojisinde içerik az sayıda içerik üreticisi tarafından daha fazla sayıda internet tüketicisi için hazırlanmaktayken,

web 2.0. teknolojisinde ise tüketici aynı zamanda içeriklere de katkıda bulunabilmekte ve çok sayıda kullanıcı tarafından yine çok sayıda kullanıcı için içerik üretmek mümkün hale gelmiştir (Akar, 2010a: 15). Web 1.0 dünyası basit işlemlerin dünyasıyken, web 2.0 dünyası bir blog'a gitmek, insanların ne söylediğini görmek, yorum yapmak, diğer sitelere ve bağlantılara göz atmak, yorum bırakmak, kullanıcı deneyimlerini karşılaştırmak, bir şey satın almak, bir deneyim hakkında yorum yapmak gibi daha insani ve sıcak deneyimler sunmaktadır (Rice Lincoln, 2009: 8). Dolayısıyla etkileşim kurmaya dayanan ve daha zengin bir kullanıcı deneyimi sunan web 2.0, web 1.0 metaforunun ötesine geçmeye olanak sağlayan bir forma sahiptir. Web 2.0, internete bağlı tüm aygıtları kapsayan platform ağı olarak da düşünülebilir (Fuchs ve diğ., 2012: 4). Kullanıcıların içerik yaratımını hedefleyen Web 2.0 teknolojisi 1999 yılında Darcy DiNucci tarafından oluşturulmuş bir terimdir ancak terimin popülerlik kazanması 2004'te Tim O'Reilly ile birlikte olmuştur. Web 2.0, internet teknolojisinin yapısında bir değişikliğe neden olmamıştır fakat web sitelerinin oluşturulma biçiminde bir değişiklik yaratmıştır. Web 2.0, web'in sosyal bir yer olmasını sağlamış, çevrimiçi topluluklar için bir olanak yaratmış ve böylece web 2.0 teknolojisinin kendine özgü avantajlarından en iyi şekilde yararlanan ağlar olarak Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, Skype ve diğer sosyal platformların doğuşuna zemin hazırlamıştır (Kingsnorth, 2017: 7).

Web 3.0 ve sosyal medya uygulamalarının temelini oluşturan Web 2.0'in farkından kısaca bahsetmek gerekirse, Akar'ın (2010a: 166-167) ifadeleri oldukça açıklayıcı bir özet oluşturmaktadır:

*“Web 2.0, kullanıcı ve üreticilerinin içerik yaratımını hedeflerken, web 3.0, veri setlerine bağlanmayı hedeflemektedir. Web 1.0.'dan geliştirilen web 2.0., yaratıcılığı, bilgi paylaşımını ve kullanıcı ve web sitesi sağlayıcılarından daha dinamik bir içerikle iş birliğini teşvik etmektedir. Web 3.0 ise, web 2.0 çağında yaratılan veri kümelerinin bağlantısı üzerinde daha fazla odaklanmaktadır.”*

Web 3.0, web kullanımının gelişimini ve web'i bir veri tabanına dönüştürmeyi içeren etkileşimi tanımlamak için oluşturulmuş bir terimdir. Web 3.0, on yıl süren web'in ön yüzüne odaklanmanın ardından, web'in arka yüzünün de geliştirileceği bir dönemdir. Tim Berners-Lee'nin açıklamalarıyla Web 3.0'ı “okuma-yazma-yürütme” sürecinin ‘yürütme’ evresine benzetmek mümkündür. Web 3.0, yetenekli bireyler

tarafından web 2.0 teknolojilerini etkinleştirme platformu olarak kullanılan, yüksek kaliteli içerik ve hizmetlerin oluşturulması olarak tanımlanmaktadır. Web'in bir veri tabanına dönüştürülmesi sürecinde, birden çok tarayıcı dışı uygulama tarafından içeriğin erişilebilir hale getirilmesi yönünde bir hareket, yani yapay zekâ teknolojilerinin kullanılması, Semantik Web, Geospatial Web veya 3D Web bulunmaktadır (Naik ve Shivalingaiah, 2008: 501). Web 3.0, World Wide Web'in yeni veri akışlarını elde etmek için çeşitli veri kaynaklarından gelen verileri bağlama, bütünleştirme ve analiz etme konusundaki bir sonraki evrimidir. Ayrıca Web 3.0, birkaç makineyle web'e bağlanma ve makineler arasında veri alışverişinde bulunma konusunda yeni yaklaşımlar üretmek için cihazları birbirine bağlamayı amaçlamaktadır. Bununla birlikte, Web 3.0'ın standart tanımı, şu anda henüz ortaya çıkmamıştır, çünkü Web 3.0, esas olarak World Wide Web konsorsiyumu tarafından geliştirilmektedir. Web 3.0'ın verileri bağlamak için asıl önemli amacı, anlamsal web tarafından desteklenmektedir. Anlamsal web, bilgisayarların anlayabileceği bir yaklaşımda nesnelerin gösterilebildiği bir web sistemidir. Sistem, verilerin uygulamalar, organizasyonlar ve topluluklar arasında bağlanmasına, paylaşılmasına ve yeniden kullanılmasına yardımcı olan ortak bir çerçeve sunar. Anlamsal ağ, bir kişinin veya bir makinenin bir veri tabanı ile başlamasını ve daha sonra kablolarla bağlanmayan, ancak bir kişi, yer, fikir, kavram gibi genel şeylere atıfta bulunarak verileri birbirine bağlayan bir sonsuz açık veri tabanı seti arasında bağlantı kurmasına izin vermektedir (Suphakornthanakit, 2008: 1).

Web 3.0.'ın en belirgin özelliği yapay zekâ gibi internet verilerini düzenleyip kategorize edebilen bir algoritmaya sahip olmasıdır. Web 3.0 teknolojisinde, veri tabanları birbirleri ile bağlantılıdır ve iletişim halindedir. Bu sistem sayesinde, bireylerin nelerden hoşlandıklarını, nelere ihtiyaçları olduğunu ya da ne gibi sorunlar yaşadıklarını kümülatif bir şekilde tespit edip, algılamak mümkün hale gelmiştir. Web 3.0. teknolojisi kullanıcılar tarafından üretilen verileri almaktadır ve verileri işleyerek enformasyon üretmektedir. Google Drive, Yapay Zekâ (AI) ve Makine Öğrenmesi (ML) sistemleri gibi kompleks 'Analytics' sistemler de bu teknolojiye dayanmaktadır. Uğurlu'nun (2017: 6) sözünü ettiği, veri teknolojisinin gelişimiyle birlikte her bir kullanıcının tükettiği ve ürettiği içeriklerle uyumlu ürünler ve hizmetler sunabilen pazarlama stratejisinin temelini de bu teknoloji oluşturmaktadır. En son teknoloji ve henüz gelişim aşamasında olan Web 4.0. teknolojisinde ise yapay zekâ ile kodlanan algoritmalar sayesinde sorun tespiti yapılabilmekte ve çözümler üretilebilmektedir.

Yapay zekâ teknolojisinin yanı sıra, artırılmış gerçeklik hizmeti sunan bu teknolojiye örnek olarak verilebilecek uygulama ‘Nesnelerin İnterneti’dir. Web 4.0 “Nesnelerin İnterneti” gibi her şeyin bağlı olduğu bir web işletim sistemine dayanan her yerde bulunan bir ağı temsil etmektedir. Artık, insanların sosyal olma güdüsüyle yaptığı interaktif paylaşımlar teknoloji tabanlı iletişim süreçlerinin kurallarını belirlemektedir. Web 4.0 algoritması da bir nevi bu insani güdülerin bir yansıması olarak tasarlanmıştır. Teknoloji tabanlarını pazarlama iletişim stratejisi açısından ele alan Uğurlu, Web 4.0’ın da pazarlamaya dair algıyı ve bakış açısını ‘müşteri odaklı’dan, ‘insan odaklı’ anlayışa çektiğini öne sürmektedir. Çünkü Web 4.0’ın çözüm üretmeye yönelik algoritması, aynı zamanda insanı anlama uğraşıdır. Yani, hedef kitle yerine, hedefleri olan kitleler olarak algılanan müşterilerin bireysel olarak istekleri ya da şikayetlerini öğrenmek ve bireysel ihtiyaçlarına yönelik çözümler sunmak önem kazanmıştır (Uğurlu, 2017: 7-8). Birçok bilim insanı tarafından akıllı bir web türü olarak tanımlanan Web 4.0, dijital teknoloji tarihinin akıllı asistanlar dönemidir. Web 4.0 teknolojisine dayanan yazılım ve işletim sistemleri bir insan beyni gibi çalışabilen, web içeriğini okuyabilen ve web sitelerinde kararlar alabilen bir arayüze sahiptir (Noh, 2015: 789-791). Web 4.0 teknolojisinde yapay zekâ, kodlanan algoritmalar sayesinde sorun tespiti yapabilmektedir. Uğurlu, bu teknolojiyi Facebook ile örneklendirmiştir. Facebook’un canlı yayın özelliği kullanılarak gerçekleştirilen intihar vakalarına çözüm olarak Facebook, intihara meyilli kullanıcıları önceden tespit edip engelleme algoritması üretmiştir.<sup>8</sup> Facebook algoritması intihara meyilli kullanıcı ve arkadaş çevresi tarafından girilen verileri analiz ederek durumun ciddiyeti hakkında karar vermekte ve kullanıcıya ulaşarak yardım önermekte veya canlı yayını yardım hattı olarak devreye sokabilmektedir (Uğurlu, 2017: 7-8). Dolayısıyla, web 4.0 teknolojisi insan beyninin işleyişinin ve analiz yeteneğinin mekanik bir kopyası gibidir ve ‘analitik’ özelliği ile web 3.0.’dan ayrılmaktadır. Toffler, teknolojinin sağladığı iletişim olanakları ile ilgili olarak intra zekâ ağları ve ekstra zekâ ağları kavramlarından bahseder. Intra zekâ verilmek istenen mesajı olduğu gibi iletmektedir. İletilecek mesajlar paketlenip kodlanarak karşı tarafa iletilmekte ve karşı tarafta yine eski haline gelecek şekilde çözümlenebilmektedir. Fakat günümüzde ekstra zekâ denen bir kapasiteden bahsetmek mümkündür. Bu ağlar veri alma-iletme özelliğinin çok ötesine geçerek verileri analiz edip birleştirebilmekte ve bambaşka bir forma sokabilmektedir. Bunlara ‘katma değerli ağlar’ (value added networks) denilmektedir

<sup>8</sup> <https://www.facebook.com/safety/wellbeing/suicideprevention>

(Toffler, 1992: 127-128). Toffler'ın açıkladığı bu iki kavram olan intra zekâ web 3.0 teknolojisine, ekstra zekâ ise web 4.0 teknolojisine tekabül etmektedir.

### 1.2.2. Sosyal Medya Kavramı ve İşlevsel Özellikleri

Sosyal medya 21. yüzyılda dijital medyanın yaygınlaşmasıyla hayatımıza girmiş olsa da, Kingsnorth'a göre kökleri 1970'lerdeki ilan tahtası sistemine dayanmaktadır. İlan tahtası sistemi aynı düşüncelere sahip diğer insanların veri, kod ve diğer bilgilerini paylaşmak amacıyla kullandığı bir yöntemdir. Bu ilan tahtaları 1990'lara kadar kullanılmaya devam etmiştir (Kingsnorth, 2017: 150). Diğer bir kaynağa göre sosyal medyanın oluşum sürecindeki ilk önemli adım 1844'de telgrafın icadıyla birlikte atılmıştır ve bu aynı zamanda sanayi çağının iletişim standartıdır. Sanayi devriminin bir sonraki önemli adımı ise telgraf altyapısının üzerine gelen bir gelişme olarak 1986'da telefonun icadıdır. Televizyon ise iletişim maliyetlerinin düştüğünü gösteren modern çağdaki ilk örnektir ve bilgi çağındaki ilk adımdır. Fakat bilgi çağına dair en önemli olarak kabul edilen gelişme kişisel bilgisayarlardır ve sosyal çağın oluşumuna da zemin hazırlayan bu gelişmedir. 2000'li yılların başında Youtube, Facebook gibi sosyal hizmetler aracılığıyla da bilgi çağından sosyal çağa geçiş olmuştur. (Azua, 2010: 6-8'den akt. Akar, 2010a: 8-9). Teknolojide sosyalleşme çağına doğru giden süreçte iletişim maliyetlerinin her yeni gelen teknolojiyle azalması önemli bir noktadır çünkü paylaşan, iş birliği yapan veya birlikte hareket eden bir grubun parçası olma arzusu, işlem maliyetleriyle her zaman kısıtlanan temel bir insani içgüdüdür (Shirky, 2008: 54).

Birçok web 2.0 sitesi, forumlar, konuk defterleri, e-posta, multimedya ve hipermetin gibi eski uygulamaları tek bir kullanıcı dostu platformda birleştirerek kullanım kolaylığını ve dolayısıyla kullanımı artırmaktadır. Bloglar, wiki'ler, dosya paylaşım platformları gibi sosyal ağ platformları da, çağdaş toplumdaki kullanıcıların İnternet deneyimlerini şekillendiren bu tekno-sosyal sistemlerinden bazılarıdır. Bu anlamda sosyal medya, *“tüm çevrimiçi sosyal ağları, web günlüklerini ve wiki'leri içeren Web 2.0 teknolojilerinin bir alt kümesi”*dir. (Niekerk and Maharaj, 2013: 1162). Facebook, YouTube, Instagram, Blogspot, Wordpress ve Twitter bu sosyal ağ platformlarının en popülerleri arasındadır. Akademisyenler, medya ve halkın bir kısmı internetin daha sosyal, daha katılımcı ve daha demokratik hale geldiğini iddia etmektedirler (Fuchs, 2012a: 31). Rice Lincoln ise bu genel kanıyı desteklercesine

sosyal medyanın birtakım araçlardan ziyade, davranışlarla alakalı olduğunu, yani teknik yönünden çok sosyal yönünün ağır bastığını öne sürmektedir. Çünkü sosyal medya yapısı gereği, kişilerin araştırma veya gözlem yapmasından çok, üzerinde çalıştığı, ürettiği veya katıldığı fikirleri paylaşımlarını teşvik etmektedir. Sosyal medya, çoğunlukla ortak çıkarları olan insanların düşüncelerini ve yorumlarını paylaşmak için bir araya geldiği bir yer haline geldiği için kamuoyu üzerindeki önemi gittikçe artmaktadır (Rice Lincoln, 2009: 8-10). Buna göre ‘sosyal medya’ kavramını *“insanları fikir alışverişinde bulunma, bağlantı kurma, ilişki kurma, bir amaç için harekete geçirme, tavsiye alma ve rehberlik sunma gibi amaçlarla bir araya getiren yeni bir forum”* (Amedie, 2015: 3) olarak tanımlamak mümkündür.

Sosyal medya, şu özelliklerin çoğunu veya tümünü paylaşan bir grup yeni tür çevrimiçi medya olarak anlaşılmaktadır (ICrossing, 2007: 5):

- Katılım: Sosyal medya herkesin katılımını teşvik etmektedir, böylece medya ve izleyici arasındaki çizgiyi bulanıklaştırmaktadır.
- Açıklık: Sosyal medya hizmetlerinin çoğu geri bildirim ve katılımlara açıktır. Oy vermeyi, yorumları ve bilgi paylaşımını teşvik ederler. İçeriğe erişim ve içerik kullanımında herhangi bir engel bulunmamaktadır ya da nadiren vardır.
- Karşılıklı Konuşma: Çift yönlü iletişime imkân sağlamaktadır.
- Topluluk: İlgi alanları doğrultusunda topluluk kurulması mümkündür.
- Bağlantılılık: Sosyal medya türlerinin çoğu, diğer sitelere, kaynaklara ve insanlara bağlantılar kullanarak bağlantılarını geliştirir.

Sosyal medya, bütün bu özellikleri düşünüldüğünde günümüz dünyasında kültürümüzü, ekonomimizi ve dünyaya genel bakışımızı etkilemede önemli bir rol oynadığı yadsınamaz bir gerçektir. Çünkü sosyal medya ile iletişim engelleri kalkmış, merkezi olmayan iletişim kanalı oluşmuş ve herkesin söz sahibi olabildiği demokratik bir katılıma kapı açılmıştır. Sosyal medyanın bütün bu niteliklere sahip olması, yani demokratik, açık ve paylaşımcı olması iyi bir iletişim kurmak için yeterli değildir. Rice Lincoln’a göre iyi iletişim disiplin, vizyon ve öngörü gerektirmektedir. Bu noktada

sosyal medyanın olumlu ve olumsuz yönünden bahsetmiştir. Birçok insanın sosyal medya forumlarında yaptığı rastgele karalamalar insanların bu anlamda gelişimine katkı sağlamamaktadır ve insanların bir şeyi özümseyemeden hap bilgiler şeklinde almaları onları tembelliğe alıştırmaktadır. Sosyal medya bu anlamıyla bir devrimci potansiyel taşımaktan çok uzaktır. Bu sosyal medyanın olumsuz yönüdür. Olumlu yönü ise kullanıcılar tarafından üretilen içeriklerin sıradan insanlara verdiği güçtür. Herkes potansiyel birer medya yaratıcısıdır. Bloglar, podcast'ler ve videolar aracılığıyla insanlar artık yazar, gazeteci, radyo yayıncısı ve film yapımcısı olabilmektedir. İnsanlar sosyal medyanın bu olanağı sayesinde dinleyici olmak yerine dinlenmek istemektedirler. Örneğin özellikle Twitter aracılığıyla vatandaş gazeteciliği birçok insan için yeni ufuk açıcı bir potansiyel olarak değerlendirilmiştir. Bu anlamıyla sosyal medya sadece yeni bir araç değildir. Bundan çok daha fazlasıdır. Sosyal medya güç dengesini değiştirmekte; mesaj yaratma sürecini küçük bir elit grubun elinden almakta ve tüm topluma bu gücü vermektedir. Bu sosyal medyanın olumlu ve önemli potansiyeller taşıyan bir yönüdür. Bir zamanların kitle iletişimde 'yukarıdan aşağıya düşünme' ve 'monolog kullanılarak tek yönlü, kontrollü iletişim kurma' alışkanlığı tamamen değişmektedir (Rice Lincoln, 2009: 19-22).

Sosyal medya kullanımının toplumun geneline yayılmasıyla birlikte, sosyal medya günümüzde başlıbaşına bir mücadele alanı haline gelmiştir ve sosyal adalet mücadelesinin dijital omurgasını oluşturmaktadır. İnternette sokaklara dökülen örgütlenmeyi mümkün hale getirebilecek altyapıyı sağlayan teknoloji politik amaçlar için bir araç görevi de görmektedir (Milan, 2013: 2). Bu anlamıyla sosyal medya kimileri tarafından "özgürlük teknolojisi" olarak da adlandırılabilir. Özgürlük teknolojisi, politik, sosyal ve ekonomik özgürlüğü artırabilecek her türlü bilgi ve iletişim teknolojisi anlamına gelmektedir. Bu teknolojiler ademi merkezîyetçi bir karaktere ve çok sayıda insana çok hızlı bir şekilde ulaşma yeteneğine sahip olduğu için taban örgütlenmesi için uygundur. Özgürlük teknolojisi, vatandaşların haberleri rapor etmelerini, yanlışları ifşa etmelerini, fikirlerini ifade etmelerini, protestoları harekete geçirmelerini, seçimleri izlemelerini, hükümeti incelemelerini, katılımı derinleştirmelerini ve özgürlük ufuklarını genişletmelerini sağlamaktadır (Diamond, 2010: 70).

Sosyal medyanın kalabalığı harekete geçirmeye ve kamuoyu toplamaya elverişli bu yapısına yönelik olarak iktidar ya da bazı güçlü kesimler de stratejilerini bu

doğrultuda değiştirerek sosyal medyanın toplumlar üzerindeki etkisinden yararlanmak isteyebilmektedirler. Bu stratejilerden bir tanesi çevrimiçi kullanıcıları manipüle etmek için uyguladıkları ‘gizlenmiş propaganda’dır. Örneğin 2016 yılında ABD seçimleri sırasında Twitter’da Donald Trump ve Demokrat adayı Hillary Clinton’ı destekleyen vatandaşlardan oluşuyor gibi gözükken birçok hesap, aslında kamusal destek olarak aldatıcı bir izlenim vermek için oluşturulan yazılım odaklı bot hesaplardır. Dijital teknolojilerin ve sosyal medya uygulamalarının iletişim ve katılım biçimlerini dönüştürmesiyle aktivistlerle birlikte birçok siyasi aktörler de etkilerini artırmaya çalışmıştır (Farkas ve Neumayer, 2020: 708). Bunun yanı sıra, sosyal medyanın insanlara egemenlik ve özgürlük alanı sunması, bu alanı iktidar tarafından ilgi çekici bir hale getirmektedir. İktidarın, sosyal medya aracılığıyla halk ile iletişim kurma olanağına kavuşması, halkın yani yönetilenlerin düşünce ve taleplerini yönetenlere ulaştırabildiği düşüncesini getirmiştir. Halkın, iktidarın ulaşılabilir ve iletişim kurulabilir olduğunu düşünmesi, iktidarı onların gözünde sempatik bir pozisyona getirmekte ve sosyal medya iktidar tarafından bakıldığında hegemonik ilişki alanı olarak işlev görmektedir (Güngör, 2016: 396-397). Rice Lincoln bütün bunları, yani ‘döndürme’, ‘manipülasyon’ veya ‘üretilen iletişim’ gibi iktidar tarafından uygulanan sosyal medya stratejilerini ‘*kontrollü iletişimin hoşgörüsüzlüğü*’ olarak tanımlamaktadır (Rice Lincoln, 2009: 22). Fakat her ne olursa olsun sosyal medyanın amacı, yapısı ve işleyişi, kamusal katılımın önemini pekiştirmektedir. Çeşitli bloglar, Wikipedia ve YouTube gibi sosyal medya uygulamaları, milyonlarca katılımcıyla çeşitli dijital medya toplulukları yaratmaktadır ve bu topluluklar insanların gündelik deneyimlerin birçoğunu oluşturmaktadır. Dolayısıyla artık üretim, dağıtım ve tüketim arasındaki keskin ayrımlar gündelik deneyimlerle eşleşmemekte ve endüstri kültürüne ait toplumsal yapının yerini dijital kültürün paylaşıldığı toplumsal yapı almaktadır (Karaganis, 2007: 9). Sosyal medyanın katılımcı kültürü üzerine yapılan çalışmaların çoğunda, medya üreticileri ve tüketicileri arasında net bir ayrım yapmak zordur. Örneğin YouTube arenasında, YouTube kullanıcıları da video yapımcıları olabilir ve akıllı telefonlar veya diğer mobil cihazlar aracılığıyla hızlı bir şekilde çekilen ve yüklenen video yanıtları göndererek tepki verebilir veya bir beğenme/beğenmeme düğmesini tıklayıp içeriği farklı sosyal medya üzerinden paylaşabilirler. Medya platformları, kullanıcılara videoya yer işareti koyma, kötü bir yorum bırakma veya orijinal klibin bir parodisini oluşturma gibi olanaklar da sunmaktadır (Allgaier, 2020: 12). Dolayısıyla dijital çağda artık katılımın popülerleştiği bir kültürel yapı oluşmakta ve buna dayalı deneyimler önem kazanmaktadır. Arap Baharı’nda sosyal medya ve

mobil telefonların özellikle protestolar için ortak bir öykünün yaratılmasında oynadığı kilit rol bu duruma en iyi örnektir. Vatandaşların kendi gördüklerine veya deneyimlerine dayanarak ‘haberleri rapor etmesi, suçlamaları ifşa etmesi, fikirlerini ifade etmesi, hükümeti eleştirmesi, protestoları organize ederek büyük toplulukları harekete geçirmesi’ sosyal medyayı, katılımı derinleştiren ve ufukların genişlemesine olanak tanıyan bir özgürlük teknolojisi konumuna getirmektedir (Milan, 2013: 41). Sosyal medya çalışma, oyun oynama, hayatımızı yaşama ve hatta siyaset yapma biçimimizi değiştirmiş ve değiştirmeye devam etmektedir. Yukarıda da bahsedildiği üzere Arap Baharı ve 2016 ABD başkanlık seçimleri, sosyal medyanın devletlerin ve halkların siyasi geleceklerini şekillendirmede nasıl bir rol oynadığına dair iki önemli örnektir. Sosyal medya aynı zamanda da alışveriş yapmak, aile ve arkadaşlarla sohbet etmek, siyasi ideolojileri çalışmak ve bunlara katılmaya kadar neredeyse yaşamın tüm yönlerini kapsayacak şekilde büyümüş ve hatta sosyal yaşamın kaçınılmaz bir parçası haline gelmiştir (Mangat, 2020: 399).

Sosyal medyanın özellikle mobil cihazlarla birleşmesiyle, ‘kullanıcı tarafından oluşturulan içerik, ‘çevrimiçi iş birliği’, ‘bilgi paylaşımı’ ve ‘kolektif zekâ’ gibi kavramlar sosyal medyayı tanımlar hale gelmiştir. Özellikle, 2011 Japonya depremi ve tsunami sonrası gibi acil durumlarda sosyal medyanın bu kavramları tam anlamıyla karşıladığı ve bu anlamda etkili bir araç olduğu kanıtlanmıştır (Niekerk and Maharaj, 2013: 1162). Sosyal medya ile bir birey izleyici rolü ile yazar rolü arasında kolayca geçiş yapabilmektedir. Kullanımı kolay yazılımla, sıradan kişiler kendi içeriklerini oluşturabilmekte ve sorunsuz bir şekilde başkalarıyla paylaşabilmektedirler. Böylece sosyal medya ile coğrafi mesafeler farketmeksizin, takımlar halinde sorunsuz bir şekilde birlikte çalışılabilmektedir. Sosyal medyanın bu yönüne bir örnek Wikipedia’dır. Online ansiklopedi olan Wikipedia’ya içerik bir web kullanıcısı tarafından eklenebilmekte ve başka bir kullanıcı tarafından da düzenlenebilmektedir. Wikipedia kolektif zekaya dayanarak içerik oluşturma konusunda dinamik ve iyi bir örnektir (Rice Lincoln, 2009: 10). Bu, sosyal medyanın tarihin itici gücü olması açısından en önemli özelliğidir. Sosyal medyada uzun vadede insanlar kendi tarihlerini oluşturabilmektedirler. Gelecek nesillere bilgi aktarımı söz konusu olduğunda sosyal medya, bir olguyu ya da tarihi, iktidar tarafından yazılan ve baskın ideoloji ya da toplumun bakış açısından ele alan geleneksel araçlardan daha gerçekçidir ve toplumun daha fazla birebir temsilini oluşturmaktadır. Sıradan insanların da insanlık tarihinde daha önce hiç olmadığı kadar potansiyel güce kavuşmasına olanak sağlaması

dolayısıyla sosyal medya hem eş zamanlı olarak hem de geleceğe yönelik olarak devrim potansiyelini içinde barındırmaktadır.

‘Kişiselleştirilmiş siyaset’ popülist ayaklanmalar veya karizmatik liderlerle duygusal bağlar şeklinde uzun zamandır var olmuştur. Fakat günümüzün postmodern dünyasında toplumsal parçalanma ve grup bağlılıklarının azalması, bireysel eylemlerin kolektif eylemlerin yerini aldığı “kişiselleştirilmiş siyaset” çağını başlatmıştır. Bu eğilim sosyal medyanın yarattığı katılımcı kültürle birlikte, hızlı bir şekilde büyüyen, büyük ölçekli siyasi katılımı mümkün hale getirmiştir. Bennett ve Segerberg sosyal medya çağında gerçekleşen “kişiselleştirilmiş siyaset”i üç temel koşul ile tanımlamışlardır (Bennett, 2012: 20-22):

- Farklı bakış açılarına ve konulara karşı toleransla tanımlanan bir çeşitlilik ve kapsayıcılık ahlakı.
- Tanımlanmış kimliklerin, kişisel eylem çerçevelerinin sosyalleşme aracılığıyla yükselişe geçmesi ve kolektif eylem çerçevelerine dönüşmesi.
- Katılımın, insanların kendi hikayelerini ve endişelerini paylaşabilecekleri sosyal ağlar aracılığıyla yönlendirilmesi ve bu sosyal ağların kolektif eylem sürecinde önemli bir katalizör görevi görmeleri.

Dolayısıyla Bennett ve Segerberg’e göre günümüzün katılım ortamındaki ilginç fark, özellikle genç nesiller arasında yaygın toplumsal parçalanmanın ve bireyselleşmenin bir sonucu olarak bireyler kendi evrenlerinin merkezindeyken, aynı zamanda dijital teknolojiler aracılığıyla büyük sosyal ağ oluşturabilme potansiyeline sahip olmaktadır. Bu sosyal ağlar, merkezi liderlerin ve yapıların net bir şekilde önüne geçen siyasi örgütlenmeyi ve ifadeyi mümkün kılmaktadır. Bu ağlar, özel web platformları tarafından gevşek bir şekilde koordine edilmektedirler.

Toplumsal hareketlerle ilgili literatür de sosyal medya kullanımı ve fiziksel protestolar arasındaki ilişkiye büyük önem vermiştir. Literatür aynı zamanda sosyal medyanın sosyal yakınlıkların inşası için nasıl olumlu bir ortam sağladığı ve bunun da örgütlenmeyi ve yatay iletişimi nasıl kolaylaştırdığı üzerinde durmaktadır (Bastos, 2020: 34). Castells sosyal medya ağlarının Mısır kalkışmasındaki önemine ve oynadığı

etkin role değinmiştir. Bu olayda aktivistler etkinlikleri mobil telefonlarıyla kaydetmişler; videolarını da genellikle canlı yayın akışıyla YouTube ve Facebook aracılığıyla ülke genelindeki ve dünyadaki insanlarla paylaşmışlardır. Facebook'da görüşmüşler, Twitter aracılığıyla koordine olmuşlar ve fikirlerini iletmek ve tartışmalara girmek için blogları kapsamlı bir şekilde kullanmışlardır. Hükümet ise protestoların ilk gününden itibaren ülke içindeki medyayı sansürlemekten, ülke genelinde elektrik kesintisi uygulamasına kadar birçok önlem almıştır. Ancak en nihayetinde toplumsal hareketi durdurmada başarılı olamamıştır. Bunun en önemli nedeni de elektrik kesintisinin bile dünyadaki internet topluluğunun yardımıyla birçok yönden atlatılmış olmasıdır (Castells, 2015: 58-67).

Sosyal medya kullanımı yaygınlaştıkça, daha fazla insan çevrimiçi olmaya başlayıp interneti günlük yaşamlarının önemli bir parçası haline getirmeye başladıkça, etkileşime girmeleri, topluluk oluşturmaları ve bunun bir parçası olmak istemeleri doğal bir süreçtir. Ryan ve Jones bu isteğin ve etkileşime girme ihtiyacının insanlığın DNA'sına kodlandığını, sosyal medyayı oldukça çekici hale getiren temel nedenlerden birinin de bu olduğunu öne sürmüşlerdir (Ryan ve Jones, 2009: 154). Dolayısıyla sosyal medya, birçok farklı kültürel yapıya sahip insanı tek çatı altında birleştirebilecek ve organize edebilecek bir yapıdır. Karşı hareketleri gerçekleştirirken insanlar genelde protestoları planlamak için Facebook'u, koordinasyonu sağlamak için Twitter'ı ve seslerini dünyaya duyurabilmek için de YouTube'u kullanmaktadırlar (Ibahrine, 2020: 794). Sosyal medya platformları böylece çoğu durumda devlet otoritesini aşabilmek için karşı gruplara önemli bir güç sunmakta; toplumsal örgütlenmeye ve toplumsal hareketlere yön vermesi nedeniyle de ekonomik, politik ve sosyal gelişmelerde önemli bir rol oynamaktadır.

### **1.2.3. Sosyal Platformlarda Yakınsama Kavramı**

Henry Jenkins, *Cesur Yeni Medya* (2018) kitabında yakınsama kavramından bahsetmiştir. Kitap aslında üç kavram arasındaki ilişkiyi incelemektedir: Medya yaklaşması, katılımcı kültür ve kolektif zekâ (Jenkins, 2018: 19). Jenkins'in bütün bu kavramları birbirinin tamamlayıcısıdır. Jenkins, *Cesur Yeni Medya* (2018) kitabında yeni bir çağa girildiğinden bahsetmiştir. Bu çağ medya yakınsaması çağıdır. Medya yakınsaması çağı yalnızca teknolojik değişime dayanmamaktadır. Medya yakınsaması teknolojiler, endüstriler, pazarlar ve izleyiciler arasındaki ilişkilerin

değişimine dayanmakta ve medya sektörünün işleyiş biçimini, medya tüketicilerinin medya içeriğini tüketme mantığını da değiştirmektedir. Bu nedenle yakınsama kavramı sabit bir zaman diliminden ziyade bir süreci tanımlamaktadır (Jenkins, 2018: 36). Berger, yakınsama kavramını çok yönlü bir ortam oluşturmak için gazeteler, radyo ve televizyon gibi çeşitli metin arka planlarına sahip ortamların birleştirilmesi olarak tanımlamıştır. Berger'e göre yakınsama basın, yayıncılık ve çevrimiçi medya arasında "iş birliği", "ittifak" veya "birleşme" olarak da görülebilir (Berger, 2001: 27). Örneğin mobil telefonlar günümüzde sadece iletişim kurma araçları değildir, aynı zamanda fotoğraf çekmeyi, yazışmayı, dizi izlemeyi, kitap okumayı, toplantı düzenlemeyi mümkün kılacak işlevlere de sahiptir. Medya yakınsaması kavramının doğmasına öncülük eden Ithiel de Sola Pool yakınsama kavramının iki yüzü olduğunu öne sürmüştür (Jenkins, 2018: 28). Pool'a göre özgürlük, iletişim araçlarının yayılması, merkezileşmesi ve herkes tarafından kolay erişilebilir olması durumunda gelişmektedir. Merkezi kontrol ise iletişim araçlarının yoğun ve az olduğu, tekelleştirildiği zaman mümkündür ve az sayıdaki büyük ağlar genellikle buna olanak sağlamaktadır. Medya teknolojileri geliştikçe ademi merkezileşme yaygınlaşırken ve kitlesel izleyiciler parçalanırken, bir yandan da teknolojilerin birleşmesiyle ve büyük bir ağa bağlı hale gelmesiyle farklı medyalar arasındaki güç duvarları yıkılmıştır. Medya yakınsaması bu sebeple medyanın tekelleşmesinin ve merkezileşmesinin de önünü açmıştır. Fakat, Pool teknoloji ve kurumlar arasındaki ilişkinin daha komplike olduğunu ve uzun vadeli etkilere sahip olduğunu söylemektedir. Teknoloji, özünde nötrdür ve insanların ifade özgürlüğünü destekleyebilecek bir altyapıya sahiptir. Fakat düzenleyici politik kararlardan ötürü teknoloji özgürlüğü kısıtlayan bir yapıya bürünebilmektedir. "Biçimlerin yakınlaşması" denilen süreçte teller, kablolar veya hava dalgaları gibi kanallarla geçmişte ayrı ayrı sağlanan hizmetler tek bir araç tarafından sağlanabilir hale gelmiştir. Fakat bunun tersi olarak, geçmişte tek bir araç tarafından sağlanan bir hizmet, şimdi yine teller, kablolar veya hava dalgaları gibi kanallarla birkaç farklı araçtan da sağlanabilir olmuştur. Bu durum medya ve onun kullanım pratikleri arasındaki birebir ilişkiyi de değiştirmektedir. Pool bunun yansımasının özgürlüğe elverişli teknik özelliklere sahip teknolojilere nakledilmiş bir dizi düzenleyici uygulama olacağını öngörmektedir (Pool, 1983: 5-8, 23).

Dijital çağ öncesine dayanan medya yakınsaması süreci televizyon ile başlamıştır. Survivor (2000) ve American Idol (2002) gibi reality programları da medya yakınsamasının ilk örneğini oluşturmaktadır (Jenkins, 2018: 91). Müşterek

yayın alma biçimiyle şekillenen bu dönemde medya tüketicileri, izlediklerini aileleriyle, arkadaşlarıyla paylaşmakta ve bunun üzerine konuşmaktadırlar. Medya içerikleri gündelik sohbetler için bir konu haline gelmektedir (Jenkins, 2018: 48-49). Medya tüketicilerinin bu eğilimi, yeni bir medya tüketici kitlesi profili ve yeni bir kültür ortaya çıkarmaktadır. Bu yeni kültür ‘katılımcı kültür’dür. Katılımcı kültür pasif izleyici kitlesinin gösterdiği özelliklerle çelişmektedir. Katılımcı kültürde medya üreticileri ve tüketicileri ayrı roller üstlenmezler, her iki taraf da yeni bir kurallar dizisine göre birbirleriyle etkileşime giren katılımcılardır. Dolayısıyla yukarıda da bahsedildiği gibi, yakınsama yalnızca medya cihazları aracılığıyla gerçekleşmez, ancak karmaşık hale gelebilir. Yakınsama, bireysel olarak medya izleyicilerinin diğer medya izleyicileriyle sosyal etkileşimleri yoluyla gerçekleşir (Jenkins, 2006: 3-4) ve medyanın hem üretilmesi hem de tüketilmesi noktasındaki bir değişikliği kapsar (Jenkins, 2018: 37). Jenkins, yeni gelen teknolojilerin eski teknolojileri dışlamadığını, aksine yeni teknolojinin eski teknolojinin sunuluş biçimini değiştirerek kapsadığını söylemektedir. Bilgisayardan radyo dinlemenin, telefonda mesaj göndermenin mümkün hale gelmesi buna örnektir (Jenkins, 2018: 33-34, 36). Çakır da ‘İnternette Gösteri ve Gözetim’ adlı kitabında gösteri kavramının internetin etkileşimli doğasının nasıl temel bir parçası haline geldiğini açıklarken bu duruma bir gönderme yapmıştır. Çakır’a göre, ‘internet televizyonu, gazeteyi, radyoyu ve diğer yayın biçimlerini’ de kapsamaktadır. İnternetin diğer yayın organlarından aldığı şey ise eğlence, iletişim, bakış açısı kazanma arzusu gibi çeşitli insan eğilimleridir (Çakır, 2015: 9). Reality trendini başlatan Survivor programı medya tüketicilerinin bu yeni eğilimine yönelik olarak tasarlanmış bir programdır ve Jenkins’in tabiriyle “internet çağı için televizyondur.” Programın amacı, izleyicilerin program hakkında konuşması, üzerine düşünmesi, tahmin yürütmesi ve eleştirmesidir (Jenkins, 2018: 47). Biçimsel olarak bir diğer benzer program olan ‘American Idol’ programının izleyici kitlesine bir anket yapılmıştır. Ankete katılanlardan biri, American Idol için ‘hayatlarımızı önemli şekilde etkilemeden arkadaşlarımızla konuşacak bir konu sağlıyor.’ diyerek bu tür reality programlarının sosyalleştirici yönüne dikkat çekmiştir (Jenkins, 2018: 125-126). İzleyicileri interaktif hale getirmeyi amaçlayan bu programlar aslında Pierre Levy’nin “*Kimse her şeyi bilemez, herkes bir şeyler bilir, tüm bilgi insanlığın içinde bulunur.*” (Levy, 1997: 20’den akt. Jenkins, 2018: 49) olarak ifade ettiği durumun bir pratiğidir. Pierre Levy bunu kolektif zekâ olarak adlandırır (Jenkins, 2018: 20). “*Kolektif zekâ, sanal toplulukların üyelerinin birleşik uzmanlıklarını güçlendirme becerisi*”ni (Jenkins, 2018: 49) ifade etmektedir. Kolektif zekâ, Survivor

programındaki “spoil etmek” (Jenkins, 2018: 41, 50) gibi süreçler ile medya endüstrileri tarafından yararlanılan ve tüketimin kolektif bir sürece çevrilmesine neden olan bir kavram olarak kullanılmaya çalışılmıştır.

*“Her birimiz medya akışından çıkardığımız ve günlük hayatımızı anlamlandırmamızı sağlayan kaynaklara dönüştürdüğümüz bilgi kırıntıları ve parçacıklarından kendi kişisel mitlerimizi yaratırız. Herhangi bir konuda, bir kimsenin aklında tutabileceğinden daha fazla bilgi olduğundan, tükettiğimiz medya hakkında aramızda konuşmamız için bir teşvik vardır. Bu sohbet medya endüstrisi tarafından giderek daha fazla değer verilen bir fısıltı yaratır.”* (Jenkins, 2018: 20)

Fakat teknolojik gelişmeler sonrasında ‘kolektif zekâ’ kavramı tüketimin değil, üretimin kolektif haline gelmesine neden olan temel bir kavram haline gelmiştir.

Sosyal medya, aktif katılımın ve taban yaratıcılığının uygulamaya geçirildiği önemli bir teknolojik gelişmedir. Fakat bu durumu halk kültürünün oluşum süreci gibi yorumlamak Jenkins’a göre doğru olmayabilir. Çünkü halk kültüründe üreticiler ile tüketiciler arasında net bir ayrım yokken, yakınsama kültüründe toplumsal rolleri ve etkileri farklı boyutlarda olan herkes birer katılımcı olarak yer almaktadır. Bu noktada Jenkins ‘etkileşim’ ile ‘katılım’ kavramları arasında ayrım yapar. Etkileşim ile dijital teknolojilerin tüketicilerden gelecek geri bildirimlere daha duyarlı olacak şekilde tasarlanma biçimleri kastedilmektedir. Etkileşim kavramına dair kısıtlamalar teknolojiktir ve etkileşimli ortamlar üzerinde neler yapılabileceği tasarımcı tarafından önceden yapılandırılmıştır. Katılım ise kültürel ve toplumsal protokollerle şekillendirilir. Katılım etkileşime göre daha açık uçludur ve medyayı kullanan veya tüketen insanların toleranslarıyla belirlenen, kontrolün bu insanlarda olduğu bir süreçtir. Dijital teknolojilerin ilk başta genişletilmiş etkileşim olanakları, sonraları kullanıcıların pek çok şekilde ve giderek artan oranda birbirleriyle iletişim kurması dolayısıyla bu teknolojileri bir tüketici katılım ortamına dönüştürmüştür. Bu süreç, medya sektörleri başta olmak üzere birçok kurumun karşısında tabanın dışavurumu olarak yeni bir katılımcı kültür ortaya çıkartmıştır (Jenkins, 2018: 201-203). Katılımın anlamı, vatandaşların ve halkların, çeşitlilik ve kapsayıcılık konuları da dahil olmak üzere, kendileri için önemli olan konulardaki konumlarını ve eylemlerini açıklamak için örgütleri ve diğer kuruluşları davet edebilmeleridir. Bu, özellikle devlet kurumları

gibi vatandaşların endişelerine yanıt vermesi beklenen kamu kurumları için geçerlidir. Bu nedenle, özel ya da hükümet dışı kuruluşların sosyal medyadan uzak durma ya da kullanımlarında seçici olma seçenekleri olabilirken, hükümetler ve kamu kurum ve kuruluşlarının vatandaşlarına duyarlı olabilmek için sosyal medyada yer alması zorunludur (Mangat, 2020: 399). Jenkins ise Mangat’a ek olarak medya kuruluşlarının da karlarını çoğaltmak, pazar alanını genişletmek ve izleyici sadakati oluşturmak amacıyla sosyal medya teknolojilerine yakın olmak isteyebileceğini öne sürmüştür ve yakınsamayı *“hem yukarıdan aşağı kurum odaklı, hem de aşağıdan yukarı tüketici odaklı bir süreç”* olarak görmüştür. Ona göre kurumsal yakınsama, ancak taban yakınsaması<sup>9</sup> ile mümkün olabilir (Jenkins, 2018: 39). Bu durumun tüketicilerin manipülasyonu, pazarı genişletmek, izleyici sadakatinin sağlanması gibi konularda kurumların çıkarlarını pekiştirici bir yönü olsa da aktif katılım gösteren ve sosyal olarak birbirleriyle bağlantı kurabilen medya tüketicileri, kurumlara sinerjiye dayalı bilginin güce nasıl dönüştüğünü gösterebilmektedirler (Jenkins, 2018: 39-41). Nicholas Negroponte, ‘Being Digital (Dijital Olmak)’ (1995) adlı kitabında internetin, kullanıcı topluluğunun gündelik yaşamının ana akımını belirleyeceğini öne sürmektedir. Bu ağ, küresel bir sosyal doku yaratmaktadır. Bir ağın gerçek değerini belirleyen ise budur (Negroponte, 1995: 183). O’na göre, insanlar ağlar aracılığıyla birbirlerine bağlandıkça, bir ulus-devletin değerlerinin çoğunun yerini, farklı elektronik toplulukların değerleri alacaktır. Fiziksel alanın önemsiz olacağı ve zamanın farklı bir rol oynayacağı dijital mahallelerde sosyalleşen insanlar (Negroponte, 1995: 7) George Gilder’e göre kitle kültürünü değiştirmekten çok daha fazlasını yapacaklardır. Onu yok edeceklerdir (Gilder, 1990: 189’dan akt. Jenkins, 2018: 23).

Geleneksel medyanın esnek olmayan yapısından, herhangi bir yerden içeriğin herkes tarafından görülebileceği ve herhangi birinin yayıncı veya yapımcı olabileceği sonsuz esnekliğe sahip bir ortama geçilmesi prosumer (producer + consumer) kavramını ortaya çıkarmıştır. Sosyal medyanın aktif katılımcıları YouTube gibi platformlar aracılığıyla içerik oluşturabilmektedirler. Bu, ‘yayıncı-kullanıcı yakınsaması’ olarak adlandırılır. Sosyal medya, kullanıcılara vatandaş gazeteciliği, blog yazarlığı, YouTuber’lık gibi yollarla içerik üretebilme ve haber söylemlerine katılabilme imkânı sunmuştur. (Iosifidis, 2011: 180-181). Böylece sosyal medyada

---

<sup>9</sup> Jenkins, ‘taban yakınsaması’nı, “dijital çağda hızlandırılmış ve genişletilmiş bir halk hareketi” olarak tanımlamıştır (Jenkins: 2018: 207).

aktif bir kitleyi ayrıcalıklı kılan bir medya kültürü şekillenmeye başlamıştır. Bu medya kültürü çeşitli ortak üretimin bir sonucu olarak ortaya çıktığı için Jenkins'in katılımcı kültürünü de kapsamaktadır. Dolayısıyla medya yakınsaması, katılımcı kültür ve kolektif zekâ sonucu oluşturulan medya kültürü, geleneksel medya tarafından dayatılan kitle kültürüne karşı dijital bir halk hareketidir.

#### **1.2.4. Dijital Medyanın Gündem Belirleme Gücü**

İnsanlar dünyada neler olduğunu takip edebilmek için medyaya bağımlıdır. Medya araçlarının sunduğu bilgilere göre, olaylar ya da durumlar hakkında bazı değerlendirmeler yaparlar ve yargılarda bulunurlar. Bu değerlendirmeler onların alacağı kararları belirlemede de etkilidir. Dolayısıyla medyanın sunduğu içerikler uzun vadede insanların yaşamını şekillendirebilmektedir. Bu anlamda yapılmış, medyanın izleyiciler üzerindeki etkilerini ele alan literatürdeki ilk çalışma Walter Lippmann'ın 1922 yılında kaleme aldığı 'Public Opinion (Kamuoyu)' adlı eseridir (Yaylagül, 2013: 49). Lippmann, kitle iletişim araçlarının, insanların dünya hakkındaki düşüncelerini şekillendirmede oynadığı rol üzerinde yoğunlaşmıştır (Erdoğan ve Alemdar: 2005: 182). Orijinal adı agenda-setting olan gündem belirleme kavramının öncüsü olan Maxwell E. McCombs ve Donald L. Shaw (Yüksel, 2007: 577) bu konuyu yaptıkları çalışma ile sistematize bir şekilde ele almışlardır. McCombs ve Shaw 1972'de yaptıkları çalışma ile siyasi bir konuda seçmenlerin eğilimlerinin medya gündemi ile ilişkisini ölçmüşlerdir. Bu çalışma, medya tarafından kusurlu bir şekilde üretilen gerçekliğin, insanların neyin önemli olduğunu vurgulamaları noktasında belirleyici olduğunu ve medyanın gündem belirleme işlevinin önemini ortaya koymaktadır (McCombs ve Shaw, 1972: 184).

Gündem Belirleme Kuramı, izleyicilerin gündemlerinin, medyanın sunduğu içerikler ile ilişkisi üzerine yoğunlaşmaktadır. Özellikle iktidarlar, kendi yaptıklarını toplumdan gizlemek için toplumun, ilgilerini çekecek başka konular ile meşgul olmalarını sağlamak isterler ve böylece ilgi çekici konularla yapay gündemler yaratabilirler. Böyle durumlarda etkinin kısa sürede ortaya çıkması beklenir. Ya da tam tersine, iktidar, toplumun dikkatini kendi üzerlerine veya yaptığı uygulamalara çekmek isteyebilir. Bu durumda da etkinin toplumların zihninde uzun vadede sürmesini ister. Fakat uzun vadeli olsun kısa vadeli olsun, Gündem Belirleme Kuramı için etkinin süresinden ziyade, toplumun konuştuğu konuların, medya

gündemi ile ne oranda örtüştüğü önemlidir (Güngör, 2016: 116-177). Medyanın gündem belirleme işlevi en açık şekilde Cohen tarafından ifade edilmiştir. Cohen, *“medya ne düşüneceğimizi söylemede başarılı olmayabilir, fakat ne hakkında düşüneceğimizi söylemede oldukça başarılıdır.”* (McCombs ve Shaw, 1972: 177) ifadesi ile gündem belirleme kuramının temel mantığını özetlemektedir. Yaylagül ise bunun nasıl gerçekleştiğini şöyle ifade etmektedir:

*“Medya pek çok gerçeği gizler. Ama gerçeği gizlemekten çok daha önemli bir nokta belli bir gerçeğe gösterilen dikkattir; yani, gerçeğin nereye yerleştirildiği, tonu, tekrarlanıp tekrarlanmadığı, hangi çözümleme çerçevesi içinde sunulduğu ve onunla birlikte verilerek ona anlam kazandıran (veya onu anlaşılabilir hale getiren) ilgili olguların neler olduğudur.”* (Yaylagül, 2013: 134)

Medya içeriklerinin oluşmasında ve izleyicilerin / kullanıcıların bilinçlerinin şekillenmesi noktasında kapitalist ilişkilerin yabancılaştırıcı etkisi söz konusudur. Medya kuruluşlarının sahipleri, ünlü global şirketler, üst düzey devlet yöneticileri gibi toplumsal gündemi belirleyen bu aktörler çoğu zaman farklı çıkarlar üzerine hareket etseler de bazı temel konularda ortak görüşe sahiptirler (Yaylagül, 2013: 53, 173). Bu fikir birlikleri genellikle kapitalist sistemin işleyişindeki uzlaşılarıdır. Buna istinaden, Chomsky medyanın yapısını ve işleyiş mekanizmasını anlamak için önce medyanın toplum içerisindeki yerine bakmak gerektiğini söylemektedir. *“İletişim ve kültür endüstrileri insanların neyi göreceğine ve duyacağına ve ne hakkında konuşacağına, bu endüstrilerin sahiplik ve mülkiyet yapısı ve bunların kiraladıkları ücretli profesyonel çalışanlar tarafından karar verilir”* (Yaylagül, 2013: 170). Chomsky’ye göre, medya hükümetlerin iç ve dış politikalarını desteklemekte ve gerçekleri gizlemekte veya manipüle etmektedir (Chomsky, 1993: 316-325).

Maigret ise gündem belirleme kuramını, bireylerin kendi iradeleriyle kamuoyu oluşturma gücünü yoksaydığı için eleştirmektedir. Ona göre, medyanın belirlediği gündemler, üzerine katılan çeşitli yorumlarla reel gündeme taşınabilmekte ve politik alanı aşan sorgulamalar, halkın asıl gündemi olabilmektedir. Kamusal etkileşim ve diyalog ilkesi de hesaba katılırsa, medya içeriklerinin toplumun gündemine ulaştığı yolda çok fazla değişken vardır ve gündem belirleme incelemelerinde ve ölçümlerinde tespit edilemeyecek kadar çok, başka düşünsel kaynaklar da mevcuttur (Maigret, 2004: 256-265). Özellikle yeni medyanın en önemli karakteristiklerinden biri olan

etkileşimlilik (Dijk, 2006: 8) ile insanlar yeni medya içeriklerini oluşturabilmekte ya da içeriklerin oluşmasına katkıda bulunabilmektedirler. Çünkü Dijk'e göre yeni medya, safi bilgi alınan bir medya ortamı değildir, alınan bilgilerinin yorumlanarak başka konular veya fikirlerle ile bağlanarak etkileşime sokulduğu bir ortam da sunmaktadır. Yani Dijk'e göre, yeni medya, sosyal insanın yeni kamusal alanıdır (Dijk, 2006: 199-200). Dolayısıyla, yeni medyanın bu yapısal özelliği iktidarın gündem belirleme gücünü sınırlama potansiyeline sahiptir fakat öte yandan, iktidara, insanların ilgisini çekecek yapay gündemler belirleyebilmek ve bu gündemleri en iyi şekilde paketleyip sunmak için sanal bir arkeoloji sahası da (Haggerty, 2006: 30) yaratabilmektedir.

İnsanlar, özellikle sosyal platformlar üzerinde, arkalarında kendilerine dair çok fazla veri bırakmaktadır (Ergur, 2016: 8). Bu verilerin toplamı aynı zamanda, onların dünya görüşleri, yaşam tarzları, alışveriş eğilimleri, yeme alışkanlıkları, tatil tercihleri ve mizah anlayışları gibi konularda çok fazla ipucu vermektedir. Örneğin Narayanan ve Shmatikov gerçekleştirdikleri çalışmalarında (2008: 10-17) Netflix'in bireysel, anonim abonelerinin veri kümesinden aldıkları bilgilere dayanarak, aboneleri anonimlikten çıkartarak tanımlayabilmişlerdir. Böylece kullanıcıların Netflix kayıtlarından onların siyasi tercihlerini ve potansiyel olarak diğer hassas bilgilerini açığa çıkarabilmişlerdir. Bu olaya tersten baktığımızda, örneğin siyasi kampanya hazırlayan bir kişi ya da sitesine gelen ziyaret sayısını artırmak isteyen bir site sahibi, internet tabanlı uygulamalardan hedef kitlesine ait bilgiler doğrultusunda bir strateji belirleyebilmektedir. Hedef kitlenin halihazırda gündeminde olan veya ilgi alanına girebilecek bir konuyla harmanlanarak sunulan içerik, hedef kitlenin ilgisini çekme ve gündem haline gelme sürecinde daha başarılı sonuç vermektedir (Kingsnorth, 2017: 203). İnternet veri tabanından beslenen yeni medya teknolojileri ise günümüzde toplumun nabzını tutma noktasında toplumun ilgi alanlarını, problemlerini, eğilimlerini yansıtan en etkili mecradır (Güzel, 2006: 8). Dolayısıyla, yeni medyanın da toplumsal gündemi yakalama konusundaki bu potansiyeli, kapitalist üretim ilişkilerinden bağımsız düşünülemez. Lee ve Lancendofer yaptıkları bir çalışmada internet üzerindeki görüşlerin, geleneksel haber medyasını etkileyip etkilemediğini ortaya koymuşlardır. Çalışmanın gündem belirleme perspektifi açısından önemi ise, internetin medya gündemini etkileyen başka bir kaynak olarak kabul edilebileceği yönündeki etkisidir. Lee ve Lancendorfer'e göre, internet insanların kendi görüşlerini ifade etme ve belirli bir konuda tartışma yapma fırsatına sahip olduğu bir kamusal

alandır. İnternetin kamusal alan olarak rolü, kendine özgü özellikleri, yani etkileşimi nedeniyle televizyon, gazete ve dergi gibi geleneksel medyalardan daha dinamik ve pratik görünmektedir. Örneğin kamu sorunları ile ilgili çeşitli görüşler, internet üzerinden kullanıcılar tarafından paylaşılmaktadır ve bu görüşler de diğer kullanıcıların göze çarpan sorunu algılayabileceği bir gündem oluşturmaktadır. Bu nedenle, internet sadece kamusal alan olarak işlev görmemekte, aynı zamanda gündemin akışına etki eden bir araç olduğu da varsayılmaktadır. İnternetin kampanyalar hakkında bilgi edinme kaynağı olarak artan gücünü de dikkate alan bu araştırma, internetin aynı zamanda politikacıların da buradan güncel görüş ve kaygılara erişebileceği ve bunun üzerine belirleyebileceği siyasal kampanyalar için kamuoyu oluşumunu etkileyebileceği yönünde önemli bir çıkarım sunmaktadır (Lee ve Lancendorfer, 2005: 58-69).

#### **1.2.4.1. İki Yönlü Simetrik Modelin Asimetrisi: Etkileşimin Demokrasiden İktidarın Hegemonyasına**

İki Yönlü Simetrik Model, Grunig ve Hunt'ın 'Halkla İlişkilerin Dört Modeli' olarak ifade ettiği modelden biridir ve diyalojik iletişimi esas alan tek modeldir. Yani diyalog esasına dayalı olarak, her iki tarafın da kendi çıkarlarını ön planda tutmayarak birbirlerinin içinde bulunduğu durumu anlaması üzerine kurulan bir iletişim söz konusudur (Grunig ve Hunt, 1984: 23-26'den akt. Çınarlı, 2013: 25-40). Diyalog sırasında, karşı taraftan alınan geri dönüşler doğrultusunda karşılıklı anlayış esas alınmaktadır (Peltekoğlu, 2014: 127-128). Bu noktada, diğer bir model olan iki yönlü asimetric modelin iletişim sürecinde de feed-back vardır fakat bu modelde, kaynak ve alıcı rolleri hala çok belirgindir. Alıcı, kaynak ile iletişim kurabilse de, kaynağın, aldığı geri bildirime yanıt vereceğinin garantisi yoktur. Fakat geri dönüşler kaynağın, alıcıyı istenilen doğrultuda ikna edebilmesi için kullanılan bir veri niteliği taşımaktadır. Kuruluşların 'iki yönlü iletişim' anlayışını benimseyerek adımlar atması, aslında hedef kitlelerini ikna edebilmek için, onların ikna olmalarını kolaylaştıracak bilgi arayışına girmeleridir. 'İki yönlü asimetric model', ikna edici olmak için daha fazla iletişim kurmayı ve iletişim kurma noktasında daha fazla baskın olmayı gerektirir (McMillan, 2002: 275-277). Bu nedenle asimetric model gerçek bir diyaloga dayanmamaktadır.

Dolayısıyla, 'karşılıklı anlayış' odaklı olan 'iki yönlü simetrik model', tanımına uygun olarak uygulandığında Habermas'ın 'ideal kamusal alan'ını (Habermas, 2001:

360) sağlayabilecek en gelişmiş yöntem olarak kullanılabilir. İki yönlü simetrik modelin işlevselliğini anlayabilmek için Habermas'ın kamusal alanının hangi özelliklere sahip olduğunu bilmek gerekmektedir. Habermas, ideal kamusal alanın dört özelliğini belirtir. Bunlar: Katılım, ayrımcılık yasağı, özerklik ve rasyonel eleştirel söylemdir (Habermas, 1989'den akt. Moyo, 2009: 140). Bunları şöyle açıklayabiliriz:

1-) Katılım: Kamusal alanın herkes için açık bir forum olması gerekir.

2-) Ayrımcılık Yasağı: Kamusal alan, herkesin eşit oranda katılabildiği, fikir beyan edebildiği bir alan olmalıdır ve böylece bir fikir piyasası yaratılabilmelidir.

3-) Özerklik: Kamusal alan özerk olmalıdır. İnsanların düşüncelerini belirtirken çekineceği veya korkacağı bir üst merci olmamalıdır.

4-) Eleştirel Söylem: Habermas'a göre kamusal alanın özü budur. İşlevsel bir kamusal alanın sağlanması için rasyonel ve analizlere açık şekilde iyi bir tartışma ortamı oluşturulmalıdır.

Bu noktada, kamusal alanın sağlanması açısından yeni medyanın, geleneksel medyadan kısaca farkına değinmek gerekirse öncelikle yeni medyanın anlık ve detaylı geri dönüş alma avantajı ön plana çıkmaktadır. Toplumu tümüyle etkileyebilmek ve yön verebilmek için kitle iletişiminin önemi çok büyüktür. Fakat iktidarlar açısından alıcıdan gelecek karşı tepkinin yönü ve şiddeti de önem taşımaktadır. Bu nedenle kitle iletişimde, karşıdaki kitlenin vereceği geri dönüş olasılıklarını öngörebilmek, kitleye mesaj vermek isteyen kaynak tarafından hayatidir. Çünkü kitle iletişim sürecinde verilmek istenen mesajın kısa sürede yayılması gibi, yine olumsuz bir geri dönüşün kısa sürede yayılması da söz konusu olabilmekte ve kaynak için yönetmesi çok zor krizlere yol açabilmektedir.

*Yüz yüze iletişim sürecinde; bir iletiyi kodlayıp sözel olarak karşınızdakine ilettiğinizde onun ne yanıt verdiğini sözel olarak duyabileceğiniz gibi, mimiklerinden, jestlerinden hemen yakalanabilir. Kitle iletişimde ise, bu feedback'i yakalamak zordur. Yakalandığında da iş işten geçmiş olabilir.” (Uğurlu, 2017: 27)*

Dolayısıyla yeni medyanın ‘etkileşimlilik’ ve ‘anımsalılık’ özellikleri geri dönüşleri yakalamak açısından elverişli bir veri tabanı sunmaktadır. Moyo, ‘Digital Cultures: Understanding New Media (Dijital Kùltürler: Yeni Medyayı Anlamak)’ (2009) adlı kitabının bir bölümünde internet ve mobil telefonların demokratik bir “kamusal alan” yaratmalarındaki rolünü irdelemiştir. Dijital demokrasi, zaman, mekân ve diğer fiziksel koşulların sınırlamaları olmaksızın, demokrasiyi uygulama girişimlerinin bir toplamını ifade etmektedir. İnternet de bu anlamda açık bir platform ve etkileşimli bir ortamdır. İnternete katılım, erişim, maliyet, sansür, medya okuryazarlığı ve teknofobi eksikliği gibi faktörlerle sınırlandırılrsa da Moyo, interneti, kanuna göre düzenlendiği ve başkalarının hakkını ihlal etmediği sürece herkesin özgürce katılabileceği nispeten açık ve erişilebilir bir kamusal alan olarak görmektedir (Moyo, 2009: 139-141). İnternet bu anlamda, görünürde Tocqueville’in demokrasi tanımını da karşılamaktadır. Çünkü Tocqueville’e göre demokrasi bir kere kurulduktan sonra kendiliğinden işleyebilen bir rejim değildir, dinamik bir kavramdır. Demokrasinin temelini, bireysel özgürlüklerin yanı sıra, kamusal alana katılım özgürlüğü de oluşturmaktadır. Demokrasiler de ancak böyle bir özgürlüğü devam ettirerek kalıcı bir rejim haline gelebilirler (Tocqueville, 2016: 777). İnternet ise bu noktada, herkesin eşit oranda erişim sağlayabildiği varsayılırsa hem teknik altyapı açısından hem de etkileşimsel yapısı açısından Habermas’ın ideal kamusal alanına (Habermas, 2001: 49) en yakın mecradır (Moyo, 2009: 143).

Fakat tarih boyunca devletlerin, vatandaşların özgür bir kamusal alan oluşturmalarını kısıtlama eğiliminde oldukları ya da bu alana müdahil olarak kontrol altında tutmak istedikleri bir gerçektir. Dolayısıyla, özellikle kapitalizmin koşullarıyla işleyen modern dönemde büyük ölçüde yitirilmiş olan kamusal alanın özerkliğinin, internet koşullarında da varlığını sürdürmesi zordur. Çünkü hükümetler hem kapitalist ilişkiler sonucunda internetin özgürlük potansiyelini kısıtlamak istemekte hem de ondan kar sağlamak istemektedirler. Dolayısıyla, taşıdığı tüm özgür iletişim potansiyeline rağmen, aynı zamanda küresel finansın da merkezi olan iletişim ağlarının, iktidar oluşturma noktasında belirleyici bir rolü vardır (Çakır, 2015: 28-33). Günümüzde, insanların sosyalleşebileceği ve fikir alışverişinde bulunabileceği yeni bir kamusal alan yaratan medya (Macnamara ve Zerfass, 2012: 287) iletişim ağlarının ticarileşmesi ve yoğunlaşması, yatırılan sermayenin büyümesi ve yayın kuruluşlarının tekelleşmesi, iletişim yollarının yönlendirilme düzeyini artırmıştır. Böylece, kamusal alan hem önceden yapılandırılan hem de hala herkese açık bir alan olmasından dolayı,

*“insanların davranışlarını etkileyen iletişim akışlarına, stratejik eğilimlerini olabildiğince gizleyerek hakim olmak üzere, konuları ve katılım imkanları için boğuşulan iktidar arenası haline gelmiştir”* (Habermas, 2003: 32). Kamu kurumlarından küçük işletmelere kadar her kar odaklı kuruluşun giderek daha fazla kullandığı internet (Macnamara ve Zerfass, 2012: 287) ise bu anlamda kamusal alan ortamını hem daha fazla hiyerarşikleştirmekte hem de sınırlamalardan arındırmaktadır. Habermas’a göre iletişim araçları, *“iletişim akışlarını merkezileştirilmiş bir ağ içine tek taraflı, merkezden çevreye veya yukarıdan aşağıya doğru kanalize ettikleri sürece, sosyal denetimlerin etkinliğini büyük ölçüde artırabilmektedirler.”* (Habermas, 2001: 846-847)

Oysa, Habermas’a göre, kamusal alan güç ve ideolojiden arınmış olmalıdır ve ortak bir çıkar üzerine hareket edilmelidir. Fakat konuya stratejik ilgi, ortak çıkarı yansıtmayan bir yaklaşım olabilmektedir. Gerçek ilgi ile stratejik ilginin ayırımına varmak ise zordur (Habermas, 1974’den akt. Van Rossum, 2018: VI). Bu noktada, Habermas, kamusal alanda ifade özgürlüğünün önemine dikkat çekmektedir. İfade özgürlüğü olmadığı takdirde, iletişim stratejik bir hale gelmekte ve güç ilişkilerini pekiştirici bir rol oynamaktadır (Habermas, 2003: 44, 243-244; Çınarlı, 2013: 19). *“İletişim bu nedenle yalnızca basit anlamda stratejik olmamalıdır; zira iletişim kuran ile alıcı arasındaki güç dengesizliğinin potansiyel sömürü ihtimali bulunmaktadır.”* (Çınarlı, 2013: 19) Bu anlamda Habermas, modern kapitalist toplumun eleştirisini yapmaktadır. Habermas’a göre modern toplumun temel özelliği özgürlüğün olmamasıdır. Modern toplumlar birer kriz sistemi; toplumsal kurumlar da baskıcı ve manipülatiftir. Sermayenin yabancılaştırıcı etkisinden kurtulabilmek için dayanışmanın ve çarpıtılmamış iletişimin önemini vurgulamaktadır (Habermas, 2001: 846-862). Dolayısıyla günümüzün kar odaklı dinamikleri, kamusal alanı erozyona uğratmaktadır (Çınarlı, 2013: 156). Çınarlı’ya göre Grunig ve Hunt’ın, diyalojik yaklaşıma dayandırılan ‘iki yönlü simetrik modeli’nin, Habermas’ın ‘ideal kamusal alan’ının dinamiklerini sağlayacak şekilde uygulanması, kapitalizm dinamikleri içerisinde mümkün değildir (Grunig ve Hunt, 1984’den akt. Çınarlı, 2013: 156). Çünkü kamusal alan, günümüzün dinamikleri içinde hegemonik bir yer haline gelmiştir. Roper’a göre hegemonya kavramı Habermas’ın ‘kamusal alan’ının işlevini ve ideal tartışma ortamını, çıkar odaklı güçler lehine bozmaktadır (Roper, 2005: 70-75). ‘Medyada Hegemonya ve Rızanın Üretimi’ bölümünde daha detaylı açıklanacak olan bu konu, iletişim modelleri açısından da önemlidir. Çünkü, yeni medyanın ve tabii

ki internetin etkileşimli doğası, gönderici ve alıcı rollerinin birbirinin yerine geçmesini sağlaması nedeniyle -iktidar yapılarından bağımsız değerlendirildiğinde- gerçek bir kamusal alan sağlayan bir altyapı sunmaktadır (McMillan, 2002: 275). Fakat yeni medya da ekonomi politik yapıların bir parçasıdır ve bu ilişkilerden bağımsız değildir (Çakır, 2013: 30-31). Örneğin, sosyal medyanın tüm kullanıcılara ücretsiz hizmet sunması, ücretsiz bir sosyalleşme, paylaşma alanı ve demokratik katılım alanı sağlaması, yeni medyaya bu ilişkilerden bağımsız bir görünüm verse de, kullanıcıların kendi verilerinin sağladığı maddi değer ve bunun üzerine dönen sosyal medya şirketleri/ reklam şirketleri/ analiz şirketleri vb. arasındaki ilişkiler, ekonomi politik ilişkilerdir. Kullanıcıların, aynı zamanda bir tüketici olarak en iyi bir biçimde ikna edilmeleri süreci de hem bu ilişkilerin bir sonucu hem de kamusal alanın hegemonik bir hale gelmesidir.

Hegemonyanın devamlılığını sağlamak için, iktidar blokları tarafından, bazı durumlarda ödünler verilmektedir ki bu aynı zamanda iki yönlü iletişimin ‘teoride’ işlerlik kazanması için gereklidir. Yani güçlü taraf, daha fazla kazanç sağlamak için çıkarlarının bir kısmından vazgeçmektedir. Diğer tarafa verilen bu ödünler, daha sonra hem yapılan işi veya kendi pozisyonlarını meşrulaştıracaktır, hem de güçlü tarafa, verdiklerinden daha fazlasını kazandıracaktır. Önceki örnek üzerinden gidilirse, sosyal medyanın herkes için ücretsiz olarak kullanıma sunulması bir ödün verme biçimi olarak düşünülebilir, fakat bu süreçte kullanıcı verilerinin kazandığı değer, onların reklam şirketleri tarafından tüketmeye ikna edilmeleri ve bunun sonucunda şirketlerin yüksek karlı kazançları, yeni medyanın ‘özgür kamusal alan’ının bir ikna arenasına dönüşmesine neden olmuştur. Roper’a göre, muhalefete / hedef kitleye / güçsüz tarafa ödün verilmezse ve baskın uygulamalar stabil olarak kalırsa, istikrarın kaybedileceği noktada, karşı tarafın direnci artacaktır. Bu nedenle, egemen örgütlerin uygulamaları, zaman zaman karşı tarafın çıkarına daha fazla yaklaşacak şekilde dinamik olmalı ve bu uygulamalar zaman zaman karşı taraf tarafından durdurulabilmelidir (Roper, 2005: 70-72). Dolayısıyla, yeni medyanın hakimiyeti üzerine dönen güç ilişkileri içerisinde, iki yönlü simetrik model, kendi tanımını sadece ‘teoride’ karşılamaktadır. Uygulamada, örneğin bir halkla ilişkiler kurumunun kendi kurumsal çıkarıyla, hedef kitlesinin çıkarları arasında ‘consensus’ sağlayarak ortak bir paydada buluşması, kapitalizmin dinamikleri açısından pek mümkün değildir (Çınarlı, 2013: 40-41).

#### 1.2.4.2. Döngü Uzmanları / Spin Doctors

Spin kelimesi İngilizce’de ‘*olaylara uygun yorum vermek için istihdam edilen siyasi sözcü*’ anlamına gelmektedir (The Concise Oxford Dictionary akt. Çınarlı, 2013: 31). Türkçe kelime anlamı olarak ise ‘spin’, eğirme, örme anlamına gelmektedir (Çınarlı, 2013: 31). Halkla ilişkiler disiplininin bir parçası olarak ‘spin’, liderleri, kurumları, politikaları ve imajları, halkın gözünde olumlu yapacak şekilde dönüştürme, eğirme sürecidir. Erdoğan’a göre bu mekanizmanın başarısı, olayları veya durumları kamuya, kurumların lehine olacak şekilde, sunma sürecinde kolektif olarak çalışılmasıdır. Yani gazetecilerin, reklamcılarının, halkla ilişkiler uzmanlarının, tasarımcıların vs. hepsinin, bu amaç doğrultusunda, kamunun bilincini etkileyecek şekilde örgütlü olarak çalışmasıdır (Erdoğan, 2011: 385). Dolayısıyla, aslında propagandanın temel araçlarından biri olan spin, ekonomik ve politik güce hizmet etmektedir (Çınarlı, 2004: 165). Çınarlı’ya göre, “*Spin bir manipülasyon tekniğidir. Ve kandırmaca için kullanılan kibar bir sözcüktür.*” (Çınarlı, 2013: 31) Manipülasyonu gerçekleştiren kişiler ise, ‘spin doctor’, yani ‘spin/falso uzmanı’ olarak adlandırılmaktadır. ‘Spin doctor’ ilk kez 1984 yılında, ABD’deki seçim kampanyasında, kampanya danışmanlarının etik olmayan ve manipülatif uygulamaları için kullanılmıştır (Çınarlı, 2013: 31-32).

Leitner’in tanımına göre medya kelimesi hem iletişim teknolojilerini hem de onları kullanan kamu ve özel şirketleri ifade etmektedir. Elektronik iletişimin düşük maliyetli ve kolay ulaşılabilir olması sebebiyle, kurumlar / hükümetler tarafından üretilen içeriklerin kamuya açılma şekli değişmektedir. İçeriğin hedef kitleye ulaştırılmasında kurumlar açısından maliyetler düşerken, hedef kitle açısından bilginin ya da haberin kaynağı değişmekte ve dolayısıyla özgürce üretilip paylaşılan içeriklerin niteliği de değişmektedir (Leitner, 1997: 189’den akt. Lewis, 2003: 95). Günümüzde kurumlar tarafından halka yayılan mesajı kontrol etmeye çalışmak için kullanılan ana yöntemlerden birisi spin’dir. Spin uzmanları ise sadece medyaya yayılan olayı değil, aynı zamanda bu olayın yorumlanma sürecini de yönetmeye çalışmaktadırlar. Ayrıca, ücretsiz bir tanıtım ve manipülasyon alanı olan medyada, ‘medya olayları’ inşa etmektedirler (Savigny, 2002: 4). Bernays’a göre manipülasyon daha çok demokratik ortamlarda şekillenmektedir (Bernays, 1953’den akt. Chomsky, 1993: 31). Bu nedenle demokrasinin manipülasyonla kesiştiği noktalar, spin uzmanlarının hareket alanlarını görebilmek açısından önemlidir.

Tocqueville'e göre demokrasideki en büyük güç çoğunluğun gücüdür (Tocqueville, 2016: 17). Dolayısıyla, demokrasinin devamlılığının sağlanması için çoğunluğun ortak çıkarlarının korunması gereklidir. Fakat, kapitalist düzen içerisinde azınlık olan siyasilerin veya şirket yöneticilerinin özel çıkarları, çoğu zaman çoğunluğun çıkarları ile ters düşmektedir. Bu noktada azınlığın ve çoğunluğun çıkarlarının ortak olarak gösterilmesi gerekmektedir ki, demokrasinin tanımına uygun davranılsın. Bunun yöntemi ise manipölasyondur. Kitlelerin örgütlü davranış ve fikirlerinin bilinçli manipölasyonu demokratik toplumun merkezi bir özelliğidir ve demokrasinin özünü oluşturmaktadır. Kontrol ise demokrasinin temel özelliğidir (Chomsky, 1993: 43-72, 196-202). Enformasyon toplumu olarak adlandırılan günümüz dünyasında, dolayısıyla kontrol 'enformasyonun kontrolü' üzerine gerçekleştirilmektedir. Bu noktada spin uzmanları, propagandası yapılacak konular doğrultusunda kitleleri psikolojik ve bilişsel olarak hazırlamak için *“enformasyon döngüsünü yöneten mekanizmalar hakkında mükemmel bir bilgiye sahiptirler”* (Çınarlı, 2013: 32).

Demokrasinin manipölasyona açık kapı bırakan bir başka noktası ise, demokrasinin özgürlük ve eşitliğe dayanan temelinin yanı sıra, bireyselleşme eğilimine, refah ve güven ortamına da zemin hazırlamasıdır. Bu eğilim ve yaratılan ortam ise toplumu kültürel olarak kamuoyu despotizmine açık hale getirebilmektedir. Çünkü bireyselleşme, insanların haksızlığa uğradığı noktalarda örgütlenme potansiyelini yok etmekte; refah ve güven ortamı ise insanların konformist bir yapıya bürünmesine yol açarak demokrasinin işlemediği noktaları görmelerini engellemektedir. Böylece demokrasi, baskı rejimine de dönüşebilmektedir. Tocqueville, bu nedenle demokrasinin çelişkili doğasına dikkat çekmektedir (Tocqueville, 2016: 18). Enformasyon çağının enformasyon döngüsünü yöneten önemli bir mekanizması olan yeni medya, yoğun enformasyon sağanağı yaratmakta ve toplumun 'her şeyi biliyorum' duygusuna kapılarak, bilgi açıklarının farkına varamamalarını sağlayacak şekilde bilgi kirliliğine neden olmaktadır. Enformasyon toplumu, yeni medya mekanizması tarafından manipüle edilmiş bir toplumdur. Çünkü yeni medya, insanı klavye başında bireyselleştirerek insan iletişimini ve etkileşimini ekranın arkasına hapsetmekte, 'toplumun gazını almak' şeklinde bir işlev görerek muhalif/ eleştirel tepkileri zararsız tepkilere çevirmekte ve böylece sahte bir özgürlük alanı sunmaktadır (Odyakmaz Acar, 2013: 204).

Demokratik enformasyon toplumuna ait bu dinamiklerin bir sonucu olarak toplumlar, manipölasyona açık hale gelmektedir. Lippmann, 'Public Opinion' (1998) adlı kitabında, demokraside yaşayan insanların dünyaya nasıl tepki vereceklerini önceden belirleyen bir zihne sahip olduklarını; bu nedenle de dünyayı gerçekçi bir şekilde algıyamadıklarını ve kafalarındaki imajlar tarafından yönlendirildiklerini (Lippmann, 1998: XVII-XX) belirterek aynı zamanda Bernays'ın bahsettiği, kitlelerin bilinçli manipölasyonuna dayanan demokratik toplumdaki görünmeyen güce de vurgu yapmıştır (Miller ve Dinan, 2008: 32). Bu nedenle, spin uzmanları başarılı bir manipölasyon süreci gerçekleştirebilmek için öncelikle insanların kafalarındaki bu resimlerin/ingelerin nasıl oluştuğunu anlamaya çalışmaktadırlar (Çınarlı, 2013: 29). Bernays'ın Propaganda adlı eserinde bahsettiği, bu pürüzsüz işleyen demokratik toplumdaki sınırları belirleyen ve enformasyonun, dolayısıyla da zihinlerin kontrolünü sağlayan, Bernays'ın tabiriyle 'hatları çeken', kişiler spin uzmanlarıdır. Medya araçlarını kullanarak mesajları deforme eden, gerçeklik algısını değiştiren spin uzmanları, bir ideolojik yapının ya da belli söylemlerin propagandasını yapmaktadırlar (Çınarlı, 2004: 168- 169). Bernays, yüksek eğitilmiş bir 'fikir kalıplama taktikçi sınıfı'nın sürekli çalıştığını, toplumsal araziye analiz ettiğini ve kamuoyunun düşüncelerini elde ettiği zihinsel sahneyi ayarladığını dile getirmiştir. Bu, Bernays'a göre demokrasinin halüsinasyonudur (Bernays, 1947'den akt. Ewen, 1996: 10). Demokrasinin 'ortak iyilik' bahanesiyle artan zorunlu uygulamalarının, giderek belli sınıfların kendi ayrıcalıklarını haklı gösterdiği bir gerçeklik haline gelmesi (Ewen, 1996: 13) aynı zamanda spin uzmanlarının bir başarısıdır da.

#### **1.2.4.3. Medyada Hegemonya ve Rızanın Üretimi**

Sivil toplumun ve kamuoyunun önem kazandığı, demokrasi ve liberalizm kavramlarının da değer kazandığı ve halkın genelinin bilgiye ulaşmasının eskiye göre çok daha kolay olduğu günümüzde baskı ve şiddete dayanan bir egemenlik kurmak veya bunu sürdürmek mümkün değildir. Yönetici kesimin, egemenliklerini sürdürebilmeleri için toplumun desteğini almaya ihtiyaçları vardır. Bunun için iktidarların kendi konumlarına ve uygulamalarına, toplumun gözünde meşruiyet kazandırmaları gereklidir ki böylece halkın, kendilerine karşı direnç göstermelerini engelleyebilsinler (Güngör, 2016: 365-366). Anthony Gramsci'nin alana kazandırdığı

bir terim olan “hegemonya”<sup>10</sup> kavramı, (Fiske, 2003: 224-225) tam da bu durumu açıklamaktadır. Hegemonya, toplumu yöneten veya yönlendiren elit bir grubun, diğerleri üzerindeki ideolojik egemenliğini tanımlamak için kullanılmıştır. Bu elit grup, kendi çıkarlarını destekleyen ideolojilerini aile ve eğitim kurumları, sendikalar, medya gibi kurumlar aracılığıyla toplumun geneline benimsetmektedirler (Yaylagül, 2013: 109-110). Bu nedenle *“hegemonik ilişki, egemenlik ilişkisine göre çok daha derinden işler ve daha kalıcıdır”* (Güngör, 2016: 366).

Althusser’in ‘Devletin İdeolojik Aygıtları’ kuramı bu kavram çerçevesinde düşünüldüğünde ideoloji bir mücadele alanıdır (Althusser, 2000: 36-37). Gramsci de - Marx ve Althusser’den farklı olarak- ideolojiyi zorunlu olarak işleyen ve hep bir karşı-ideolojiyle karşılaşılacak bir süreç olarak görmektedir. İktidarlar, kendi ideolojilerinin egemen hale gelmesi için sürekli çaba göstermekte ve her zaman karşı-dirençlerle mücadele etmeleri gerekmektedir. Dolayısıyla, Gramsci’ye göre hegemonya bir kere kazanıldıktan sonra elde edilmiş bir güç değildir, hegemonyanın sürdürülmesi için sürekli mücadele edilmektedir. Temel strateji ‘ortak duyunun inşası’dır. Bu nedenle, sivil toplumun desteğini alabilmek için egemen sınıf, kendi ayrıcalıklarının bir kısmından vazgeçmektedir. Çünkü herkesi kapsayan genel bir yapı içerisinde eşitlik algısı yaratmak, ortak duyuyu sağlayan, ideolojiyi gizleyen ve hegemonyanın devamlılığını sağlayan asıl unsurdur. Böylece egemen ideoloji tüm sivil toplumun ortak duyusu olarak kabul edildiğinde ideolojik yapı gizlenmekte ve hegemonya sağlanmış olmaktadır (Fiske, 2003: 224-225). Örneğin suç konusunda herkesi kapsayan bir yasada, suç tanımı ve kapsamı da yine egemen ideolojinin ve belli bir grubun ayrıcalıklarını koruyacak şekilde belirtilebilmektedir. Hatta, avantajlı bir hayat süren kesimin çok nadiren dahil olacağı ve daha fazla bu kesimin avantajına işleyecek bir durum suç kapsamında olabilmektedir. Fakat görünürde herkesi kapsayan yasa olarak sunulduğu için üzerinde ortak uzlaşa sağlanmış ve toplumun geneli tarafından memnuniyetle benimsenmiş toplumsal bir karar olarak değerlendirilmektedir. Dolayısıyla, hegemonya tahakküme dayanmamakta fakat tahakkümün meşruiyetini sağlamaktadır.

---

<sup>10</sup> ‘Hegemonya’ kavramı Gramsci’nin, hapisanede kaldığı günlerde yazdığı notlardan derlenen ‘Hapishane Defterleri’ adlı kitapta geçmektedir. Gramsci, notlarında hegemonya kavramını, sivil toplum ve devlet konseptiyle birlikte geliştirmiştir (Gramsci, 2012: 10).

Gramsci'nin hegemonya kavramı medyaya uygulandığında, medya genel olarak egemen yapıyı ve egemen değerleri savunarak, topluma aktararak hegemonyayı yeniden üretmekte; bu yapıya karşı duran her türlü durumu da olumsuz olarak sunmaktadır. Kapitalist değerler ve uygulamalar, toplumun ortak çıkarı olarak sunulmakta, bireycilik ise yüceltilmektedir (Yaylagül, 2013: 114). Bu ideolojik yapıyı özellikle popüler kültürün içerisine yedirerek sunmaktadır ki halkın geneli tarafından benimsenebilsin. Böylece, kitleler farkında olmadan hakim ideolojinin öngördüğü şekilde yaşamaya, düşünmeye, tüketmeye kanalize olmaktadır (Güngör, 2016: 365-366). *“Medya, politikaların etrafını saran belirsizliği belirginleştirmede ve belirsizliğin yarattığı politika boşluğunu dolduracak alternatifleri halka açmada önemli bir görev üstlenebilmektedir.”* (Terkan, 2007: 562) Belirsizliği veya boşluğu, egemen yapıyı destekleyici bir düşünce sistemiyle tamamlamaktadır. Bunun yanı sıra, belirsizliğe ya da düzensizliğe neden olan durumlarda da ‘günah keçisi’ olarak egemen sınıfın çıkarlarına ters düşenleri gösterebilmektedir. Yine suç tanımı üzerinden örnek vermek gerekirse, medya, bazı etnik grupları suçun faili gibi sunmakta; bazı yönelimleri, tercihleri ya da yaşam tarzlarını suçun kaynağı gibi gösterebilmektedir (Çelenk, 2010: 225-26).

Shannon ve Weaver’a göre, iletişim yoluyla, bir zihin bir başkasını etkileyebileceği prosedürlerin tümünü içermektedir (Shannon, 1949: 3-5’den akt. Beniger, 2011: 444). Medya ise iletişimi geniş bir kitleye yaydığı için, medyanın mülkiyet ilişkilerini de içeren bir yapıyı beslediği düşünüldüğünde, her dönem egemen sınıflar için ilgi odağı olmuştur ve elde edilmesi gereken bir araç olarak görülmüştür. Medya, toplum için belki sadece bir eğlence ve haber alma aracıyken, egemen sınıflar için toplumun kültürel ortamını şekillendiren, demokratik rejimin bir tamamlayıcısı olarak toplumun geneli için olumsuz durumların ya da uygulamaların üzerini örtebilen ve böylece rızanın üretimini sağlayan başat bir araçtır (Kaban Kadioğlu, 2018: 100, 117-118). Hegemonyanın ortaya çıkardığı bilişsel bir tepki olarak da düşünülebilecek olan rızanın üretimi kavramı, hegemonyanın sürdürülmesi sürecinde sağlanması gereken bir koşuldur ve medya aracılığıyla kitlelere sirayet etmektedir.

Chomsky ‘rızanın üretimi’ kavramını Walter Lippmann’dan aldığını söylemiştir. Lippmann’a göre ‘rızanın üretimi’ bir devrim olarak demokrasinin uygulamasında bir çeşit kontrol tekniğidir. Herman ve Chomsky daha sonra bu kavramı ABD medyasının işlevini analiz etmek için kullanmışlardır ve Propaganda

Analizi adlı bir model geliştirmişlerdir. Bu modele göre kapitalizm sisteminde medya, dördüncü güç olamamakta, bunun yerine kendisini finanse eden egemen toplumsal sınıfların çıkarlarını pekiştirici rol oynamaktadır ve bu sınıfların lehine propaganda yapmaktadır (Manufacturing Consent, 1992).

*“Walter Lippmann’ın 1922’de Public Opinion (Kamuoyu) adlı eserinde ele aldığı ‘kitlelerin rızalarının üretilmesi’ bugün yine aynı amaçlarla, ancak daha sofistike strateji ve taktiklerle sağlanmaktadır. 21. yüzyılda işletmelerin ya da hükümetlerin ‘rızaı üretmeleri’; lobicilik, halkla ilişkiler, kamu diplomasisi, medya ile ilişkiler gibi stratejileri kullanmalarıyla gerçekleştirilmektedir. Ülkelerin daha ‘özgürlükçü’ bir yönetim tarzı seçmeleri ve devletin de kitleleri zor kullanarak kontrol etme yetisini ister istemez kaybetmeye başlaması ile birlikte propaganda da hiç şüphesiz ki daha sofistike hale gelmiştir.”* (https://chomsky.info/200809\_\_2/’den akt. Çınarlı, 2013: 25-26)

Dolayısıyla *“Totaliter bir rejim için sopa neyse, demokrasi için de propaganda odur.”* (Yaylagül, 2013: 173). Chomsky ve Herman’ın, imge ile gerçeklik arasındaki ilişkiyi inceleyen ‘Rızanın İmalatı’ (2012) kitabına göre propaganda modeli, medyanın, halkın siyasi konularda rasyonel kararlar alabilmesi için halka ihtiyaç duyduğu bilgiyi sağlayan bir iletişim aracı gibi tasarlandığını fakat medyanın asıl amacının halk üzerinde hakimiyet kuran imtiyazlı grupların ekonomik, siyasal, kültürel gündemini halka taşımak ve konu olarak bunları işleyip savunmak olduğunu ileri sürmektedir. Gündem belirleme kuramının da üzerinde durduğu gibi, medya bu amaca, seçilen konular, bu konuların sınırlarının belirlenmesi, enformasyonun elenerek, seçilenlerin vurgulanması gibi çeşitli şekillerde hizmet etmektedir (Chomsky ve Herman, 2012: 361-362). Medya aracılığıyla toplumun diğer kesimlerinin düşünceleri manipüle edilmekte ve egemen sınıfın çıkarını koruyacak ideolojiler benimsetilmektedir. Yani, medya aracılığıyla halk, egemen sınıfın konumuna ve kararlarına rıza gösterir hale gelmektedir (Manufacturing Consent: 1992). Yeni medyanın yapısal özellikleri açısından bakıldığında da, özellikle sosyal medyanın, halkın yönetenlerle irtibata geçebileceği; egemen sınıfın ve yönetilenlerin iletişim kurabileceği bir alan sağlamaktadır. Bunun yanı sıra, yönetenlerin fan sayfaları da, bu kişileri sempatik gösteren ve uygulamalarını olumlayan bir işlev görmektedir. Bu etkileşim alanları, yönetilenlerin, egemenlerin güç kapsamına rıza göstermelerine ve

kabullenmelerine neden olabilmektedir. Bu nedenle Güngör'e göre yeni medya hegemonik bir ilişki alanı olarak kabul edilebilmektedir (Güngör, 2016: 396-397).

Chomsky, medyayı anlamak için öncelikle medyanın toplumsal yapı içerisindeki konumuna bakılması gerektiğini söylemiştir (Chomsky, 1997). Medya içerikleri, kendisini denetleyen ve finanse eden egemen toplumsal kesimin çıkarlarına hizmet etmekte ve bu kesimin çıkarları doğrultusunda propaganda yapmaktadır. Bu gruplar, medya içeriğinin ve medya politikasının şekillenmesinde belirleyici bir rol oynamaktadırlar. Medyada mülkiyet ve denetim ilişkisi çok güçlüdür. Medyaya sahip olanlar ya da reklam verenler olarak fon sağlayanlar bu mülkiyet-denetim ilişkisinin merkezinde yer almaktadırlar ve aynı zamanda egemen ideolojilerin belirleyicileridirler (Chomsky, 2012: 15). *“Propaganda modeli, ana-akım medyanın davranışı ve performansındaki kapsamlı başarıyı, onun şirket karakteriyle ve hâkim ekonomik sistemin ekonomi politikasıyla bütünleşmiş olmasıyla açıklar.”* (Chomsky, 2012: 16) Bu propaganda modeline göre, medya piyasa sisteminin merkezinde yer almaktadır ve medya egemen sınıfın mülkiyetinde, kâr amacı güden işletmelerdir. Bu anlamda medyanın temel gelir kaynağını oluşturan reklamverenlerdir. Dolayısıyla medya için reklam veren kuruluşların desteğini almak oldukça önemlidir. Medyanın maddi durumunu şekillendiren reklam verenlerin tercihleri, ideolojik olarak kendi çıkarlarını besleyen programlar olacaktır (Yaylagül, 2013: 175-178). Örneğin, televizyona reklam veren şirketler, ekonomi politik dengeyi sarsacak konuları işleyen veya üçüncü dünya ülkelerindeki savaşlara destek veren ülkeleri eleştiren programları nadiren desteklemek isteyeceklerdir (Chomsky, 2012: 99).

Yeni medya ise bu açıdan bakıldığında, iki farklı noktadan toplumu etkilemiştir. Yeni medya bir taraftan üretim ve dağıtım maliyetlerini düşürüp, tüketicilerin medya içeriklerine ulaşımını kolaylaştırırken ve içeriğe katkıda bulunmalarını mümkün hale getirirken, bir yandan da ana akım medya mülkiyetinde tekelleşmeyi ve yoğunlaşmayı mümkün hale getirmiştir (Jenkins, 2018: 38-39). Tüketicilerin medya içeriklerine kolaylıkla ulaşmaları ve kamusal alanın sanal mecralara taşınması sonucunda gerçekleşen etkileşim yoğunluğu, kültürün şekillenmesinde önemli bir unsur haline gelmiştir. Medya mülkiyet ilişkilerinin de bu alana entegre olmasıyla birlikte, bu kültürel yapı içerisinde tüketim, önemli bir konuma sahip olmuştur. Özellikle küreselleşme ve özelleştirme politikalarıyla birlikte, ulus-aşırı şirketler, özellikle bu tüketime dayalı kültür aracılığıyla iletişim içeriklerinin üretim, dağıtım ve

tüketim sürecini kontrol altında tutmaya başlamışlardır. Tüketim kültürünün küreselleşmesine yol açan reklamcı destekli bu sistem (Yaylagül, 2013: 147) kitlelerin tüketim kültürüyle kontrol altında tutulmasının da bir yöntemi haline gelmiştir (Şentürk, 2008: 231-235). Erdoğan da, reklamın tüketim talebi gibi hem ekonomik fonksiyonu hem de sosyal üretim için ideolojik bir fonksiyonu olduğunu dile getirmektedir. Reklamcılık sektörünün, kapitalist hegemonyanın sürdürülmesinde, medya içeriğinin kontrolünde ve medyanın ticarileşmesinde önemli bir güç olduğunu belirten Erdoğan, ideolojik hegemonyayı yeni medya ve reklam ilişkisi bağlamında değerlendirmiştir (Erdoğan, 2011: 424-425).

Yeni medya sosyolojik açıdan değerlendirildiğinde, ‘teknik bir olgu’ olmasından ziyade, tüm dünya kültürlerini yeniden biçimlendirme gücüne sahip bir ilişkiler sistemi olarak da değerlendirilebilir. Çünkü Ali Ergur’a göre teknoloji sadece teknolojik ürünleri veya bu ürünler aracılığıyla elde edilen bilgi düzeyini kapsamamakta; yeni bir kültürel yapının meşrulaştırılmasını ve belli bir ideolojik bağlamın kurumsallaşmasını da ifade etmektedir. Ergur bunu şöyle açmaktadır:

*“Bireyin teknolojik ürün ve onun imlediği ideolojik bağlamla bütünleşmesi, bir yandan özerklik yanılsaması şeklinde beliren bir mikro tatminler alanı yaratırken diğer yandan bu kamuflaj altından akan kapsayıcı bir denetim sürecini devreye sokar. Her denetim aşaması bir öncekinden daha karmaşık, daha ayrıntılara nüfuz edebilen ve daha sarmalayıcı bir görünüm arz eder. Denetim süreci kuşkusuz süregelen bir yapı şeklinde düşünülmelidir; gündelik yaşamın akışını belirleyen en önemli etkenlerden biri olarak görünmez bir ‘heryerdelik’ oluşturur. Denetimi gerektiren ve kurgulayan ekonomik bağlam, diğer bir deyişle yeryüzü ölçeğinde örgütlü ve etkin bütünleşik kapitalist sistem, teknolojinin denetim özelliğini mümkün olduğunca zaman ve mekân eksenlerinde yayma, onu teknolojik ürünlerin kültürel değerlerinin ayrılmaz bir parçası, daha da öte varlık nedeni haline getirme eğilimindedir.”* (Ergur, 1998: 54)

Günümüzde temel kültürel yapı ‘tüketim’ üzerine kurulmaktadır. Marx’ın kuramında, altyapı, ideolojik üst yapıyı etkilemekte ve üretim merkezli bir toplum yapısına uygun olarak ideolojik yapı da işçilerin denetlenmesi ve sömürülmesi üzerine kuruluyken, günümüzde odak noktası üretimden tüketime kaymıştır. Daha önce

işçilerin üretim sürecini denetleyen sistem, şimdi tüketicilerin neyi, ne kadar ve nasıl tüketeneğine karar vermektedir (Ritzer, 2000: 84-85). Yeni medya da bu yapının ideolojik bir taşıyıcısı olarak, tüketicinin bilgi almak, alacağı ürüne ya da hizmete dair tavsiye vermek, yorum yapmak gibi seçenekler sunabildiği bir alan sağlamakta (Belch, 2001: 19'dan akt. Peltekoğlu, 2016: 67), dolayısıyla da hem kapitalist işleyişin bir ayağını oluşturmakta hem de tüketicilerin kendi rızaları ile tüketim kültürünü içselleştirmeleri sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

### 1.2.5. Dijital Medya Okuryazarlığı

Yazılı tarihin başlangıcından medyanın hayatımıza girmesine kadar olan dönemde 'okuryazarlık' kavramı harfleri bir araya getirerek anlamlı ifadeler üretebilme ve bir araya gelmiş bu harfleri çözümleyebilme becerisi olarak kabul edilmiştir. Günümüzde ise, medya tarafından sunulan mesajlar daha anlaşılır olarak görünse de, özellikle yeni medyanın çokluortam ve etkileşimsel özellikleri sayesinde birçok düşünsel ve kavramsal yapıyı içinde barındıran karmaşık görsel ve işitsel bir dile sahiptir (Thomas ve Jolls, 2004: 18-19). Yeni medyanın bu karmaşık yapısının yanı sıra, yeni medyanın her yaştan bireyleri etkileme gücünün ve çeşitliliğinin artması okuryazarlık tanımını değiştirmiş ve medya okuryazarlığı kavramını ortaya çıkarmıştır. Medya okuryazarlığı kavramı ilk Amerika'da ortaya çıkmış (Kurt ve Kürüm, 2010: 22-23) ve UNESCO'nun (1982) "*Çocuklarımızı ve gençlerimizi güçlü resimlerin, sözcüklerin ve seslerin etkili olduğu bir dünyada yaşamak için hazırlamak zorundayız.*" (Jolls ve Thomas, 2008: 11) görüşü doğrultusunda yaptığı çalışmalar ile de tüm dünyada yaygınlık kazanmıştır. Türkiye'de ise bu kavram ilk olarak 2003 yılındaki İletişim Şurasında gündeme getirilmiş, 2004 yılında da Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK)'nin önerisi ile gündeme alınmıştır (Kurt ve Kürüm, 2010: 23-24). Bir başka kaynağa göre medya okuryazarlığının Türkiye'deki gelişimi, 2000'li yıllardan sonra yapılan çalışmalar ile artmıştır. 2005 yılında düzenlenen I. Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansı bu konunun bilinirliğini artırmıştır (Türkoğlu, 2006'den akt. Önal, 2007: 339-340).

Medya okuryazarlığı terimi en genel anlamıyla belirli çıktılara ulaşmak için bilgiye erişme, analiz etme ve üretme yeteneği olarak tanımlanmıştır (Aufderheide, 1993: 6). İletişim araçları ve toplum perspektifinde ise medya okuryazarlığı, kitle iletişim araçlarının toplumda nasıl bir işlevselliğe sahip olduğu hakkında bilgi olarak

tanımlanmaktadır. İdeal bir medya okuryazarlığında bu bilgi; medyanın ekonomik temelleri, örgütsel yapıları, psikolojik etkileri, sosyal sonuçları gibi medya çalışmalarının tüm yönlerini kapsar olmalıdır (Messaris, 1998: 1). Yani Messaris’e göre bu kavram, medyanın toplumlarda oynadığı rolün önemini kavrayabilmeyi de içermektedir. Medya bilincinin geliştirilmesine yönelik bir yaklaşım olan medya okuryazarlığının toplumsal bir uygulama olarak kabul edilmesi, yeni teknolojiler ile popüler kültürün arasındaki ilişkiyi kavramsallaştırmak ve dönüştürmek için yeni araçlar sağlamaktadır (Carrington, 2005: 15-16).

İletişim araçlarının tarihi bağlamında düşünüldüğünde, 20. yüzyıl medya okuryazarlığı kavramı için önemli bir dönüşüm sağlamıştır. 20. yüzyılda, birçok disiplinde bireysel davranışlara veya zihinsel süreçlere odaklanmış olan yaklaşımlar, kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla birlikte ilgilerini sosyal ve kültürel etkileşimlere kaydırmışlardır (Gee, 1998: 1). Bu sosyal dönüşü sağlayan 20. yüzyıl yeni medyasının patlayıcı büyümesinin en belirgin katkı sağladığı konular ise görsel dil ve okuryazarlığın gelişmesidir (Messaris, 1998: 1). “Okuryazarlık” kavramının tanımı ve kapsamı yeni medya çağında oldukça tartışmalıdır. Çağdaş okuryazarlık çalışmaları, çağdaş yaşamdaki okuryazarlık uygulamalarının çeşitliliğini vurguladığından çoğul olarak “okuryazarlıklar (literacies)” yaygın olarak kabul görmüştür. Buna ek olarak, “okuryazarlık” terimi, bir dizi göstergebilimsel söylemin (örneğin bilgisayar okuryazarlığı, medya okuryazarlığı) kodlanması ve kodlarının çözülmesindeki yeterlilik kavramı ile eşanlamli hale gelmiştir. Değişen okuryazarlık teknolojisi ve bunun çağdaş iletişimsel uygulamaların epistemolojik ve ontolojik temelleri üzerindeki etkisi hakkında çok şey yazılmış olsa da (Marsh, 2005: 3) okul temelli medya okuryazarlığı çalışmaları, ciddi olarak bu yüzyılda, 1980’lerde ortaya çıkmıştır (Luke, 2007: 52). Çünkü bu yıllarda yeni iletişim teknolojilerinin yayılması ve yeni bilgiye erişim biçimleri ve bunlarla ilişkili ortaya çıkan metin formları, sosyal açıdan eleştirel ve dönüştürücü okuma yazma müfredatı için potansiyel açmıştır (Carrington, 2005: 19). Bunun yanı sıra, 1970’lerin sonunda ve 1980’lerde medya çalışmaları yoğun bir şekilde “eleştiriye” odaklanmıştır. Bu dönemde öğrencilerin satır aralarını okuyamayan ‘kitle kültürü tüketicileri’ olarak aldatıldığını varsayan ideolojik eleştiriler ve tartışmalar hakimdir. Öte yandan, öğretmenlerin, öğrencilere ideolojik olarak doğruya ulaşabilecekleri; metin anlamlarını ve yorumlarını üretebilecekleri analitik zekayı sağlayarak onları “saf okumalardan” kurtarabilecekleri varsayılmıştır (Luke, 2007: 51).

21. yüzyıl ise değişim dönemidir. Dünya, üç ana trendin etkisindedir: Bilgi ve iletişim teknolojilerinin devrimci gelişimi, bilgi toplumuna geçiş ve net kuşağının yeni öğrenme modu. Bu eğilimler eğitim paradigmasında bir kayma yaratmış ve bilgi toplumlarında vatandaşlar için yeni yetkinlikler geliştirme ihtiyacını ortaya çıkarmıştır (Lee ve diğ., 2013: 4). 21. yüzyılda başarılı olmak ve çağa ayak uydurabilmek için insanlar ‘kendilerine sunulan’dan daha fazlasına ulaşabilmelidir. Bu yüzyılda insanlar eleştirel düşünerek, önceki bilgilerini yeni durumlara uyarlayarak, bilgiyi analiz ederek, yeni fikirleri kavrayarak, iletişim kurarak ve iş birliği yaparak, problemleri çözerek, kararlar alarak bilgi ve yeteneklerini nasıl kullanacaklarını öğrenerek, yaşam boyu öğrenen olmaları ve kendilerini sürekli güncellemeleri gerekmektedir (Partnership for a 21st Century Skills, 2003: 12). Yeni sosyal ve teknolojik ortamlara cevaben birçok yeni ‘okuryazarlık’ kavramı ve tanımı ortaya atılmış (Lee ve diğ., 2013: 4) olsa da okuryazar olmamanın ne demek olduğunu Alvin Toffler kapsamlı bir şekilde tanımlamıştır. Toffler’in dediği gibi: *“21. yüzyılda okuryazar olmayan kişiler, okuma-yazma bilmeyenler değil; öğrenmeyi bilmeyen, öğrendiklerini unutan ve yeniden öğrenemeyen kişiler olacaktır”* (Toffler, 1974’den akt. Guglielmino, 2013: 2). Kanada’daki Medya Okuryazarlığı Merkezi de, Toffler’in bu sözüne paralel olarak, medya okuryazarlığının 21. yüzyılda yeni bir eğitim yaklaşımı olduğunu vurgulamaktadır (Abu-Fadil, 2004: 2). Çünkü medya ve teknolojinin küresel bir kültürde birleşmesi dünya hakkında öğrenme biçimini de değiştirmekte ve eğitimin de temellerini zorlamaktadır. Medyanın hızla geliştiği ve çeşitlendiği günümüzde artık basılı kelimeyi okuyabilmek okuryazar olmak için yeterli olmamakta; çocuklar, gençler ve yetişkinlerin bir multimedya kültürünün güçlü görüntülerini eleştirel olarak yorumlayabilmesi gerekmektedir. Medya okuryazarlığı eğitimi, 21. yüzyılda yaşamak, çalışmak ve vatandaşlık için gerekli olan yeni okuryazarlık için de bir çerçeve ve pedagoji sunmaktadır. Ayrıca, sürekli değişen bir dünyada yaşam boyu öğrenme için gerekli becerilere hakim olmanın da yolunu açmaktadır (Thomas ve Jolls, 2004: 18). Sharkey ve Brandt’a göre ise yaşam boyu öğrenme ve yeni okuryazarlık anlayışı, teknolojinin geldiği noktada değişen sosyal yapının bir sonucudur. Bu nedenle 21. yüzyılda dünyaya ayak uydurabilmek için yalnızca okuryazarlık becerisine değil, aynı zamanda teknoloji bilgisine ve teknolojiyi kullanma becerisine de ihtiyaç vardır. Bu ikisi birbirini tamamlayıcı niteliktedir. Becerileri geliştirmek, sürekli yetkinlik kazanmaya ve değişen ortamlara, özellikle günümüzün hız ve dinamikliğe dayanan dünyasında adaptasyona izin verir ve sürekli yaşam boyu öğrenme kavramını

güçlendirir (Sharkey ve Brandt, 2008: 86-88). Dolayısıyla Yeni Okuryazarlık Çalışmaları, sadece okuma ve yazma süreçlerinin anlaşılmasında değil, aynı zamanda sosyal ve kültürel uygulamalar bağlamında da oldukça anlamlı ve önemlidir (Gee, 1998: 1). Bu nedenle, Luke makalesinde kültürel çalışmaların medya çalışmalarına yeterince yer vermemesini eleştirmiştir. Çünkü günümüzde medya, yakınsama yolunda hızla ilerlediği ve izleyiciler “geleneksel” den “yeni” medyaya kaydığı için medya okuryazarlığı çalışmaları, kültürel çalışmalar, bilgi ya da teknoloji çalışmaları artık birbirinden bağımsız olarak öğretilemez. Luke’a göre bilgi okuryazarlığı, medya okuryazarlığı, teknoloji okuryazarlığı veya bilgisayar okuryazarlığı kavramları bir bütün olarak öğrenilmesi gereken bir repertuardır. Bütün bu “yeni” okuryazarlıklar, küreselleşme ve yeni medya tarafından sağlanan küresel bağlantı ve yeni BİT konularına bağlıdır (Luke, 2007: 50). Teknolojinin geldiği en son nokta düşünüldüğünde de, Lee’ye göre yeni medya için en popüler okuryazarlık kavramı, muhtemelen dijital okuryazarlıktır (Lee ve diğ., 2013: 22). Dil, bilgi ve iletişim kavramları teknolojikleştikçe, dijitalleştikçe ve küreselleştikçe, geleneksel baskıya dayalı okuryazarlık kavramları, son on yılda kayda değer bir eleştirinin ve yeniden kavramlaştırmanın odak noktası olmuştur (Luke, 2007: 51). Örneğin, Horn gizli müfredat kavramı ile geleneksel okuryazarlık eğitimi eleştirmektedir. Gizli müfredat, okullarda ve sınıflarda öğrenme sürecinin bir parçası olan tanınmayan ve bazen istenmeyen bilgi, değer ve inançları içeren geniş bir kategoridir. Gizli müfredatın en önemli kaynaklarından birisi ise medyadır. Çünkü eğitimciler ve öğrenciler arasındaki etkileşimin yanı sıra öğrencilerin birbirleriyle etkileşimlerinde anlam inşasının büyük bir kısmını medya temsilleri oluşturmaktadır. Ayrıca, ebeveynlerin, eğitimcilerin ve halkın da tutum ve görüşleri bu medya temsilinden etkilenmektedir. Fakat Horn, eğitimcilerin genellikle medyanın gizli müfredatından ve bunun okullar ve eğitim üzerindeki etkisinden habersiz olduğunu ve müfredatın ve öğretim içeriğinin test başarısına odaklandığı sürece gizli müfredatın etkilerini ayırt etmenin daha da zorlaşacağını söylemektedir. Gizli müfredatın ve bunun eğitim konusundaki etkilerinin farkında olmak; hegemonya, hiyerarşi, kültürel sermaye, baskı, imtiyaz, direniş, marjinalleşme, sosyal üreme, praxis, inşa edilmiş bilinç, yanlış bilinç ve eleştirel bilinç gibi kelimelerden oluşan eleştirel sözlüğün kazanılmasına ve bu sözlüğün medya anlatımındaki gizil anlamların çıkarılması için kullanılmasına olanak sağlamaktadır (Horn, 2019: 298).

1994 yılında, Yüksek Eğitim Konseyi'nin (Conseil Supérieur de l'Éducation) konsey üyeleri, Québec okullarına yeni bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımıyla ilgili üç ana amacı gerçekleştirmelerini tavsiye etmiştir (Caron, 2008: 282).

1-) Okullar, öğrencilerin yeni bilgi ve iletişim teknolojilerinin önemli bir rol oynadığı bir topluma vatandaşlar ve işçiler olarak tam olarak katılmaları için gereken bilişsel ve sosyal yeteneklerini geliştirmelerini sağlamalıdır.

2-) Öğrenciler yeni bilgi ve iletişim teknolojilerinin toplumdaki ve medyadaki rolüyle ilgili eleştirel düşünme becerileri geliştirmek zorundadır.

3-) Öğretici uygulamalar, özellikle öğrencinin ilgisine ve motivasyonuna bağlı olarak açıkça olumlu bir etkiye sahip olduğu düşünülen yeni bilgi ve iletişim teknolojileri ile bütünleştirilmelidir.

Bu amaçlar doğrultusunda, medya okuryazarlığı eğitime sahip bir bireyin düşünme biçimini Kanada'daki Medya Okuryazarlığı Merkezi 5 temel unsur etrafında toplamıştır (Abu-Fadil, 2004: 3):

- Tüm medya mesajları inşa edilmiştir.
- Medya mesajları, kendi kurallarına göre yaratıcı bir dil kullanılarak oluşturulur.
- Farklı insanlar aynı mesajı farklı algırlar.
- Medya gömülü değerlere ve bakış açlarına sahiptir.
- Medya mesajları kâr ve / veya güç kazanmak için oluşturulmuştur.

Buradan hareketle medya okuryazarlığı, temel fikirleri ayırt etme; konular arasında bağlantı kurabilme; doğru noktalara odaklanabilme; doğru sorularla uygun cevaplara ulaşabilme; yanlışları ve aksaklıkları fark edebilme becerisini içermektedir (Jolls ve Thomas, 2008: 11). Bloom bir dizi temel “düşük dereceli” bilişsel beceri - bilme, kavrama ve uygulama- ve “yüksek dereceli” bilişsel beceri -analiz, sentez ve değerlendirme- belirlemiştir (Fisher, 2010: 72). Medya okuryazarlığı buna göre yüksek dereceli bir beceridir.

Medyanın ideolojik işlevi düşünüldüğünde, medya tarafından hedeflenen olgu ya da yalnızca medyanın amaçlarını destekleyen bağlamın bir kısmı izleyiciye / okuyucuya / dinleyiciye verilir. Bu eksik bağlam, olayların özgünlüğünü belirli bağlamlara indirgemekte ve olayların / olguların asıl anlamlarını reddederek bir yanlış bilinç sağlamaktadır (Horn, 2019: 300). Günümüzde ise tamamen yeni bir dilbilgisi ve okuryazarlık becerisi gerektiren alfabetik ikonik, göstergebilimsel, multimedia karışımları (Luke, 2007: 53) ile dijital medya içeriklerini doğru çözümleyebilmek için çok daha bilinçli ve donanımlı olunması gereklidir. Horn bu donanımı eleştirel farkındalık kavramıyla açıklar. Eleştirel farkındalığın bir yönü hikâyenin sadece bir bölümünün medya tarafından sağlandığı anlayışıdır. Eleştirel olarak farkında olan bir birey, olayların görüldüğü kadar basit olmadığını anlamaktadır ve böylece bireyler kendileri ve başkaları için daha güçlü ve daha etkili savunucular olabilmektedir. Dolayısıyla Horn'a göre, medya okuryazarlığı yoluyla eleştirel farkındalık, bireyler için entelektüel olarak özgürleştiricidir (Horn, 2019: 300).

Medyanın kitleler üzerindeki etkisinin şiddeti konusunda yapılan araştırmalar ortak bir sonucu göstermese de, medyanın insanların dünyayı algılama ve dünya görüşü oluşturma sürecini ve hatta insanların davranışlarını şekillendirme sürecini etkileyecek kadar önemli bir pozisyonda olduğu ortak kabul görmüş bir gerçektir. Çünkü bireyler hayatlarındaki deneyim eksikliğinin yerini televizyonda gördükleri, dergilerde okudukları, müzikte duydukları ve internette deneyimledikleriyle tamamlamaktadır. Özellikle de günümüzde dijitalleşmenin gündelik yaşantıya bu kadar hakim olmasıyla birlikte bu etkinin her geçen gün daha da artacağı söylenebilir. Medya okuryazarlığı ise bunun farkına varmayı ve medyadan bilinçli bir şekilde yararlanabilmeyi içermektedir. Medya okuryazarlığına dair bir farkındalık olmadan, bireyler medyada temsil edilen görüşleri benimsemeye meyillidirler (Horn, 2019: 300; Jolls ve Thomas, 2008: 14). Medya okuryazarlığı aslında kullanımlar ve doyumlar teorisindeki aktif kullanıcı/izleyici (Maigret, 2014: 23) bilincinin oluşması için bireylere, demokratikleşme sürecine katkı sağlayan eleştirel düşünme ve kendini ifade edebilme becerilerini kazandırmayı amaçlamaktadır (Jolls ve Thomas, 2008: 14). Medya okuryazarı bir birey medyayı amacına yönelik olarak seçer, amacı doğrultusunda kullanır ve güvenilir bilgiye ulaşmayı hedefler. Yani medya okuryazarlığı bilincine sahip olan bir birey bu yönü ile sorgulayıcı bir davranış göstermektedir (Kurt ve Kürüm, 2010: 23). Medya okuryazarlığı eleştirel farkındalık ve yaratıcı düşünme becerisi gerektirir ki bu da aynı zamanda demokratik bir

toplumdaki ideal entelektüel özgür bireyin bir özelliğidir (Jolls ve Thomas, 2008: 11). Buna bir örnek, Ulusal Telemedya Konseyi (National Telemedia Council) (NTC) tarafından dinleyici görüşlerini inceleyen bir ankette yapılan bir değişikliktir. 1983 yılından önce bu projenin adı ‘Bak-Dinle Kamuoyu Yoklaması’ iken, 1983 yılında bu proje, ‘Bak-Dinle-Düşün-Yanıtla’ projesine dönüştürülmüştür. Bu proje, basit bir kamuoyu yoklaması yerine, medyaya dair eleştirel bir düşünce biçimini uygulamaya geçirmenin bir aracı olmuştur. Bu projenin formatının değiştirilmesinin asıl amacı ise çocukların medyada görüntüleme ve dinleme için kendi ölçütlerini geliştirmelerine yardımcı olmaktır (Aufderheide, 1993: 24). Yani medya okuryazarlığı, matbaa ürünlerinden, videolara ve internete kadar çeşitli biçimlerde mesajlara erişmek, analiz etmek, değerlendirmek ve oluşturmak için bir çerçeve sağlayarak demokrasinin vatandaşları için gerekli olanı sorgulama ve kendini ifade etme becerilerini geliştirmektedir (Abu-Fadil, 2004: 3). Bu beceriler aynı zamanda eleştirel okuma becerisi olarak da kabul edilebilir. Eleştirel okuma becerisi, metinlerin ve diğer medya ürünlerinin içeriğinin doğrudan alınmasından ziyade, o içeriğe kişinin kendi deneyimlerinden de bir şeyler katarak, fakat deneyimleriyle yetinmeyip yaratıcılığını da kullanarak, verilmek istenilenin ötesini görebilmesi ve yeni anlamlara ulaşabilmesi ile ilgilidir. Eleştirel okuma, öğrenen tarafından bir etkinlik gerektiren; uygulama, analiz, değerlendirme ve hayal gücünü de içeren aktif bir okumadır (Aghajani ve Gholamrezapour, 2019: 220-221). Eleştirel okuma tekniğinde sadece anlamak yeterli değildir. Bunun yanı sıra, içeriğin üzerine kafa yormak ve içeriği yorumlamak da gereklidir. Eleştirel okuma, diğer okuma türlerine göre daha fazla zaman, emek ve dikkat gerektirmesiyle Hall’ın üç çeşit okuma türünden ikisine; ‘müzakereci okuma’ ve ‘muhalif okuma’ya tekabül etmektedir. Çünkü içeriğin bir kısmını ya da tamamını reddetmek, hegemonik okuma’ya göre, kod açımları sürecinde daha fazla çaba gerektirmektedir (Hall, 1980’den akt. Stevenson, 2002: 42). Dolayısıyla medya okuryazarlığının bir anlamda temelini oluşturan ‘eleştirel okuma’ kavramı, eleştirel düşünme olarak da adlandırılabilir (Patching ve diğ., 2019: 407). Düşünme becerisi, insanın belirli amaçlara ulaşmak için bilinçli yollarla düşünme kapasitesini ifade eder. Düşünme becerisi; hatırlama, sorgulama, kavramları oluşturma, planlama, akıl yürütme, hayal etme, problem çözme, karar verme ve yargılama, düşünceleri kelimelere çevirme gibi kapsamlı süreçleri içerir (Fisher, 2010:72).

Fisher’a göre düşünme becerileri önemlidir, çünkü matematik, fen bilimleri gibi temel eğitimler ne kadar iyi öğrenilmiş olursa olsun insan potansiyelini veya aktif

vatandaş olmanın yeterliliklerini yerine getirmek için yeterli değildir (Fisher, 2010: 72). Toplumun yaşam kalitesi aslında düşünme kalitesine bağlıdır. Düşünme kalitesini artırmak ise düşünme becerisine sistematik bir şekilde yatırım yapmakla mümkün hale gelir (Paul ve Elder, 2006: 3). Bu noktada okullar, genç kuşağın internet ve gelecekteki dijital medyayı kullanmada ustalaşabileceği ve bu konudaki becerilerini doğru kullanmayı öğrenebileceği yerler olmalıdır. Dijital kültür, bilgi toplumlarının vazgeçilmez bir faktörüdür ve refleks, yaratıcı ve eleştirel düşünceyle sistematik olarak desteklenmelidir. Okullar ise öğrenciler için dijital kültüre dahil olabilecekleri potansiyel yerler olabilir (Bevort ve Breda, 2008: 162). Bu bağlamda çevrimiçi oyunların eleştirel düşünmeyi ve üst bilişi teşvik etmenin bir aracı olarak kullanılması; öğrencilerin karmaşık ve hızla değişen dijital kültürel ortama doğru bir şekilde entegre olabilmesi için önemli bir adım olarak kabul edilebilir (Hobbs ve Rowe, 2008 :238). Dijital yerliler olarak da adlandırılacak genç kuşağın / öğrencilerin anadillerinin bilgisayarların, video oyunlarının ve internetin dijital dili olduğunu söyleyen Prensky de, yeni dijital dünya düzeninde dijital göçmenlerin, dijital yerlilerin dilini anlamaları gerektiğini ve dijital yerlilerin aşına oldukları bir etkinlik olan bilgisayar oyunlarının onların öğrenme sürecini desteklemenin iyi bir yol olacağını söylemektedir (Prensky, 2001: 1-4). Okullarda uygulanabilecek yüksek düzeyde etkileşimli yaratıcı oyun etkinlikleri medyayı yapılandırma, analiz etme ve medya oluşturma sürecinde öğrencilere okuryazarlık becerisi kazandırabilmektedir. Örneğin ‘remixing’ adlı oynayabilecekleri bir uygulama öğrencilerin okuryazarlık becerilerinin gelişmesine fayda sağlamaktadır. ‘Remixing’de medya metinleri kolaj, düzenleme ve yan yana koyma teknikleri aracılığıyla yaratıcı bir şekilde yeniden yorumlanmaktadır. Remixing sayesinde öğrenciler yeni fikirler üretebilmektedirler ve bu uygulama, genelleştirildiğinde öğrencilerin toplumda medya ve teknolojinin rolü hakkında yorum yapmaları için bir araç olabilir. Yani medya, popüler kültür ve dijital teknolojiler hakkında eleştirel düşünmeyi teşvik etmek için kullanılabilir (Rivoltella, 2008: xiii). Jenkins’a göre geleneksel anlamda okuyabilen ama yazamayan bir kişinin okuryazar olarak kabul edilemeyeceği gibi, tüketen ama kendisini ifade edemeyen birinin de medya okuryazarlığına sahip olabileceği düşünülemez (Jenkins, 2018: 257). Marsh’ın çocuklar üzerine yaptığı çalışmaya göre, popüler kültür ve medya metinlerinin küçük çocuklar üzerinde oynadığı merkezi rol baz alınarak, medya okuryazarlığının çocukların kimlik oluşturma sürecine nasıl katkı sağladığı incelenmiştir (Marsh, 2005: 21). Popüler söylemlere dayanan metinlerin, çeşitli multimodal metinlerin kodlanmasını ve kodunu çözmeyi kolaylaştıran ve oyunun, ritüelin ve performansın

güçlü bir karışımında önemli bir bileşen olan bir dizi beceri, bilgi ve anlayışın gelişiminde çok önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu noktada ihtiyaç duyulan şey, çocukların multimodal metinlerin oluşturulması ve bu metinlerin ayrıntılı analizi konusunda popüler kültür ve medyanın yerini eleştirel bir şekilde gözden geçirmesi; popüler kültür ve medyanın şekillendirdiği dünyanın bir nesnesi değil öznesi olabilmeleridir. Bu durumda Marsh'a göre eğitimcilere düşen rol ise, öğrencilerin "bilgi fonları" hakkında bilgilendirilmesi ve bu bilgilerini de birer medya tüketicileri ve kullanıcıları olarak sahip oldukları uzmanlık alanlarının üzerine inşa edebilmelerine yardımcı olmaktır (Marsh, 2005: 35). Bu doğrultuda Hobbs ve Rowe, eğitimcilerin yıllardır geleneksel derslerden daha bireysel ifadelerle olanak tanıyan tartışmaya dayalı derslere geçtiğini; öğrenci uzmanlığı ve katılımını sağlamak için kitle iletişim araçlarını ve popüler kültürü müfredata dahil etmeye başladığını öne sürmüşlerdir (Hobbs ve Rowe, 2008: 238).

Bilgi devriminde söz konusu olan dilin değişmesi, iletişim yapıları ve süreçleri, sosyal ilişkiler ve yeniden örgütlenme, bilgiye erişim gibi birçok konuda dönüşüm yaşanmıştır (Luke, 2007: 52). Berners-Lee'ye göre, insanlar bilgi toplumunun bir parçasıdır ve bilgiye erişim, özellikle gelişmekte olan ülkelerde suya ve aşılara erişim kadar önemlidir (World Wide Web Foundation, 2012'den akt. Lee ve diğ., 2013: 39). Çünkü ancak bilgiye tam olarak ulaşıldığında bilginin üzerine bir kontrol gerçekleştirilebilir. Bu anlamda yeni medya, medya okuryazarlığı becerilerinin gelişimi için önemlidir. Çünkü bilginin farklı kişiler tarafından sunulabilmesi ve bilginin üzerine yapılan farklı analizlerin de paylaşılabilmesi mümkün hale gelmiştir. Bu, Jenkins'in kolektif zekâ ve katılımcı kültürünü de akla getirmektedir. Çünkü hiç kimse her şeyi bilemez fakat herkes bir şeyler bilir. Bu bilgi parçaları bir araya getirildiğinde ise bir olaya veya olguya dair genel bir bilgiye ulaşılabilir. Bu nedenle katılımcı kültür ve kolektif zekâ yeni medyanın önemli bir gücü (Jenkins, 2018: 19-20) ve aynı zamanda medya okuryazarlığı bilincinin de önemli bir yönüdür. Çünkü medya okuryazarlığında, en nihayetinde alınan medya mesajlarını bilinçli bir şekilde çözümleyebilen ve değerlendirebilen bilinçli bir kamuoyu oluşturmak amaçlanmaktadır (Kurt ve Kürüm, 2010: 21). İnternette Gurak tarafından 2001'de kullanılmış ve iletişim ve katılım konularına değinilen bir terim olan cyberliteracy (siber okuryazarlık) kavramı bunu karşılamaktadır. Gurak'a göre, siber okuryazarlık teknoloji kullanımından daha fazlasını gösterir; çevrimiçi tartışmaya aktif olarak katılmayı önerir. Bu yaklaşım, çevrimiçi içeriğin kritik tüketimini ve internet

formatlarının çeşitliliğinin düşünceleri ifade etmek için nasıl kullanıldığıyla ilgilidir (Lee, 2013: 22). Medyada yakınsama olgusunun, okuryazarlık anlayışını ciddi ölçüde değiştirdiğine vurgu yapan Luke’a göre medyada yakınsamaya doğru hızlı ilerlemenin ve günlük yaşamın hemen hemen her alanında elektronik aracılı iletişim ve sosyal değişime doğru hızla kayma ışığında, genişletilmiş bir medya okuryazarlığı biçimine olan ihtiyaç her zamankinden daha önemlidir. Medya yakınsaması ve çeşitlenmesi, internetin geri dönüşü olmayacak şekilde ticarileşmesi, homojenleşme, farklılaşma, ortaya çıkan coğrafi temsil problemleri ve çevrimiçi olarak harcanan zaman ve eğlence kültürü, şimdi her zamankinden daha güçlü bir eleştirel okuryazarlık bilincine sahip olunması gerektiğini ortaya koymuştur (Luke, 2007: 52- 57). Yeni dünya düzeninin ekonomi politığına cevap veren (Luke, 2007: 54) ve eleştirel yaklaşımın önem kazandığı bu medya okuryazarlığına eleştirel medya okuryazarlığı da denilebilir. Luke’a göre eleştirel medya okuryazarlığı şimdi geleneksel medyadan dijital medyaya kadar birçok medya türünün analizini içermelidir.

Yazar Douglas Rushkoff (1996) günümüz gençliğini “Screen-agers” (ekran nesli) olarak adlandırmaktadır. Screenagers zamanının önemli bir kısmını ekran karşısında geçiren gençliği tanımlamak için kullanılan bir terimdir. Her türlü medya ortamı onlar için iletişim akışına hem erişip hem de bu alanı manipüle ettikleri bir dizi ekrandır ve bu yetenekleri medyanın günlük yaşamdaki kullanımını ve etkisini değiştirmektedir. “Screen-agers” olarak adlandırılan gençlerin birkaç ortak özelliği vardır (Thomas ve Jolls, 2004: 19):

- Screen-agers, medyayı, kendisini veya kültürlerini etkileyebilecek ayrı ürünler olarak değil, aynı zamanda kendi kültürlerinin bir unsuru olarak görür.
- Screen-agers, görüntüleri, sesleri ve sözcükleri kullanarak sorunsuz bir şekilde okur ve yazar.
- Screen-agers, dünyayı fiziksel sınırlar içinde değil, aynı zamanda anlık bir kablosuz bağlantı ağı olarak deneyimler.

Pinto’ya göre medyanın, etkileşime girme süreçlerine, iletişim biçimine ve reel dünyaya her geçen gün daha fazla entegre olması medya okuryazarlığı eğitimini acilen geliştirmek için önemli bir sebeptir. Dolayısıyla medya okuryazarlığı eğitimi

Rushkoff'un özelliklerini tanımladığı gençler için yeni bir bilişsel yapı iskeleti sağlayarak bu sürece öncülük edilebilmektedir. Medya eğitimi, medyayı gerçek bir çevre olarak düşünerek ekolojik bir karaktere bürünmelidir (Rivoltella, 2008: XII). Dolayısıyla medyanın yalnızca toplumdaki kültürü şekillendirmediğini, aslında medyanın başlıbaşına bir kültür olduğunu (Thomas ve Jolls, 2004: 18) kabul eden eğitimciler için medya okuryazarlığı eğitimi, eğitimciler ve öğrencilerin farklı bakış açılarına ulaşmalarında yardımcı olmaktadır (Jolls ve Thomas, 2008: 14).



## 2. GÖZETİM TOPLUMU VE DİJİTAL MEDYA

Gözetim tesadüfi olmayan, kişisel veriler üzerine kurulu, sistemli ve rutin bir şekilde ilerleyen bir ilgidir. Hatta, özellikle modern toplumlarda gündelik hayatın bir parçası haline gelmiştir. Gözetim uygulamaları, ‘verilerin derlenmesi’ gibi göze batmayan yollardan gerçekleştirilmekte; buna bağlı olarak önce okul, fabrika ve devlet kurumlarında, daha sonra da gündelik yaşamın her alanında yaygınlaştırılmaktadır. Dolayısıyla, gözetim, mevcut düzenin devam etmesi, statükonun korunması ve faaliyetlerin koordine edilmesinin bir aracı olarak her türlü zorlamanın yerini almıştır. Özellikle de ağ tabanlı teknolojilerin modernite süreçleriyle iç içe geçmesinden dolayı iktidarın gözetiminden kaçınmanın mümkün olmadığını savunan Lyon, aynı zamanda, bu teknolojilerin veri toplama kapasitesinin sosyal sınıflandırmaya yol açan olumsuz etkilerinin en aza indirilmesinin de bir aracı olabileceğini savunmaktadır. Teknolojilerin bu potansiyelini tüm bireyler için faydalı olabilecek şekilde kullanmanın aynı zamanda yapılması gerekli olan demokratik bir pratik olduğunu da belirtmektedir. Fakat, gözetimin gündelik hayatımıza girmesine neden olan şey de enformasyon teknolojilerinin artan kullanımıdır. Birbirinin üstüne binen ve kesişen gözetim kültürleri, eğlence medyasıyla birlikte güçlenmiş ve sıradanlaşmıştır. Eğlence medyası ve gözetim kültürü yan yana işleyen çift yönlü bir takasın parçasıdır. Örneğin filmlerde, televizyonlarda, romanlarda gözetim durumu betimlenirken, internet gözetiminin bir kullanıcı deneyimi olarak sunulduğu oyunlar piyasaya sürülmektedir. Böylece gözetim bir yerde popüler kültürün bir nesnesi olurken, tüketiciler veya izleyiciler/kullanıcılar da gözetimin nesnesi olmuşlardır (Özger, 2016: 6,19; Lyon, 2013: 31, 223-224, 253-254).

Dijital gözetim araçları sosyo-politik çerçevede incelendiğinde, geçmişte devletlerin ya da şirketlerin teknolojik gelişmelere ciddi bir yatırım yaptığı gerçeği söz konusudur. Örneğin, 1963-1983 yılları arasında Pentagon’un, bilgisayar araştırmalarına ayırdığı fon 500 milyon dolardır. İlk bilgisayar ağı olan ARPANET ise Pentagon’un askeri amaçlarla para desteğinde bulunduğu bu araştırmaların bir parçası

olarak geliştirilmiştir. O dönemde, telekomünikasyon hatları kiralanarak da bu hatlar üzerinden bilgisayar iletişimi sağlanabileceken, askeri gizlilik sebebiyle yeni bir iletişim teknolojisine ihtiyaç duyulmuştur. Bu doğrultuda da bu paket anahtarlamalı bilgisayar sistemi oluşturulmuştur. Zaten tarihsel olarak iletişim teknolojileri öncelikle askeriyede kullanılmış; daha sonra sivil halka açık hale gelmiştir. Bu anlamda ARPANET de 1990 yılında sivil kesimin kullanımına sunularak internet adını almıştır. 1993'den sonraki süreçte ticari kullanıma açılana kadar da ABD Federal Devleti tarafından sübvansede edilmiştir. Askeriyeden sonra ise bu ağı ilk kullananlar bürokratik kurumlar ve çok uluslu firmalar olmuştur (Geray, 2019: 61). İnternet ağı, yatırımcılar için de yepyeni bir saha olarak, Castells, Reid ve Winston'ın da kabul ettiği gibi ticarileşmiş ve bu ortam iş dünyası için sanal bir piyasa yaratmıştır. Ayrıca insan yaşamına dair bugüne kadar hiç dokunulmamış alanlar, örneğin insanların söylemleri, beğeni zevkleri, pazara açılmış ve maddi değer kazanmıştır. Bu durum, daha önce de bahsedildiği gibi yeni ekonomi olarak adlandırılmıştır (Çakır, 2015: 35). İnternetin merkezi bir örgütlenme biçimi olmamasına rağmen, internet şebekelerinin örgütlenmesi kapitalist ekonomik, kültürel ve siyasal yapının özelliklerini taşımakta ve özel mülkiyet ilişkilerinde, egemenliğin bir ifadesi olarak kabul edilmektedir. Dijital içerik olan emtiaların üretimi ve dağıtımı, çoğunlukla kapitalist firmaların kontrolündedir. Örneğin, Google, Facebook gibi kurumlar da özel bir şirket statüsündedir ve aynı zamanda bazı devlet istihbarat kurumları için de bir bilgi toplama sahasıdır (Erdoğan, 2011: 437).

Enformasyonun ekonomi için bu denli stratejik bir öneme sahip oluşu, enformasyon mülkiyetini de önemli bir konuma taşımaktadır fakat iletişim ağlarının yaygınlık kazanmasıyla, enformasyon mülkiyeti de tehditlere açık hale gelmiştir. Elektronik ticaret, elektronik bankacılık gibi uygulamalar sırasında bu ağlarda dolaşıma giren enformasyonun mahremiyeti ve güvenliği, yasal düzenlemeler ile çözülmeye çalışılsa da (Başaran, 2005: 45) enformasyon, emtia olarak en akışkan yapıya sahip bir kaynak (Toffler, 1992: 141) olduğu için, bunu başarmak zordur. Toffler bunu şöyle açıklamıştır:

*“Bugün birçok ülkedeki veri koruma yasaları, bilgisayarlara giren enformasyonu yasal olarak düzenlemeye çalışmakta, ama veri bankaları doldukça bütünleştirme olasılıkları daha da artmakta, enformasyonun ekonomik*

*değeri de çok yukarılara fırlamaktadır. Üstelik bütün bunlar, geleceğin daha ilk ve ilkel belirtileridir.”* (Toffler, 1992: 117)

Kişisel verilerin korunması amacıyla ülkemizde de önemli adımlar atılmıştır. 2010 yılında anayasanın 20. maddesine özel hayatın gizliliğini düzenleyen bir fıkra eklenmiştir. Böylece kişisel verilerin korunmasına yönelik önemli bir adım atılmış ve anayasal olarak güvence altına alınmıştır. 2016 yılında ise Avrupa Birliğine uyum kapsamında hazırlanan Kişisel Verilerin Korunması Kanunu Tasarısı TBMM Genel Kurulunda kabul edilerek kanunlaşmış ve Resmî Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir (kvkk.gov.tr, 2018: 10-11). Bunun yanı sıra 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu (TCK)’nın 243.-246. aralığındaki maddeler bilişim suçlarına yönelik düzenlemeleri kapsamaktadır. Bu maddeler ile özel hayatın gizliliği ve haberleşme özgürlüğü gibi hakların koruma altına alınması da amaçlanmıştır (Kuzu Demir, 2019: 228-230). Fakat dijital teknolojinin hem kurumsal hem de sivil alanlarda gündelik olarak kullanılması çeşitli durumlarda bu kanunların esnetilmesinin veya istisnai durumların oluşmasının önünü açmaktadır. 2019 yılının sonuna doğru Çin’in Wuhan kentinde ortaya çıkan Covid-19 salgını, bu duruma örnek olarak gösterilebilir. Tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 salgını veri gözetiminin yükselişini iki bakımdan artırmıştır. Bunlardan ilki salgın nedeniyle birçok gündelik işin ve işleyişin dijital teknoloji aracılığıyla halledilebilir hale gelmesi ve böylece insanların bıraktığı dijital izin daha kapsamlı bir şekilde genişlemesidir. Bir diğeri ise, “verilerin kamuoyu sağlığını korumak amacıyla işlenmesi” gerekçesiyle veri gözetimine yönelik olan kamuoyu tepkilerinin kırılması ve gözetimin meşruiyet zemininin sağlanmasıdır. Covid-19 salgını sonrası hem dijital teknolojilerin kullanımı yaygınlaşmış hem de veri gözetimi halkın gözünde meşru bir zemin kazanmıştır. Bu süreçte Güney Kore, Çin gibi bazı ülkeler gözetim uygulamalarını indirmeyi zorunlu kılmıştır. Bu uygulamaların amacı Covid-19 semptomları görünen kişilerin kimlerle etkileşime girdiğini tespit etmektedir (theconversation.com, 2020). Bunun yanı sıra, vücut ısını ölçen aynı zamanda kimlik tespiti de yapabilen gerçeklik gözlükleri (techwireasia.com, 2020) gibi teknolojiler de sıklıkla kullanılmaya başlanmıştır. Türkiye’de ise “Hayat Eve Sığar” adlı mobil telefon uygulamasıyla bireylerin hem sağlık durumunun kontrol edilmesi hem de Covid-19 testi pozitif çıkan kişilerin konumunun harita üzerinde belirlenmesi yoluyla salgının yayılımının azaltılması hedeflenmiştir. Ayrıca, karantinada kalması gereken bireyler karantina kurallarına uymazlar ise, uygulama güvenlik güçlerine de haber verebilmektedir (digitalage.com, 2020; hurriyet.com.tr, 2020). Dolayısıyla gözetim,

toplumsal kaos ya da kriz zamanlarında dijital teknolojilerin kamu yararı amacıyla kullanılması söz konusu olduğunda olumsuz bir durum olarak değerlendirilmemekte hatta yasaların ötesinde halkın desteklediği bir durum olabilmektedir.

Dolayısıyla dijital medya, veri izleme teknolojileriyle birlikte iletişimin metalaşmasına ve kitlelerin bir meta değeri kazanmasına neden olmakta (Özçetin, 2019: 213-214) ve gözetimin kapsamını ekonomik ilişkilerin lehine gündelik yaşamın kılcal damarlarına kadar genişletmektedir.

## 2.1. Gözetim Kavramı ve Tarihsel Perspektif İçerisinde Gözetim Olgusu

“Fransızca kökene sahip ve Fransızca’da ‘bakarak olmak’ anlamına gelen (Lyon, 2013: 30) ‘gözetim’ kelimesi ilk olarak on sekizinci yüzyılın sonunda ‘bir kişinin hareketlerini yakından takip etmek’ anlamında kullanılmıştır (Clarke, 2005). Gözetimin kelime anlamı ise Fransızca’da iki anlam taşımaktadır; gözlemek ve korumak. Lyon, ‘Gözetlenen Toplum’ (2006) adlı kitabında gözetimin bu çift anlamlılığını çocuğa göz kulak olmak ile örneklendirerek açıklar. Çocuk, yetişkinler tarafından başına kötü bir şey gelmemesi için hem korumak amacıyla hem de çocuğun yaramazlıklarını kontrol etmek amacıyla gözetim altında tutulmaktadır (Lyon, 2006a: 14). Dolayısıyla, gözetlemek sadece görmeyle ilgili bir kavram değil, çeşitli arzuları ve yönelimleri de kapsayan bir kavramdır. Aynı zamanda, Lyon’un bu düşüncesi gözetimin meşrulaştırılmasının temeli olarak da değerlendirilebilir. David Lyon aynı zamanda gözetim kavramını “modernitenin merkezi bir boyutu, kendi başına var olan ve kapitalizme, ulus-devlete, hatta bürokrasiye indirgenemeyecek bir kurum” olarak tanımlamıştır (Lyon, 1997: 303).

Türk Dil Kurumu sözlüğündeki anlamına bakıldığında ise, gözetim ‘bir çalışma ya da uygulama sürecini etkinlik ve amaca uygunluk bakımından yakından denetleme’ olarak karşılık bulmaktadır (tdk.gov.tr). Fakat gözetimin bu çalışmada ele alınacağı konuya en uygun ‘gözetim’ tanımı şöyledir:

*“Gözetim, belirli grupların diğer belirli grupların davranışlarını önleme amaçlı olarak verileri toplama, biriktirme, analiz etme, içine işleme, değerlendirme ve kullanma yollarını uyguladığı; potansiyel olarak fiziksel, ideolojik ya da yapısal*

*şiddeti içeren, insanları belirli davranışlara yöneltmeye çalışan bir süreçtir.”*  
(Çakır, 2015: 10)

Dolayısıyla, gözetim sözcüğü ilk etapta casusluk ya da gizli soruşturma gibi uygulamaları çağrıştırırsa da, bunların yanı sıra rutin ve gündelik uygulamalara da işaret etmektedir. Ayrıca gözetim, boş meraktan ziyade, belli insan davranışlarına odaklanılan bir sürece işaret etmektedir (Lyon, 2013: 30). Gözetim hem uygulamalar bütünüdür hem de belli amaçlar ile ilintilidir. Gözetleme uygulamaları ise genellikle, imtiyazlı kişiler tarafından gerçekleştirilen güç ilişkilerini içermektedir. Bunun yanı sıra, özellikle iletişim teknolojilerinin gelişimiyle gözetlenenin de rol oynadığı bir katılımı da içermektedir (Özger, 2016: 9). Çakır’a göre, gözetim iki türlü yapılmaktadır. İlkel yöntemler ile uygulanan fiziksel gözetim, bir veya birden fazla kişiyle bilfiil yapılmakta; teknik gözetim ise video kamera sistemleri, kayıt veya dinleme cihazları gibi teknolojilerle yapılmaktadır (Çakır, 2015: 10). Gözetim faaliyetleri karakteristik yapılarını toplumsal örgütlenme ve yönetim biçimlerinden almaktadır diyen Dolgun ise gözetim pratiklerini tarihsel olarak üç aşamada değerlendirmektedir. İlk aşama yani “pastoral nitelikli gözetim” modernlik öncesi dönemde tarıma dayalı toplumlarda iş gücünü denetlemek, vergi toplamak için kayıtlara sahip olmak, göçebe yaşamı kontrol altında bulundurmak, olası bir savaş durumunda asker sayısını belirlemek gibi amaçlarla iktidar tarafından gözetim faaliyetleri uygulanmaktadır. Ulus-devlet yapısı ile birlikte gelişen “teknik gözetim” evresinde ise bireylerin gözetim pratikleri altında disipline edilerek üretici güçlerinden maksimum derecede yararlanılması hedeflenmiştir. Devlet idaresi, bürokratik yapılanma, ulus-devletin iç ve dış tehlikelere karşı korunma güdüsü, askeri örgütlenmeler, sanayi kentlerinin artışı ve kapitalist işletme sayısındaki artış gibi bileşenler bu dönemde gözetim uygulamalarına sebep olmuştur.<sup>11</sup> Fakat gözetim pratiklerinin gözetim toplumu olarak adlandırılabilen evresi ve şu an içinde bulunduğumuz evre “enformatik gözetim evresi”dir. *“Enformatik teknolojilerinin egemen sınıflara ve iktidarlara sunduğu imkanlar doğrultusunda, gözetim pratikleri artık sıradan insanların yaşamını her yönden kapsamaya başlamıştır.”* (Dolgun, 2015: 16-17)

---

<sup>11</sup> Gözetim pratiklerinin sistematikleşmesi de bu dönemde, yani asker devlet düzeniyle olmuştur (Dolgun, 2015: 52).

Anthony Giddens’a göre modern olmayan devletlerin gözetleme faaliyetleri için yazının önemi büyüktür. Çünkü ona göre yazı, devlet aygıtının insanlar üzerinde uyguladığı denetimin kapsamını genişletmek üzere kullanılabilen bir şifreleme bilgisi sağlamaktadır. Yazı modern öncesi dönemlerde, hem olayların bir düzen içerisinde sıralanmasını ve koordine edilmesini sağlayacak bir bellek aracı olarak, hem de bilgilerin daha geniş zamana ve mekâna yayılımını kolaylaştıran bir bilgi depolama aracı olarak işlev görmüştür. Yazılı metinler yalnızca olayları, nesneleri veya insanları sınıflandırmamakta, aynı zamanda bunların tanımlanabilmesini de mümkün kılmaktadır (Giddens, 2008: 66). Fakat bu dönem içerisinde kapsamlı bir toplumsal sınıflandırma henüz söz konusu değildir. İnsanların gündelik hayatlarına oldukça sınırlı olarak yaklaşılmaktadır. Gözetim pratiklerinin sistematik hale gelmesi asker devletler ile birlikte başlamıştır. Sistematik gözetime dair en önemli belgelerden birisi, 1086’da İngiliz toprak sahipliği kayıtlarının ve mülklere dair genel bilgilerin derlendiği Domesday Book’tur (Dolgun, 2015: 52-66).

Matbaanın icadı ve gelişimi ise doğrudan modernitenin şekillenmesini sağlamadıysa da basılmış malzemeye kolayca ulaşılması ve ucuz olması, devletlerin politik sahasının genişlemesine neden olmuştur. Bu da, devletin gözetim operasyonlarında, mutlakiyetin pekişmesi adına önemli bir etki yaratmıştır (Giddens, 2008: 237). Moderniteye geçiş dönemindeki şekillenmekte olan toplumsal yapıda, gözetim uygulamaları ‘kapatılma pratikleri’ olarak göze çarpmaktadır. ‘Kapatılma pratikleri’ -ki bu da 17. yüzyıla tekabül etmektedir.- modern gözetimin kurumsallaşması bakımından ilk evreyi oluşturmaktadır. ‘Kapatılma pratiklerinin’ ardında, dinsel ve ahlaki faktörler bulunmasının yanı sıra, asıl neden siyasi ve ekonomik faktörlerdir. Gelişmekte olan kapitalizmde işsizlik gibi sorunlarla karşı karşıya kalındığında ve isyanlar baş gösterdiğinde, isyanların bastırılması için ordularla insanları katletmek, özel mülkleri yakıp yıkmak gibi uygulamalar, büyük toprak sahiplerinin vergi toplamalarının önünde bir engel haline gelmiş ve kapitalizmin tıkanmasına neden olacak ekonomik bir krize dönüşmüştür. Bu nedenle daha etkili ve kapitalizmin işleyişini sekteye uğratmayacak bir cezalandırma yöntemine, yani ‘kapatma’ uygulamalarına başvurulmuştur. Yani, bu aşamadaki uygulamalar sanayi devriminin ve kapitalizmin işleyiş mantığına göre gerçekleştirilmektedir (Dolgun, 2015: 66-69). ‘Kapatma’ olgusu, polis ile adalet arasındaki yasal sınırlara yerleşen ve baskı altına alınan üçüncü bir tabakası olarak işlev gören gözetime dayalı bir iktidar olarak görevi yapmaktadır (Dolgun, 2015: 68).

Bu nedenle gözetim açısından modernite, koşulsuz itaat, kesintisiz ve ayrıntılı incelemenin hâkim olduğu bir toplumsal yapıya sahiptir. Dışarıdan tanımlanmış bir norma göre hareket eden hukuk mahkemeleri, tıp, psikiyatri kliniği, hapishane veya sınıf gibi kurumlar, şiddetli manipülasyonun aksine, disipline dayanmaktadır (Salter, 2005: 45).

Lyon, gözetimi sosyolojik olarak moderniteden başlatmış ve modernitenin karakteristik bir özelliği olarak görmüştür. Daha önce hiçbir toplumsal örgütlenmede yönetici sınıf, insanların gündelik hayat rutinine bu kadar yoğun nüfuz edememiştir. Hatta moderniteyle birlikte gözetim, bu rutinlerden de öteye geçmiş ve toplumdaki her bir birey kendi kendini disipline ederek toplumsal örgütlenmenin ve düzenin birer taşıyıcısı haline gelmiştir. Modern toplumlar toplumu düzene sokmanın, eski toplumların geleneksel yöntemlerinin aksine, rasyonel bir aracını geliştirmişlerdir. Modern toplumlar, zoraki yaptırımlar ve katı kısıtlamalar yerine, toplumu düzene sokacak bir dizi disipline edici uygulamalar kullanmışlardır (Lyon, 1997: 20, 44-45, 304). Örneğin, modern toplumlarda kamusal alanın tamamı, her alanı görebilecek araçlarla donatılmıştır. Bunun en önemli örneği ise MOBESE kameralarıdır. Çünkü sadece görmeye dayalı bir gözetim yeterli olmamakta, devletlerin ve iktidar yapılarının kendi güçlerinin sürekliliğini sağlaması için bireyler hakkında bilginin de depolanması gerekmektedir (Tümürkan, 2010: 4). Modern yönetimler kişisel verilerin toplanması ve kayıt altına alınmasına bağlıdır (Lyon, 2006a: 64). *“Modern gözetim eş zamanlı olarak hem sosyal denetimin hem de sosyal katılım haklarını garanti etmenin bir aracıdır. Gözetimin iki ayrı yüzü vardır.”* Gözetimin bu çift yönlülüğü iki farklı açıdan değerlendirilebilmektedir. Bunlardan bir tanesi endüstrileşme sonucu kentlerde artan nüfustan kaynaklı oluşabilecek beklenmedik durumları öngörüp kontrol edebilme isteğiyle, bir diğeri ise bir toplum içerisinde bireylere ait verilerin toplanması ve belgelenmesi sonucunda onların yurttaşlık haklarını korumak ve her bir bireye eşit demokratik katılım hakkı sağlamak amacıdır (Lyon, 1997: 53-54).

Gözetimi modernite sürecine eklemlen ve tüm gözetim süreçlerinde ortak olan bazı noktalar vardır. Bunlar: Rasyonelleştirme, teknoloji, sınıflandırma, bilgililik ve aciliyettir. Bu özelliklerden ilk ikisi sınıflandırmayı kolaylaştırmaktadır. Bilgililik, sınıflandırılan öznelerin, bunun farkında olmaları ve çoğu zaman bilinçli şekilde bu sürece katılmalarıdır. Aciliyet ise ahlaki panik yaratılarak, daha basit çözümler üretilebilecek olaylarda insanların daha kapsamlı gözetim önlemlerini kabul

etmeleridir. Bu noktalar ve özellikle de aciliyet kavramı, aynı zamanda, aciliyet hissini uyandıran, risk ve kriz yönetiminin en üst düzeye çıktığı, hızın önem kazandığı kapitalist dünyanın kar arzusundan kaynaklı, daha fazla verimlilik ve üretim elde etmeye yönelik bir durumunu da ifade etmektedir (Lyon, 2013: 47-48, 71-72). Bu anlamda modern gözetim, kapitalizmin gelişimiyle paralel olarak ortaya çıkmıştır. Kapitalizmin daha fazla kar ve verimlilik odaklı anlayışı, çalışanların denetlenmesi amacıyla gözetlenmesi arzusunu ortaya çıkarmıştır. Ayrıca, kapitalizmin etkisiyle her şeyi mekanik ve rasyonel hale getirme arzusunun bir sonucu olarak ‘kayıt etme, dosyalama ve arşivleme’ rutininin işleyişi aslında devletin, bireyleri gözetim altında tutmasını sağlayan bir mekanizmadır <sup>12</sup> (Tümurtürkan, 2010: 6). Dolayısıyla Lyon’a göre, modern toplumların güçlü bir gözetim boyutuna sahip olmasını sağlayan ana unsur kapitalist ekonomik sistem (Lyon, 1997: 43) ve bu sistemin işleyişini sağlayan, her şeyi dosyalama ve kaydetme üzerine dayanan bürokratik işleyiştir (Lyon, 1997: 53-54). Bu işleyişin önemli bir yanı da elbette kaydedilenler üzerinde yapılan ‘sınıflandırma’dır ve özellikle de polis, emniyet güçleri, refah ve toplumsal denetim ile ilgili birimlerde yoğun olarak uygulanmaktadır (Lyon, 2013: 120-121). Bauman’ın da değindiği gibi zaten modernite, en önemli başarısını ‘parçalanma’ olarak görmektedir. Çünkü parçalanmış ve dosyalar altında sınıflandırılan bir dünya daha yönetilebilirdir. Güçlerin, mesleklerin, zamanın veya insanların, kısacası hayata dair her şeyin parçalanması demek, Bauman’a göre, hayatı bütünsel olarak algılayamayıp, ana sorunu görememektir (Bauman, 2003: 23-24). Giddens özellikle zamanın uzamdan ayrılmasını, modernliğin dinamizmi için çok önemli görmektedir. Çünkü bu durum, kendi bağlamlarını kaybetmiş insanları rasyonel örgütlenme altında tekrar bir araya getirmektedir (Giddens, 1994: 25). Gözetim açısından bakıldığında bu ‘parçalanma’ meselesine dair diğer bir sorun da çeşitli mesleklerin uzmanlıklarına göre ayrılarak parçalanmasıdır. Böylece gözetim uygulamaları da profesyonel ellerden ve çeşitli açılardan detaylı bir şekilde gerçekleştirebilmektedir (Tümürkan, 2010: 1). Dolayısıyla, sınıflandırma ve hayata dair birçok şeyin kategorize edilmesi, modern dönemin güç ilişkilerinin önemli bir boyutudur. Kategorilerin yaratıldığı ve uygulandığı her yerde de gözetim vardır. Tarihsel olarak bu, dini ve kültürel normlar ile güçlendirilmiştir. Kapitalizm ve modern devletle birlikte bu tür uygulamalar rasyonel örgütlenme yoluyla, yani bürokrasi, yönetim ve polislik ile sistematize edilmiştir (Graham ve Wood, 2003: 227-228).

<sup>12</sup> Kapitalizmin, modern gözetimi önceleyen özelliklerine ‘Gözetim Olgusuna Kuramsal Yaklaşımlar’ bölümünde Marx ve Weber’in görüşlerinde daha geniş yer verilecektir.

Wood'a göre kapitalizm, yalnızca moderniteye indirgenebilecek bir olgu değildir. O, hem moderniteyi hem de postmoderniteyi içine alan tarihsel özgüllüğe sahip bir olgudur. Postmodernitenin, modernitede eleştirdiği noktalar aslında kapitalizme atfedilmesi gereken eleştirilerdir. Fakat, postmodernite de kapitalizmi doğallaştırma noktasında bir etkiye sahiptir. Dolayısıyla aslında değişen tek şey kapitalizmin görünümüdür (Wood, 1999: 43, 45-46). Wood'un, kapitalizmin tarihsel seyri açısından postmoderniteye atfettiği rol, gözetim pratikleri açısından da geçerlidir. Çünkü ister iletişim amaçlı olsun isterse de eğlence amaçlı olsun elektronik araçların ve internetin kullanımının yaygınlaşması gözetim olgusunu farklılaştırmakta, yumuşatmakta ve doğallaştırmaktadır. Lyon'a göre de gözetleme postmodern bilgi toplumlarının merkezi bir ögesidir (Lyon, 2006: 28). Çünkü bilgi toplumunu bilgi toplumu yapan dijital verilerin akışıdır. Elektronik gözetim de tam da bu dijital verilerin toplanması, sınıflandırılması ve analiz edilmesi üzerine işlemektedir (Cohen, 2014: 35).

Staples'a göre, postmodern dönemde gözetim iki temel belirleyici özelliğe sahiptir. Bunlardan ilki, gündelik hayatın denetim kültürüne dayalı olarak düzenlenmesidir. Staples bunu 'iktidarın özenli ritüelleri' olarak tanımlar. Yani bir hizaya sokmak, sapmaları engellemek, cezaları artırmak amacıyla gerçekleştirilen güvenlik denetimleri, sınır kontrolleri, kapalı devre kamera sistemleri gibi uygulamaların tüm hayata yayılışını ve sıradan uygulamalar haline gelişini ifade eder. Diğer özelliği ise, önleyici olmasıdır. Yani, olaydan sonra harekete geçmektense çoğunlukla olayın sonucunu öngörüp müdahaleci bir tavır takınılan bir süreci anlatır. Gözetim sabit ve kapalı fiziksel alanları aşmakta; iktidarın işlediği bölgelerin dışına taşmakta ve hareketli ortamları da özel alanları da kuşatacak şekilde akışkan bir hale gelmektedir (Staples, 2000: 3'den akt. Lyon, 2013: 133-134).

Staples (2013: 4) postmodern gözetimin bu özelliklerini çağdaş, yeni ve özgün sosyal, kültürel ve ekonomik yaşam biçimlerini içeren çağdaş dönemin bir ürünü olarak görmektedir. Bu nedenle, modern sosyal kontrol yöntemlerinden ayrıışan en az dört tanımlayıcı özelliği içerir. Bu dört özellik şunlardır (Staples, 2013: 11):

- 1-) Giderek daha fazla teknoloji tabanlı, sistemli, otomatik ve bazen de isimsiz olarak uygulanırlar ve genellikle kanıt olarak kalıcı bir kayıt oluştururlar.

2-) Birçok yeni teknik, vücudu izlenebilir, değerlendirebilir ve düzenlenebilir bir nesne olarak hedefler ve tedavi eder.

3-) Yeni teknikler genellikle yereldir ve gündelik yaşamlarımızda faaliyet gösterirler.

4-) Yerel olsun ya da olmasın, sadece resmi “sapkın” ya da şüpheli değil, geniş kapsamlı toplulukları inceleme altına almayı başarırlar.

Postmodern gözetim artık yalnızca suçlu ya da anormal kişilere karşı uygulanmamaktadır. Yani insanlar iyi ve kötü, suçlu ve masum gibi birbirine zıt kategoriler üzerinden değerlendirilmemektedir. Gözetim kategorileri artık çok çeşitli olarak insanların yaşam tarzı, eğitim düzeyi, ilgi alanı, sağlık durumu gibi demografik, jeo-demografik ya da psikografik özelliklerine göre belirlenmektedir (Lyon, 2013: 86). Elektronik izler ile birlikte, çeşitli kategorizasyonlar oluşturabilmek için veri toplamak oldukça kolay bir hale gelmiştir (Akar, 2010a: 37-40). Kimlik kontrolleri, kamera sistemleri, parmak izi teknolojileri, kredi kartları, internet izleme programları gibi çok çeşitli kaynaklardan toplanan verileri, günümüzün teknolojileriyle aynı veri tabanlarında bir araya getirip analizini yapmak mümkün hale gelmiştir ve böylece gözetim olgusu, insanların günlük hayat rutininin bir parçası olmuştur (Özger, 2016: 6-7). Yirminci yüzyılın ikinci yarısından beri, devletler varolan ve oluşabilecek toplumsal problemlerden haberdar olabilmek için bilgi altyapıları kurmaya özel önem göstermektedirler. Çünkü böylece devletler gözetim kapasitelerini genişletmekte ve nüfusu sıralama, sınıflandırma, kategorize etme ve eleme gibi kimisinin yaşam şansını olumlu, kimisinininkini de olumsuz etkileyecek şekilde uygulamalar gerçekleştirebilmektedir (Lyon, 2006a: 17). Yirmi birinci yüzyıla gelindiğinde ise kişisel verilerin sistematik olarak toplanması, depolanması ve analiz edilmesi sürecinin tüm topluma yayılacak şekilde genişlemiş olmasından dolayı bir gözetim toplumundan söz etmek mümkün hale gelmiştir (Lyon, 2013: 20). Yirmi birinci yüzyılın gözetimini teknolojik gelişmeler çevrevesinden yorumlayan Monahan çağdaş teknolojiler tarafından ortaya konan kendini ifade etme fırsatının bolluğunun, uzaktaki bilgisayar sistemlerinin dijital veriler üzerindeki gözetim mekanizması ile birlikte değerlendirilmesi gerektiğini söylemektedir. Gerçek bağlamlarından sıyrılmış dijital kişisel bilgiler, kişilerin yaşam şanslarını giderek daha fazla etkiler hale gelmiştir. Ve

bu mekanizma karşısında mağlup olan bireyler, bu veri tabanlarının varlığı veya sonuçları hakkında ve kimliklerinin bu veri tabanlarında nasıl inşa edildiği konusunda çok az bilgiye sahiptirler. Kişisel ve sosyal bağlamların zenginliğinin sınırlı sayıda değişkene indirgenmesiyle ilgili bu karmaşık konu, bilimin tahmin etme ve genelleme yeteneğinin çekirdeğini oluşturmaktadır. Veri tabanına dayanan gözetim, aynı zamanda, ekonomik rekabet edebilirlik ve risk yönetimi hakkındaki mevcut fikirlerin de merkezi kabul edilmektedir (Monahan, 2006a: 46).

Dolayısıyla, modernizm ile sistematikleşen gözetim olgusunu temsil eden panoptik bakış açısı, postmodernizmin gözetim pratiklerini yorumlamak için yetersiz ve eksik kalmıştır. Çünkü modernitenin gözetimi, baskı ve zorlamaya dayanırken; postmodernizm döneminde, bilgi ve iletişim teknolojilerinin çeşitli fonksiyonlarıyla insanların taşıyıcısı olduğu bir gözetim kültürü doğmuş ve gözetimin ‘baskıya dayanan’ algısı değişerek, gönüllü bir katılım durumuna dönüşmüştür (Okmeydan, 2017: 46-47). Yani modern gözetim teorisi bürokratik yapı, ulus-devletler ve makinevari gelişmeler gibi dinamiklere dayanmaktayken, postmodern gözetim teorisi ise, William Staples’in yeni ‘*teyakkuz ve görünürlük biçimleri*’ olarak yorumladığı teknolojik veri tabanlarına, bedenin nesneleştirilmesine, gündelik ve evrensel gözetim biçimlerine dayanmaktadır (Lyon, 2013: 79-80).

Gözetim olgusuna dair tarihsel sürecin sonunda gözetim, her şeyin ötesinde, yönetim, üretim, güvenliğin sağlanması, pazarlama ve eğlence sektörünün temelini oluşturan enformasyon altyapılarının bir sonucudur. Dolayısıyla, daha fazla verimlilik, kar ve güvenlik kaygısı gibi gerekçelerle kişisel verilerin toplanmasını içermektedir (Lyon, 2013: 141).

### 2.1.1. İlk Gözetim Analizleri ve Teknolojileri

Giddens, iktidarlar açısından gözetimin bir amacı olan otorite kurmanın mümkün olabilmesi için, öncelikle enformasyonun ya da bilginin korunması ve denetlenmesi gerektiğini söylemektedir. Dolayısıyla, ilk gözetim teknolojilerini yazı ve işaret sistemleri olarak kabul etmektedir. Sözlü dönemlerden farklı olarak yazılı dönemde, yazının icadı toplumların yönetilmesine yönelik gerekli bilgilerin bir kaydını tutmayı ve bütün bu bilgileri saklamayı mümkün kılmıştır (Giddens, 2000: 102). Dolgun, yazı ile gözetim pratikleri arasındaki ilişkiyi yazının gelişim süreci ile

bilgi ve dokümantasyon işlemlerinin birbirine paralel artmasıyla açıklamıştır. İktidar ilişkileri de bu ilişkinin bir sonucu olarak şekillenmiş ve yazıya dair tekniğin gelişmesiyle de iktidarın sahip olduğu gözetim kapasitesi artırmıştır. Bu anlamda kil ve parşömen üzerindeki bilgiler gözetimin ilk örneklerini oluşturmaktadır. Daha sonra matbaanın bulunmasıyla gözetim yeni bir boyut kazanmış ve günümüz enformasyon teknolojileriyle de gözetimin kapasitesi ileri boyutlara ulaşmıştır (Dolgun, 2015: 45).

Sennett'in 'Otorite' (2005) adlı çalışmasında paternalizm ve otorite açısından ele aldığı 19. yüzyılda ABD'deki Pullman Palace Car Company kasabası, aynı zamanda gözetimin de ilk analizlerinden birini oluşturmuştur (Güven, 2014: 87). Bu kasabada amaç, işçileri endüstriyel yapının işleyişinin bir parçası haline getirmektir. İşçiler bu kasabada yaşamakta fakat mülk edinemediktedir. Bunun yanı sıra, içki ve sigara yasağı, gece sokağa çıkma yasağı gibi yasaklar da mevcuttu. Kasaba içerisinde bulunan fabrika, evler, eğlence alanları ve geriye kalan bütün alanların mülkiyeti fabrikanın sahibi George Pullman'a aitti. Pullman hem maddi hem de manevi bir koruyuculuk görevi de üstlenmişti (Sennett, 2005: 70-73).

Christopher Dawson ise 'Batı'nın Oluşumu' (1976) kitabında ilk gözetim pratiklerini Roma'nın feodalite dönemine dayandırmıştır. Roma'da "iyi vatandaş" olarak kabul edilenler şehir sakinlerinden çok, şehrin dışında büyük çiftlikleri olan varlıklı kimselerdi. Kırsaldaki mülklerinde çok sayıda köleyi barındıran yerleşimlerin sahibi olan bu iyi vatandaşlar, feodalite içindeki toplumsal denetim ile gözetim pratiklerinin ilk örneklerini bu çiftliklerde vermişlerdir (Dawson, 1976: 169'dan akt. Dolgun, 2015: 59). Ayrıca, Richard Sennet'e göre de Eski Roma kentlerinin mekânsal yapısı, bedensel hareketi disipline edebilmek amacıyla yapılmıştır. Örneğin, vatandaşların Hadrian Tapınağı'na baktıkları zaman egemen sınıf tarafından uygulanan nizama uymaya meyilli olacakları öngörülmüştür (Sennet, 1996: 116 akt. Lyon, 2013: 61).

### 2.1.2. Bir İktidar Aracı Olarak Gözetim

İktidar kavramı, toplulukların ve sosyal dünyanın mercek altına alındığı andan itibaren önemli bir tartışma konusu olmuştur. İktidarın tanımı ve kapsamına dair farklı bakış açılarından, farklı iktidar teorileri sunulmuştur. Fakat bu iktidar teorilerinin iktidarı ele alış biçimi ne kadar farklı olursa olsun, hepsinin bulunduğu ortak payda,

İktidarlar açısından bilginin çok önemli bir rol oynamasıdır. İktidar demek bilgi demektir (Purdy, 2015: 3-4). Çünkü iktidar ilişkileri aynı zamanda bir mücadele alanıdır ve mücadeleden galip çıkabilecek sınıf, toplumun diğer kesimlerine de yön verebilecek gücü elinde bulundurabilenlerdir. Yön verebilmenin yolu ise o kesimi anlamaktan geçmektedir ve bu da, o kesim hakkında bilgi sahibi olmakla ilgilidir. Bilgi sahibi olmanın en iyi yolu da ‘gözetim’dir. İktidarın gözetim arzusunun kaynağını *“her şeyi anlayacaksa, her şeyi bilmeliyiz.”* cümlesi ile Alman Demokratik Cumhuriyeti (DDR)’nin Güvenlik ve İstihbarat Şefi Erich Mielke en yalın haliyle özetlemiştir (Lokke, 2018: 17).

İktidar düzenine göre gözetlemenin, cezalandırmadan daha etkili ve daha verimli olduğunun fark edildiği an 18. yüzyıl ve 19. yüzyıl başına tekabül eder. Bu aynı zamanda yeni tür bir iktidar işleyişinin oluşumu anlamına da gelmektedir. Bu yeni iktidar düzeni, iktidar mekanizmalarının sadece kurumsal düzenlemelerinden veya siyasal rejim değişikliklerinden ibaret değildir, aynı zamanda da iktidarın bireylerin bedenlerine, hal ve tavırlarına, söylemlerine, öğrenimlerine, gündelik yaşamlarına nüfuz etmektedir (Foucault, 2012: 23).

İktidar ilişkileri bağlamında düşünüldüğünde, gözetimin kontrol ve denetim kapasitesi bakımından güç ilişkilerini belirleyici yönü ön plana çıkmaktadır. ‘Güç’ ise iktidardan bağımsız bir kavram olmamakla birlikte, ‘iktidar’ ile aynı anlama da gelmemektedir. Canetti güç ile iktidar arasındaki farkları şöyle açıklamaktadır:

*“Güç kendisine zaman tanındığında iktidar haline gelir, ancak kriz anı, geri dönüşsüz karar anı gelince güç çıplak güç haline geri döner. İktidar daha geneldir ve güçten daha geniş bir uzam üzerinde işler; iktidar çok daha fazlasını içerir, ama daha az dinamiktir. İktidar daha törenseldir, hatta belirli bir sabır ölçüsü vardır.”* (Canetti, 2006: 283)

Canetti, gücün iyi veya kötü olarak nitelendirilemeyeceğini, fakat iktidarların gücü kullanım amacıyla somut bir niteliğe kavuşacağını belirtmektedir. Canetti, bu durumu kedi-fare analojisiyle<sup>13</sup> açıklamaktadır. Kedi, gücünü fareyi yakalamak için

<sup>13</sup> Canetti, bu örnekle aynı zamanda ağzı hapishanenin bir prototipi olarak düşünmüştür. Örneğin, fare bir kedinin ağzına girdiğinde kurtulmak için manevra yapma şansı kalmamakta, dolayısıyla kurtulmak için umudu da kalmamaktadır. Hapishane de tıpkı bu örnekteki gibi mahkuma kaçmayı, kurtulmayı umacağı manevra alanı bırakmaz. Hapishanenin tüm mekanizması, mahkumun yok edilişine ayarlanmış

kullanmaktadır. Kedi, farenin biraz uzaklaşmasına izin verdiğinde fare o süre zarfında güce maruz kalmaz, fakat hala kedinin iktidar sınırları içerisindedir. Güç bu nedenle, iktidara göre dinamik bir süreçtir ama iktidar her zaman gücünü hissettirmeyebilir (Canetti, 2006: 284).

Toffler da gücün nötr bir kavram olduğunu, fakat insan ilişkilerinin ve arzularının bir parçası olduğu için insani niyetler ile iyi veya kötü anlam kazandığını belirtmektedir. İnsanlar hem güce anlamını kazandırırılar hem de gücün bir ürünüdürler. Toffler, insanlık ile güç arasındaki bu ilişkinin bir sonucu olarak derin toplumsal dönüşümlerin gücün yapısını da değiştirdiğini belirtmektedir. Toffler, bilgiyi en demokratik güç olarak görmektedir çünkü -özellikle teknolojinin yaygınlık kazanmasıyla- toplumun her kesiminin sahip olabileceği bir şey olduğunu düşünmektedir. Fakat aynı zamanda, bilginin kazanması için önce kaba kuvvetle veya para ile anlaşması gerektiğini (Toffler, 1992: 17-35) söyleyerek günümüzün iktidar ilişkilerine vurgu yapmaktadır. İktidar ilişkileri mümkün mertebede bilgiye yer vermekte, bilgi ise bu ilişkileri güçlendirmektedir. Özellikle modernitenin başlangıcıyla birlikte iktidar oluşturma ve sürdürme konusunda bilgiye olan bağımlılık daha da artmıştır (Lyon, 1997: 45). Weber'e göre, iktidar (ussal yönetim), bilginin ve disiplinin kaynaşmasının bir sonucudur (Weber, 1984'den akt. Lyon, 1997: 44). Foucault ise bilgi olmadan iktidarın sürdürülmesinin olanaksız olduğunu ve bilginin mutlaka iktidar doğurduğunu söylemektedir. Bilgiye dayalı bu iktidar yalnızca baskıya dayanmamakta, arzuları harekete geçirmeye yönelik pozitif etkiler de üretmektedir (Foucault, 2012: 36-42). Bu nedenle iktidar artık daha anlaşılmaz, komplike ve güçlüdür.

Bauman 'Küreselleşme' (1999) adlı kitabında iktidar anlayışının ve uygulanma biçiminin tarihsel süreçte değişime uğradığını, güç algısının değişimi ile açıklamıştır. Bauman, modern dönemin güç algısının ne yönde değiştiğini şu cümlesiyle özetlemektedir:

*“Modern öncesi zamanlarda güç, haşmetini, zenginliğini ve görkemini sıradan insanların gıpta, korku ve hayranlıkla seyretmesine izin vererek, kendini halkın*

---

gibidir. Bu mekanizma fiilen işlemezken bile mâhkum bunun her zaman bilincindedir (Canetti, 2006: 284).

*zihnine nakşederdi. Yeni modern güç ise uyrukları tarafından seyredilmektense, gölgede kalıp onları seyretmeyi tercih etmiştir.”* (Bauman, 1999: 56)

Dolayısıyla, Bauman’a göre, güç kullanımında artık gösterinin yerini gözetim almıştır. Bauman’ın bu görüşüyle paralel bir biçimde Dolgun ise modern öncesi dönemin gözetimini, “egemen güçlerin iktidarını sağlamlaştıracak bir mekanizma” olarak; ulus-devlet, kapitalizm ve bürokrasi olgularından meydana gelmiş modern dönemdeki gözetimi ise kurumsal, sistematik ve gündelik hayatın bir parçası haline gelmiş, iletişim kültürüne eklenmiş bir olgu olarak tanımlamıştır. Özellikle modern dönemin iktidar yapılarında güç daha örtüktür ve demokratik devlet anlayışının hoşgörüsüyle perdelenmiştir (Dolgun, 2015: 22). Gramsci’ye göre de hiçbir iktidar sadece güç kullanarak iktidarda kalamaz ve güç de kültür gibi gündelik yaşamın içerisinde yer bulur (Yaylagül, 2013: 111). Dolayısıyla modern dönemde güç, saf fiziki kuvvetten ziyade daha çok kontrol süreçlerinde vücut bulmaktadır ve Mosco’ya göre kontrol aynı zamanda politik bir süreçtir (Mosco, 2009: 3).

Beniger ‘Kontrol Devrimi’ (2011) adlı makalesinde kontrol sözcüğünü, ‘önceden belirlenmiş bir hedefe doğru amaçsal etki’ olarak tanımlamıştır (Beniger, 2011: 443). ‘Bilgi işleme’ ve ‘karşılıklı iletişim’ kavramları ise kontrol olgusunu oluşturan iki önemli faaliyettir. Beniger bu iki faaliyetin önemini şöyle açıklamıştır:

*“Bilgi işleme bütün amaçsal etkinliklerin özünde yer alır, çünkü tanımı gereği belirli bir hedefe yönelmiştir ve bu yüzden mevcut durumların sürekli olarak gelecek hedeflerle karşılaştırılması gerekir. Girdilerin hedeflerle karşılaştırılmasıyla eş zamanlı olarak ayrıca kontrol eden ve kontrol edilen arasındaki çift yönlü bir etkileşimin de gerçekleşmesi gerekir. (Geribildirim terimi de kontrol edene doğru gerçekleşen bu çift taraflı enformasyon akışını ifade eder.)”* (Beniger, 2011: 444)

Dolayısıyla Beniger, ‘kontrol’ün toplum genelinde işlerlik kazanmasını, enformasyon teknolojilerinin gelişim süreciyle bağlantılı olarak görmüştür. Bu teknolojilerin yaygınlık kazandığı ve dolayısıyla veri işlemenin de kolay ve ucuz olduğu modernitede ise, iktidarın oluşturulması ve sürdürülmesi için bilginin gücüne olan bağımlılık daha da artmış; bilgiye erişim de büyük oranda iktidarla bağlantılı hale gelmiştir (Lyon, 2013: 44-45).

Foucault ‘kontrol’ kelimesini toplumların yakın geleceğinin bir tasviri olarak kullanmıştır. Foucault’ya göre disiplin toplumu 19. ve 20. yüzyılın başlangıcına kadar sürmüştür. 2. Dünya Savaşı’ndan sonra disiplin toplumunun krizi başlamıştır ve yeni bir güç yapısının oluşum süreci başlamıştır. Foucault disiplin toplumundan kontrol toplumuna geçişi yeni bir toplumsal dinamik olarak ele almıştır (Deleuze, 1992: 3-4).

Cohen de (1985) iktidarın bir aracı olarak kontrolün, topluma yönelik kullanımını “toplumsal kontrol” kavramıyla açıklamıştır. Cohen’e göre, toplumsal kontrol, “sapma” davranışını engellemeyi amaç edinen davranışlar bütünüdür (Cohen, 1979: 339-340). Şu anki toplumsal kontrol sistemi, 18. yüzyılın sonundan 19. yüzyılın başlarına kadar gerçekleşen büyük dönüşümlerden kaynaklanmıştır: İlk dönüşüm, suçun kontrolü ve “normalleştirme” sürecinde “sapma davranışını gerçekleştirenlerin” bakımı için, hapishane, akıl hastaneleri gibi merkezi devlet aygıtlarının geliştirilmesi; ikincisi de, sapkınlığın tanımlarının çeşitlenmesi, farklılıklarının artması ve her birisi için “bilimsel” bilgi ve akredite uzmanlarının farklılaşmasıdır. Bu şekilde ayrılmış ve yalıtımlı kurumlar, sapma kontrolünün (sosyal kontrolün) gerçek işini görünmez hale getirmiştir, ancak kendi kurum sınırlarını daha da belirgin hale getirmiştir. Hapishaneler, ister şehirlerin ortasına isterse uzak kırsal bölgelere, ıssız adalara inşa edilsin, her bir kurumun normalden sapkınlığa işaret etmek için mekansal sınırları vardır. Dışarıdakiler, duvarların arkasında neler olup bittiğini merak edebilmekte, içeridekiler de "dış dünya" hakkında düşünebilmektedir. Fakat bu iki taraf arasında mekânsal bir fark olmaktadır: içeride/dışarıda, suçlu/masum, özgürlük/esaret, hapsedilmiş/serbest bırakılanlar vs. Bu mekansal sınırlar, aynı zamanda sosyal dışlama ritüelleri ile de güçlendirilmiştir (Cohen, 1979: 341-344). 19. yüzyıldan sonra ise, teknolojinin de yaygınlaşmasıyla birlikte, toplum-iktidar ilişkisindeki yapısal kalıplarda -rasyonalizasyon, merkezileşme, ayrışma, sınıflandırma- çok büyük değişiklikler yaşanmamıştır fakat bütün bu kalıplar yoğunlaşmış, karmaşıklaşmış ve toplumda daha da yaygınlaşmıştır (Cohen, 1985: 37). Yani, sosyal kontrol yapıları tüm topluma yayılarak rasyonalize hale gelmiştir. Örneğin; bir kişinin normal dışı olduğunu kabul etmesi ve tedaviye ihtiyacı olduğuna ikna olması bu rasyonalizasyon sürecinin başarılı bir örneğidir. Cohen, bu durumda sosyal kontrolün bulanıklaştığını söylemektedir ve bu durumu şöyle açıklamaktadır: “*Sosyal kontrolün bulanıklaşması, hem sosyal kontrolün vücuda daha derinden nüfuz etmesine, hem de herhangi bir dışlamaya karşı alınacak tedbirin hafifletilmesi veya statünün bozulması anlamına*

*gelir.*” (Cohen, 1979: 356). Rasyonalize olmuş tüm toplumsal yapılarda yönetim, görevliler tarafından işlenen ve dosyalanan yazılı belgelere ve kişisel olmayan teknik bilgilere dayalı hale getirilmiştir. Bu durumda verimlilik, denetim ve güvenlik gibi unsurlar azamiye çıkartılmış olur, ama asıl azamiye çıkartılan şey sosyal kontroldür.

Deleuze, disiplin toplumu ve kontrol toplumu arasındaki belirgin farkı ise şöyle açıklamaktadır: Disiplin toplumunda bireyin toplumun tümünden ayrı bir kimliğinin olması çok önemsenmemektedir. Bireyin toplum ile bir bütünlük halinde olması önemsenmektedir. Kontrol toplumunda ise bireylerin kimliği belirginleştirilir ve toplumda her bir bireyin kendine özel sayısal bir ifadesi vardır. Deleuze’nin bu açıklaması aslında kontrol toplumunun yapılışının bireyin gözetimini kolaylaştırmaya ve onu sayısallaştırmaya yönelik olduğunu göstermektedir. Deleuze, bireyin, toplumdan ayrıştırılarak nesneleştirilmesini ise şu cümlesi ile belirgin bir şekilde ortaya koymaktadır: *“Artık kendimizi kitle/bireysel çiftlerle uğraşırken bulmuyoruz. Bireyler "dilekler" ve kitleler ise örnekler, veriler, pazarlar veya "bankalar" haline geldi.”* (Deleuze, 1992: 4-5). Bireylerin toplumun genelinden ayrıştırılarak nesneleştirilmesine argüman olabilecek nedeni Ericson ve Haggerty insanların mobilize hale gelmesi olarak açıklamışlardır. İnsanların mobilize hale gelmesiyle çevresel düzenlemeler, onların gözetimini ve tespitini kolaylaştıracak şekilde düzenlenmeye başlanmıştır. Giriş çıkışlarda kart kullanımı gibi mekânsal faaliyetler, kişisel sigorta ve kimlik numaraları gibi nüfusa odaklı uygulamalar iktidar tarafından uygulanan baskıyı gömülü hale getirmekte ve iş birliğine dayanan, insanlar tarafından zorlama olarak tecrübe edilmeyen bir baskı oluşturmaktadırlar. Bütün bu uygulamalar iktidar tarafından aynı zamanda risklerin korunmasına karşı güvence vermek için de kullanılmaktadır (Ericson ve Haggerty, 1997: 436). Dolayısıyla iktidarların toplulukları kontrol etme arzusu, yeni teknolojiler ile birlikte tahakküme dayanmayan, arzu ve istek uyandıran yeni bir forma bürünmüştür. Gözetim olgusu da, bütün bu kontrol süreçlerini kapsayan pratikler bütünü olarak düşünülebilir (Güven, 2014: 81). Hatta gözetim kendi başına bir iktidar kaynağıdır (Lyon, 1997: 20). Kullanılan cep telefonları, GPS cihazları, CCTV kameraları, dinleme cihazları, internet ve sosyal platformların kullanımı, internet üzerinden yapılan alışverişler vs. aynı zamanda gözetimin araçlarıdır. Böylece iktidar her yere yayılmaktadır (Öztürk, 2013: 138). Bu gözetim teknolojilerindeki nicel gelişmelerle de, iktidarın mikrofiziği niteliksel bir değişime uğramaktadır (Graham ve Wood, 2003: 6). Bu noktada Mosco, Foucault’nun çalışmalarını eleştirmektedir. Ona göre, Foucault’nun çalışmalarında

önerilen eksik bağlantı iktidarın makro yapılarla olan ilişkisidir. Foucault için iktidar, yaşamın dolaşım sisteminin küçük kan damarları olan toplumun kılcal damarları olarak adlandırdığı kişisel yaşam seviyesine girdiğinde en ilginç ve etkilidir. Fakat, Mosco'ya göre bu sistemlerin bireylerin deneyimlerine nasıl dönüştüğünü düşünmek gerekir. Mosco, iktidarın, sosyal yaşamın makro yapılarına gömülü kurumsal bir biçimi olduğunu öne sürmektedir (Mosco, 1993: 120-121).

Foucault'ya göre iktidar ilişkileri mevcut dönemin tarihsel bağlamına bağlı olarak birbirlerinden çok farklı yöntemler ve teknikler kullanmaktadırlar. Ama hangi tarihsel bağlam olursa olsun iktidar ilişkileri aslında aynı zamanda güç ilişkileridir ve her zaman tersine dönebilen çatışmalardır. Dolayısıyla bu ilişkiler kaçınılmaz olarak her an direnişe imkân tanımakta, direniş çağrısı yapmaktadır. Yani Foucault'ya göre iktidar, karşı-iktidar doğurabilecek dinamik bir süreçtir. Meydana gelen direniş ne kadar büyük olursa, iktidara sahip olan da o kadar fazla güçle ve kurnazlıkla iktidarı elinde tutmaya çalışmaktadır. Foucault burada güç kullanımı derken tahakkümü, bastırmayı, engellemeyi, cezalandırmayı kastetmemektedir. Çünkü bütün bunları yapan iktidarın sevilmesi mümkün olmamakta ve sağlam bir zemine oturmamaktadır. Bu nedenle, Foucault'a göre iktidarı en güçlü kılan şey, iktidarın temel işleyişinin olumsuz olmamasıdır. İktidar, bilgi üretmek, arzu yaratmak gibi olumlu etkiler de ortaya çıkarabilmektedir (Foucault, 2012: 74, 176-177). *İktidar bedeni çalıştırır, davranışa nüfuz eder, arzu ve zevkle iç içe girer; bu yüzden iktidardan kurtulmak çok güçtür.*" (Foucault, 2012: 49). İktidarın, toplum üzerinde beklenen bu olumlu etkiyi meydana getirebilmesi için etkisi altına almak istediği kitlenin yönelimlerini, arzularını, istek ve beklentilerini çok iyi bilmesi, onlar hakkında büyük oranda bilgi sahibi olması gerekmektedir. Bu da ancak, bu kitlenin gözetlenmesi aracılığıyla mümkün olabilmektedir. İster gerçek anlamda doğrudan gözetlemek şeklinde olsun, isterse de dosyada biriktirilen bilgi aracılığıyla metaforik anlamda gözetlemek olsun, Foucault'ya göre gözetlemek bir iktidar ilişkisi yaratmaktadır. Görmek-görülme ikiliği üzerine dayanan bu iktidar ilişkisinde iktidar, hem kayıt altına alır, veri tabanı oluşturur hem de veri mayıncılığına olanak tanıyan yazılıma, özneleri sınıflandıracak kapasiteye sahiptir (Lyon: 2013: 44, 125-126).

### 2.1.3. Gözetim Olgusuna Kuramsal Yaklaşımlar

Sosyal teoride sistematik izleme olarak da adlandırılabilen gözetim konusuna ilk dikkat çeken düşünür Karl Marx'dır (Bozkurt, 2000). Marx, gözetim kavramını kapitalist sistemin bir sorunu olarak ele almıştır. Marx'a göre, modern toplumların gözetim açısından en belirgin özelliği kapitalist ekonomik düzenin devamlılığını sürdürebilmek adına gözetimin sistematik hale getirilmesidir. Yani Marx, gözetimi emek ve sermayenin arasındaki mücadelenin bir unsuru olarak görmektedir. Daha önceki sistemlerde işçileri eşgüdüm içinde çalıştıran araçlar zorlama içerirken, kapitalizmde işçiler biçimsel olarak daha özgür kılınmıştır. Egemen sınıf, özel olarak işçilerin verili bir sürede en düşük maliyetle en fazlayı üretmeleri için, genel olarak fabrikaların kar odaklı işleyişi ve kapitalist düzenin devamını sağlamak adına işçileri gözetlemektedirler. Mekansal açıdan ise fabrikalar, işçilerin tek çatı altında toplanmasını sağlayarak işçilerin gözetlenmesini kolay bir hale getirmiş ve verimliliği azamiye çıkarmıştır (Lyon, 1997: 20, 43). Bu nedenledir ki Marx, fabrikalar için Charles Fourier'in 'ıslah edilmiş hapisane'ler belirlemesini kullanmıştır (Güven, 2014: 89).

Gözetim olgusunu inceleyen ilk dönem sosyologlarından bir diğeri ise Max Weber'dir. Weber, kapitalist işletmelerde gözetimin rolünü kabul ederken, diğer taraftan da gözetimin sınıf ilişkileri bağlamıyla sınırlandırılmasına karşı çıkmıştır. Ona göre, gözetim bürokrasiyle sınırlıdır ve kapitalist işletmeler de bürokrasinin bir türüdür (Lyon, 1997: 43). Modernitenin üzerine kurulduğu unsurlardan biri olan bürokratik örgütlenme, gözetimin itici gücünü de oluşturmaktadır (Lyon, 2013: 119). Çünkü zorunlu idari görevlerin faaliyet alanı genişlerken, işleri koordine etme aracı olarak da bürokrasi gelişmiştir. Böylece insanların gündelik hayatları, bürokrasinin her şeyi kapsayan dosyalarının içerisine hapsolmuştur (Lyon, 1997: 53-54). Fakat gözetim olgusu da bürokrasinin oluşmasını sağlayan bir teknik unsurdur. *"Kimlerin izleneceğine ya da hangi enformasyonun toplanacağına bir kez karar verildiğinde, temel işlemi yürüten makine bürokrasidir."* (Lyon, 2013: 119) Gözetim, kaçınılmaz eşitsizliklerin eşlik ettiği bürokratikleşme sürecine tezahür eden ve insanları, inisiyatifleri ve bireysellikleri yok eden kurallar ve prosedürlerin 'demir kafesine' hapseden bir araçtır (Webster ve Ball, 2003: 11). Bürokrasideki iktidar mekanizması hem enformasyon toplama hem de kişileri denetleme aracı olan bir arşiv dosyasıyla sembolize edilebilir. *"Bu tip dosyalar çoğu kez örgütlerin, özellikle devlet*

*yöneticilerinin toplulukları 'fişleyebileceği' kişisel bilgileri içerir.” (Lyon, 1997: 20)* Bu anlamda Beniger ‘Kontrol Devrimi’ makalesinde, 19. yüzyılda dönemin en önemli kontrol teknolojisi olan bürokrasiyi toplum analizinin merkezine yerleştirmiş olan Weber’e özel önem atfetmiştir. Weber bürokrasiyi ‘Endüstri Devrimi’nin serbest bıraktığı toplumsal güçlerin kontrolü’ için yeni bir mekanizma olarak gören ilk kişidir (Beniger, 2011: 442).

*“Bürokrasileri iş yerlerinde, devlet dairelerinde, hastanelerde, okullarda, hapishanelerde, kiliselerde, diğer dini kurumlarda ve daha pek çok yerde görmek mümkündür. Bürokrasi Weber’e göre, rasyonalizasyonun doğal bir sonucu olmanın yanında, meşru iktidarı ve demokrasiyi güvence altına alan modern araçların bir parçasıdır.” (Lyon, 2013: 119)*

Özetlemek gerekirse; Marksist sav sınıf denetimini gözetimin temel motivasyonu olarak kabul ederken, Weberyani sav gözetim olgusunun sadece sınıf denetiminden ziyade, daha derin bir mekanizmaya, yani bürokrasiye dayandığını söylemektedir. Marksist yaklaşımda gözetim, sermayenin gücüne odaklanırken, Weberyani yaklaşımda gözetim, modernite içindeki rasyonel sürece odaklanmaktadır. *“Marx ve Weber’in ilk gözetim analizleri, gözetimin toplumsal bağlamlarını tartışmaları bakımından oldukça önemlidir.” (Güven, 2014: 91)*

Fakat gözetim olgusuna dair en çarpıcı ve kapsamlı analizi, postmodern teorisinin en önemli isimlerinden biri olan Michel Foucault gerçekleştirmiştir. Foucault gözetimi, sadece işçi-işveren ya da kurumsal hiyerarşi açısından değil, toplumun geneline yayılan daha geniş bir bağlamda ele almıştır. Foucault’dan sonra gözetim, sosyal teoride önemli bir yere sahip olmuştur (Bozkurt, 2014: 101). Yani Foucault’ya göre, modern toplumun kendisi başlı başına ‘disipliner bir toplumdur.’ Modern toplum, kendi yapısına içkin bir şekilde iktidar tekniklerine ve stratejilerine daima sahiptir. Bu teknikler ve stratejiler ilk olarak askeri kurumlar, hapishaneler, fabrikalar gibi kurumlar içinde gelişmeler de, daha sonra tüm sosyal hayatın dokunusuna nüfuz etmektedirler (Lyon, 1997: 44). Foucault, modern toplumda gözetimi -aynı zamanda iktidar sistemini- anlatmak için, “Panoptikon” adlı yapıyı bir metafor olarak kullanmıştır. Bentham’ın panopticon’u bu düzenlemenin mimari bir biçimidir (Foucault, 1992: 251).

Panoptikon kelimesi, “pan” ve “optikon” kelimelerinden oluşmaktadır. “Pan” bütün anlamına gelirken, “optikon” gözlemlemek anlamındadır. Yani panoptikon kelimesi bütünü gözetlemek anlamına gelmektedir (Özdel, 2012: 23). Panoptikon 1785 yılında yapılması tasarlanmış, ancak gerçek hayata geçirilmemiş bir hapishane modelidir (Durutürk, 2018: 965). Yapının tasarımı Samuel Bentham’a, yapının işleyiş mekanizmasını oluşturacak düşünceler de kardeşi Jeremy Bentham’a aittir. (Toker, 2016: 62) Foucault Panoptikon’u her ne kadar modern toplumun iktidar eleştirisini sembolize etmek için kullanmış olsa da, Bentham bu yapıyı iktidar etrafında örgütlenmiş, tahakkümcü bir görünürlük projesine işlev kazandırmak için tasarlamıştır (Foucault, 2012: 92). Jeremy Bentham, 1787 yılında Rus komutan arkadaşına yazdığı mektupta bu yapının temelinde yatan düşünceden şöyle söz etmektedir:

*“Tasarımı yapılan Panoptikon’da en önemli temel ihtiyaç karşılayan yan, çok sayıda insanın gözetim altında tutulmasının amaçlandığı binalar marifetiyle, çevrelenemeyecek ya da denetlenemeyecek kadar geniş mekâna sahip olmayan istisnasız bütün kurumlara uygulanabilir olduğu kabul edilecektir.”* (Özdel, 2012: 23)

Foucault ‘Hapishanenin Doğuşu’ (1992: 251) adlı kitabında Panoptikon’un şeklini ve işleyişini tasvir etmiştir. Panoptikon’un ana yapısı iki parçadan oluşmaktadır: Çevrede halka şeklinde bir bina ve merkezde bir kule. Kulenin etrafındaki halka şeklindeki yapı hücrelere bölünmüştür. Bu hücrelerin her birinin ikişer penceresi vardır. Bu pencerelerden birisi dışarı bakmakta; dışarıdan ışık girmesine ve hücrede olan herşeyin görünür olmasına olanak tanımaktadır. Diğerisi ise içeri bakmakta; hücrenin içerisinin merkez kule tarafından görülmesini sağlamaktadır. Fakat kulenin iç tasarımı, içeride birinin olup olmadığını göstermeyecek şekildedir. *“Görülmeden gözetim altında tutmaya olanak veren düzenleme, sürekli görmeye ve hemen tanımaya olanak veren mekânsal birimler oluşturmaktadır.”* Bu yapıda amaç, hücrenin ilkelerinden biri olan ‘ışıkta yoksun bırakma’ işlevini tersine çevirmek ve ‘görünür olmayı’ bir tuzak olarak kullanmaktır. Foucault’ya göre de görünür olmak bir tuzaktır. Panoptikon zaten görme-görülme ikilisini ayırmaya yönelik işleyen bir makinedir. Merkez kule, çevre halkadaki hücrelerin içerisini görebilmekte, fakat kulenin tasarlanışı itibarıyla hücrelerden kulede birinin olup olmadığı asla anlaşılamamaktadır.

İktidarın tüm ilerlemeleri bilgi ile sağlanmakta ve bilgi artışı ile sürdürülmektedir. Gözlem mekanizmaları da *“iktidarın icra edildiği tüm yüzeylerdeki bilinecek nesneleri keşfetmektedir.”* (Foucault, 1992: 257) Foucault’ya göre bilgi ve iktidar birbirinden ayrı düşünülemez, bu ikisi kaçınılmaz bir şekilde birbirine bağlıdır (Lyon, 2013: 125). Panoptikon’da mahkûm görülmesine rağmen görememekte; ne merkez kuleyle ne de diğer hücrelerle iletişim kuramamaktadır. *“Bir bilginin nesnesidir, ancak bir iletişimin öznesi olamamaktadır.”* Mahkûm içinde bulunduğu durumun farkında olarak, bir süre sonra kendisini merkez kulenin silüetinden görmeye başlamakta ve ondan beklenen şekilde davranışlarına otokontrol uygulamaktadır. *“Panopticon’un en büyük etkisi de buradan kaynaklanmaktadır; tutukluda iktidarın otomatik işleyişini sağlayan bilinçli ve sürekli bir görülebilirlik hali yaratmaktadır.”* (Foucault, 1992: 252) Bundan dolayıdır ki *“gözetim altında tutmak eylem itibariyle kesintili bir süreç olsa da sonuçları itibariyle sürekli.”* (Foucault, 1992: 252) Bu özelliğinden dolayı, suçların işlenmesinden bile önce etki eder, çünkü çeşitli sebeplerle suç işlendiğinde yakalanmama ihtimali vardır ve kimi zaman bu ihtimal göz önünde bulundurularak suç işlenebilir. Fakat gözetimde bu yakalanmama ihtimali de ortadan kaldırılmaktadır. Panoptikon hükümrانlık ilişkisi üzerine değil, disiplin ilişkisi üzerine kurulmuştur. Buradaki amaç *“mahkumların bizzat kendilerinin de taşıyıcısı oldukları bir iktidar durumunun içine alınmalarını sağlamak”*dır. (Foucault, 1992: 252) Aynı zamanda, bu iktidar yapısından dolayı birçok kuruma uygulanabilmektedir. Farklı kurumların işleyiş amaçları ve ilkeleri ne olursa olsun, gözetimin belirsizlik ilkesi, daima boyun eğme arzusu yaratmakta ve ‘uysal bedenler’i üretmektedir. Dolayısıyla gözetlenen kim olursa olsun içsel bir ‘doğru olanı yapma’ baskısı taşımaktadır (Lyon, 2013: 91). Kısacası, *“Panoptikon, çok farklı arzulardan hareketle, türdeş iktidar etkileri imal eden harika bir makinedir.”* (Foucault, 1992: 254) Foucault bütün bunları şu şekilde daha açık olarak ifade etmiştir:

*“Uygulanışı itibariyle birçok görevlere sahiptir; mahkumları cezalandırmaya, ama aynı zamanda hastaları tedavi etmeye, öğrencileri eğitmeye, delileri muhafaza etmeye, işçileri gözlemeye, dilencileri ve aylakları çalıştırmaya yaramaktadır. Bu bedenleri mekâna yerleştirme, bireyleri birbirlerine nazaran dağıtımına tabi tutma, hiyerarşik örgütlenme, iktidar merkezleri ve kanalları düzenleme, bir iktidarın araçlarını ve müdahale biçimlerini tanımlama tarzıdır ve bu tarz hastanelerde, atelyelerde, okullarda, hapishanelerde devreye sokulabilir.”* (Foucault, 1992: 258)

Rose'un tanımına göre panoptikon, sürekli gözetlemeye, sınıflandırmaya ve çoğunluk hükümetine olanak tanıyan; kesintisiz ve sürekli yargıya dayalı olarak bireyselleştiren; aynı zamanda da ekonomik ve sosyal faydaları azamileştirirken, insan vücudunun dirençli güçlerini azaltan politik teknolojinin bir diyagramıdır. Foucault da bu panoptik teknikler ve disiplin normları tarafından yerleştirilen bireysel uygarlık ve uysal vatandaşlık biçimlerinin, hukuki yapının temeli olacağını söylemektedir. Yani aslında panoptisizm, egemen olan totaliter bir toplumu modellememiştir. Panoptisizm, insanın kendisiyle olan ilişkisini tetiklemeye çalışan güç modunun bir diyagramıdır (Rose, 1996: 187, 242).

Foucault'nun bu görüşleri, günümüzde internet, kamera gibi enformasyon teknolojilerinin gelişimi ile daha da önem kazanmıştır. Çünkü bu yeni teknolojiler sayesinde toplanan kişisel enformasyon miktarı da sürekli artmıştır. Enformasyon teknolojileri önemli sayıda kalabalık bir kitleyi eşzamanlı olarak görünmeksizin izlenebilir kılmıştır (Bozkurt, 2000).

İlk dönem kuramcılarının görüşlerinden hareketle 'gözetim toplumu' kavramını, ilk defa "Gözetim Toplumu: 1984 Tarzı Tekniklerin Tehditi" adlı makalesiyle 1985 yılında Gary T. Marx kullanmıştır. Marx bu terimi enformasyon teknolojileriyle ilintili olarak kullanmıştır. Bu terim daha sonra "Gözetim Toplumunda Mahremiyetin Korunması" adlı çalışmasıyla David Flaherty ile Anthony Giddens tarafından kullanılmıştır (Marx, 1996'dan akt. Dolgun, 2015: 26-27).

Marx, 'Undercover: Police Surveillance in America' (1988) adlı kitabında, gizli gözetimin tarihini ve yakın zamandaki gelişimini bir yasa uygulama tekniği olarak tanımlamakta, başarısının doğasını ve kapsamını not etmekte ve yöntemin uyguladığı çeşitli ahlaki ve pratik sorunların tam bir hesabını sunmaktadır (Marx, 1988'den akt. Uviller, 1989: 365). Bu kitabında Marx, devletin şiddet aygıtları üzerindeki geleneksel tekelinin, yeni enformasyon araçlarıyla form değiştirerek desteklendiğini öne sürmüştür. Devlet gözetimi, 'suç ve terörle mücadele', 'verimlilik', 'sağlık sürecinin takibi', 'güvenlik' gibi olumlu amaçlarla aklanır hale gelmiştir (Marx, 1988'den akt. Lyon, 2013: 155). Bu gibi gerekçelere dayanan bir toplum giderek kategorik şüphe, aktüeryal karar verme, kendi kendini izleme ve kontrol mühendisliğine dayanan bir toplumdur (Marx, 2016: 4). Bu nedenlerden dolayı gözetim olgusu ya görünmezdir ya

da görünürlülüğü çok düşüktür. Ne zaman izlenip izlenmediğimizi veya kimin izlediğini anlamak zorlaşmıştır. Gözetleyen ile gözetlenenler arasında hem sosyal anlamda hem de fiziki anlamda bir uzaklaşma vardır. Gözetim cihazları; ya başka bir şey gibi görünmekte (tek yönlü aynalar, başka bir nesnenin içerisinde gizlenmiş kameralar gibi vb.) ya da neredeyse görünmez (mikrodalga ışınları, bilgisayar dosyaları üzerinde elektronik tarama gibi vb.) olabilmektedir. Gelişen teknoloji üzerinden uygulanan bu gözetim biçimlerinde toplanan enformasyon, genellikle hedef kitlenin katılım göstermediği, gönüllü olmadığı, hatta haberinin bile olmadığı durumlarda uygulanmaktadır.

Kişisel bilgilerin toplanmasına yönelik yeni teknolojiler sürekli olarak gelişmekte ve daha az etkili ve verimli olan eski araçların yanı sıra, gizliliği ve özgürlüğü koruyan hem doğal (mesafe, karanlık, cilt, zaman, mikroskobik boyut) hem de inşa edilmiş duvarları (duvarlar, kapalı zarflar, uyumsuz formatlar) aşarak geleneksel yöntemlerden daha derin, geniş ve yumuşak bir gözetime olanak sağlamaktadır. Marx'a göre enformasyon teknolojilerinin gelişimiyle, gözetimin önündeki bütün engeller yıkılmıştır ve gözetim potansiyeli her geçen gün artmaktadır (Marx, 2016: 47-48). Geniş miktarda dağılmış veya farklı formatlanmış kayıtları bir araya getirme veya bütün bu kayıtların bilgisinden bir profil çıkarımı yapabilmenin kısıtlılıkları yeni teknolojilerin gelmesiyle birlikte aşılmıştır. Ayrıca eski teknolojilerden farklı olarak, enformasyon teknolojileri bilgiyi depolayabilmektedirler. Yeni teknolojilerle, eski araçların fiziksel sınırlılıkları aşılmış ve geleneksel gözetimin imkanlarını aşan kişisel verilerin toplanması mümkün ve kolay hale gelmiştir. Bu yeni gözetim metodu, geleneksel metodlardan daha derin, geniş ve yumuşaktır (Marx, 2002: 18-19). Bilgi ve haberleşme teknolojileri çevrimiçi hayatımızın kontrolünü ve hatta bilginin uzaktan kontrolünü sağlamanın yanı sıra, geleneksel gözetim türlerinden gelen veri tabanlarının eklemlendiği bir sistemi oluşturmakta ve sosyal kontrol amacıyla insanların daha sistematik ve kapsamlı olarak izlenebilmesini mümkün kılmaktadır. Marx, 'yeni gözetim'i, bilgi çıkarmak veya oluşturmak için teknik araçların kullanılması yoluyla bireylerin, grupların ve bağlamların incelenmesi olarak tanımlamaktadır. Bu tanımda Marx, bilginin elde edilmesi ve yaratılması için "teknik araçların" kullanılması ve doğal olarak duyuların ve zihnin algılayabileceği bir gözetimin ötesine geçme kabiliyetini vurgular. Yeni teknolojiler, duyularla rutin olarak yapılan günlük gözetimin ötesine geçmektedir. Bu teknikler, çeşitli yazılımlar ve otomatik işlemler kullanarak duyuları ve bilişsel

yetenekleri de geliştirmektedir. Bunun yanı sıra, karmaşık manipölasyonlar, baştan çıkarma, aldatma, bilgilendirme, sızma gibi özel gözlem becerileri de içerebilmektedir (Marx, 2016: 20). “Gözetim konuları pasif, kayıtsız veya misafirperverdir ve cehalet, manipölasyon, aldatma veya baştan çıkarma sonucu kişisel veriler sağlamaktadırlar.” (Marx, 2016: 46) Kişisel verilerin toplanma ve analiz edilme sürecine baktığımızda ‘yeni gözetim’in aslında toplumun kültürünün bir parçası haline geldiğı ve bu nedenle de gözetim toplumunun oluşma sürecinde temel bir olgu (Çakır, 2015: 11) olarak kabul edilebileceğı aşıkardır. Marx, kültürel yapıyı dönüştüren bu yeni enformasyon teknolojilerini, gözetimin olumsuz algısının olumlu kavramlarla gizlenmesi açısından değerlendirmiştir. Örneğın, web sitelerinde veya sosyal medya hesaplarında onay gerektiren “by using our site, you consent to our privacy policy. (Sitemizi kullanarak, gizlilik politikamıza onay veriyorsunuz.)” gibi maddelerin kullanıcıların kendi rızası ile kabul edilmesi de Marx’a göre aslında bir uyumdan çok, manipölasyondur (Marx, 2016: 124-125).

Geleneksel gözetim ve yeni gözetim, ‘stratejik olmayan’ ve ‘stratejik olan’ arasında farklılaşmaktadır. Eski veya geleneksel gözetim, duyma, görme, dokunma gibi kendi duyularımıza dayanan şeyi ifade etmektedir. Diğer taraftan, yeni gözetim ise, ‘bilgi çıkarmak veya oluşturmak için teknik araçların kullanılması yoluyla bireylerin, grupların ve bağlamaların izlenmesi’ olarak tanımlanabilir. (Marx, 2016: 16-18) Marx, ‘şüpheli olma’ durumunun günümüzün gözetim kavramıyla uyuşmadığını söylemektedir. Dolayısıyla, Marx’a göre sözlük tanımları, her geçen gün değişen gözetim kavramını tanımlamakta yetersiz kalmaktadır. Günümüzün gözetim teknolojilerinin çoğu artık yalnızca ‘şüpheli’ kişiye uygulanmamakta, genel olarak herkesi kapsayacak şekilde ve kategorik olarak uygulanmaktadır.<sup>14</sup> Gözetleme artık yalnızca bir kişiye değil, coğrafı konumlara, zaman dilimlerine, ağlara, sistemlere ve insan kategorilerine de uygulanmaktadır. Ayrıca, ‘yakın gözlem’ terimi de çağdaş uygulamaları yakalayamamaktadır. Gözetim, artık uzaktan uydu görüntülerinde veya iletişimin ve işın uzaktan izlenmesinde olduğu gibi gerçekleştirilebilmektedir. Ayrıntılı gözetleme sürecinde olduğu gibi yakın olması gerekmez, daha sonra daha ayrıntılı olarak takip edilebilecek şekilde kayıt tutabilen veya ilgilenilen veriyi arayan yüzeysel taramaları içeriir (Marx, 2002: 10-11). Kaydedilen ve gerektiğinde tekrar tekrar analiz edilebilen bu dijital bilgiler, kaydı gerçekleştiren veya bu bilgilere

<sup>14</sup>Marx, ‘Windows Into the Soul’ (2016) kitabında bunu ‘kategorik şüpheli’ olarak adlandırmaktadır (Marx, 2016: 336).

erişebilenlere birçok avantaj sağlar. Bu avantajlardan bir tanesi, kaydedilen bilgilerin, bir gözlemci kişiden aktarılan bilgilere göre daha geçerli ve daha az tartışmalı olduğunun varsayılmasıdır. Ayrıca bu kayıtlar, olayla ya da durumla ilgili yorumlara, çıkarımlara veya yargılara da izin verir. Diğer bir avantajı ise, bu kayıtları vakalar arasında analiz etmek, trendlerin ve beklenmeyen gelişmelerin ve modellerin tanımlanmasına izin verir (Marx, 2016: 73-74). Bu yeni gözetim biçimleri, herkesi kamera, teyp, kimlik kartı, metal dedektörü, vergi formu ve bilgisayar arasında makul bir hedef haline getirmekte ve sürekli izlemeye izin veren teknolojiler ile de masumiyetleri kanıtlanana kadar herkesin suçlu olduğu bir toplum yaratılmasına yardımcı olmaktadır.

Enformasyon teknolojilerinin doğal bir sonucu olarak artan bilgi miktarından ziyade, kategorik olarak toplanan ham veriler, bir amaç üzerine birleştirilebilmekte ve ülkenin iç yönetiminde kullanılabilmektedir. Diğer bir eğilim olarak ise veriler, yerel veya uluslararası veri pazarlamasında kullanılabilmektedir (Marx, 2016: 51). Fakat Marx’a göre, gözetimin amacı, hedefi ve sınırı ne olursa olsun, gözetlenenin de manevra yapabilmek için alanı vardır ve ters teknoloji kullanabilmektedirler.<sup>15</sup> Yani birey, gözetim sistemine karşı, ‘pasif’ ve ‘boyun eğen’den çok daha fazlasıdır. Gözetlenen kişiden alınan tepki, her zaman ondan beklenen veya iktidarlar açısından arzu edilen tepki olmayabilir (Marx, 2003: 371-372).

Marx gözetleyen ve gözetlenen tarafların stratejik hamlelerini, bir oyunun hamleleri olarak görür. Fakat, diğer oyunlardan farklı olarak, bu oyunun kuralları bütün oyuncular açısından aynı ölçüde kapsayıcı veya bağlayıcı olmayabilir. Gözetime maruz kalan kişi, engelleme, maskeleye, saklanma ya da bozma gibi direniş stratejileri izleyebilir. Örneğin, gözetime maruz kalmak istemeyen bir kişi, yanlış kişisel bilgi vermek, yüzünü gizlemek, üye olmayı reddetmek gibi küçük çaplı direnişler sergileyebilmektedir (Lyon, 2013: 241-242, 274). Dolayısıyla, dijital teknolojiye dayalı gözetim, bünyesinde karşı hamle olasılığını da barındırdığı için, Marx'ın ‘Windows Into the Soul’ (2016) kitabının sonunda da dediği gibi, ne iyi ne de kötü bir araçtır. Özgür ve açık bir toplumda, hükümet tarafından ve özel sektör tarafından nasıl kullanılacağına ilişkin kurallar olmalıdır (Marx, 2016: 320).

<sup>15</sup> Marx'ın direniş olasılığına dair bu açıklamaları, aynı zamanda Giddens'in ‘denetimin diyalektiği’ kavramıyla da örtüşmektedir.

Gözetimin, modern hayatta kilit bir rol oynadığını savunan teorisyenlerden bir diğeri de Anthony Giddens'dır. Gary Marx gibi, Giddens da gözetim tarihini, demokratikleşme imkanına açık bırakır (Lyon, 2013: 83). Modern ulus-devletlerin geniş bir kitleye veya yaşam alanlarına hükmetmesi ve iktidarını sürdürebilmesi izleme operasyonlarının başarısıyla doğru orantılıdır (Güven, 2014: 86). Giddens'ın analizi de ulus-devletlerin önemli bir rol oynadığı gözetim modeline dayanır (Lyon, 2013: 235).

Giddens'a göre iktidar gücünün destekleyici bir aracı olan gözetim faaliyetleri iki tür olgusallığa sahiptir. İlk olarak, bireylerin eylemlerini yönlendirmek amacıyla kişisel bilgilerinin toplanması ve depolanması faaliyetidir. Bu, daha karakteristik olarak dolaylı yoldan uygulanan bir gözetim şeklidir ve enformasyon kontrolüne dayalıdır. Elektronik iletişim sistemlerinin gelişmesi ise tam da bu türden bir gözetime imkân sağlamaktadır, ki bu da Giddens'a göre ulus-devletin oluşumu ve gelişimi açısından da mihenktaşıdır. İkinci olarak ise, bireylerin eylemlerinin, bunların üzerinde otorite kuranlar tarafından doğrudan izlenmesi faaliyetidir. Burada kastettiği, günlük hayatımızın büyük kısmını geçirdiğimiz birçok kurumun iktidar gözetimi açısından işlevselliğidir. *“Eylemlerin, sınırları açıkça belirlenmiş ortamlar içerisinde yoğunlaşması ve sıkıştırılması, bu eylemlerin hâkim kesimler tarafından izlenebilme ve böylece denetlenebilme derecesini de büyük ölçüde genişletir.”* Bu iki tür gözetim olgusu da Giddens'a göre modern dönemin dinamikleriyle iç içe geçmiştir ve birbirlerinin gözetim kapasitesini artırmaktadır. Bireyler hakkında bilgi toplanması doğrudan izleme ile sıkı bir ilişkiye sahiptir (Giddens, 2008: 24-26). Böyle bir yönetsel yoğunlaşma, geleneksel uygarlıkların sahip oldukları gözetim etkinliklerinin çok ötesindedir. Bu yönetsel güç, sadece siyasal alandaki etkinliklerin denetimiyle ilgili değildir, toplumsal hayatın her alanına yayılmış bir iktidar gözüne de işaret etmektedir (Güven, 2014: 85). Fakat, Giddens 'Tarihsel Materyalizmin Çağdaş Eleştirisi' (2000) kitabında 'denetimin diyalektiği' kavramından bahseder. Denetimin diyalektiği, ezilen, öteki konumunda yer alan kişi ve grupların, iktidara yönelik oluşturdukları karşı stratejilerdir. Denetimin diyalektiğinin temelini oluşturan şey, iktidarın halkı denetim altına alma gücünün halkı oluşturan ve aralarındaki ilişkiyi besleyen tüm kaynaklara nüfuz edememesi ve denetim alanının sınırlı olmasıdır. Kapitalist öncesi yerel topluluklarda akrabalık ilişkisi gibi geleneksel bağlar, denetimin diyalektiğinin işlemlerini sağlayan önemli bir dinamiktir. Bu tür topluluklarda, iktidarın gücü halkı kendi tahakkümüne maruz

bırakabilme gücüne sahip olsa da, halkın gündelik pratiklerini denetleyebilme gücüne sahip olamamıştır (Giddens, 2000: 68-69, 111). Fakat, Giddens *“üretici güçler/üretim ilişkileri diyalektiğinin bir toplum tipi olarak kapitalizmle özel bir ilişkiye sahip olduğunu”* ileri sürmüştür (Giddens, 2000: 107). Ve bunu şöyle gerekçelendirmiştir: *“Sermaye ile ücretli emeğin bir bağımlılık ve çıkar çatışması ilişkisi içinde birbiri içine geçişleri, kapitalist ekonominin üretim düzeninde denetimin diyalektiğinin ana temelini oluşturur.”* (Giddens, 2000: 129) Kapitalizm öncesi toplumlarda, denetimin diyalektiğinin asıl odak noktası iktidarın, çalışanı sürekli denetleyememesiyken, kapitalizmin kâr üzerine kurulu işyerlerinde işçi, işverenin ya da yöneticinin doğrudan gözetimine tabii olmaktadır. Bu nedenle denetimin diyalektiğinin asıl odak noktası, tamamen değişmiştir. Giddens kapitalist düzende denetimin diyalektiğinin, emek sözleşmesinin işçilerin grev, işi yavaşlatma ya da toplu olarak işten çekilme kararı ile işlediğini belirterek, denetimin diyalektiğinin insanların fail olarak kalabildikleri tüm şartlarda işler olduğunu öne sürmektedir (Giddens, 2000: 243-244). Giddens, bu hareketlerin modern gözetimi dengeleyici bir güç oluşturduğunu ve bu hareketlerin gizli ve aşırı gözetim faaliyetlerinin panzehiri olarak enformasyon özgürlüğünün rolünün yeniden gözden geçirilerek yenilenebileceğini ifade etmektedir (Giddens, 1994: 143-144). Yani Giddens’a göre, modern koşulların teorize hale getirilmesiyle ve hak ihlali durumunda gösterilebilecek tepkilerin sınırlarının belirlenmesiyle sistemsel bir denge oluşturulur. Ve bu da denetimin diyalektiğidir. Denetimin diyalektiği, Lyon’a göre de devlet kurumları veya ticari kurumlar tarafından insanların kişisel verilerinin toplanması ve insanların bu duruma verdiği tepki arasındaki ilişkiye bağlı bir durumdur (Lyon, 2013: 232-233).

Althusser, devletin gizli denetim aracı olan ideolojinin, devletin baskı aygıtlarından farklı olarak nasıl işlediğini açıklamaktadır. Öncelikle, devletin tek bir baskı aygıtı olmasına rağmen, birçok ideolojik aygıtı sahiptir. Ayrıca, baskı aygıtının yayıldığı alanlar kamusal olmasına rağmen, ideolojik aygıtlar özel alanlarla iç içe konumlanmıştır. İdeoloji gücünü ‘özne’ olarak adlandırdıklarından alır, çünkü ideolojinin işleyişi bu ‘özne’lerin taşıyıcılığına bağlıdır (Althusser, 2000: 34, 60). *“Özne kategorisinin işleyişiyle, her ideoloji bireyleri somut özneler olarak çağırır ve adlandırır.”* (Althusser, 2000: 63) Yani ideolojinin asıl işlevi, kişileri özgür ve bağımsız olduğuna ikna etmesidir. Kişileri hem özerk bir özne olarak kurar, hem de daha üst bir otoriteye boyun eğişini gizler ya da önemsiz bir durum gibi gösterir. Daha sonra da her bir özne içinde bulunduğu bu durumun veya sistemin devamlılığının

sürmesi için -bilinçli veya bilinçsizce- mücadele eder (McLellan, 2005: 35). “İdeoloji, insanları öznelere dönüştürür ve gerçekte ideolojik süreçler tarafından biçimlendirilmelerine rağmen onların, kendilerini belirleyen ajanlar olarak görmelerini sağlar.” (Yaylagül, 2017: 115) Althusser ideolojiyi ekonomizmden ayırmıştır ve devletin bilinci biçimlendiren ayrı bir gücü olarak görmüştür. Althusser’e göre ideolojiyi insanlar kendileri üretemez, ideoloji çeşitli kurumların içerisinde insanların bilincini biçimlendirerek toplumsal uyumu pekiştirir. Kapitalist toplumlarda insanların düşünceleri, kararları, arzu ve istekleri toplumsal pratikler yoluyla oluşturulur ve ideoloji devletin bir denetim mekanizmasıdır (Yaylagül, 2017: 115-116). Yani insanların toplum içerisinde oynadıkları roller toplumsal pratikler yoluyla onlara kazandırılır ve insanların toplumsal pratiklerinin tümü de Devletin İdeolojik Aygıtlarını oluşturur. İdeoloji bir çeşit toplumsal harç görevi görmektedir ve günümüz kapitalist sistemini ve belli bir sınıf hakimiyetini tamamlayan toplumsal pratikler üretmektedir (McLellan, 2005: 35).

Althusser, Foucault’nun iktidarın görünmez olduğu fikrine katılmasına karşın, iktidarın zaman zaman kendisini görünür kılabilmek adına çeşitli araçlar kullandığını da belirtir. Bu görünmeyi de ideolojik aygıtın silüetinde gerçekleştirir (Özdel, 2012: 25). Medya da günümüzde önemli bir ideolojik aygıttır (Althusser, 2002: 36). Örneğin, medyada sunulan haberler veya programlar farklılıkların silikleştirilerek olumsuz bir özellik gibi gösterildiği ve toplumsal kalıpların, egemen söylemlerin yeniden üretildiği yerlerdir. Bu medya içeriklerine ideolojik yapıya dair özellikler yedirilmiştir. Althusser’in ideolojik işlevinin medyada konumlanması, Thomas Mathiesen’in, sinoptisizm<sup>16</sup> modelini yansıtacak türden bir iktidar gözetimine olanak tanımıştır.

Yeni medyadaki denetim çoğunlukla gözetim yoluyla yürütülmektedir. Çünkü devletin ideolojik aygıtları, aslında birer iktidar temsilidir. Yeni medyada kurulan tüm iletişim ve etkileşimler, yapılan tüm paylaşımlar medya iktidarlardan tarafından gözetlenebilmektedir. İktidarlardan medya üzerinden izlenme reytingleri gibi tekniklerle içeriklerin ideolojik olarak etkin olup olmadığını kontrol edebilmekte ve eğer bir aksaklıkla karşılaşırlarsa buna yine içerikler üzerinden müdahale edebilme şansı bulabilmektedirler. Ayrıca, gözetim artık çift yönlü bir yapıya da bürünmüştür, çünkü yeni medyada sadece iktidarlardan değil, bireyler de birbirini izleyebilir bir hale

<sup>16</sup> Sonraki bölümlerde ele alınacak olan bu kavram, televizyonda çoğunluğun azınlığı izlemesi ve iktidarın infotainment içeriklerle kitleleri etkisi altına alarak denetlemesini ifade etmektedir.

gelmişlerdir (Sucu, 2012: 39-40). Aslında yeni medyada oluşturulan tüm sosyal platformların mantığı da gözetim üzerine kurulmuştur. Yani gözetim, yeni medya ile birlikte kültürel yapının merkezi bir unsuru, hatta bir parçası haline gelmiştir, iktidarın ideolojisi ise bu kültürün içerisine eklemlenmiştir.

## 2.2. Dijital Medyada Gözetim Olgusu

Her teknoloji aynı zamanda belli bir yaşam biçiminin de telkin edilmesini, insanlar için çeşitli rollerin yeniden şekillendirilmesini ve varolan insan ilişkilerine ait yapıların pekiştirilmesini sağlamaktadır. Rose, her dönemin baskın olan teknolojik yapısını hükümet teknolojisi olarak değerlendirmekte ve teknolojileri, iktidarın üretmek istediği etkiyi üretme ve istenmeyen bazı olayları da önleme umuduyla davranış şekillendirmeye yönelik özlemlerle donatılmış teknolojiler olarak görmektedir. Rose'a göre bu teknolojiler insani niyeti, güdülerini ve insan kapasitesini yansıtan araçlardır (Rose, 1996: 52). Gözetim konusunda kayıt teknolojilerinin önemine vurgu yapan Robins'e göre de gözetleme arzusu fotoğrafın evrimine bağlı olarak gelişmiştir. O'na göre, fotoğrafı çekilen her şey enformasyon sisteminin bir parçası haline gelir ve böylece denetim altına alınmaları kolaylaşır. Her gelen teknolojik yenilik de kaydetme kapasitesini genişletmeye, daha çok gündelik hayatın içerisine sokulmaya ve daha sistematik olmaya meyillidir. Teknoloji tarihinin başlangıcından beri ordunun enformasyon ihtiyacı, teknolojilerin gelişimindeki asıl unsurdur. Yani gözetime dayanan teknolojik yeniliklerin arkasında öncelikle askeri amaçlar vardır. Daha liberal ve barışçıl kabul edilen ticari uygulamalar ile askeri uygulamalar arasındaki sınır da çok incedir. Yani, bu iki alan birbirlerinin kaynaklarından yararlanan iki ayrı alandır. Gözetim teknolojilerinin gelişiminin bir ürünü olan erken uyarı, konum belirleme, hasar tespiti, uzaya yerleştirilen cihazlar gibi uygulamalar ise orduya dayanan enformasyon toplumlarını ortadan kaldırmaya değil, devam ettirmeye yaramakta; uluslararası barışı sağlama işlevi ikinci plana düşmektedir. Yeni teknolojiler, askeri güçlerin her şeyi bilir, her şeye gücü yeter olmasını güvenceye almak için bir koordinasyon içinde çalışmaktadır. Soğuk Savaş döneminin bitmesiyle bu uygulama biraz askıya alınmış olsa da, günümüzde yeni dünya düzenini sağlamak için bir bütüncül proje olarak devam etmektedir (Robins, 1992: 102-105). Staples de bununla benzer olarak gözetimin eskiye dayanan insani bir güdü olduğunu söylemektedir. Toplum her zaman insanları hizaya sokmanın yollarını aramıştır ve şimdi yeni teknolojiye dayanan yeni stratejiler ile sosyal düzen sağlamaya

dayanan bu titiz ritüeller daha etkili bir hale gelmiştir (Staples, 2013: 4). Yani gözetim yeni bir uygulama değildir. Eskiden beri süregelen ve çeşitli gerekçelerle uygulanan gözetim, bir yandan iktidar teknolojisinin bir parçasıyken, bir yandan da sosyal düzene uygunlukla da ilişkilidir ve sosyal denetimin bir aracı da olmaktadır. Bu anlamıyla gözetim; üretkenlik, verimlilik veya güvenlik sağlamak gibi gerekçelerle çoğu kez göze batmayan yollardan yayılmaktadır (Rigel ve diğ., 2005: 130-131). Bu noktada dijital medya hem eğlendirici yönüyle hem de sağladığı kolaylıklarla ‘göze batmama’ işlevini fazlasıyla yerine getirmektedir. Dolayısıyla dijital medyanın beraberinde getirdiği imkanlarla iktidarın, toplumu gözetleme ve kontrol etme ihtiyacı daha sofistike ve sistematik hale gelmiştir.

1980'lerin sonlarında, BİT halihazırda sahip oldukları sofistike seviyeye ulaşmış ve yeni gözetim teknolojilerinin ortaya çıkmasına öncülük etmiştir. Gary Marx, bilgisayar teknolojilerinin gözetimi hem niteliksel hem de niceliksel olarak değiştirdiğini; gözetimin sıklığını ve derinliğini artırarak gözetimi rutinleştirdiğini söylemektedir. Sosyal gözetleme, kullanıcılar tarafından görünmez veya algılanamaz olsa bile benzeri görülmemiş bir şekilde genişlemektedir (Marx, 1988'den akt. Augusto ve Simoes, 2017: 599). Bu yeni gözetim teknolojileri geleneksel gözetimin aşmadığı mesafeyi, karanlığı ve fiziksel engelleri aşmaktadır. Ses ve video çok uzak mesafelere iletelebilmekte, kızılötesi ışınlar karanlığı delmekte, günlük hayatımızı kapsayan teknolojiler kapılardan geçebilmektedir. Dijital medyada gözetimin boyutu yalnızca derinleşmemiştir, aynı zamanda daha geniş alanları kapsar hale de gelmiştir. Kitlesel izleme bir gerçeklik halini almıştır. Enformasyon teknolojisi gözetim kapasitesini artırarak gözetim biçimlerinin çeşitlenmesine ya da farklı bir karaktere bürünmesine neden olmuştur.

İnsanlar güne başladığı andan itibaren, günü bitirdiği ana kadar her yerde ağ tabanlı bilgisayar teknolojilerinin kuşatması altındadırlar. Yönetilme ve kontrol işlevleri için iletişim teknolojilerine bağımlı olan tüm toplumlar gözetlenen toplumlardır ve bu teknolojik sistemler gitgide daha az belirgin, daha fazla sistematik olmaktadır. Bu anlamda bakıldığında ‘Gözetlenen toplum’ kavramı, somutlaştırılmamış gözetimin toplumsal olarak yayıldığı bir toplumu ifade eder. Yani totaliter korkuların ve devlet bürokrasisinin ötesinde, sosyal yapıya taşınmış bir gözetim şeklini tanımlar (Lyon, 2006a: 11-12, 68). Enformasyon teknolojileri, kişilerin tanımlanmasını, izlenmesini ve kontrolünü kolaylaştıran teknolojilerdir. Bu

nedenle elde edilen bu soyut veriler iktidarlar veya bazı sosyal gruplar için kolayca somutlaştırılmış güç ilişkilerine de çevrilebilmektedir (Monahan, 2006a: X).

Dijital medya çağında gözetim sistemini oluşturanlar veya bu sisteme sahip olanlar genellikle gözetlenenin gözetim araçlarına da erişebilmektedirler. İster gerçek anlamda olsun, isterse de metaforik anlamda olsun bu görme yetisi kayıt tutmak, kasete almak, veri tabanı oluşturmak gibi imkanlara sahiptir. Yeni teknolojiler ise gözetim açısından bakıldığında sürekli kayıt altına almayı; bedeni çeşitli şekillerde gözlemlemeyi, incelemeyi ve yönlendirmeyi; hayatımızı kapsayan çeşitli teknolojiler üzerinden inşa edilen gerçeklik ve kültürel normlar üzerinden kontrolü sağlamayı içerir. Bu gerçeklik ve kültürel normlar ile birlikte gözetim, aynı zamanda gündelik bir hale de gelmiştir. Gündelik gözetim ise yerel, sürekli ve doğrudan gerçekleşmektedir. Bu rutin gözetim pratiklerinin sonucunda büyük kitlelerin verileri, sınıflandırma, ayrıştırma veya değerlendirme için saklanmaktadır (Lyon, 2013: 44-84). Yeni medya sistemleri bütün bu uygulamalar için uygun bir zemin sağlamaktadır. Öztürk'ün de dediği gibi bilgisayarlardaki veri tabanları vasıtasıyla toplumun tamamı her yerde gözetimin nesnesi olmaktadır. *“Böylece, insanlar, uzaktan işlenen, sınıflandırılan, çoğaltılan, değerlendirilen ve de pazarlanan bir nesne haline gelmektedir.”* (Öztürk, 2013: 138)

Teknoloji üzerinden gerçekleşen bütün gözetim biçimlerinin temelini dijital veri tabanı oluşturmaktadır. Veri tabanı Bauman'a göre bir ayırma, sınıflandırma veya dışlama aracıdır. Veri tabanı, bazı insanlar için sibermekanda bir ayrıcalık demek iken, bazıları içinse kısıtlama anlamına gelmektedir. Bu anlamıyla panoptikon tarzı bir gözetim metodundan oldukça farklıdır. *“Panoptikon'un aksine veri tabanı, insanları yerlerine çivileyen bir pranga değil, hareketlilik sağlayan bir araçtır.”* (Bauman, 1999: 56) Bu anlamda yeni medya görünürde herkese açık ve demokratik katılım sağlayan yeni bir alan gibi bir görünüm sergilemektedir, fakat gözetim açısından bakıldığında bazı çıkar gruplarına veya iktidara, insanları kolaylıkla teşhis etme, analiz etme ve sınıflandırma gibi olanaklar sunmaktadır. Gözetimin, modernitenin ilkelerinden ortaya çıktığını savunan Lyon, sınıflandırma yöntemlerinin, modern dönemde devlet iktidarının temeli olduğunu belirtmektedir. İnsanların teşhis edilip sınıflandırılması görünürde bireylere temel haklarının temin edilmesi, hak sahibi her bireyin de oy kullanma haklarının koruma altına alınması gibi demokratik amaçlar da taşımasına rağmen, hiç de demokratik olmayan bir şekilde toplumun bazı kesimlerini,

yararlanabilecekleri imkanlardan mahrum bırakarak onları dezavantajlı konuma düşürmektedir.<sup>17</sup> Sınıflandırma; rasyonelleştirme ve verimli hale getirme arzusu üzerinden yapılmaktadır. Kitleler önce bireycilik kültürü ile bireysel hale gelmiş, daha sonra rekabetçi kapitalizmin koşullarına uygun olarak çeşitli kategoriler altında bir araya getirilmiştir. Lyon'a göre bu durum gözetimin ortaya çıkmasına ve sistematik hale gelmesine zemin hazırlayan toplumsal düzene katkı sağlamaktadır (Lyon, 1997: 44-45; Lyon, 2013: 13, 54-55). Bauman ise bu sınıflandırma meselesini, aylak ve turist ikiliği üzerinden örneklendirmiştir. 'Aylak' da 'turist' de aslında tüketici olmak için yaratılmışlardır. Fakat arada bazı farklılıklar vardır: 'Aylak' kategorisinde olanlar kusurlu tüketicilerdir. Çünkü, tüketicilerden satın almaları beklenen malları satın alabilecek güçleri yoktur ve bu kusur onları toplumda tehlikeli bir pozisyona getirmektedir. Çünkü tüketim toplumunun dışında kalmaktadırlar ve turizm endüstrisinin çarkının dönmesine hiçbir fayda sağlayamamaktadırlar (Bauman, 1999: 99). Lyon'a göre sınıflandırma ve profillemeye süreci dikkat gerektirmektedir çünkü hem ayrıcalıkların sağlanmasında ve hakların elde edilmesinde hem de dışlayıcılık niteliklerinin belirlenmesinde bu süreçler etkili olmaktadır. Bu süreçler aynı zamanda hangi amaçla uygulanırsa uygulansın toplumsal kalıpları ve değer yargılarını şekillendirmekte veya sağlamlaştırmaktadırlar. Örneğin, müşteri ilişkileri yönetimi (CRM) ile İç Güvenlik Bakanlığı'nın potansiyel teröristleri tanımlama yöntemleri arasında bir benzerlik söz konusu olmaktadır. *'CRM faaliyetleri, şirkete kazanç sağlayacak ve bu yüzden takip edilmeye değer müşteriler ile kazanç getirmeyecek diğer müşteriler arasında sınıflandırma yapmanın iş aygıtı yazılımıdır.'* Veri mayıncılığı da tüketiciler ile ilgili detayları öğrenebilmek için yapılmaktadır ve sonrasında bu detayların toplamını belli kategorilerin altında somutlaştırmak için profiller oluşturulmaktadır. Tıpkı İç Güvenlik Bakanlığı'nın potansiyel teröristleri keşfetmeye yönelik gerçekleştirdiği yöntemler gibi. Bu iki kurum özünde ne kadar farklı alanlardan gelmiş olsa da uygulanan yöntemler aynıdır. Yöntemler arasındaki bu benzeşim dijital medyanın gözetime dair süreçleri kolaylaştırması ve dijital veri tabanlarının bilgisayar sistemleri tarafından kolayca sınıflandırılabilirliği olmasından kaynaklanmaktadır. Mesela pazarlamacılar, tüketicileri mal veya hizmeti alma konusunda ikna etme çabası taşımaktadırlar. Özellikle, müşteri ilişkileri yönetimini kullanan pazarlamacılar para harcama ihtimali en fazla olanlara yönelik özel uygulamalar gerçekleştirmek amacı ile tüketicilerini jeo-demografik olarak kategorize etmeyi istemektedir. Bu kategorizasyonun sonucunda, farklı ücretlendirme

<sup>17</sup> Bu konu ban-optikon başlığı altında daha geniş kapsamda açıklanmıştır.

mekanizmaları ya da farklı bekleme süreleri gibi avantajlarla belli tüketiciler/müşteriler diğerlerine göre ayrıcalıklı bir konuma gelirken, diğerleri ise aynı otomatik süreçte ihmal edilmektedir. Bu gruplar belli koşullarda aktif olarak dışlanabilmektedirler ve çoğunlukla pazarlama kampanyalarında ya da fırsatlarında ikinci sınıf muamelesi görmektedirler (Lyon, 2013: 265-267, 151). Roger Burrows ve Nicholas Gane, çalışmalarında çeşitli türlerdeki jeo-demografik sınıflandırmaların insanları ve yerleri 'tasnif etmek' için tasarlanmış medya yazılım sistemlerine geçişinin sosyal sınıfının sosyolojik analizine dair bazı sonuçları incelemişlerdir. Bu sınıflandırma yöntemleri eskiden büyük ölçüde yardım yapılacak bölgeleri belirlemek için kentsel sınıflamalarda kullanılmıştır. Enformasyonel kapitalizmin hâkim olduğu günümüzde ise sıklıkla pazarlama endüstrisinde kullanılmakta ve tüketim alışkanlıklarını saptamak için bu tür sınıflandırmalara başvurulmaktadır. Bu jeo-demografik sınıflandırma yöntemlerinin yazılım sistemlerine geçişinin en önemli özelliği tüketici alışkanlıklarını bölgeye eşlemek ve yeniden konumlandırmak için tüketicilerin sınıfını ve mekânsal kategori olarak statülerini de göstermesidir. Diğer taraftan, tüketiciler sınıflandırma sistemlerinin detaylarına internet üzerinden erişebilmekte ve ne şekilde sınıflandırıldıklarının farkına varabilmektedirler. Böylece tüketiciler, sosyal statüleriyle orantılı olduğunu düşündüğü şekilde yönelimler geliştirdiklerinde de kendiliğinden sınıflandırma ortaya çıkmaktadır (Burrows ve Gane, 2006: 793- 809). Özetle, dijital medyada gözetim, her şeyin ötesinde, yönetim, üretim, güvenlik, pazarlama ve eğlence sektörünün tamamını kapsayan enformasyon altyapılarının bir sonucu haline gelmiştir. Daha fazla verimlilik, kar sağlama veya güvenlik kaygısı gibi farklı amaçlar için kişisel verilerin toplanmasını içermektedir.

21. yüzyılda gözetim küresel bir fenomen haline gelmiştir. Kişisel verilerin kaydedilmesi, izlenmesi ve üzerine işlem yapılabilmesi artık yalnızca yerel veya bölgesel değil, aynı zamanda da uluslararası düzeydedir. Günümüzün dijital teknolojileri hakkımızda sürekli bir bilgi akışı yaymaktadır: Kiminle görüşürüz, nerede alışveriş yaparız, ne tür müzikler dinleriz, hangi web sitelerini ziyaret ederiz, ne alırız vb. gibi. Kullandığımız birçok elektronik cihaz, hakkımızda çok sayıda veri oluşturmakta ve başkalarının faaliyetlerimizi, tercihlerimizi, başarılarımızı ve başarısızlıklarımızı incelemesini sağlamaktadır (Gilliom ve Monahan, 2013: 26). Dijitalleşme tarihi 1642 Blaise Pascal'ın ilk mekaniksel hesap makinesini icat etmesiyle başlayıp, 1958 olan anakartların icadına ve ilk bilgisayarlardan günümüzdeki tüm yeni icatlara kadar dinamik bir süreç olarak gelişmelerle devam etse

de (Erdoğan, 2011: 358), teknolojilerin dijitalleşmesi gözetim açısından bakıldığında iki nedenden dolayı önemlidir: İlk olarak, genişleyen coğrafi mesafelerde eş zamanlı ya da çok az bir zaman farkıyla izlemeyi sağlamaktadırlar. İkincisi, sürekli ve gerçek zamanlı olarak gözetimin hedef kitle nüfusunun bedenlerinin, davranışlarının ve özelliklerinin aktif olarak sıralanmasına, tanımlanmasına ve analiz edilmesine olanak tanımaktadır (Graham ve Wood, 2003: 4).

Bugün, yadsınamaz bir şekilde geçmişte olduğundan daha yoğun bir şekilde, kapsamlı izleme ve inceleme ritüelleri gerçekleştirilmektedir. Yeni teknolojiler ise bu dönüşüme katkıda bulunmaktadır. Özellikle internet kullanımının toplumun genelinde yaygınlaşması, egemen güçler için sanal bir arkeoloji sahası yaratmıştır (Haggerty, 2006: 30). Bununla bağlantılı olarak, dijital gözetim sorunlarının ortaya çıkması da internet kullanımının dünya çapında yaygınlık kazanmasıyla ilgili bir durumdur, çünkü internetin her türlü kullanım pratiği aynı zamanda gözetim yoluyla toplanan veriler için de bir gerekçe oluşturmaktadır. Bu gerekçeler ticaret yapma, meydana gelebilecek suça karşı önceden önlem alma, teröristlerin tespiti gibi gerekçelerdir. Fakat bu gibi gerekçeler aynı zamanda fişleme, özel bilgilerin ihlali ve elde edilen verilerin satılabilmesi gibi kişisel haklar ve özgürlükler açısından sıklıkla olumsuz sonuçlara neden olmaktadır (Çakır, 2015: 35-36). Lyon'un bürokratik ya da dosyaya dayalı gözetim olarak adlandırdığı dijital gözetimin önemli yanlarından birisi de sınıflandırmadır (Lyon, 2013: 120-121) ki bu da yukarıda sayılan gerekçelerin gerçekleştirilmesi için internetin sunduğu önemli bir kolaylıktır. Çakır'a göre, en başta uluslararası hukuku tehdit eden ve özel hayatın gizliliğine zarar veren internet gözetimi, terörizmle mücadele gerekçesiyle insan hakları savunusuna bir çare olarak sunulamaz. Gözetim faaliyetleri teknik açıdan her ne kadar uygulanabilir olsa da bu durum hukuki ve ahlaki açıdan çoğu zaman kabul edilebilir değildir (Çakır, 2015: 10-11). Dolayısıyla dijital gözetim konusu internete yönelik karamsar ve eleştirel yaklaşımların ürettiği savlardan birisidir.

Çakır, 'İnternette Gösteri ve Gözetim' (2015) kitabında internet teknolojilerinin güç ilişkilerini nasıl dönüştürdüğünü ve kitlelerin katılım düzeylerini ne ölçüde etkilediğini sorgulamıştır. İnternetin anonimliği, her yere kolayca ulaşabilme olanağı sunması gibi sağladığı kolaylıklar olumlu olduğu kadar potansiyel risk de taşımaktadır. Sağladığı kolaylıklardan ötürü birçok paylaşım ya da aktivite internet üzerinden yapılmaktadır fakat ağ üzerinde paylaşılan her şeyin kimlere ulaşabileceği ve ne amaçla

kullanılabileceği bir belirsizlik taşımaktadır. İnternet, kullanıcılara ‘procumer’ olma imkânı sağlaması ve dilediğince yazıp çizebileceği bir alan sağlaması ile özgürlükçü bir yenilik gibi gözükmemektedir. Fakat, internetin diğer uçlarındaki görünmeyen güçlere karşı kullanıcıları savunmasız da bırakabilmektedir. Dolayısıyla, “*internetle birlikte oluşan ortam, etkileşim, katılım, paylaşım gibi özelliklerine rağmen saf olarak özgür, sosyal, özerk bir ortam değildir*” (Çakır, 2015: 9). İnternet ve toplumsal etkileri, bulunduğu toplumun, siyasal, kültürel ve sosyal yapısının içerisinde değerlendirilmelidir. Bu doğrultuda, günümüz koşulları içerisinde internetin, Mitchell’in tanımladığı gibi, ‘*uç noktalarında elektronik göz kapakları bulunan, dünya çapında zaman dilimi kapsayan optik bir sinir haline geldiğini*’ (Mitchell, 1995: 34) söylemek haksız bir söylem değildir.

Medyanın gündelik hayatın içerisine girmesiyle ve gündelik hayatı şekillendirmeye başlamasıyla medya, pazarlamacılar ve hükümetler için ilgi çekici bir alan haline gelmiştir. ABD ve dünyanın her yerinden milyonlarca internet kullanıcısı, çevrimiçi hizmetlerden yararlanıp internet üzerinde güzel vakit geçirirken sessizce takip edilmekte, gözetlenmekte, incelenmekte ve etiketlenmektedir. Turow’a göre pazarlama şirketleri, kitlelerin çevrimiçi eylemlerini izleme konusunda hükümetleri açık ara farkla geride bırakmışlardır. Bu şirketlerin amacı ise, “*geçmiş oranla daha etkili bir şekilde satış yapabilmek için bireylerin satın alma dürtülerini nasıl harekete geçirebileceklerini öğrenmektir*” (Turow, 2015a: 14). Bireylerin rızası olmadan ve hatta haberi olmadan gözetlemenin ne kadar yaygın bir hale geldiği, elektronik haberleşme üzerinden insanların ne boyutta gözlendiği de en son Snowden olayı ile ifşa edilmişti (Augusto ve Simoes, 2017: 599). Snowden:<sup>18</sup> “*ABD bilgisayarlardan, gerçek ajanlara nazaran daha iyi istihbarat elde ediyor.*” sözüyle günümüz toplumunun dijital gözetim boyutuna dikkat çekmiştir.

Edward Snowden’ın açığa çıkardığı programlardan bir tanesi XKeyScore Programıdır. XKeyscore (XKS) günlük bazda arayıp topladığı global internet verilerini analiz etmek için ilk kez ABD Ulusal Güvenlik Ajansı (NSA) tarafından kullanılan eski, gizli bir bilgisayar sistemidir (theguardian.com). Bu program daha önceden de bilinmektedir (businessinsider.com). Fakat programın aslında ne kadar

<sup>18</sup> Edward Snowden, eski CIA çalışanı ve aynı zamanda da NSA (Amerikan Ulusal Güvenlik Ajansı) teknisyeniydi. NSA’nın kullandığı küresel gözetim programlarını ve daha birçok NSA gizli belgelerini 6 Haziran 2013’de The Guardian ve Washingtonpost gazetelerine ifşa etmesiyle gündeme gelmişti (theguardian.com).

büyük çaplı bir gözetim aracı olduğu Snowden tarafından açığa çıkartılmıştır. NSA bu sistemin kullanımının kısıtlı ve limitli olduğunu söylerken, Snowden dünyanın neresinde olursa olsun, herkesin neredeyse sınırsız gözetimine imkân verecek bir sistem olduğunu söylemiştir (theguardian.com). 26 Ocak 2014’de bir Alman radyosunda Edward Snowden’a XKeyscore ile neler yapılabileceği sorulduğunda Snowden şöyle cevaplamıştır:

*“E-mail adresi olan dünyadaki herhangi birinin e-maillerini okuyabilirsiniz. Herhangi bir internet sitesine gelen ve giden tüm trafiği izleyebilirsiniz. Herhangi birinin kullandığı bir bilgisayarı izleyebilirsiniz. Bir laptopun yer değiştirme hareketlerini takip edebilirsiniz. Bu program NSA’nın bilgiye erişmek için kullandığı tek durak noktasıdır.”* (Cohen, 2014: 21)

Edward Snowden’ın açığa çıkardığı bir diğer program olan PRISM programı da Google, Microsoft, Apple, Facebook, Yahoo, YouTube, Skype ve daha birçok internet şirketinin kullanıcı verilerine erişebilmektedir (Stoycheff, 2016: 3). Dolayısıyla NSA’nın izinsiz gözetim faaliyetleri sadece Amerika’yı değil tüm dünyayı kapsamaktadır (theguardian.com). PRISM programının ifşaatının açığa çıkardığı gibi teknoloji şirketleri ile NSA arasında, kamunun haberi olmadan kapsamlı ve gizli bir iş birliği yapılmıştır (Lokke, 2018: 80).

Snowden ifşaatlarından sonra NSA gözetimi ile ilgili yapılmış birkaç araştırma istatistiğine yer vermek, günümüz gözetim toplumu olgusunu ve insanların iktidarın gözetim faaliyetlerine bakışını görmemiz açısından faydalı olacaktır. Snowden olayının ve NSA belgelerinin açığa çıktığı ilk birkaç gün içerisinde (6-9 Haziran 2013) yapılan bir istatistik şöyledir: Amerikan halkına NSA gözetimiyle ilgili kaygıları sorulduğunda katılımcıların %56’sı NSA’nın telefon gözetimini kabul edilebilir bulmuştur, %45’i ise NSA’nın mail gözetimini kabul edilebilir bulmuştur (statista.com). Olaydan sonraki aylarda yapılan bir başka araştırma ise NSA tartışmalarında sosyal medya sessizliği ile ilgilidir. Araştırma istatistiklerine göre; katılımcıların çoğunluğu reel yaşantılarında bu konu hakkında konuşmaya daha istekliyken, konu dijital ortama taşındıkça olaya çekimser kalmayı tercih etmektedirler (statista.com). Bu durum, insanların, iktidarın gözünü içselleştirmeleri olarak da yorumlanmaya müsaittir. Yine bu olaydan bir sene sonra yapılan başka bir araştırma istatistikleri ise internet kullanıcılarının alışkanlıklarını ne ölçüde değiştirdiklerini

ölçmeye yöneliktir (statista.com). Bu araştırmaya göre, katılımcıların %60'ının Edward Snowden olayından haberi olmasına rağmen bunların yalnızca %34'ü davranışlarını değiştirmeye yönelmiştir. İnternet kullanımını azaltanlar sadece %10 iken bu olaydan sonra sosyal medya hesaplarını kapatanların orası ise %11'dir.

Bu olaydan ötürü Snowden, hükümet tarafından vatan haini olarak adlandırılırken, bazı kesimler tarafından da kahraman olarak anılmıştır (washingtonpost.com). Hükümet tarafı bu olayı hükümet lehine meşrulaştırmak için gözetimin onlarca terörist saldırıyı önlemede etkili olduğunu öne sürmüştür (theguardian.com). Fakat Snowden'ın NSA'nın gözetimine dair bu dosyaları yayınlamasından sonra dijital teknoloji aracılığıyla gerçekleşen gözetimin boyutunun ve yoğunluğunun önemli ölçüde farkına varılmıştır. Bu olayın üzerine, insanların ne şekilde takip edildiği ve anonim sandıkları bilgilerin ya da kimliklerin aslında sanıldığı kadar anonim olmadığı üzerine birçok kitap ve makale yazılmıştır (Einstein, 2018: 183). Aslında Snowden'ın açığa çıkardığı kitlesel gözetim programları ABD tarihinde bir ilk değildir. Kitlesel izleme için tasarlanmış ilk programlardan biri 'Toplam Bilgi Farkındalığı' isimli bir programdır ve bu program 2003'de George W. Bush yönetiminin tüm veri akışını kaydetmek amacı ile uygulanmıştır. Fakat program büyük tepki aldığı için aynı yıl içerisinde kısıtlanmıştır. Lokke'ye göre bu programın başarısızlığının nedeni amacını gizlemiyor oluşudur, daha sonra uygulanan gözetleme programları ise amacını halktan gizlemiştir (Lokke, 2018: 80-81).

İnternet kaynaklı dijital gözetim sorunlarına tekrar dönersek; yukarıda bahsedilen internet kullanımının dünya çapında yaygınlık kazanması ve buna bağlı olarak verilerin toplanması noktasında mahremiyet/güvenlik ikilemi sorunu dışında, internetin şüpheli/masum ayrımı gözetmeksizin herkesi toplu olarak gözetim altında tutması bir diğer problemdir (Çakır, 2015: 12). Staples buna video kameraları örnek olarak vermektedir. Staples'e göre postmodern toplumun tanımlayıcı özelliklerinden biri olan videonun hiper uyanık bir bakış yaratarak sadece şüpheli olanları değil, herkesi izlemekte, gece-gündüz durmaksızın her olayı kaydetmektedir (Staples, 2013: 4). Ayrım gözetmeden, herkesin izlenmesinde CCTV (Kapalı Devre Televizyonu) tartışmaları önemli bir yere sahiptir. CCTV kamera tartışmaları çoğunlukla disiplin ya da gözetim açısından ele alınmaktadır. Entegre bilgisayarlı yüz tanıma sistemlerine sahip CCTV kamera sistemleri hırsızlık eylemini tanıyacak şekilde tasarlanmamıştır, kameranın görebildiği alanlarda yer alan insanların tanımlanması ve gerekli görüldüğü

takdirde geriye dönük tespitler yapabilmek amacıyla ya da şüpheli durumlarda yetkili kişi tarafından, anlık olarak farkedilmeyi kolaylaştırmak amacıyla tasarlanmıştır. Bu anlamda, CCTV sistemi varlığını hissettiren bir denetçi mekanizmasından ziyade aslında gerçek zamanlı bir kaynak koordinasyonu ve yönetim sistemidir. Dolayısıyla, müdahale etme noktasında yönetsel olarak daha ihtiyatlı fakat sivil özgürlükler açısından da daha rahatsız edici bir durum yaratmaktadır (Jones, 2000: 17-18). Norris ve Armstrong ise (1999) İngiltere'deki CCTV çalışmalarında, en önemli olan noktanın kameraların veri tabanlarına bağlanması ve farklı veri tabanlarının entegrasyonu olduğunu savunmaktadırlar. Bu sistemlerin gerçekten etkili olması için sık sık bağlantı gerekir, böylece yakalanan ve depolanan veriler karşılaştırılabilir. Bu noktada, dijital izleme ve analog izleme arasındaki bariz farklar niceldir: Bilgisayar sabit diskleri, analog sistemlerden daha rahat, daha hızlı ve daha kapsamlı bilgi depolayabilmektedir. Dijitalleştirme, gözetim noktaları ve gözetim sistemleri arasındaki bağlantıyı kolaylaştırmaktadır. Dijital sistemler aynı zamanda otomatik işlemlerin algoritmik gözetimin uygulanmasına da izin vermektedir. Bir algoritma, kısaca tanımlamak gerekirse, bir dizi komut için kullanılan matematiksel bir terimdir. Algoritmalar, kodlanmasından anlamlandırılması sürecine kadar matematik ve bilgisayar temeline dayanmaktadır. Algoritmaların bilgisayarlar tarafından anlamlandırılması için programlanmış bir formata dönüştürülmesi, yani yazılım esasına dayandırılması gerekir. Yazılım ise esas olarak birbirine bağlı birçok kodlanmış algoritmadan oluşmaktadır. Algoritmik gözetim ise, ham verileri genişletmek için yazılım kullanan gözetim sistemlerini ifade etmektedir (Graham ve Wood, 2003: 231). CCTV kameraların işleyiş mantığını oluşturan algoritmik gözetim, Web 3.0 ve Web 4.0 teknolojilerinin yaygın olarak kullanılmaya başlandığı günümüzde gözetim açısından önemli bir noktadır.

Yeni medyanın gözetim potansiyeli için önemli bir kavram olan algoritmik gözetim dışında -fakat algoritmik gözetim ile bağlantılı- Graham'ın değindiği diğer konular da jeo-demografik profillemeye ve sınıflandırma üzerinedir. Bu kavramlar, daha önce de bahsedildiği üzere, bireylerin yaşam fırsatlarına etki edecek şekilde çeşitli sebeplerle bireylerin bir kısmına ayrıcalık tanınırken, diğer kısmına ise ayrımcılık yapılan bir işleyişi sembolize etmektedir. Bu işleyiş farklı ücretlendirme mekanizmaları ya da sınırsız/kısıtlı ulaşım hakkı gibi yöntemlerle uygulanmaktadır. Graham giderek artan oranda otomatik olarak farklı kullanıcılara farklı seviyelerde hizmet tahsis etmek için veri tabanları ve telekomünikasyon ağlarının ara yüzünde

bilgisayar algoritmaları kullanılmakta olduğunu belirtmektedir (Graham, 2004b: 324-327; Lyon, 2006a: 249-250). Profilleme ve sınıflandırma mekanizması Lyon’a göre daha çok sosyoekonomik yapıya göre haritalandırma yapmak ve bu haritalandırmaya göre suç haritası oluşturmak, sosyal hizmet yapılacak bölgeleri belirlemek gibi amaçlara hizmet etmektedir. 1980’lerden beri uygulanan jeo-demografik profilleme mevcut sosyoekonomik farklılıkların sınırlarını netleştirmekte olduğu için günümüzün algoritmik kodlama ve incelenabilir veri tabanları tarafından da desteklenmektedir (Lyon, 2013: 151-153). Veri mayıncılığının temelini oluşturan bu uygulamalar, Lyon’a göre, işleyişi ekonomi politik yapıya dayanan bütün kurumların seveceği türden gelişmelerdir:

*“Bankalar, sigorta şirketleri, işverenler; hepsi kendileriyle ilişkilerimize eklenen riskleri ve onlarla etkileşim halinde oluşumuzun temsil ettiği değeri hesaplamak isterler. Bu bilgi temelinde teklifler sunarlar, fırsatlardan mahrum bırakırlar, özetle bize, benzer durumlardaki diğer insanlardan daha farklı davranırlar.”* (Lyon, 2013: 152-153)

İleride daha detaylı açıklanacak olan ‘sınıflandırma’ da yeni medyanın gözetim uygulaması için kullanılan temel bir yöntemdir. Yeni medyanın ortaya çıkardığı ‘enformasyon toplumu’nun temeli olan enformasyon sözcüğünü Toffler kelime anlamı olarak da ‘veri’lerin sınıflandırılıp kategorize edilmiş hali olarak tanımlamıştır. Toffler’a göre, birbiriyle bağlantısı bulunmayan bir sürü veri, birbiriyle ilişkilendirilip düzenlenerek enformasyon haline getirilmektedir. Bilgi ise enformasyonun rafine edilip genel ifadelerle dönüştürülmüş halidir (Toffler: 1992: 34). Dolgun, Toffler’ın görüşüne benzer olarak, bilgi ile enformasyon arasındaki farkları dört madde etrafında açıklamıştır:

*“İlk olarak; bilgi kişiselleşmiştir ve insani nitelikte bilişsel bir boyuta sahiptir; enformasyon ise, daha bağımsız ve kendisine özgü bir karakteristik sergiler. İkinci olarak; içerdiği kişisellik nedeniyle insanların bilgiyle olan bağlantılarını koparmak enformasyonla olan bağlantılarını koparmaktan daha zordur. Üçüncü olarak; bilgiyi bu kadar kolayca alıp vermenin kolay olmamasının nedeni, bilginin özümsemeyi ve yorumlanmayı gerektirmesidir. Dördüncü olarak; enformasyon daha maddi bir karakteristik sergilediğinden ve piyasa içinde meta haline dönüşmüş olduğundan, elektronik ağ ve bilişim teknolojileri*

*yoluyla aktarılması çok daha kolaydır; ancak, insanların kafalarının içinde bulunan bilgiyi bu kadar kolay biçimde sınıflamak, organize etmek ve dağıtmak enformasyonda olduğu kadar kolay bir serbesti taşımayabilir.”* (Dolgun, 2015: 126-127)

Dolayısıyla, yeni medyanın yeni gözetim yöntemleri ile insanların sınıflandırılıp belli kategoriler altında tanımlanması da insanlar hakkında bilgi sahibi olunmasından ziyade, yeni medyanın kendine içkin yapısından<sup>19</sup> ötürü insanlar hakkında veri edinilerek gerçekleştirilmektedir. Bedenlerin enforme edilmesi ise sadece veriyi paylaşılabilir kılmamakta, bunun yanı sıra ayırma, sınıflandırma ve profillemeye gibi (Lyon, 2013: 179) kategorizasyon süreçlerinin işlemlerini de sağlamaktadır. Aslında görülen artık insanların kendisi değil, sağladıkları verilerdir (Lyon, 2013: 11). İnsanlar hakkında edinilen ham verilerin, çeşitli amaçlar doğrultusunda bir araya getirilmesi, Marx’ın tabiriyle veri parçalarından soyut kategorilere ulaşılması, yeni örgütsel kimlikler yaratılmasına neden olmaktadır. Böylece kişinin yeni versiyonları bir anlamda türetilmektedir (Marx, 2016: 12). Manuel Castell’in de dile getirdiği gibi, veri akışı yeni örgütlenme biçimi yaratmaktadır (Castells, 2008: 99-125). Sırf veriler tek başına bir işe yaramamaktadır, önemli olan bu verilerle anlamlı bir bütün oluşturulmasıdır (Einstein, 2018: 195).

Ogura, bu sınıflandırma meselesini, pazarlamanın açısından ele almıştır. Pazarlamanın bilgisayarlaştırılması ve müşterilerin yönetimi kapitalist rüyanın gerçekleşmesine neden olmuştur. Bilgi işlemedeki bu ilerleme aynı zamanda, kitlesel tüketicilerin de birçok tüketici kategorisine bölünmesinin önünü açmıştır. Bilgisayar teknolojisinin sağladığı ayrıntılı kategorizasyon, bireyler arasında farklılaşmaya izin vermiş, somut bireyler gerçekte oldukları gibi soyut verilere indirgenmiş ve ticari gereksinimler doğrultusunda kategorize edilmiştir. Bu veriler işlendikten sonra, her birey somut bir kişi olarak yeniden yapılandırılmış ve yeniden profillenmiştir (Ogura, 2006: 275). Pazarlama için, tüketicilerin profillenmesi ve sınıflandırılmasının önemi çok önce farkedilmiştir. 19. yüzyılın başlarından itibaren N. W. Ayer ile birlikte birçok ajansın gerçekleştirdiği piyasa araştırmaları sonucunda, tüketicileri tanımak ve

<sup>19</sup>Manovich ‘Medya Nasıl Yeni Medya Oldu?’ adlı makalesinde, medyanın yeni medyaya dönüşüm sürecini açıklamıştır. Zaman içerisinde bütün iletişim araçları, bilgisayarın sayısal diline çevrilmiş ve bilgisayar tarafından işlenebilen verilere dönüştürülmüştür. Görüntüler, sesler, metinler sayısal verilere dönüştürülerek bilgisayarın veri öbeği haline gelmişlerdir (Manovich, 2011: 469-470). Dolayısıyla yeni medyanın kendine özgü yapısı her şeyi verilere dönüştürmek üzerine kuruludur.

eğilimleri ve tercihleri hakkında tahminlerde bulunabilmek için, onların davranışlarını gözlemlemenin yetersiz geldiğini; onları gelir düzeyine, etnik kökenine, nerede yaşadıklarına, inançlarına ve bu gibi demografik özelliklerine göre sınıflandırmak, bu verileri de marka tercihleriyle ilişkilendirmek ve reklamlara verdikleri tepkileri sınamak gerektiğini tespit etmişlerdir. Bu da ilk kez J. Walter Thompson Şirketi tarafından 1903 yılında gerçekleştirilmiştir. Bu inceleme sonucunda, piyasa araştırmalarının, yani tüketicilerin gelir durumu ve yerleşim yerleri gibi nesnel verilerin yanı sıra kültürel ve psikolojik tutumlara ait verilerin, kategorizasyon için önemini ortaya koymuştur (Lears, 2011: 294-295). Bu noktada, yani kullanıcıların demografik, jeodemografik ve psikografik olarak tespitinin yeni medyanın başkalarını gözetlemeye ve her türlü veriye ulaşmaya, toplamaya ve kaydetmeye imkân tanıyan yapısal özelliği aracılığıyla elde edilen verilerden amaçlar doğrultusunda anlamlı enformasyonlar üretilebilmesi de kurumların projelerini, politikalarını ve hedef kitlelerini belirleme noktasında önemli rol oynamaktadır (Çakır, 2013: 28). Yeni medyanın gözetim olanaklarının tüketici profili çıkartmak için kullanılmasında Lyon, veri tabanlı pazarlamanın (ve panoptik sınıflandırmanın) bilgisayar destekli tüketici gözetiminin ilk evresi olduğunu; internetteki sörf aktivitelerinin online gözetiminin ikinci evre olduğunu; bu iki evreyi birleştiren üçüncü evrenin ise ‘konum belirleme teknolojileri’nin kullanımı olduğunu belirtmiştir (Lyon, 2013: 69). Gözetim ile tüketimin bir araya gelişinin asıl krizi, Turow’a göre, tüketicilerin bilinç kazandıkları noktada ortaya çıkacaktır. İnsanlar reklam sektörü tarafından nasıl sınıflandırıldığını, tüketim oranına göre maruz kaldıkları ayrımcılığı fark ettikleri zaman şirketler ile tüketiciler arasında gerçek bir kopuş yaşanacaktır. (Turow, 2015a: 21-22) Fakat şuan için, *“verilerin bu denli yaygın bir şekilde paylaşılmasının, gelecekte pazarlamacıların ve medya şirketlerinin bizleri kişiselleştirilmiş ‘itibar silolarına’ koyup, kendileri için taşıdığımız değere göre belirledikleri etiketlere uygun fikirler ve ödüller sunmalarını mümkün kılacağına farkında değiller.”* (Turow, 2015a: 23) Yeni medya bu anlamda, her ne kadar devletler ve kurumlar için büyük kolaylık ve avantaj sağlasa da, dijital profillemeye, kategorizasyon ve kişiselleştirmenin yükselişi, toplumsal olarak ağır sonuçları olabilecek sosyal ayrımlara da neden olmaktadır. Elde edilen veri akımlarındaki detaylar, insanların piyasa amaçları için hedef kitle olarak kategorilere ayrılmasına ve sonrasında da belirli tüketici gruplarına dahil olan insanların hayat şanslarının olumlu veya olumsuz şekilde etkilenmesine neden olabilmektedir (Lyon, 2006a: 179). Bu durum, Shoshana Zuboff tarafından ‘gözetim kapitalizmi’ olarak adlandırılmaktadır. Yani özel insan deneyimlerinin, piyasanın dinamiğine uygun

olarak davranışsal ve tepkisel verilere dönüştürülerek bir meta değeri üretilmesi gözetim kapitalizmidir. İnsan davranışı tahminlerinin yürütülebilmesi için de elde edilen bu verilerin hesaplama, değerlendirme gibi süreçlerin çıktılarına ulaşılması gerekir (Zuboff, 2019: 16). Toplanan veriler, Web 4.0'ın yapay zekâ, makine öğrenmesi gibi analitik imkanları ile birleştirildiğinde çok basit veriler bile kapsamlı bir çıkarım için önemli bir meta değeri taşıyabilmektedir. Cambridge Analytica bunun önemli bir örneğidir (Zuboff, 2019: 17).

Ruppert, veri tabanlarının, profil oluşturan konuların bilgisi ile çalıştığını savunmaktadır. Veriler, etkinliklerine, bağlantılarına, performanslarına, işlemlerine göre, sürekli dalgalanan bir kimlik üretmektedir. Böylece neoliberal kontrol mantığına uyulmaktadır (Ruppert, 2012: 119-120). Yani bireysellik ve özgürlük algısıyla donatılmış ve gözetim olgusunun kaçınılması gereken bir durum olarak görülmediği, kesintisiz gözetim toplumuna geçilmektedir. Dolayısıyla, gözetim olgusu, panoptikon'un temsil ettiği o sabit ve gözetim olgusunun az çok belirgin olduğu geleneksel gözetimin aksine, etkileşimsel iletişim araçlarının sunduğu olanaklarla anlık durumlara ve çeşitli amaçlara göre şekillenebilen ve değişen koşullara göre tekrar şekillenebilen, kimin kimi gözetlediği daha belirsiz olan gözetim biçimine evrilmiştir. Günümüzde, gözetim ve denetim gücü hem herkese yayılmış ve herkes birbirinin 'big brother'ı konumuna gelmiş, hem de piyasa da bu gücün temel öğelerinden birisi konumuna gelmiştir (Ergur, 2016: 7).

Gözetim uygulamaları teknolojik gelişmelere entegre hale gelirken, panoptik bakış açısı, gözetim pratiklerini yorumlamada yetersiz kalmaktadır. Baskı ve zorlamaya dayanan gözetim pratiklerinin olumsuz imajı, teknolojinin sunduğu imkanlar ve bunun toplumsal yapıya etkisi ile birlikte maskelenmiş ve bireylerin kendi rızaları ile dahil olduğu bir yapı haline gelmiştir (Bitirim Okmeydan, 2017: 46). Teorisyenlerin bir kısmı da gözetim toplumunun doğasının teknolojik değişimlerle değiştiğini vurgulamaktadır. Thomas Mathiesen 'Sinoptikon Toplumu'; Mark Poster 'Süperpanoptikon'; Emanuel Dimes De Melo Pimenta 'Omniptikon'; Didier Bigo 'Banoptikon' kavramı ile bu alanı açıklamaya çalışmışlardır.

## Yeni Panoptikon Formları

### 1-) Sinoptikon

Thomas Mathiesen toplumun artık yalnızca az insanın çok insanı izlediği bir gözetim toplumu olmadığını, aynı zamanda çoğunluğun azınlığı izlediği bir kitle toplumu olduğunu da ileri sürmektedir. Dolayısıyla, Mathiesen tarafından bu yeni toplumsal yapıyı tanımlayacak olan sinoptikon kavramı geliştirilmiştir. Yirminci yüzyılın gözetim teknolojilerini oluşturan elektronik medya düzenini temsil eden bu kavramın merkezinde televizyon ve televizyonun işleyiş mantığı vardır (Mathiesen, 1997: 221; Lyon, 2013: 202). Sinoptikon’da, panoptikon’un aksine, çoğunluğun azınlığı izlemesi söz konusudur. Sinoptikon’da görünürlük değişmektedir. Televizyon izleyen kitleler, az sayıdaki kurgusal ya da gerçek karakterleri takip etmektedirler. Azınlığın çoğunluğu görememesi söz konusudur. Televizyondaki azınlığın kendilerini izlemesi ve onlarla iletişim kurması mümkün değildir. Sinoptikondaki gözetim, oluşturulan kurgusal gerçekliğe ve diğer izleyicilerle kurulan imgesel bağlanmaya dayanmaktadır. İzleyiciler, birbirlerini bilmezler fakat aynı programı ya da aynı kanalı izleyip, birbirlerine yakın şeyler hissettiklerini düşünürler ve birbirlerini hiç görmeden birbirlerine sempati duyarlar. Öztürk’e göre bu bağlanmanın önemli bir sonucu vardır ki bu sonuç toplumsal kontrol ve disiplin mekanizmasının çalışmasına ve bu mekanizmanın içselleştirilmesine katkı sağlamaktadır. Medyada izlenen programlardan yayılan mesajlar aracılığıyla kurulan ilişki, belli bir ideolojinin insanlar tarafından ön kabulünü yaygınlaştırmaktadır ve ideolojiye uygun olan davranış kalıplarını normlaştırmaktadır. Dolayısıyla Sinoptikon’da iktidar, öznelere sürekli izlemek zorunda kalmamakta ve kontrol, semboller aracılığıyla sağlanmaktadır (Öztürk, 2013: 140-142). Mathiesen’e göre Sinoptisizm, genel olarak modern kitle iletişim araçları, özellikle televizyon, her şeyden önce, bilincimizi yönlendirmekte, kontrol etmekte ya da disipline etmektedir (Mathiesen, 1997: 230). Örneğin günümüz tüketim toplumunda, kişiselleştirilmiş satış stratejilerinin başarılı olması için pazarlama kampanyalarının, satın alınan metalar ile bireysellik ve orijinallik elde edilebileceği yanılsaması yaratması gerekmektedir. Bunun öncesinde ‘bireysellik’in ve ‘orijinal olma’nın ideolojik olarak benimsetilmesi gerekmektedir ve bu süreçte kitle iletişim araçları bu ideolojinin yayılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Çünkü tüketici davranışını kontrol etmek, yani belli mal ve hizmetleri satın almalarını sağlamak onların aklını kontrol etmeyi gerektirmektedir (Sandoval, 2012: 149).

Panoptikondan farklı olarak Sinoptikonda gözetime katılma, zorunlu değil gönüllü olarak gerçekleştirilen bir eylemdir. Gözetimin, televizyon gibi bir boş zaman ve eğlence unsuru olabilen araçlarla yapılması, ‘zorlama’ yoluyla değil, ‘eğlendirme’ yoluyla etki altına alma stratejisini geliştirmiştir. İktidar güçler tarafınca seçilmiş olan kişilerin yapıp yönettiği televizyon programlarının görünür işlevi eğlendirmek iken, gizil işlevi ise etki altına alarak denetlemektir (Yücel, 2015: 392). Kitle iletişim araçlarının yanı sıra, yeni medyanın altyapısını oluşturan internet için de Mathiesen (2004) kurumların internete de hükmettiklerini ve böylece kullanıcıları manipüle ettiklerini vurgulamak için sinoptikon kavramını kullanmıştır (Fuchs ve diğ., 2012: 9). Dolayısıyla, baskıcı gözetim yerini artık yumuşamış bir gözetim anlayışına; panoptikten sinoptik yapıya bırakmıştır. Televizyonda izlenen medya ikonları, ‘gözetlenen’ rolünde olsalar da diğer taraftan bakıldığında izleyenlerin düşüncelerini şekillendiren yani manipüle eden bir rol de taşımaktadırlar (Öğüt ve Dilmen: 2018: 20).

## 2-) Süperpanoptikon

Bilgisayar teknolojisinin gelişmesiyle ortaya çıkan süperpanoptikon adlı yapı hem çoğunluğun azı hem de azınlığın çoğu izlediği bir yapıdır. (Yani panoptikon ile sinoptikon’un birleşiminden doğan bir yapı olarak düşünülebilir.) Süperpanoptikon kavramı Mark Poster’ın kullandığı ve David Lyon’un geliştirdiği bir kavramdır (Öztürk, 2013: 138-140). Mark Poster, 1990 yılında klasik panoptikon figürünün şu anki ‘gözetim toplumu’ temsil etmek için artık yeterli olmadığını öne süren ilk kişidir. Poster, bilgi teknolojilerini ve bilgisayar veri tabanlarını, gözetim pratiklerini panoptikon hapisanesinin dışına çıkartan bir süperpanoptikon olarak tanımlamıştır. Süperpanoptikon’da iktidar ve söylem oyunu benzersiz bir şekilde yapılandırılmıştır. Özenle tasarlanmış bir yapıya ya da bürokratik bir organizasyon oluşturulmasına ihtiyaç yoktur. Gözetlenen kişi zaten gözetim için gerekli bilgiyi kendiliğinden sağlamaktadır. Bireyin herhangi bir davranışı bilgisayar teknolojileriyle veri tabanına iletilindiğinde gözetim sağlanmış olmaktadır (Farinosi, 2011: 63). Poster, süperpanoptikon ve panoptikon’un farkının ‘bilinçlilik’ düzeyinde olduğunu söylemektedir. Panoptikon’da özneler kendi öz kararlılıklarının bilincindedir. Fakat süperpanoptikonda, bireyler kendi kimliklerinin farkında olamayacak kadar nesneleştirme sürecine maruz kalmaktadırlar ve veri tabanlarında tutulan bilgilerin

tüketici, işçi veya vatandaş profilleri oluşturmak için nasıl kullanıldığını anlayamamaktadırlar (Hope, 2005: 361). Mark Poster Süperpanoptikon adlı yapıyı şu cümlesiyle özetlemiştir: *“Günümüzün iletişim devreleri ve ürettikleri veri tabanları Süperpanoptikon’u duvarları, pencereleri, kuleleri veya korumaları olmayan bir kurum olarak yaratmaktadır. Burası öyle bir kurumdur ki duvarsız, penceresiz, gözetleme kulesiz bir gözetim yeridir.”* (Poster, 1990: 93’den akt. Graham ve Wood, 2003: 6)

Gözetim yoluyla toplanan bilgiler çoklu formattadır ve amaçlar doğrultusunda kategorize edilebilmektedirler. Bu noktada süperpanoptikon üç işleve sahiptir: Tanımlama, sınıflandırma ve değerlendirme. İnternet üzerinden doldurduğumuz formlar, sosyal medya profilimizi oluşturmak için girdiğimiz kişisel bilgilerimiz ‘tanımlama’ işlevine örnektir. Tanımlama, kimlik bilgilerinin elde edilmesidir. Tanımlama aşamasından sonra ise sınıflandırma işlevine geçilir. ‘Sınıflandırma’ dijital ortamda yapılan ortak beğeniler ve davranış kalıpları üzerinden gerçekleşir. Benzer karakter özelliği gösteren kişiler, benzer kategoriler altında birleştirilir. Örneğin, internet üzerinden yaptığımız alışverişlerde aldığımız ürünlerin çeşidi, içeriği, fiyatı gibi bilgiler sınıflandırmaya olanak sağlar. Son aşama olan ‘değerlendirme’ ise kişilerin tercihlerinden yola çıkarak onların ana yönelim içerisinde mi, yoksa dışında mı kaldığını belirlemektedir. Değerlendirme aşaması, dijital pazarlama stratejilerinden, politik görüşlerin saptanmasına kadar birçok amaca hizmet eden sonuçlar ortaya koymaktadır (Öztürk, 2013: 140). Dolayısıyla, veri tabanı işleyişine ait bu süreç, panoptikon’un kendi davranışlarını disipline eden öznelerinin aksine, kendi kimliklerinin bilgisayarlar tarafından nasıl yapılandırıldığından haberi olmayan özneler (bir anlamda nesneler) yaratmaktadır. Bu nedenle Poster’a göre veri tabanının yazımı, daha önceki geleneksel kayıt teknolojisine dayanan gözetim tarzından çok farklıdır. Süperpanoptikonda, bireyler kendi panoptik kontrol devrelerine bağlanmaktadır ve bilgisayarlar tarafından kendi kimliklerinin yapılandırılmasında rol oynamaktadırlar (Lyon, 2006a: 332-235).

### 3-) Omniptikon

Omniptikon (Omniopicon) terimi, ‘gözlemlemek’ anlamına gelen ‘opticon’ ile ‘her yerde, her şeyde’ anlamına gelen ‘omni’ ön ekinin bir birleşiminden oluşmaktadır. Yani, omniptikon ‘her yerde, her şeyi’ gözlemlemek anlamına gelmektedir (Sarıgül,

2018: 207). ‘Omniopticon’ kavramının öncüsü olan Emanuel Pimenta, ‘The City of Sun: Panopticon, Synopticon and Omniopticon’ adlı kitabında ‘omniptikon’u, hem panoptikon hem de sinoptikon etkilerini içeren, aynı zamanda herkesin herkesi izlediği etkileşimli bir süreç olarak tanımlamıştır (Pimenta, 2010: 272).

Omniptikon, hiper-iletişimin gerçekleştiği küresel ağlarla ve gerçek zamanlı etkileşim sunan teknolojik altyapılar ile ortaya çıkan bir modeldir (Pimenta, 2010: 272). Örneğin, birbirinden farklı mekanlar, bilgisayarlara veya mobil telefonlar gibi gezgin araçlara görüntülerin aktarılması yoluyla, herhangi bir zamanda veya herhangi bir yerde aynı anda izlenilebilir hale gelmektedir. Omniptikon’un gizil bir işlevi de bilgi asimetrisini ortadan kaldırması olarak düşünülebilen simetri eğilimi yanılsaması yaratmasıdır. Pimenta bunu şöyle açıklamıştır: Güç, kontrol ile mümkün olmaktadır. Kontrol ise bilginin yönetilmesiyle ilişkili olduğunda, bilgide asimetrik bir yönelim gelişmektedir. Enformasyon teknolojilerinin etkileşimli doğasının sağladığı imkanlar aracılığıyla bilginin herkes tarafından kolayca ulaşılabilir olması ve herkes tarafından eş zamanlı olarak müdahaleye açık olmasıyla birlikte bilgi, simetriye yönelim göstermektedir. Örneğin, Twitter gibi mecralarda dünyanın farklı yerlerinden herkes, eş zamanlı olarak aynı trendtopic üzerine birbirleriyle etkileşime girebilmektedirler. Bu nedenle, Pimenta’ya göre yeni gözetim araçlarının kurulmasındaki tüm siyasi söylem, demokrasiyi sağlamak ve bireysel hakları korumak gibi fikirlere dayandırılmaktadır (Pimenta, 2010: 302- 303). Bunun yanı sıra gözetimin eğlencenin asıl unsuru olduğu bir anlayış da söz konusudur. Örneğin, Anders Albrechtslund ve Lynsey Dubbeld, 1980’lerde ev bilgisayarlarının ortaya çıkmasıyla popüler olan bilgisayar oyunlarında gözetimin, yani nesnelerin ve insanların veri işleme teknolojileri aracılığıyla izlenmesinin oyunun bir parçası haline geldiğini öne sürmüşlerdir. Yani Albrechtslund ve Dubbeld’e göre, gözetim, oyunu eğlenceli kılan bir olgudur ve oyunlarda gözetim teknolojileri, eğlence ve etkileşimli oyun üretme aracı olarak hizmet etmektedir (Albrechtsund ve Dubbeld, 2005: 218-219). Dolayısıyla, omniptikon, yukarıdan aşağıya hiyerarşik otorite biçimlerini etkisizleştiren ve iletişimi demokratikleştiren, fakat aslında gözetlemek üzerine kurulu bir popüler kültür oluşturan bir sosyal sistemi ifade etmektedir (Kelsey, 2016: 4). Panoptikon ile özdeşleşen ‘yerel denetim’ işlevi, omniptikon ile birlikte ‘küresel denetim’e doğru kaymıştır. İktidar, günümüzde küresel düzeyde kontrol sağlarken, denetim işlevini ise eğlence yoluyla gerçekleştirmektedir. Omniptikon, Panoptikon’un

görünmezliğinin yanına, bilinmezliği de ekleyerek gözetim olgusuna dair tüm olumsuzlukları kamufle etmektedir (Bitirim Okmeydan, 2017: 46-47).

#### 4-) Ban-Optikon

Didier Bigo, ban-optikon kavramını, profil çıkarma teknolojilerinin gözetime tabi tutulacak kişilerin ya da grupların belirlenmesinde kullanıldığı durumları tanımlamak için kullanmaktadır. Günümüzün küreselleşmiş dünyasında, nüfus hareketlerini gerek siyasi gerek ticari amaçla olsun, uzaktan izlemek ve denetlemek için ‘dispositif’<sup>20</sup> oluşturulması, yeni bir gözetim tarzını ortaya çıkarmıştır (Bauman ve Lyon, 2018: 75). Bigo bu gözetim modelinin, ‘*bireylerin ulus ötesi hareketlerine odaklanarak enformatik ve biyometrik gözetim tarzlarını kuvvetlendirmeye yönelik*’ devletler ve şirketler aracılığıyla işlediğini söylemektedir (Bigo, 2006b: 35). Ban-optikon dispositif, 11 Eylül’den sonra ABD ve müttefikleri tarafından yaratılan rahatsızlık hali ile ilgili olarak kurulmuştur. ABD, terörist ve diğer suç örgütlerinin kitlesel imha tehditlerine karşılık, küresel bir güvenlik fikrinin yayılmasında öncü olmuştur. Yani, 11 Eylül olayı ABD’yi, ulusal sınırları eski haline getirecek ve diğer uluslararası aktörleri iş birliğine zorlayacak bir küresel güvenlik ihtiyacını ortaya koymaya itmiştir (Bigo, 2006a: 47). Bigo’ya göre, bu sebepten dolayı yani ulus aşırı bir güvensizlik probleminden dolayı söylemler, kurumlar, mimari yapılar ve yasalar kümülatif olarak insanları analiz etmek ve belli kategoriler içerisine yerleştirmek üzerine tasarlanmıştır. Ban-optikon’un stratejik işlevi, sistemin dışında kalan bir grup azınlığın profilini istenmeyen olarak çıkarmaktır ve bunu yaparken de ağ bağlantılı veri tabanlarını kullanmaktadır (Bauman ve Lyon, 2018: 76). Ban-optikon, üç kriter ile karakterize edilmektedir: İlki, isnisnai bir güce sahip olmasıdır. Yani, iktidar ve direnişin etkileri artık devlet-toplum arasındaki ilişkinin politik matrisini aşmıştır ve küreselleşmiş alanlarda, ulus-devletleri, iş birliğini güçlendirmeye zorlayan bu mekanizmanın ulus-aşırı işleyişine dahil olmuştur. İkincisi, profiller oluşturmalarıdır. İnsanlar biyometrik teknolojiler ve veri tabanları kullanılarak iyi ve kötü kategorilerinin altında sınıflandırılarak kötü kategorilerin altında olanlar dışlanarak ötekileştirilirken, iyi kategorilerin altındakiler normalleştirilmektedir. Üçüncüsü de normatif bir hareket zorunluluğudur. Bu Bigo’ya göre en önemli özelliğidir. Yani, davranışların, sermayenin, söylemlerin serbest akış içerisinde yaygınlık kazanmasıdır.

<sup>20</sup> Sadece ulus-devlet bünyesinden değil, küresel olarak da dışlanacak insan kategorileri yaratılarak kimin hoş karşılanıp kimin karşılanmayacağını gösteren bir kavramdır (Bauman ve Lyon, 2018: 75).

Böylece çoğunluk normalleştirilerek, gözetim azınlığının üzerine kaydırılır (Bigo, 2006: 35-39). Kısacası ban-optikon, panoptikon'un aksine, 'içeride tutmak' yerine, 'uzak tutmak' üzerine kurulu bir yapıdır ve itici gücünü 'disipline etmek' itkisinden ziyade güvelik sağlamaya yönelik kaygılardan almaktadır. Dolayısıyla gözetim teknolojisi günümüzde iki stratejik amaç taşımaktadır: Birisi cepheye hapsetmek, diğeri ise dışarıda bırakmaktır (Bauman ve Lyon, 2018: 77-78).

Bu konu kapsamında Elias Canetti'nin, kültürün korku unsurunu düzenleme ve içine alma ile ilgili olduğunu belirttiği 'Kitle ve İktidar (Crowds and Power)' (2006) adlı kitabından da bahsedilebilir. Canetti, sınıflandırma arzusunun psikolojik boyutuna da değinmektedir. Ona göre, insanın bilinmeyen dokunuşundan daha çok korktuğu hiçbir şey yoktur. İnsan, kendisine neyin dokunduğunu görmek ve tanımak, hiç değilse sınıflandırmak istemektedir. İnsan, bu dokunulma korkusundan yalnızca kitle içinde kurtulabilir. Herkesin birbirine benzer olduğu kitle içinde bilinmezlik ve öngörülemezlik yoktur. Kitleler, nüfuslarını daha da artırarak çoğalma eğilimindedir ve her zaman kitle içerisinde kitlenin genel yönelimlerine aykırı davranan 'hain'ler vardır. Kargaşa yaratmadığı sürece onların ilerlemesine izin verilir, fakat aynı zamanda hareketlerinin takip edilmesine gerek görülür ki düzenin bozulacağı zaman müdahale edilebilsin (Canetti, 2006: 15-24). Bu müdahale ise normalleştirme/kapsama ile marjinalleştirme/dışlama süreciyle yapılır. Lyon'a göre, günümüzde insanların çoğunluğu genelde tüketici kapitalizmine katılımları üzerinden normalleştirilir, bu işleyişin dışında kalanlar ise belgesizler, potansiyel teröristler, göçmenler gibi kategoriler içerisinde ve polis, asker ve diğer profesyoneller bu güvensizlik kategorilerini 'banlamak' için özel bir çaba içerisinde. Bu çaba doğrultusunda, farklı kaynaklardan gelen dosyaların birleştirilmesiyle sınıflandırma gerçekleştirilmektedir. Dolayısıyla sınıflandırma yöntemleri, dijital veri tabanlarının bu kadar hayatımızın içine girdiği günümüzde iktidarın ve gözetimin temeli olarak kabul edilmiştir. Bu yöntemlerin oy kullanma gibi temel hakların temin edilmesi, güvenlik sağlama ya da daha iyi hizmet verebilme gibi gerekçelerle demokratik amaçlar taşıdığı öne sürülse de, aslında çoğunlukla azınlıkları ve sistemin işleyişinin dışında kalanları ötekileştirmeye yönelik bir mekanizma olarak işlev görmüştür (Lyon, 2013: 54-55, 99-100).

### 2.2.1. Büyükveri Gözetimi (Big Data Surveillance)

Lyon “gözetleme”nin ne olduğunu tanımlarken “kişisel veri”nin gözetimdeki önemini vurgulayarak gözetimin soyut boyutuna dikkat çekmiştir. Lyon’a göre kişisel veri “bireylerden soyutlanmış hakikat parçaları”dır. Lyon’a göre gözetim *“hakkında veri toplananları etkileme veya idare etme amacıyla tanımlanmamış herhangi bir kişisel veri toplanması veya işlenmesidir.”* (Lyon, 2006a: 12-13) Birebir görmeye dayalı değil fakat, görülmek istenilen kişiyi tanımlayan profillerin oluşturulmasında, veri yığınlarını kullanan bir izleme türünü açıklamak için yeni bir terim ortaya çıkmıştır: Veri gözetimi (Lyon, 2013: 34). ABD Teknoloji Değerlendirme Bürosu, veri gözetimini şöyle tanımlamıştır: *“Veri gözetimi, dağılmış bilgi işlem, bilgisayar ağları, uzman sistemler ve örüntü tanıma gibi yazılımların o bildik zeminini kapsar.”* (Dolgun, 2015: 145)

Besserat, veri depolamanın en eski örneği olarak neolitik hesaptası sistemini göstermiştir ve hesaptalarını tarihteki ilk kod olarak kabul etmiştir. Hesaptası sisteminin en önemli ve çetelelere karşı çığır açan özelliği sadece niceliksel değil aynı zamanda niteliksel bilgi de taşımalarıdır. Yani veri soyutlama özelliğine sahip olmalarıdır. Şöyle ki; hesaptaları biçimsiz bir kil kütlesinden oluşmaktadır ve iletişimin amacına ve verilmek istenilen anlama göre biçim vermek mümkün olabilmektedir. Örneğin küre ya da koni şekli, farklı miktarlarda ‘tahıl’a denk düşmektedir ve tek bir biçimde hesaptası her zaman için bu anlamı vermektedir. Bu yeni iletişim aracının getirdiği en büyük yenilik, her biri kendine özgü şekillerden oluşan ve farklı anlamlara gelen hesaptalarının anlam repertuarından oluşan bir sistem yaratmış olmasıdır (Besserat, 2011: 30, 40-42). Fakat Büyük Veri Devrimi’nin temelini oluşturan öncü çalışma, 1854 yılında Londra’da meydana gelen kolera salgınında, Doktor John Snow’un hastalığın tespiti için oluşturduğu haritalama sistemidir. Bu veri işleme sisteminin başarısı ise salgının çok olduğu noktalara odaklanılarak salgına yol açan faktörün tespitini kolaylaştırmasıdır. ‘Büyük Veri’ terim olarak ise ilk defa 1997’de NASA tarafından kullanılmıştır. Bu terimin yaygın tanımı, Doug Laney tarafından 2000’lerin başında, 3V (Volume / Velocity / Variety) formülasyonu ile geliştirilmiştir. Terim, 2008 yılından itibaren bilgisayar bilimciler tarafından yaygın olarak kullanılmaya; 2010 yılından itibaren de dijital pazarlama alanında kullanılmaya başlanmıştır (Lokke, 2018: 59-60; Kingsnorth, 2017: 260).

Jussi Parikka, Bilkent Üniversitesi'nde yaptığı bir konuşmasında büyük veri gözetimini şu sözlerle açıklamıştır: *“Geçmişte de gözetim vardı ama geçmişle kıyasladığımızda günümüzde her gün bize gelen bilginin miktarı ve iletişimimizin hızı ile yoğunluğu çok daha fazla. Ha keza gözetimin etkililiği.”* Büyük veri gözetimine dayalı iktidar farkını ise şu sözleriyle ifade etmiştir: *“Burada en önemli olan şey veri temelli politikaların geleceğe dönük özelliği: Fişlediğiniz için daima bir adım öndesiniz, zira verilerden oluşan kimliğiniz sadece şimdi değil, geleceğe doğru da sızıyor. İşte yine kalıplara döndük. Veri ve ağların tuhaf zamansallıkları...”* (Parikka, 2018) Parikka, verilerin zamanın ötesine geçtiğini anlatmak istemiştir. Bütün bu veri kayıtları saklanabilir, alınabilir, birleştirilebilir, analiz edilebilir ve iletilebilir olması nedeniyle bu türden bir gözetim bilgisi, tamamen farklı bağlamlarda elde edildikten yıllar sonra bile ‘dondurulmuş’ olarak aynı etkiyle kullanılabilir.

Büyük verinin altyapısını, enformasyon teknolojileri oluşturmaktadır. Bu alandaki en güncel çalışmaları gerçekleştirenlerden birisi olan David Lyon, devlet gözünde bireylerin artık birer vatandaş olarak değil, kodlanmış numaralar olduğu gerçeğinden hareketle günümüzün gözetim toplumunu, kişisel yaşama ait her türlü verinin devlet kurumları ile büyük şirketlerin bilgisayar veri tabanlarında depolanması ve işlenmesi olarak tanımlamaktadır (Dolgun, 2015: 28). Bilgisayar kayıtları, fotoğraflar, kamera görüntüleri ve diğer teknolojik izler birer veri halinde taşınabilmekte, çoğaltılıp paylaşılabilmekte, aktarılabilen ve çok farklı bağlamlarda bir araya getirebilmektedir. Bu nedenle büyük veri kavramı ile verilerin aslında büyüklük, depolama ortamı ve analitik kabiliyet kombinasyonuna atıfta bulunmaktadır (Andrejevic ve Gates, 2014: 186). Zwitter’a göre, büyük verinin yıllar içindeki veri işleme büyüklüğü şöyle bir artış göstermiştir (Zwitter, 2014: 2):

- Kayıt tarihinin başlangıcından 2003 yılına kadar- 5 milyar gigabayt
- 2011- Her iki günde bir 5 milyar gigabayt
- 2013- Her 10 dakikada bir 5 milyar gigabayt
- 2015- Her 10 saniyede bir 5 milyar gigabayt

Her geçen yıl artan veri işleme hızı ile artan verilerin ortaya çıkardığı asıl sorun Locke’a göre, cookies gibi bilgi kapsülleri kullanan iz sürme teknolojileri dolayısıyla insanların dijital ortamda bir birey olarak yeniden tanımlanabilmesidir. Bilgi kapsülleri, tekil kullanıcıya has olan elektronik ayak izleridir. Bilgi kapsüllerinin en

önemlisini de internet sayfaları oluşturmaktadır. İnternet sayfalarına gömülü olan veri programları sayesinde sadece kişisel ve tarihsel veri yakalanmamakta, aynı zamanda başka tıklamalar da sayılarak kullanıcının tutumları ve talepleri gerçek bir bilgiye dönüştürülmektedir (Lokke, 2018: 63). Zwitter'a göre, büyük veri her ne kadar dağınık olsa da dijital olarak mevcut olan her şeyi topladığı için istatistiksel verilerden daha organiktir. Yani büyük veri gerçekliği daha fazla temsil etmektedir.<sup>21</sup> Büyük veri organik gerçekliğin bir temsili olmasının yanı sıra aynı zamanda da günümüzde Google gibi küresel olarak kullanılan araçlar sayesinde ulaşılabilecek kitlenin büyüklüğü açısından da potansiyel olarak küresel boyuttadır (Zwitter, 2014: 2). Büyük verinin literatüre kazandırıldığı öncü bir çalışma olan John Snow'un salgın hastalığın tespiti için uyguladığı haritalama sistemi ile 1854 yılında salgının tespiti ve önlenmesi sağlanmıştı. Günümüzde ise Google gibi dijital araçlar daha geniş kapsamlı tespitler için kullanılmaktadır. Google küresel çapta kimin, hangi lokasyonda, neyi, ne sıklıkla aradığını kaydetme potansiyeline sahip bir araçtır. Örneğin, insanlar artık hastalıklarına ya da rahatsızlıklarına kendi kendine teşhis koyabilmek için Google'da aramalar yapmaktadırlar. Google ise belli bir konumdaki hastalık belirtilerine ait arama sözcüğünün artış hızını kaydetmesiyle salgını, yayılma hızıyla eş zamanlı olarak ortaya çıkarabilmektedir. Böylece Google, hastalığı ve hastalığın yayıldığı bölgeyi birçok sağlık kurumundan önce farkedebilmektedir (Lokke, 2018: 61). Bunun yanı sıra, istihbarat teşkilatları tarafından kişisel davranışların kapsamlı bir şekilde izlenmesi, müşterilerin ticari olarak ikna edilmesi, trafik sıkışıklığının giderilmesi, salgınların durdurulması ve bir buzdolabının veya termostatin internete bağlanması gibi gündelik kabul edilen birçok işleğin arka planında büyük veri vardır. Büyük verinin önemli bir kısmı veri analizidir. Klous ve Wielaard, büyük veri kavramını içerisinde yeni fırsatları, olanakları, teknikleri ve tehditleri de barındıran şemsiye bir kavram olarak görmektedir (Klous ve Wielaard, 2016: XV – XVI). Bu nedenle, Klous ve Wielaard'a göre büyük verinin faydalı mı zararlı mı olduğu tartışmasından ziyade, öncelikle onu bilgi toplumunun ayrılmaz bir parçası gibi görmek gereklidir. Büyük veri, teknolojinin gelişimiyle tıpkı bir dil gibi gelişmekte ve yaygınlaşmaktadır. Toplumlar teknolojinin getirdiği kolaylık, rahatlık ve sağladığı imkanlardan vazgeçmeyi istemedikçe de büyük veri teknolojinin sızdığı her alana sızacak olan kaçınılmaz bir mekanizmadır. Bu bakımdan kilit soru, Klous ve Wielaard'a göre

<sup>21</sup> Bununla ilgili olarak, büyük veri analizlerine göre alınacak kararlar daha inandırıcı ve meşru olarak kabul görülebilmektedir, ki bunun problemleri de tanımlama ve kategorize etme sürecinde ortaya çıkmaktadır.

büyük verinin ne kadar kısıtlanması gerektiği değil toplum olarak ne istediğimiz ve büyük verinin bunu başarmamızda nasıl bir fayda sağlayacağı olmalıdır (Klous ve Wielaard, 2016: XVII, 104-105).

Öte yandan, büyük veri analizleri gözetim için bir öngörü niteliğinde kullanıldığında sınıflandırmaların yarattığı ötekileştirme veya basmakalıp yargılar ile güç ilişkilerini pekiştirici bir rol oynamaktadır. Büyük verilerin ortaya çıkması yeni anlam oluşturma biçimlerinin biriken veri alanlarına uygulanabileceği bir anı işaret etmektedir. Anlam oluşturma süreci de toplumsal olarak üretilen ve güç ilişkileri bağlamında gerçekleştirilen bir faaliyet olduğuna göre, büyük veri egemen ideolojinin öngördüğü tespitlerin, teknik standartlar ile doğrulanması amacına da hizmet etmektedir. Yani büyük veri sistemlerinin oluşumu, kendilerini hem gelişen veri tabanlarından hem de onları anlamlandırma tekniklerinden alan ilişkili gözetim biçimleri için doğrudan sonuçlara sahiptir (Andrejevic ve Gates, 2014: 186; Yaylagül, 2013: 14).

Yaygın olmayan veya pasif gözetim, dünya tarafından basitçe sunulan verilerdir: Yardımsız, duyular kullanılarak 'toplanılabilir' ve genellikle yüksek bir değeri yoktur. Kurumlar ve devletler için değerli olan bilgileri üreten stratejik veya aktif gözetim ise gözetimin serbestçe sunmadığı bilgileri içerir. Bu veri türlerinin her ikisi de ne kadar anonimleştirilmiş veya belirsiz olursa olsun, şimdi her zamankinden daha büyük bir hacimde toplanabilmekte, böylece daha önce ilgilenen taraflara ulaşamayan bilgiler üretilebilmektedir (Marx, 2016: 16). Bu açıdan veri gözetimi, diğer bütün gözetim türlerinden ayrılmakta ve amaçlar doğrultusunda kullanılması noktasında diğer bütün gözetim türlerinden çok daha fazla stratejik olmaktadır. Duyular ile gerçekleştirilen basit gözetimden ve dijitalleşme sonucu uygulanabilen elektronik gözetimden çok daha ucuz olan ve daha fazla insanın izlenmesini sağlayan veri gözetimi, gözetimi sistematik ve otomatik bir hale getirmiştir. Bu nedenle hem işverenler hem de devletler açısından en çok ilgi gören gözetim türü veri gözetimi olmuştur (Lyon, 2013: 34). Fakat asıl sorun, bu verilerin ham hali değildir, çünkü bu veriler özel hayat hakkında önemli detaylar vermeyebilir. Sorun, bu verilerin analizi aşamasında ortaya çıkmaktadır (Lokke, 2018: 64). İşçiler, yönetilenler ya da sıradan halk açısından ise verilerin birleştirilerek amaçlar doğrultusunda kategorize edilmesi insanların 'tehlikeli', 'tedavi edilebilir', 'yüksek riskli' gibi kategoriler (Lyon, 2013: 121) altında ötekileştirilmesi riskini doğurmaktadır. Örneğin çeşitli kaynaklardan elde

edilen büyük miktardaki verilerin analizine dayanarak algoritmalar, hangi sokakların polis memurlarına daha fazla ihtiyaç gerektirdiğini belirleyebilmektedir (Klous ve Wielaard, 2016: 1). Diğer bir örnek ise, Bauman'ın, Küreselleşme kitabında ele aldığı 'aylaklar' ile 'turistler ayrımıdır (Bauman, 1999: 95-100). Her ikisi de benzer şeyleri yapıyor olsalar da iki farklı kategorilerdir. Çünkü bu kategorilerden bir tanesi sistemin içindeyken, bir tanesi de dışında yer almaktadır. Bauman *"Aylaklar, turiste dönüşme hakkı tanınmayan gezginlerdir."* (Bauman, 1999: 96) diyerek bu kategorizasyonun patolojik yönünü özetlemektedir. Toplumun gözünde olumsuz kategoride olan herkes, herhangi bir suç işlemese dahi, potansiyel bir 'suçlu'dur çünkü sistemin devamlılığını sürdürecektir imkana sahip değildir. Bu açıdan büyük veriye ilginin ve büyük veri analizlerinin değerinin yüksek olmasının en önemli sebebi bu ham verilerin farklı şekillerde yeniden kullanılabilir olmasıdır. Büyük veri, büyük ve karmaşık veri yığınlarını hızla işleyerek yeni niteliksel bir şey üretebilmektedir. Örneğin, kimin güvenlik tehlikesi yarattığı, kredi vermeye uygun biri olduğu, hangi tür işlerde çalışmaya uygun olduğu verilerin işlenmesiyle tespit edilebilmektedir. Lokke, gelecekte bir Facebook kullanıcısının arkadaş sayısına göre bile ne kadar kredi verilebilir olduğunun tespit edilebileceğini öngörmektedir. Bu nedenle bu analizler, insanların yönelimlerini ve davranış kalıplarını çözme noktasında önemli bir katkı sağlayabilmekte ve gelecekte gerçekleşmesi muhtemel davranışları öngörebilmektedir. Dolayısıyla bu analizlerin toplumu ilgilendiren boyutu, alınacak kararların önemli ölçüde verilere dayandırılmasıdır (Lokke, 2018: 60-65). Dolayısıyla, egemen sınıfın lehine işleyen düzen içerisinde veri gözetimi, yarattığı kategorilerle ve insanların belli amaçlar doğrultusunda sınıflandırılmasıyla düzenin, yönetilenlerin de rızasını alarak en yumuşak yoldan devamlılığını sağlayan bir mekanizmadır.

Büyük verinin toplumlar üzerindeki en önemli etkisi, bireyin kendi potansiyelini anlama ve bilinçli kararlar alma noktasında ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle, en az yaygın olarak tartışılan kişisel olmayan verilerin etik sonuçlarıdır. Mikro-pazarları daha belirgin bir şekilde hedefleyebilmek için Facebook üzerindeki 'beğenme' özelliği sayesinde elde edilen verilerin pazarlama şirketlerine satılması ya da grupların politik manipülasyonu amacıyla duyarlılık analizleri yapılabilmesi için Twitter bilgilerinin kullanılması bu duruma örnektir (Zwitter, 2014: 1). Herşeyin ölçülebilir olduğu günümüz bilgi toplumunda hemen hemen her cihaz, internet üzerinden 7/24 birbirine bağlanabilmektedir. Bu bağlantı ve sensör ağları olağanüstü miktarda veri üretmekte ve dolayısıyla üretilen bu veri yığınları da önemli olanaklar sunmaktadır. Fakat Klous

ve Wielaard, bu olasılıkların da her önemli yenilik gibi toplumsal yapı içerisinde sömürölmek isteneceğini dile getirmektedirler (Klous ve Wielaard, 2016: XIV). Manyika, Chui ve Brown hazırladıkları raporda doğru politikalar olmadığı sürece büyük verilerin rekabetin temelini oluşturacağını ve verimlilik artışı, yenilikçilik ve tüketici fazlası dalgalarının da yeni çıkış noktası olacağını söylemektedirler (Manyika, Chui ve Brown, 2011). Bu rapora paralel olarak büyük şirketlerin bireysel veri araştırmaları da son zamanlarda önemli ölçüde artmıştır (Lyon, 2013: 34).

Einstein'e göre büyük verinin pazarlama ile kesiştiğı iki nokta vardır: Öncelikle pazarlamacılar, tüketicilerin ürün arayışından 'satın al' düğmesine tıklama aşamasına gelene kadar sürecin hangi kısmında olduklarını değerlendirebilmektedirler. İkinci bir nokta ise, pazarlamacılar, tüketicinin isteyebileceğı ürünler ve hizmetler hakkında akıllı tahminlerde bulunabilmek için milyonlarca insana ve binlerce veri noktasına erişebilmektedirler. Pazarlamacıların bu erişime sahip olmasına yardım edecek ya da bu verileri analiz etme konusunda iş akışını koordine edecek aracı veri toplama şirketlerinin sayısı da her geçen gün artmaktadır. Bütün bu şirketler, doğru tüketiciyi hedeflemek ve ilgisini çekmek için birlikte çalışmaktadır (Einstein, 2018: 184). "Büyük Veri İzleme" projesi, büyük veri ve gözetim arasındaki ilişkiyi üç bağlantılı akışta incelemektedir: Güvenlik, pazarlama ve yönetim. Her üç akışta da büyük veri ve hesaplama kapasitelerinin toplanması, sonuçların tahmin edilmesi ve davranışları önceden şekillendirmeye müdahale etmeye yönelik gözetimi eğimli hale getirmektedir (Surveillance Studies Centre, 2015). Einstein'e göre insanlar telefonları, tabletleri, Apple Watch'ları veya nesnelerin internetinin bir parçası haline gelmiş herhangi bir teknolojik cihazı kullandığı sürece sürekli artan miktarlarda veri sağlarlarken, veri kapasitesi büyümeye devam edecek ve şirketlerin pazarlama ve reklam stratejileri artarak devam edecektir (Einstein, 2018: 203). Büyük veri şirketler için potansiyel olarak kar ve verimlilik aracıyken, mahremiyet aktivistleri içinse özel hayatın ihlali açısından potansiyel bir sorundur (Lokke, 2018: 69). Büyük verinin ortaya çıkması ile birlikte etik üzerine çalışanların bazı geleneksel etik kavramlarını yeniden gözden geçirmek zorunda kaldıkları görölmektedir. Özellikle Snowden'ın ifşaatları ile birlikte etik problemler tekrar gündeme gelmiştir (Zwitter, 2014: 1).

### 2.2.2. Gözetimin Meşruiyeti

Eirik Newth, 'İzleme Toplumu' (2014) adlı kitabında gözetime izin vermek için bir sürü argümanın olduğunu belirtmektedir (Lokke, 2018: 50). Gözetim; güvende olma, gündelik hayatın kolaylaşması, eğlence kültürü, sosyalleşme ve popülerlik arzusu gibi nedenlerle meşru kabul edilebilmektedir. Haggerty'e göre de kontrol, yönetim, güvenlik, kar ve eğlence gibi bir dizi arzular gözetim düzeneğini birleştirmeye hizmet etmektedir (Haggerty, 2000: 609). Böylece gözetim, gözetlenen bireylerin de dahil olmak istediği toplumsal bir mekanizma olarak işlerlik kazanmaktadır. *"Gözetim süreçlerinin işleyebilmesi, farkında olarak ya da olmayarak gözetlenenin katılımına bağlıdır."* (Lyon, 2013: 19) Gözetlenenin, gözetim süreciyle etkileşime girmesi, gözetimin olumsuz algısını azaltmaktadır. Özellikle yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte 'katılımcı gözetim' olarak nitelendirilen bir yapı ortaya çıkmıştır (Kleinig ve diğ., 2011: 129). Lyon bu yapıyı 'katılımcı panoptikon' olarak da adlandırmaktadır. Gözetim artık geleneksel yapının sınırlarını koruyan ve toplumu bu yapının altında homojenleştirmeye yarayan bir mekanizma değil, bir bireyselleşme vaadidir. İnsanların kendini pazarladığı bir dönemde görmek/görülme ikiliği, özgürlük ve orijinallik olarak kabul edilirken bireyselleşme de metalaşmıştır (Lyon, 2006b: 8). Mahremiyet algısı ise modern dönemin 'bireyselleşme' eğiliminin ve liberalizmin özgürlük söylemlerinin bir sonucu olarak doğmuştur fakat gözetimle birlikte bu durum kesintiye uğramıştır (Çakır, 2015: 11). Yani gözetim paradoksal bir şekilde, hem bireyselleşme arzusuyla dahil olunan bir işleyiş haline gelirken hem de bireysel alanı ihlal eden bir uygulamalar bütünü haline gelmiştir. Benzer bir paradoks da yeni iletişim teknolojilerinin gözetim olgusuyla bir araya gelmesi sonucunda ortaya çıkmıştır. Yeni iletişim teknolojileri, bir taraftan dijital gözetimin zeminini oluştururken diğer yandan gündelik yaşantıyı şeffaflaştırmakta ve güvenlik açığı yaratmaktadır (Marx, 2016: 4). Bu nedenle, yeni teknolojilerle çevrelenmiş gündelik hayat için alınacak güvenlik önlemlerinin merkezinde yine gözetim uygulamaları yer almaktadır. Bütün bu paradoksal gerilimi azaltan şey ise gözetimin meşru olarak algılanmasıdır. Günümüz dünyasında ise gözetimin meşruiyetini sağlayan birkaç dinamik mevcuttur. Bunlardan birisi güvenlik arayışıdır.

Modern öncesi dönemlerdeki toplumlarda gözetim tekniklerinin, idari anlamda uzmanlaşma ve faaliyetlerin koordine edilmesi gibi bürokratik bir işlevi varken, günümüz toplumlarında bu işlev 'güvenlik sağlama' gerekçesiyle gündelik hayatın

denetimini amaçlayan bir iktidar pratiği olarak genişletilmiştir (Güven, 2014: 80). Özellikle 11 Eylül'den sonra oluşturulan 'ulusal güvenlik' politikasıyla birlikte de ulus-devlet anlayışının temelini oluşturan 'refah'ın yerini 'güvenlik' arayışı almıştır. Bu anlamda bir güvenlik devletinden söz edilebilmektedir. Çünkü güvenlik devletini oluşturan etmenler de resmi istatistikler, ticari veya istihdam verileri, sağlık hizmetlerinden gelen veriler gibi gözetim verilerine dayanmaktadır (Lyon, 2013: 21). Fakat Lyon 'güvenlik devleti'nin niyetinin 'refah devleti'ne yönelik vaatlerin arkasına saklandığını söylemiştir:

*“‘Savaş devletinin’ demokratikleşen toplumlarda ‘refah devleti’ olarak bilinen şeye dönük vaatlerde bulunmadan aklanması bir hayli güçtü. Her ne kadar doğrudan savaş esnasındaki girişimleri tarafından perdeleniyorsa da, yurttaşlık hakları geri iade edilmekle kalmıyor, aynı zamanda savaş dönemi tedbirlerinin ardıl etkisiyle genişletiliyordu da. Böylelikle, zorunlu askerlik erkeklerin kişisel sağlık ve güvenlik kontrollerinden geçirilmesi anlamına gelirken, bu tür gözetim tedbirleri barış dönemlerine de taşınmıştır.” (Lyon, 2013: 49-50)*

Dolayısıyla, aynı zamanda devlet kontrolünün de bilgisayar teknolojisiyle birleşmeye başladığı (Beniger, 2011: 442) 2. Dünya Savaşı sonrası yaratılan refah devleti atmosferi askeri amaçlara daha çok hizmet etmiş ve devletin iktidarı, topluma daha derin nüfuz etmeye başlamıştır. Lyon, askeri gücün barışı sürdürmenin bir aracı olarak görülmeye devam ettiği sürece de iktidarların denetim arzusunun 'güvenlik' sağlamak gerekçesiyle sürüp gideceğini belirtmektedir (Lyon, 2013: 77). İktidarın bu arzusuna, 11 Eylül'den sonra uygulamaya konulan anti-terör yasaları da temel bir argüman olmuş ve böylece mahremiyet ihlalleri için gereken hukuki altyapı da sağlanmıştır. Çünkü 11 Eylül sonrası güveni zedelenen ve paranoya içinde olan toplum kamuoyunda iki temel konu tartışılmaya başlanmıştır. Birincisi, sivil haklar ve özgürlüklerin, teröristlere rahat bir alan sağladığı düşüncesidir. Diğer konu ise, NSA gibi istihbarat ajanslarının yeterli donanımına sahip olmaması ve bu ajansların arasında veri akışı olmaması nedeniyle önlenmesi gereken saldırılara ait ipuçlarının analiz edilememesidir. Bu tartışmaların sonucunda Vatanseverlik Yasası, Milli Güvenlik Giriş-Çıkış Sistemi gibi pek çok uygulama yürürlüğe girmiştir (Dolgun, 2015: 241-244). Bütün bu uygulamalar aynı zamanda mahremiyet alanına zarar vermiş ve gözetim pratiklerinin üzerinde yayılabileceği yasal zemini oluşturmuştur.

Güvenlik arayışının, gözetimi meşru hale getirmesi ve kişisel mahremiyet alanının, ‘güvende olma’ duygusuna karşılık verilebilecek bir ödün gibi görülmesinin temeli korku kültürüne dayanmaktadır. Modern yaşamın öngörülemeyen tehlikelerinden korkma ve güvende olma arzusu vatandaşları gözetim gerçeğine karşı itaatkâr kılmaktadır. İnsanlar, korkusunu aşına olduğu bir düzen içinde bastırmak ve polis devletini güçlendiren gözetim sürecine aktif olarak katılmayı istemektedirler (Ataman ve Çoban, 2018b: 1017). Hükümetler ise, vatandaşlarının bu ihtiyacını, gözetim uygulamalarına meşruiyet kazandıracak bir argüman olarak sunmaktadırlar. Bu duruma güncel bir meşrulaştırma örneği olarak hala davası devam eden bir olay; İngiltere’nin 2016 Kanun tasarısı ve gelen tepkilere karşı hükümetin benzer savunma biçimidir. Olay şöyledir; İngiltere’de güvenlik ve terörle mücadele amacıyla Araştırma Güçleri Kanun Tasarısı 2016’da tüm çevrimiçi verilerinin saklanacağına dair bir madde vardır. Fakat hala gündemde olan bu madde, aslında 1998 İnsan Hakları Yasası’ndaki bir madde ile çelişmektedir. Güvenlik Bakanı Ben Wallace ise durumu şöyle savunmaktadır (theguardian.com):

*“İletişim verileri, ciddi ve organize suçlarla ilgili kovuşturmaların büyük bir çoğunluğunda kullanılmakta ve son on yılda terörle mücadele konusundaki her büyük güvenlik hizmetinde kullanılmaktadır. Ayrıca, suçların nerede ve ne zaman gerçekleştiğinin tespiti, çevrimiçi çocuk istismarı gibi suçların da önüne geçmenin neredeyse tek yoludur.”*

Bilgi ve iletişim teknolojilerine ait verilerin toplanmasına yönelik girişimlerin yanı sıra, mekânsal gözetim açısından da İngiltere en çok CCTV kamerası kullanan ülkeler arasındadır <sup>22</sup> (comparitech.com). 2013 yılında, Güvenlik Endüstrisi Kurumu, Birleşik Krallık’taki her 11 kişi için 1 CCTV kamera olduğunu tahmin etmiştir (telegraph.co.uk). İngiltere gibi demokratik rejime sahip bir ülke ile tek parti rejimiyle yönetilen Çin’in, gözetim uygulamalarının yoğunluğu açısından benzeşmesi, gözetimin birinde zorunlu uygulama olarak dayatılırken diğerinde meşru kabul edilerek benimsenmesi noktasında normaldir. Demokrasinin, diğer rejimlere üstünlüğü diğerlerine nazaran daha fazla güven duyulmasıyla alakalıdır. Birçok demokratik ülkede vatandaşlar, devlet kurumlarına büyük ölçüde güvenmektedir. Bu durum demokrasinin bir ön koşulu olmakla birlikte, aynı zamanda da güvenin kötüye kullanılması tehlikesini barındırmaktadır (Lokke, 2018: 50). Gary Marx, ‘Windows

<sup>22</sup> En çok CCTV kamerası kullanan ülke Çin’dir.

Into the Soul' (2016) kitabında gözetimin meşru görünümünün “demokrasi” kavramında gizli olduğundan bahsetmektedir. Demokratik toplumlarda karşılıklı gözetim anlayışı üzerine kurulu sistem, devlet gözetimine karşı oluşabilecek olumsuz yargıları kırmaktadır. Fakat karşılıklı gözetim, simetriklik ve asimetriklik açısından değişiklik göstermektedir. Örneğin vatandaşlar, açık oturumlar ile bazı uygulamalara karşı tepkilerini dile getirebilir veya devlet kurumlarından bazı bilgileri öğrenmeyi talep edebilirler. Ancak, hükümetler toplumdaki bireyler hakkındaki verilere sorgusuz sualsiz ulaşabilir, bireyleri toplanan veriler doğrultusunda yargılayabilmektedir. Asimetrinin görülmesi ise her zaman kolay değildir, çünkü asimetri fiziksel ve kültürel çevreye gömülüdür (Marx, 2016: 37-38).

Lyon’a göre “Gözetim toplumu ve güvenlik devletinin eş zamanlı yükselişi bir tesadüf değildir. Bunlar gözetimin hem önemli bir araç hem de yeni kişisel enformasyon siyasetinin temel bileşeni olduğu bir denetim kültürü yaratmak için iki koldan çalışmaktadır.” (Lyon, 2013: 282) Bu nedenle Lyon için, siyasetin kişisel verilerin korunmasını sağlaması gözetim ile çevrili bir toplumda zaruridir. Çünkü mahremiyet hakkı da demokrasinin özel hayat alanına verdiği önemin bir ifadesidir. Bu nedenle, liberal demokrasi rejimlerinin yasalarında bir karşılığı vardır ve devlet tarafından korunması gereken hak olarak görülmektedir. Devletin yasalarına tabii olması bakımından mahremiyet ve özel alan arasında fark vardır. Mahremiyet, kişinin kendi kişisel bilgilerinin gizliliğini denetleyebilme, bilgilerini kimlerle paylaşacağına karar verebilme ve kendisi hakkında kimin ne kadar bilgi sahibi olduğunu bilme hakkıdır. Özel alan ise mahremiyeti de kapsayan kişinin otonom bir şekilde kararlar alabildiği ve kendisini ifade edebilme imkânı bulabildiği bir alandır. Dolayısıyla özel hayatın yasalar tarafından korunması, kişisel verilerin toplanması ve bu verilerin işlenmesiyle ilgili usul ve esaslarla ilgilidir ve temelde mahremiyet hakkının korunması amacına yöneliktir (Lokke, 2018: 23-25). Bu konu yeni iletişim teknolojileri bağlamında düşünüldüğünde kamusal alan ile özel alan arasındaki sınır bulanıklaşmaktadır. İnsanların özel hayatlarını kamusal alana taşıyabildiği ve taşımak da istediği bir mecra olan internetin paylaşıma ve etkileşime dayalı yapısı hem özel alanı gözetime açık bir alan haline getirmiş (Taş, 2007: 332) hem de insanların kendilerini sosyal çevresine teşhir etmeyi istediği, özel alan anlayışının kamusal alana kaydığı yeni bir sosyal yapı yaratmıştır (Çakır, 2015: 345-350).

Alan Westin'e göre mahremiyet kişisel özerklik, duygusal gevşeme, öz-değerlendirme, sınırlı ve kişisel iletişimi sağlama ve koruma işlevi görmektedir (Westin, 1967: 35). Ancak yeni iletişim teknolojilerinin ortaya çıkmasıyla birlikte, Westin'in görüşleri yeni toplum düzeni için işlevini yitirmiştir (Lyon, 2013: 250). Teknoloji tabanlı yeni toplum düzeninde, mahremiyet algısı insanların hem bilinçli olarak hem de bilinçsiz olarak yaptıklarıyla zarar görmesine neden olmaktadır. Bilinçli olarak yaptıkları, aslında görünür olmanın temel yapı kabul edildiği sosyal bir kültürün ortaya çıkmasıyla alakalı şeylerdir. Mahremiyet kavramı, görsellüğün yeni ifade biçimi haline geldiği dijital dünyada; insanların nasıl bir yaşantıya sahip olduğunu, nelerden hoşlandığını, kimlerle arkadaş olduğunu sergilemek istediği bir gösteri toplumunda önemsiz hale gelmiştir (Çakır, 2015: 155-160). Bilgiye dayalı bir siberkültürde (Robins ve Webster, 2005: 219) 'bilme arzusu', sosyalliğin temeli olan 'etkileşime girme isteği' ile birlikte düşünüldüğünde; insanlar diğerlerini bilme ve diğerlerinin de kendisini bilme eğilimi taşıdığı söylenebilmektedir. Avcı, yeni medyada insanların gözetlemekten ve gözetlenmekten zevk alması üzerine kurulu bir iletişim yapısına dayanarak günümüz toplumunu gözetişim toplumu olarak adlandırmıştır (Avcı, 2015: 261). Artık gözetim de bir eğlence değerine sahiptir (Haggerty, 2000: 616). Dolayısıyla, yeni bir kültür formu olan siberkültürde mahremiyet, korunması gereken bir alan olarak görülmemektedir.

Gözetim gerçekçiliği, giderek dijitale evrildiği için vatandaşlık üzerindeki etkileri önemlidir. Önemli ölçüde, dijital altyapı ve faaliyetler hakkında bilgi eksikliği ve kontrol eksikliği duyguları eş zamanlı olarak rahatsızlık ve güçsüzlük yaratmaktadır. Bu, devlet gözetimi konusunda rıza anlayışını somutlaştırmakta; demokratik meşruiyet kazandırmakta ve hesap verebilirliği baltalamaktadır. Dahası, gözetim gerçekçiliği sadece vatandaşlık olgusunun, yönetimi etkileme ihtimalini sınırlandırmakla kalmamakta, hatta insanların nasıl hissettiği konusunda hâlâ öne çıkan mahremiyet ve sivil haklar endişesiyle uyumlu toplum örgütlenmesinin başka yollarını hayal etmeyi de sınırlandırmaktadır. Bu bağlamda gözetim gerçekçiliği, Snowden sızıntılarına verilen tepkilere ilişkin parametreleri daraltmaya hizmet etmekte ve gözetim toplumu ile uyumlu, "düşünce ve eylemi sınırlayan" sınırlayıcı bir etki yaratmaktadır (Dencik ve Cable, 2017: 778). Dencik ve Cable'ın aksine Waldman'a göre ise dijitalin gelişimi sonrası insanların güvende olma beklentisi de devlet odaklı olmaktan çıkmış ve daha geleneksel bir anlayışa evrilmiştir. Ari Ezra Waldman, dijital paylaşımların eski kültürlerdeki gibi güvene dayalı bir sosyal yapı

ortaya çıkardığını söylemiştir. İnsanların yaptıkları paylaşımlarla, dijital mecralarda sosyal çevreleriyle etkileşime girmeleriyle, birbirlerine aşına olarak, görerek ve görülerek elde ettikleri bir güven kazanımı söz konusudur. Ancak bu güven dar bir güvendir. Güvensizlik ise yalnızca ağ içindeki gizliliğe veya anonimliğe odaklanabilen bir algıdan ileri gitmemektedir (Waldman, 2015: 590).

Dijital ortamlarda insanlar, reel hayatın tersine, anonim olduklarını farzederek gerçek dünyada çekindikleri veya ifade edemedikleri herşeyi bu ortamlarda açığa vurmaktadırlar. Özel alanın, kamusal alana taşıdığı sanal dünyada, seçilmiş kimlikleriyle asıl kimliklerinin mahrem, gizli ve güvende kaldığını düşünmektedirler (Timisi, 2005: 96-97). Böylece bilinçsizce, mahrem alanlarında özgür olduğunu düşünmektedirler. Fakat düşünüldüğü kadar anonim olunmadığını, en son Snowden ya da Cambridge Analytica vakası ile açığa çıkan kitlesel gözetim programlarının işleyişine dair detaylar en iyi şekilde göstermiştir. NSA ve İngiltere'nin istihbarat kurumu GCHQ kişisel bilgileri koruma amacıyla şifrelenmiş bilgileri kırabilmek için oldukça gelişmiş teknolojilerden yararlanmaktadır. Böyle kurumlar, teknoloji şirketleriyle yaptıkları anlaşmalar için de önemli bütçeler ayırmaktadırlar (theguardian.com). Bunun yanı sıra, bu istihbarat kurumları, gizli iş birlikleri sayesinde yazılım sistemlerine güvenlik açığı yaratacak arka kapılar inşa edilmesini isteyebilmektedirler (Lokke, 2018: 35). Türkiye'den bir örnek ise; anonim yazarların olduğu ekşi sözlük platformunda, bir ekşi sözlük yazarına girdiği entry nedeniyle verilen tutuklama kararıdır (aydinlik.com.tr). Dolayısıyla, dijital platformlarda mahremiyet, istenildiğinde dokunulabilen ve yargılanabilen bir alandır. Bu gibi olayların gün yüzüne çıkması zaman zaman insanların dijital olarak da gözetlendiği, istenildiğinde kimliğinin afişe edilebileceği, verilerinin çeşitli amaçlarla kullanılabilmesi ve hatta yargılanabileceği hissine kapılmalarına neden olsa da dijitalleşmenin ve internetin getirdiği çeşitli kolaylıklardan vazgeçmeyi de istememektedirler (Erdoğan, 2011: 439-440). Joseph Turow ve arkadaşlarının yaptıkları bir araştırmadan (Turow ve diğ., 2015b: 3) elde edilen bulgular Amerikalıların çoğunun, verilerinin kullanılmasını veya paylaşılmasını istemediklerini fakat aynı zamanda bunu engellemenin de mümkün olmadığını düşündüklerini ortaya koymuştur. Dolayısıyla bulgular, Amerikalıların isteksiz bir şekilde bu duruma boyun eğdiklerini göstermiştir. Bir araştırmaya göre (Teodorescu ve Erev, 2014: 1) kontrol edilemeyen sonuçlara maruz kalmak, öğrenilmiş çaresizlik duygusu yaratmaktadır. Bu duygu durumu, gözetimin değişmez bir gerçeklik

olduğuna, bundan başka bir seçenek olamayacağına ve gözetimin meşru bir düzen olduğuna ikna olunmasına yol açmaktadır (Kesim Güven, 2016: 21-22). Gözetimin meşruiyetini sağlayan diğerk bir nokta ise, yeni medyanın görünmeden görmeyi mümkün kılan teknik altyapısının yeni iktidar alanları yaratması ve herkesin kendi görünmez alanlarında, diğerklerini gözetleme gücüne sahip olduğu düşüncesine yol açmaktadır (Avcı, 2015: 263). Bu sebeplerden ötürü, insanlar bilinçli veya bilinçsiz olarak gözetimin işleyişine rıza göstermektedir.

### 2.2.3. Dijital Medyada Gözetimin Ekonomi-politik ve Sosyo-politik Rolü

Vincent Mosco'ya göre ekonomi politik, dar anlamda, iletişim kaynakları da dahil, kaynakların üretimi, dağıtımı ve tüketimini karşılıklı olarak oluşturan toplumsal ilişkilerin -özellikle de iktidar ilişkilerinin- incelenmesidir. Genel anlamda ise ekonomi politik, toplumsal hayatta kontrol ve hayatta kalma mücadelesinin incelenmesidir. Kontrol, özellikle bir toplumun kendisini nasıl örgütlediğı, işlerini nasıl yönettiğı ve uyum sağladığı veya uyum sağlamadığı, tüm toplumların karşı karşıya kaldığı kaçınılmaz değişikliklere atıfta bulunur. Hayatta kalmak ise toplumların kendilerini yeniden üretmeleri ve varlıklarını devam ettirmeleri için ihtiyaç duydukları şeyi üretmeleri anlamına gelmektedir. Bu yoruma göre kontrol, bir toplum içindeki ilişkileri şekillendirdiğı için politik bir süreçtir ve hayatta kalmak temel olarak ekonomiktir çünkü üretim ve yeniden üretim süreçlerini içermektedir (Mosco, 2009: 2-3). Yani ekonomi politik ilişkilerin temelinde kontrol güdüsü vardır ki bu güdü aynı zamanda gözetim faaliyetlerinin de temel çıkış noktasıdır. Engels ise ekonomi politik yorumunu, daha davranışsal olarak toplumsal sınıfların faaliyetleri üzerine kurmaktadır. Ona göre ekonomi politik ilişkiler, üretim faaliyetlerinin toplumsal etkilerinin sonucu olarak ortaya çıkan ilişkilerdir (Engels, 1977: 169). Babe de bu görüşlere benzer bir şekilde, ekonomi politik yaklaşımların toplumsal iktidar ilişkilerine dayandığını öne sürmektedir. Bu yaklaşımların temel sorunsalları; 'Kim kazanıyor?' 'Kim kararları veriyor?' 'Kimin üzerinde tahakküm kuruluyor?' gibi sorulardır. Bu yaklaşımlar, iktidar ilişkilerini ve bu ilişkilerin değişim sürecini incelemekte ve bu ilişkilerin değişebileceğini vurgulamaktadırlar (Babe, 1995'den akt. Geray, 2019: 21). Bu ilişkileri küreselleşme bağlamında ele alan Mosco'ya göre ise sermaye, ancak insan yaşamının daha fazla alanını meta haline getirerek, küreselleşme ile birlikte piyasaların genişlemesine olan ihtiyaca hizmet edebilir. Günümüze kadar metalaştırma en kişisel, en kamusal ve en kutsal olana kadar uzanmıştır.

Metalaştırmanın yaşamın her alanına nüfuz etmesi nedeniyle, Mosco'ya göre günümüz dünyasında sosyal, kültürel, politik ve ekonomik olan her şey birdir (Mosco, 1993: 93, 108-109).

Bazı noktalarda birbirlerinden farklılaşan yorumlamalar olmakla birlikte bütün ekonomi politik yaklaşımların bulunduğu ortak payda ekonomik, toplumsal ve siyasal politikaların bir bütün olarak ele alınmasıdır (Geray, 2019: 19). G. Murdock ve P. Golding ise ekonomi politik yaklaşımlarını medya çalışmalarına uygulayarak bu kümülatif toplumsal yaklaşımlara medya alanını da dahil etmişlerdir. Onlara göre, medya devletin ideolojik bir aygıtıdır fakat ideolojinin somut uygulamada nasıl üretildiğini göstermek de gereklidir. Medya, meta üretmeye ve dağıtmaya ek olarak, ekonomik ve politik yapılar hakkındaki fikirleri de yaymaktadır. Kitlesele medya üretiminin bu ikinci ve ideolojik boyutu, medyaya asıl önemini ve merkeziliyetini kazandırmakta ve sadece ekonomi açısından değil, politika açısından da bir yaklaşım gerektirmektedir. Çünkü medya mesajlarının gücü ve kontrolü, sahiplik ve mülkiyet ilişkilerine dayanmaktadır. Dolayısıyla medyanın ekonomi politiğı için bariz başlangıç noktası, kitle iletişim araçlarının emtia üreten ve dağıtan endüstriyel ve ticari örgütler olduğunun kabul edilmesidir. Sonuç olarak, Murdock ve Golding'e göre medyada güç dağılımının ve meşruiyet sürecinin uygun bir şekilde analiz edilmesi, mutlaka kitle iletişim araçlarının ekonomi politik bir analizini içermelidir (Murdock ve Golding, 1973: 205-207).

Medya sahiplerinin veya medyada çalışanların görece özerk olması, ekonomi politik tartışmalarda önemli bir yere sahiptir. Medyanın arkasındaki ekonomik çıkarlar ve kapitalist dinamikler göz önüne alınmadan, medyanın analiz edilemeyeceğini savunan ekonomi politik yaklaşım, medya endüstrilerinde tekelleşme ve yoğunlaşma sürecine odaklanmaktadır (Gökalp, 2009: 283-285). İletişimin ekonomi politiğı 1960-70'li yıllarda, Dallas Smythe ve Herbert I. Schiller'in önemli katkılarıyla, sorgulanması gereken bir alan olarak ön plana çıkmıştır (Mcchesney, 1999: 17-18). Dallas Smythe, medya ve kültür endüstrilerinin nasıl organize oldukları ve uydukları politikalar incelenerek medyanın kapitalist toplum içerisindeki rolünün anlaşılabilirliğini öne sürmektedir. Medyanın yapısal özelliklerinin ve faaliyet alanlarının ancak, kapitalist toplum bağlamında anlaşılabilirliğini çünkü iletişim kaynaklarının dağılımının da, diğer maddi kaynakların dağılımının bir parçası olduğunu söylemektedir. Dallas Smythe'e göre medyanın sadece ideolojik bir

fonksiyonu yoktur, ekonomik bir fonksiyonu da vardır. Bu yüzden sorulması gereken soru, medyanın sermaye için hangi ekonomik işlevi yerine getirdiği sorusudur ve medyanın ekonomi politik bir bakış açısıyla ele alınması gerektiğini söyler. Ekonomi politik bir perspektif, kapitalist toplumlarda emtialaşma sürecini ve sonuçlarını inceler. Medyada üretilen emtia ise bir üründen ya da ideolojiden ziyade, izleyicilerin kendisidir. Böylece medya endüstrilerinin asıl işlevi aslında izleyicileri reklamverenlere satmaktır (Yaylagül, 2013: 166-167). Bu bağlamda medya içeriği, reklamverenlerin ve medya şirketlerinin ekonomik ilişkilerinden bağımsız değildir. Medya sahipleri daha çok gelir elde etmek için reklamverenlerin istekleri doğrultusunda bir yayın politikası belirlemiştir. Reklamverenlerin amacı ise daha çok kitleye ulaşabilmektir. Dolayısıyla medya içeriklerinin genel kitleye hitap ediyor olması ve kitle için güzel bir boş zaman eğlencesi olması, reklamverenler açısından önemlidir. Böylece infotainment içerikler, yani gerçeğin sulandırılmış şekilde sunulması temel bir medya olgusu haline gelmiştir. Bir diğer nokta, özellikle geleneksel medya sektöründe yer alabilmek için ciddi bir maliyet gerekmektedir. Bu da doğal olarak bir sınıf süzgeci işlevi görmekte ve bir anlamda ekonomik olarak güçlü egemen sınıfın medya üzerinde kolaylıkla tahakküm kurabildiği sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Reklamverenler medya içeriğini doğrudan etkileyebilirken, iktidar yapıları ise ideolojilerinin yayıldığı medya kuruluşları ile iş birliğine girmektedirler. Dolayısıyla, medya ideolojik olarak hakimiyet savaşlarının yaşandığı önemli bir mücadele alanıdır (Gökalp, 2009: 285). Kapitalizm teorisyenlerinin tartışmasız bir şekilde kabul ettikleri gibi medya, gelirlerinin ve kârlarının çoğunu izleyicilerinden değil reklamverenlerinden elde eder. Teorisyenler bunun “tüketici egemenliği” idealini tersine çevirdiğini ve reklamverenlerin öngörülebilir kitlelere olan taleplerinin, arzın temel belirleyicisi haline getirdiğini iddia etmektedirler (Murdock, 2005: 142). Ekonomi politik açıdan bakıldığında medya için izleyiciler iki yönden önem kazanmaktadır. Birincisi tüketici olarak çünkü kapitalist toplumlar için insanlar, pasif tüketici olarak kendisine sunulanı alan, sistemin işleyişini sağlayan nesnelerdir. İkincisi ise emtia olarak. Emtia, satın alınması için üretilen bir şeydir. Medya için ise izleyiciler, reklamverenler ve medya şirketleri arasındaki ekonomik ilişkinin emtiasını oluşturmaktadır. Smythe bunu ‘izleyici emtiası’ olarak adlandırmaktadır (Smythe, 1977: 3-5).

Teknolojinin getirdiği yeniliklerle, özellikle internetin gelişimi ve küresel çapta yayılmasıyla birlikte hem ekonomik hem de sosyal açıdan büyük imkanlar

sağlanmıştır. Ekonomik anlamda üretim büyük ölçüde artmış, sosyal olarak ise farklı coğrafyalar arasındaki iletişim çok kolaylaşmıştır (Lokke, 2018: 49). Çakır'ın da dediği gibi teknolojik yenilikler, özellikle internet, gözetimin networkleşmesine olanak sağlamaktadır. İnternet, bilgisayar gözetimine de iki boyut kazandırmaktadır: Küresel etkileşim ve networkleşme. İnternet artık sadece bilgi alınan bir sistem olmaktan çıkmış ve küresel çapta etkileşim sağlanan ve ağ topluluklarının oluşumuna imkân veren bir sistem haline de gelmiştir. Fakat eleştirel yaklaşımın özellikle üzerinde durduğu konu, internetin küresel bir pazar ortamına dönüşmesi ve kullanıcıları da tüketiciye dönüştürecek şekilde internet üzerinde pek çok işlemin ticari amaçlarla yapılmasıdır, yani internetin ekonomik yapı ile ilişkisidir. İnternetin özgür ve etkileşimli yapısı gittikçe küresel kurumların yatırım alanına dönüşmeye başlamıştır. İnternet günden güne insan hayatına dair herşeyi maddi değere endeksleyen bir işleyiş halini almıştır (Çakır, 2015: 34-36). Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi, yeni küresel bir ekonomi yaratmıştır. Güçlü bilgisayar ağları, yazılım sistemleri ve diğer elektronik sistemler vs. finansal işlemlerin küresel çapta yürütülmesini sağlamıştır. Bu gelişmeler ise devlet ve ekonomi arasındaki güç dengesinde kaymaya neden olmuştur çünkü sermayenin hızlı hareket etmesi, öngörülemezliği ve değişkenliği; hükümetlerin ve finansal kurumların kontrolünün ötesinde küresel finansal bir piyasaya yol açmıştır (Roper, 2005: 74). Bunun yanı sıra, medyanın kendisinin bir üretim sahasına dönüşmesi ve kapitalist üretim araçlarının tüketicilere ulaşması sürecinde bir aracı haline gelmesi sonucunda, medya da ekonomi politik ilişkilere entegre olmuştur. Dolayısıyla medya bugün kâr amacı güden faaliyetlerin bir parçası haline dönüşmüştür (Güdekli, 2016: 153). Bu doğrultuda medya araçları, reel piyasanın dijital ortama yansımalarının da ötesinde çok daha farklı bir piyasa yaratmıştır: Yeni Ekonomi. Yeni ekonomi kavramı, dijital ortamda faaliyet gösteren kurumlar ile ortaya çıkmış bir kavramdır (Deneçli ve Deneçli, 2018: 194). Castells'e göre yeni ekonomi, teknolojik gelişmelerin üzerine kurulduğu için kaçınılmaz bir şekilde kapitalisttir ve tarihte ilk kez tüm dünya küresel kapitalist ağlarla birbirine bağımlı hale gelmiştir (Castells, 2008: 202). Yeni ekonominin metası ise fiziki değil, bilgi temellidir (Bayraç, 2003: 55). Yani kullanıcı verileridir. Verilerin kolay ulaşılabilir ve analiz edilebilir olması büyük bir ticari değere sahiptir. Bu, aynı zamanda büyük veri devriminin de önemli bir sonucudur. Veriler, değişim değeri açısından yeni hammadde olarak adlandırılmaktadır. Verilerin büyük bir ticari değer kazanmasının en önemli koşulunu oluşturan uygulama ise çerezlerin kullanımıdır. Çerezler, internet hareketlerini ve tıklamalar gibi belirli tutumları bir veri olarak

depolamaktadır ve çeşitli ticari ilişkilerde kullanılabilir. Örneğin Google, başka firmalara veri satabilmekte ya da aramalara dayanan ticari ürünleri şirketlerden aldığı ücret karşılığında kullanıcılara sunabilmektedir (Lokke, 2018: 63-69). Çerezler, şirketlere ve yayıncılara, hedeflerindeki kişilerin internet üzerindeki hareketlerini takip etme ve depolama, dolayısıyla bu kişileri tanıma ve haklarında bilgi sahibi olma fırsatı sunmaktadır (Turow, 2015a: 25). Çerezler her ne kadar onay ilkesine dayansa da ve ancak kullanıcının bilgilerinin depolanmasını kabul etmesinin üzerine işlerlik kazanabilecek bir sistem olsa da (Lokke, 2018: 64) çoğu kullanıcı, çerezlerin kullanımını kapsayan hüküm ve koşulları okumadan kabul etmektedir. Terms and Conditions May Apply (Hüküm ve Koşullar Geçerli Olabilir) (2013) adlı belgesele göre gizlilik ilkesi, hüküm ve koşullar ise yazıdan bir duvar olarak kullanıcılara sunulmaktadır ve ancak bu şartlar kabul edildiğinde bu işlemleri gerçekleştirebilmek mümkün olmaktadır. Kullanıcıya sunulan bütün bu hüküm ve koşulları okumak ise yılda 180 saate tekabül etmektedir. Kullanıcı verilerine biçilen değer düşünüldüğünde, Wall Street Journal'a göre satır aralarındaki saklı maddelerden dolayı tüketiciler her yıl 250 milyar dolar kaybetmektedirler (Terms and Conditions May Apply, 2013). Çerezlerin yarattığı toplumsal etki ve ekonomi modeli noktasında, Google'ın Adwords'e girmesi ile büyüme hızında kazandığı ivme iyi bir örnektir. Çerezler, yeni düzenlemeler ve devam eden gizlilik tartışmaları ile son yıllarda önemli bir gelişme ve aynı zamanda bir çekişme kemiği olmuştur. Çerezler dijital teknolojinin devam eden gizlilik kaygılarında rol oynamasına rağmen aynı zamanda alakalı içerik sağlama ve dolayısıyla kullanıcı deneyimini kişiselleştirme konusunda önemli bir gelişme olmuştur. Kingsnorht'un iş modeli olarak belirttiği üç stratejiden birisi olan 'niş pazarda işletmeden tüketiciye' modelinde, işletme hedeflenmiş belli bir kitleye hitap etmektedir. Bu nedenle işletmenin ihtiyaç duyduğu şey iyi bir kullanıcı deneyimi ve derin bir içerik stratejisidir (Kingsnorth: 2017: 7, 32-33). Kingsnorth'a göre, Facebook bu strateji bazında internet tabanlı iş modellerine verilebilecek en güzel örnektir.

*“Mark Zuckerberg'in bile, bir zamanlar üniversite içi sosyal ağı olarak kullanılan Facebook'un günümüzde dünyanın önemli bir yüzdesinin hayatlarını paylaştığı küresel bir yere dönüşmesine şaşırdığını tahmin ediyorum. Üniversite öğrencileri için bir ağ sağlama ilk modeli, büyüme kaçınılmaz hale geldiğinde daha geniş bir çaplı cazibe kazanmak zorunda kaldı. Bu büyüme belirlenirken, doğal olarak maliyetlerin de artacağı ve bariz bir gelir olmadan bir şeyler yapılması gerektiği açıktı. Böylece işletme sayfaları ve reklam modelleri*

*geliştirildi. Bu değişimler ile işletme kendi büyümesiyle başa çıkmaya çalıştı, fakat bunların sonucunda elde edilen başarı ve hız oldukça etkileyici bir örnek oluşturdu. Bu, stratejinizi tüketicilerinizin değişen ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde uyarlamanın ve işletmenizi geliştirmenin mükemmel bir örneğidir.”* (Kingsnorth, 2017: 34)

Şirketler artık hangi hizmet ya da cihazın kullanıldığına veya kullanıcının belirli bir anda nerede bulunduğu bakılmaksızın, belirli özellikleri ve davranışları olan kullanıcıları gerçek zamanlı olarak bulabilmekte ve hedefleyebilmektedir. Çünkü veri tabanı farklı bağlamlarda yakalanan etkileşimlerle sürekli dinamik olarak beslenmektedir. Çok kısa sürelerde tüketicilerle ilgili dijital profiller açık artırma ile en yüksek teklifi verene satılmaktadır. Veri komisyoncuları<sup>23</sup> olarak adlandırılan büyük pazarlama veri şirketleri (örn. Mparticle), yüzlerce reklam teknolojisi firmasının yanı sıra Google ve Facebook gibi platformlarla ortak olmaya başlamıştır. Çevrimdışı alımlarla ilgili verileri çevrimiçi davranışlarla birleştirmekte; diğer şirketlerin farklı kurumsal veri tabanlarındaki insanları tanımlarına, bağlantı kurmalarına ve eşleştirmelerine olanak tanıyan hizmetler sunmaktadırlar. Tüm endüstrilerdeki işletmeler, tüketiciler hakkında zengin veri toplamak için sorunsuz bir şekilde veri şirketlerinin hizmetlerini kullanabilmektedirler, bunlar hakkında ek bilgi ekleyebilmekte ve zenginleştirilmiş dijital profilleri çok çeşitli teknoloji platformlarında kullanabilmektedirler (Christl, 2017: 45, 49-50). Facebook da bu gerekçeyle, 2013 yılında dört büyük tüketici veri toplama şirketleri (veri komisyoncuları) olan Acxiom, Epsilon, Datalogix ve BlueKai ile ortaklık kurmaya başlamıştır. 2017 itibarıyla de, altı veri toplama şirketi, Facebook’a kullanıcılarını daha iyi sıralamak ve kategorilere ayırmak için “kitle verileri” sağlamaktadır. Bu şirketler: Acxiom, Epsilon, Experian, Oracle, CCC Marketing (Japonya) ve Quantum (Avustralya)’dır (facebook.com/help). Ayrıca, Data Studio Bridge, dijital pazarlama şirketlerine, Facebook kullanıcılarının verilerine sınırsız ulaşımı vaat etmektedir. Bu şirketlere sunulan işlevler şunlardır: Verilerin denetimi, veriler ile kolayca grafikler

<sup>23</sup>ABD Federal Ticaret Komisyonu'na (FTC) göre veri komisyoncusu, “çevrimiçi ve çevrimdışı kaynaklardan büyük miktarda veri toplayan ve bunları her birimiz hakkında profiller halinde birleştiren” aracı bir şirkettir. Tüketici veri komisyoncularının ticari, devlet ve kamu kaynaklarından topladığı bilgiler, bunlarla sınırlı olmamak üzere demografik özellikler, meslek, eğitim, satın almalar, mülk mülkiyeti, gelir, menfaatler ve etnik köken ile birlikte dini ve politik bağlantı hakkındaki verileri içerir (Christl, 2017: 40-41).

oluşturmak, başka şirketlerden gelen reklamların kategorizasyonu ve grafik olarak sunulması (midigital.eu).

Çerezlerin başarısında ve büyük bir izleme ekonomisi yaratmasında elbette ki günümüz sosyal yapısının dijitalleşmesi önemli rol oynamaktadır. İnsanlar reel hayatlarını dijital dünyaya aktarmakta hatta çoğu durumda dijital dünya ile reel dünya içiçe geçmektedir. Etkileşime dayanan dijital teknolojilerin yarattığı ifade ortamı, sosyal paylaşımları da dijital ortama taşımıştır (Mcchesney, 1999: 16). Monahan çağdaş teknolojiler tarafından ortaya konan kendini ifade etme fırsatının bolluğunun, uzaktaki bilgisayar sistemlerinin dijital veriler üzerindeki gözetim mekanizması ile birlikte değerlendirilmesi gerektiğini söylemektedir. Gerçek bağlamlarından sıyrılmış dijital kişisel bilgiler, kişilerin yaşam şanslarını giderek daha fazla etkiler hale gelirken ve kişiler kimliklerinin bu veri tabanlarında nasıl inşa edildiği konusunda çok az bilgiye sahipken, kişisel ve sosyal bağlamların zenginliğinin sınırlı sayıda değişkene indirgenmesiyle ilgili bu karmaşık konu, aynı zamanda bilimin tahmin etme ve genelleme yeteneğinin çekirdeğini oluşturmaktadır. Veri tabanına dayanan gözetim aynı zamanda ekonomik rekabet edebilirlik ve risk yönetimi hakkındaki mevcut fikirlerin de merkezidir (Monahan, 2006a: 46). Bu açıdan bakıldığında büyük veri devriminin en önemli sonuçlarından birisi de verilerin maddi değer kazanmasıdır. Verilerin dijital ortamda kolay erişilebilir ve analiz edilebilir olması, önemli bir ticari değere sahiptir. Bu anlamda veriler yeni ekonomide, bir hammadde olarak adlandırılmaktadır (Lokke, 2018: 69). Bu gidişat, Mosco'nun iletişimin neden ekonomi politik çerçevede analiz edilmesi gerektiğini de açıklamaktadır. Mosco'ya göre iletişimin ekonomi politiği, iletişim mallarının üretimi, dağıtımı ve değiş tokuşundan sorumlu olan örgütsel yapılara odaklanmaktadır. Bu örgütsel yapıların başında ise medya şirketleri yer almaktadır. Ekonomi politiğin bu medya şirketlerine verdiği önem, yerinde ve olması gereken ölçüdedir. Çünkü günümüzün küresel medya şirketleri hem ekonomik anlamda çok güçlü hem de politik anlamda belirleyicidir. Bu güçlerini ise dünyanın heryerindeki izleyiciler/kullanıcılar tarafından talep gören içerikler yarattıkça her geçen gün artırmaktadırlar. Fakat Mosco, iletişim çalışmalarına uyarlanmış ekonomi politiğin örgütsel yapıları ön plana çıkartırken, medya içeriklerinin endüstrileşmesini ve emtialaşma sürecini ihmal etmesini eleştirmektedir. Metalaşma süreci, O'na göre önemlidir çünkü metalaştırma, kullanım değerlerinin değişim değerine dönüşümünü; bireysel ve sosyal ihtiyaçları karşılama yeteneklerine göre belirlediği ürünlerin değerini de piyasa fiyatlarına göre ayarlanan ürünlere

dönüştürme sürecini ifade etmektedir. Yani iletişimdeki metalaşma süreci, veri bitlerinden anlamlı düşünce sistemlerine ve pazarlanabilir ürünlere doğru değişen mesajları dönüştürmeyi içermektedir. Bu nedenle medya içeriklerinin endüstrileşmesi ve emtialaşma süreci ekonomi politiğin üzerinde durması gereken bir noktadır (Mosco, 2009: 132-133).

Yeni dijital ekonomi, çoğunlukla izleme ekonomisi olarak da adlandırılır. Veriler, şirketler için potansiyel kar anlamına gelmektedir (Lokke, 2018: 69). Enformasyonun güç ilişkilerindeki belirleyici rolü ve veri tabanlı ekonomilerin yükselişe geçmesi, gözetim uygulamalarını da aynı doğrultuda artırmıştır. Postmodern dönemde bir yandan teknolojinin gözetlemeye yönelik teknik olanakları artarken, diğer yandan da dünya çapında ekonomik yeniden yapılanma sürecine girilmiştir. Günümüzün toplumsal yapısını şekillendiren bu iki gelişme internetin ticarileşmesine, dolayısıyla da gözetlemenin küreselleşmesine ve yerelleşmesine zemin oluşturmuştur. Bu nedenle Lyon'a göre enformasyon toplumu kavramı gözetim toplumu kavramıyla aynı niteliği taşımaktadır (Lyon, 2006a: 17-18). Kişisel verilerin artan ekonomik değeri hakkında çok sayıda çalışmalar yapılmaktadır, fakat bu çalışmaların yolunu açan çalışma Oscar Gandy'nin 'The Panoptic Sort' adlı çalışmasıdır. Gandy, panoptikondaki kümeleme ve sınıflandırma süreci analiziyle tüketici profili oluşturma sürecini birlikte ele almıştır. Gandy'ye göre pazarlamacılar, potansiyel tüketicileri belirlerken belli tüketicileri ise göz ardı etmektedir. Sosyal ayrımcılığı vurgulayan bu çalışma enformasyonun, günümüzün güç sistemlerinde oynadığı merkezi role dikkat çekmektedir (Gandy, 1993'den akt. Lyon, 2013: 68). Örneğin, sık uçuş yapan bir kişi rezervasyon yaptığında, rezervasyon bununla birlikte bir müşteri profili de taşımaktadır. Bu profil, hangi koltuğu tercih ettiği veya vejetaryen yemeklerden hoşlanıp hoşlanmadığı hakkında bilgiler içerebilmektedir. Ayrıca, rezervasyon görevlisine bu kişinin ne sıklıkta uçtuğunu bildirmektedir. Bazı havayolları daha sonra bu bilgilere dayanarak, koltuk seçiminde ilk seçme hakkı, yemeğin nasıl tahsis edileceği gibi konularda ayrımcılık yapabilmektedir. İzleme ekonomisine dayanan bu profillemeye ve sınıflandırma süreci, havayolu şirketlerine ayrımcılık yapmak için önemli bir güç kazandırmaktadır (Lessig, 2006: 221) ve sosyal sınıflandırmaya zemin hazırlayan veriler de gözetim tarafından gittikçe artan bir sıklıkla kullanılmaktadır (Lyon, 2013: 148-149). Lyon'a göre gözetlemenin iki yüzü vardır. Gözetleme bir yandan toplumun düzenlenmesine katkı sağlarken, diğer yandan zaten mevcut olan sosyoekonomik ayrımları daha çok derinleştirmekte, tercihlerimizi ve isteklerimizi

manipüle etmektedir (Lyon, 2006: 14-16). Bu anlamda dijital gözetim teknolojilerinin önemli bir özelliği, sosyal ya da ekonomik değere ilişkin otomatik yargılara dayanarak, bu sistemlerin bazı kesimlerin sosyal olarak dışlanacak şekilde tasarlanabilmesidir. Diğer yandan aynı sistemler, sosyal engellerin ve marjinalleşme sürecinin üstesinden gelmeye yardımcı olmak için de programlanabilmektedir. Dijital gözetimin geniş sosyal etkileri ve politik sonuçları bu nedenle koşulludur ve sosyal koşullar kuvvetli bir şekilde belirleyicidir (Graham ve Wood, 2003: 5).

### 2.3. Değişen Kültür ve Bir Karşı Kültür Olarak Dijital Aktivizm

İletişim teknolojilerinde ve dijital dünyada yaşanan gelişmeler siber bir kamusal alan yaratmıştır. Mevcut sistemdeki aksaklıkların ya da halkın genelini olumsuz etkileyecek kararların veya uygulamaların muhalif gruplarca eleştirilmesine yeni bir alan açan dijital medya aynı zamanda sıradan, gündelik konularda da insanlara seslerini duyurabilmeleri veya örgütlenebilmeleri için alternatif bir kamusal alan yaratmıştır. Bu anlamda dijital medyanın en önemli işlevi, mevcut muhalif politik sesleri duyurmak ve yeni temsiller yaratmaktır. Bu önemli bir noktadır çünkü insanlar dilek, istek veya şikâyet nedeniyle düşüncelerini paylaşmak istediklerinde siyasi kurumlarda ifade kanalları ve yeterli temsiliyet bulamamakta ve böylece ihtiyaçlarının ve arzularının doğrudan tezahürlerinin alternatif biçimlerine başvurmakta ve demokrasiyi yeniden keşfetmeyi amaçlamaktadırlar (Castells, 2015: 222-223). Castells insanların bu ihtiyacına yönelik olarak “özerklik alanı”dan bahseder. Castells’e göre, özerklik alanı “*ağ bağlantılı toplumsal hareketlerin yeni mekansal biçimidir*” (Castells, 2015: 250) ve aynı zamanda hareketin maddi varoluş biçimi olan kamusal alanın işgalidir. Özerklik alanı, aktivistlerin bir araya gelip farklılıklarının ötesinde bir topluluk oluşturabilecekleri; haksız bir sisteme itiraz edebilecekleri; toplumu aşağıdan yukarıya doğru yeniden yapılandırmak için fikir birliğine varabilecekleri bir tartışma alanıdır. Çünkü Castells’e göre, ideolojik ve politik kontrolün çeşitli biçimlerinin üstesinden gelebilmek; bireysel ve toplu olarak yeni yaşam biçimleri bulabilmek için öncelikle ‘özerk olabilmek’<sup>24</sup> gerekmektedir (Castells, 2015: 181). Özerklik demokrasi için olması gereken önemli bir özelliktir

<sup>24</sup> “Özerklik, kişisel ve toplumsal değer ve çıkarlar kesişiminde, kendi kararlarını almaya muktedir bir toplumsal aktör olarak öznenin tercih ettiği biçimde davranabilme kapasitesine verilen addır” (Ataman ve Çoban, 2018a: 113). Özerk bir kişi, başkaları tarafından manipüle edilen veya isteklerini yerine getirmek zorunda kalan biri değildir. Özerk bir kişinin kendi iradesi vardır ve kendi seçtiği hedeflerin peşinde hareket edebilir (Lindley, 1986: 6).

(Bennett, 2008: 5). Bu anlamda kamusal alanlar, halka açık olmalarının yanı sıra özerk de olmalıdır ki ideal kamusal alan olarak işlev görebilsin. Hackett ve Carroll’a göre kamusal alanın özerkliğini etkileyen demokratik eksiklikler şöyledir: Toplumdaki söylemlerin homojenleştirilmesi; araç ve içeriğe erişimde eşitsizlik; bilginin kurumsal olarak kapatılması; alanın kapalı kapılar ardında yapılan politika ile karakterize edilmesi (Hackett ve Carroll, 2006’dan akt. Milan, 2013: 51). Bütün bunlar aynı zamanda kültür emperyalizmine<sup>25</sup> de yol açmaktadır. Tomlinson’a göre kültür, gündelik hayatın kendisinden çıkartılan anlam ile şekillenmektedir. Gündelik hayatın mekanlarına, söylemlerine, zaman algısına kısacası insanların gündelik deneyimlerine müdahale edilmesi ise kültürün sömürülmesine yani kültür emperyalizmine neden olmaktadır. Tomlinson kültür emperyalizmi olgusu incelenirken mekân konusuna daha fazla ağırlık verilmesi gerektiğini söylemektedir. Bu düşüncesini şöyle örneklendirmektedir: ‘Ulusal egemenlik’ söylemi de mekânsal bir konuşma tarzıdır çünkü bu söylemin ardında da ulusal sınırlara bir atıf vardır. Bu anlamda “*kültürel süreçler mekâna dağılmış ve zaman içerisinde donup kalmış gibidirler*” (Tomlinson, 1999: 17-51, 107-108, 200). Bu nedenle Tomlinson’a göre kültürün özerkliği, mekânın özerkliğinden geçmektedir. Kamusal alanın kazanımına dair verilen mücadelelerin altında da bu özerklik arzusu yatmaktadır.

Castells, ‘Networks of Outrage and Hope’ (2015) adlı kitabında kamusal alanın özerkliği için verilen güncel bir mücadele örneği olarak Gezi Parkı olaylarından bahseder. 2013 Haziran ayında yaşanan Gezi Parkı savunması o zamana kadar olan muhafazakâr politika ile çok önceden başlayan kültürel sürtüşmenin bir patlama noktasıydı. Taksim Meydanı ve İstanbul’un gençleri için müzik, sanat ve gayri resmi toplantıların mekânı olan İstiklal Caddesi civarındaki Gezi Parkı, çevreciler ve doğa tutkunu mimarlar için bir sembol olmasının yanı sıra eşcinseller için de bir buluşma yeri haline gelmişti. Böylece, parkın içindeki Topçu Kışlası’nın yasal prosedürler ve süreçler bile beklenmeden AVM olarak kullanıma açılmasına karar verildiğinde ve park yıkımla tehdit edildiğinde, özgür bir yaşam tarzının savunucuları parkın, yani kendi yaşam alanlarının kurtarılması için ülke genelinde protestolar düzenlemişti. Geniş halk kesimlerinin destek verdiği Gezi Parkı protestoları, aslında kültürel

<sup>25</sup> Özerklik hem ahlaki-siyasi bir ilke hem de bir eylem koşuludur. Kültürler ise insanların düşünme süreçlerini belirleyen bağlamlar olduğu için bütün kültürlerin birbirine benzemesi durumunda özerklik kaybedilmektedir (Tomlinson, 1999: 150).

özerklik için verilen mücadelenin bir sembolü haline gelmişti (Castells, 2015: 227-230).

Siber uzam elde edilmesi gereken somut mekânsal sınırlara sahip olmadığından, kültürel özerkliğin korunmasında ve demokrasi mücadelesinde aktivist hareketler için yeni bir umut taşımaktadır. Çünkü bu uzamda kültürel özerklik için yer işgal etmek gerekmemektedir. Ataman ve Çoban dijital ağların, insanların bireysellikten özerkliğe geçmesine olanak sağladığını ifade etmektedir. Dijital medya, alternatif bir medya uzamı yaratmıştır ve bu uzam toplumsal hareketlerin en temel birimini oluşturan özerk aktivist bireylerin bir araya gelmelerine olanak sağlamıştır. Bireyler kendi seçtikleri ağlar içerisinde benzer dünya görüşünü paylaşan diğer bireylerle bir araya gelerek özerkliklerini geliştirebilmekte ve çoğunlukla gevşek, anti-hiyerarşik ilişkilerle örgütlenebilmektedirler (Ataman ve Çoban, 2018a: 112-113). Dolayısıyla dijital dünya, sınırları aşan bir uzama sahiptir ve bu nedenle özerklik için yer işgal edilmesine gerek yoktur. Aktivistler siber uzamda bağımsız iletişim altyapısı oluşturarak, çağdaş ilerici sosyal hareketlerin dünyayı adalet, eşitlik ve katılım ilkelerine göre şekillendirme çabalarına katkıda bulunmaya çalışmaktadırlar. Medya ve teknoloji konusunda uzman olan bireyler ve gruplar, bilgilerini diğer sosyal grupların hizmetine sunmaktadırlar (Milan, 2013: 2). Dijital medya hem yerel hem de dünya çapında içeriklerin dağıtım ve üretim maliyetlerini düşürdüğü için insanların mevcut bilgilerini kullanarak yenilik yapmalarını ve ürettiklerini kopyalayıp başkalarına dağıtmalarını kolaylaştırır. Giderek daha fazla insanın yeni kamusal söylem biçimlerinin, yeni sanat biçimlerinin ve yeni yaratıcılık ifadelerinin yaratılmasına ve dağıtılmasına katılmasını mümkün kılmaktadır (Balkin, 2004: 12). Bu noktada dijital aktivistler, internet ağlarının özerk alanlarını, küresel güçlerin insan hayatına egemen olduğu akışların finansal alanına, onların varlıklarına ve mesajlarına meydan okuyabilecekleri yerlerden sembolik alanlara el koymak için kullanılmaktadırlar (Castells, 2015: 181). Castells'in düşüncesinden hareketle dijital medyada mücadelenin mekânsal alanlardan söylemsel alanlara kaydığı ve ifade özgürlüğü için mücadelenin, özerklik için temel mücadele haline geldiği söylenebilir.

Castells proto-toplumsal hareketlerin, ancak iletişimsel özerklik ortamında sosyal hareketler haline gelebileceğini (Castells, 2015: 226), bu nedenle özerkliğin inşasının başlangıçta sosyal ağların boş alanında gerçekleştiğini; sonrasında, demokrasi öncesi mecazi biçimlerinin denendiği üniversite yerleri, sokak gösterileri

gibi alanlarda ve son olarak da genel kurullarda ifade edildiğini öne sürmektedir (Castells, 2015: 241). Dijital devrimin aktivist hareketler için en doğrudan ve güçlü etkisi de budur: Toplumsal hareketlerin başlangıç noktasını oluşturacak güçlü bir iletişim altyapısı oluşturmak. Bu aynı zamanda dijital medyanın, güçlü ve otoriter rejimlere yönelik endişe verici etkilerinden biridir. Dijital medya, hızlı ve büyük ölçekli örgütlenmelerin, geniş protesto ağlarının merkezini oluşturmuştur (Diamond, 2010: 78). Bu nedenle dijital medya, aktivist yeni medya olarak da adlandırılmaktadır. Lievrouw aktivist yeni medya'nın işlevini şöyle tanımlamıştır:

*“Alternatif / aktivist yeni medya toplum, kültür ve siyasetin baskın, beklenen veya kabul edilen biçimlerine meydan okumak ve değiştirmek için yeni bilgi ve iletişim teknolojilerinin iletişim araçlarını, uygulamalarını ve toplumsal düzenlemelerini kullanır veya bunlar üzerinde değişiklik yapar.”* (Lievrouw, 2011: 19)

Dijital medya, kolektif bilgi üretimi yoluyla bireylerin özerkliğini ve özgürlüğünü artırma; teknokrat elitlerin ayrıcalıklarına ve artan baskınlığına karşı da kasıtlı ve katılımcı demokratik uygulamaları güçlendirme potansiyeline sahiptir (Lievrouw, 2011: 182). Jenkins, dijital medyanın daha büyük bir hedefe ulaşmak amacıyla ortak bir çabanın bir parçası olmak, öğrenmek ve katılmak için ideal bir yer ve yaygın katılımı destekleyen kültürel bağlamı oluşturan bir ekoloji olduğunu ileri sürmektedir. Dijital medya, çevrimiçi katılımcı kültürünü oluşturmaktadır (Jenkins, 2006: 6-8). Wahl-Jorgensen ve arkadaşları geleneksel medyaya ait olan gazete makalelerinin ve dijital medya platformu olan blogların insanlardaki gözetim algısını nasıl şekillendirdiğini incelemişlerdir. Wahl-Jorgensen ve arkadaşları geleneksel medyanın gözetimi ‘korkacak saklayacak bir şey yoksa tedirgin olmaya gerek yok’ argümanı ile normalleştirirken, blogların ise gözetim uygulamaları hakkında daha ayrıntılı bilgi ve gözetimin normalleştirilmesine itiraz edilebilecek bir alan sağlayarak; sivil haklar ve mahremiyet tartışmalarına yön vererek dijital vatandaşlık anlayışını da güçlendirdiğini ortaya koymuşlardır (Wahl-Jorgensen, Bennett ve Taylor, 2017: 2). Bu araştırma aynı zamanda Jenkins’in görüşüne paralel olarak dijital medyanın, dijital vatandaşlık için ideal bir yer oluşuna ve kişinin içerisinde kendi dijital katılım becerilerini geliştirebileceği kültürel bağlamı sağladığını da ortaya koymaktadır.

### 2.3.1. Dijital Direniş

Direniş kelime anlamıyla “*bir gücün kuvvetine ya da etkisine karşı karşı koymak ya da ona karşı koymak için kendini zorlamak*” (Scott, 1985: 289) olarak tanımlanabilir. Hollander ve Einwohner, direnişin dört tutarlı özelliğini tanımlamaktadırlar (Hollander ve Einwohner, 2004: 548-549):

1-) Direnişin etkileşimsel doğası: Direniş, yalnızca direnişçilerin kendi davranışlarına ilişkin algılarıyla değil, aynı zamanda hedeflerin ve / veya başkalarının bu davranışı tanıma ve bunlara tepkisi ile tanımlanır.

2-) Gücün merkezi rolü: Gücün olduğu yerde, direniş vardır ama yine de, sonuç olarak bu direniş hiçbir zaman dış güçle ilişkili konumda değildir. Sonuç olarak, direnç ve tahakküm döngüsel bir ilişkiye sahiptir: Tahakküm, gücün daha fazla kullanılmasına neden olacak olan direnişe yol açar ve bu durum da daha fazla direnç uyandırır.

3-) Direniş kavramının sosyal olarak nasıl inşa edildiği: Direniş kavramı sosyal olarak inşa edilmiştir ve direnenlerin, hedeflerin ve gözlemcilerin hepsi bu yapıya katılmaktadır. Birçok yazar, en azından bazı direnç türlerinin kolayca görülebildiğini ve fikir birliği olarak direnç olarak tanımlanabileceğini varsaymaktadır. Bununla birlikte, farklı gözlemciler direnişin nasıl tanımlanması gerektiği konusunda hemfikir olsalar bile, belirli bir eylemin bu tanıma uygun olup olmadığı konusunda hemfikir olmayabilirler.

4-) Direnişin karmaşık yapısı: Her ne kadar birçok yazar direnişi kolayca tanımlanmış ve sorunsuz görünüyormuş gibi ele alsalar da bu kavramın tam olarak neyi ifade ettiğine dair kayda değer bir anlaşmazlık ve belirsizlik vardır. Çünkü direniş, doğası gereği karmaşık bir kavramdır ve aslında karmaşık bir düşünce ve davranış kümesidir.

Direniş, iktidar ile birlikte var olan ve iktidar ilişkileri bağlamında değerlendirilmesi gereken bir olgudur. Hem iktidarın hem de direnişin dinamik olarak bulunduğu bir alan olarak kültür ise günümüzde egemenlik mücadelesinin merkezi haline gelmiştir. Özellikle küreselleşme ile yerel kültürler dünyaya açılmış ve baskın kültürlerin kültürel emperyalizmi daha da yaygınlık kazanmıştır. Böylece, iktidar ve direniş üzerine olan tartışmalar son zamanlarda kültür emperyalizmi konusu üzerine

yoğunlaşmıştır. Schiller, direniş olgusunun kültürel mücadelelerde aranması gerektiğini öne sürmüştür (Schiller, 1993'den akt. Erdoğan ve Alemdar, 2005: 359-400). Bu doğrultuda, Habermas, yeni toplumsal hareketleri, feminist hareketleri, çevreci hareketleri, barış hareketlerini, azınlıkların özgürlük ve hak taleplerini 'yaşam dünyasının sömürgeleştirilmesi'ne karşı gösterilen bir direniş olarak görmektedir (Habermas, 2001: 850-854). Bu çağdaş hareketler, aynı zamanda, hayatta kalma ve büyümeleri için iletişime bağlı olarak hayal edilen direniş topluluklarıdır (Milan, 2013: 9).

Kültürün yok edilmesine veya sömürülmesine karşı direniş, iktidarın henüz tam anlamıyla nüfuz edemediği yerlerde belirginleşir (Amin, 1992: 125). Bu anlamda teknolojik gelişmeler, toplumun hemen adapte olamadığı ve toplumsal sonuçlarını görmek için belli bir süre geçmesi gereken bir alandır. Bu nedenle iktidarın kontrol mekanizmalarından kısmen özerktir. Yani, teknolojik gelişmeler, devletin halk üzerindeki kontrol mekanizmasını geliştirmesinin yanı sıra, kontrol mekanizmalarına karşı halk direnişi için de bir esin kaynağıdır. Özellikle internet tabanlı dijital teknolojiyle birlikte, etkileşime dayanan yeni bir toplum formu oluşmuştur ve mevcut kontrol mekanizmaları bazı noktalarda işlevsiz hale gelmiştir. Castells yatay ağların, toplumda kurumsallaşmış iktidar ilişkilerini değiştirme çabası olan muhalif ağların faaliyetine izin vererek egemen güçler için yeni riskler ve zorluklar getirdiklerini savunmaktadır. Castells bu ağların, üç temel özelliğinden dolayı muhalif hareketler ve direniş için en verimli organizasyon olduğunu öne sürmüştür. Bu özellikler: Esneklik, ölçeklenebilirlik ve bekasını sürdürebilirlik. Esneklik, değişen ortamlara göre yeniden yapılandırma ve bileşenlerini değiştirirken hedeflerini koruma, bazen de yeni bağlantılar bulmak için iletişim kanallarının engelleme noktalarını atlama yeteneğidir. Ölçeklenebilirlik, küçük kesintilerle boyut olarak genişleme veya daralma yeteneğidir. Tek bir merkeze sahip olmadıkları ve geniş bir konfigürasyonda çalışabilecekleri için, düğümlerine ve kodlarına yönelik olan saldırılara karşı koyabilme kabiliyetine sahiptirler, Çünkü bu ağların kodları, talimatları yeniden üretebilen ve faaliyet gösterebileceği yeni bir yol bulabilen birden fazla düğümde bulunur. Böylece, sadece bağlantı noktalarını yok etme yeteneği maddi ağı ortadan kaldıracaktır. Bu da ağların kendi bekasını sürdürme kabiliyetine sahip olduğunu gösterir (Castells, 2009: 22-24).

Raphael Ramos Monteiro de Souza'ya göre sosyal hareketler ve dijital çağ olguları düşünüldüğünde, Foucault'nun disipliner panoptik modelinin parametrelerini

yeniden gözden geçirmek önemlidir. Panoptikon'un korku aşıl原因 ve sistemi devam ettirmeye yarayan iki özelliğı vardır: Birincisi izlenenler arasındaki iletişimsizliktir. Yani insanlar birbirlerini göremez veya konuşamazlar. İkincisi ise, gözetleyenin, gözetime maruz kalanlar tarafından görünmezliğidir. Dijital medya bu iki özelliğı kimi noktalarda aşmakta ve kimi noktalarda da daha belirsiz fakat güçlü bir hale getirmektedir (de Souza, 2014: 218-219). Örneklendirmek gerekirse, dijital medyanın 'izlenenler arasındaki iletişimsizlik'i aştığı nokta sistem karşıtı insanların ya da aktivistlerin birbirleriyle haberleşebilecekleri interaktif altyapıyı sağlamasıdır. Bunu belirsiz ve güçlü kıldığı noktaya ise, bir olayda kamu desteğı sağlamak için bot hesaplarla sahte kalabalıklar yaratılması ve insanların algısının yönlendirilmesi örnek olarak verilebilir. 'Gözetleyenin görünmezliği'nde ise aşılan nokta gözetlenenin gözetleyen iktidar veya iktidarı temsil edenler ile iletişim kurabilmesinin mümkün hale gelmesidir. Fakat dijital medyanın hayatın her alanına girmesinin bir sonucu olarak gözetlenenlerin dijital ayak izleri, gözetim olgusunun daha da gizil ve manipülatif hale gelmesine, dolayısıyla daha da güçlenmesine yol açmaktadır. Fakat de Souza'ya göre dijital çağ, devlet gözetiminin sistematik olarak devam etmesine olanak sağlasa da aynı zamanda devlet eylemlerini görünür kıldığı ve incelemeye açık hale getirdiğı için iktidar ve halk arasındaki asimetrik iktidar ilişkilerini hafifletmektedir (de Souza, 2014: 227).

Alternatif medyanın yaygınlaşması sonucu, bilgiye ulaşım, içerik üretme ve dolayısıyla toplumsal bilinçlenme, hegemonyanın kırılmasını mümkün hale getirmiştir. Alternatif medyanın katılımcı demokratik yapısı ise iktidar yapılarını parçalayabilecek açık bir direniş olan aktivist hareketlerin kolaylıkla örgütlenebilmesinin önünü açmıştır. Örneğın küreselleşme karşıtı protestoların sonucunda ortaya çıkan bir oluşum olarak Indymedia gibi alternatif iletişim ağı sunan medya ortamları yıllar içerisinde artmıştır (Wilson ve Serisier, 2010: 174-175) ve artmaya da devam etmektedir. Fakat tıpkı Indymedia'ya getirilen eleştiriler<sup>26</sup> gibi, yeni teknolojik yapıda süreçler dinamik ve akışkan ilerlemektedir. Bu nedenle Gary Marx demokratik toplumlardaki bilgi çatışmaları üzerinden ilerleyen stratejik ve karşı hamlelerin uzun süreli olmayacağını ve muhalif toplumsal bir dans gibi sürekli bir diğerinin hamlesinin karşı-direnç durumuna düşeceğini söylemektedir (Marx, 2003: 387-388). Keen'in "karşı uygulama" yoluyla direniş anlayışı, teknolojinin mevcut

<sup>26</sup> Indymedia aşırı enformasyon üretimi sonucu neoliberalizmin hız mantığına uygun olarak hareket ettiği gerekçesiyle eleştirilmiştir (Wilson ve Serisier, 2010: 175).

sosyal ve örgütsel ilişkiler üzerindeki etkilerini ve bunların içinde meydana gelen direnişi de açıklamaktadır. Bilgi sistemlerinin; ilişkileri, iletişim kalıplarını ve algılanan etkiyi, otorite ve kontrolü giderek daha fazla değiştirdiğini ifade etmektedir. Dolayısıyla bir uygulama stratejisi, veri politikalarını ve karşı uygulamaların meşruiyetini, hatta olasılığını tanımalı ve bunlarla ilgilenmelidir. Keen'in analizi oyuncuların, teknolojinin mevcut ilişkileri değiştirdiğinin bilinçli bir şekilde farkında olduğunu göstermektedir (Keen, 1981: 24). Düşük bırakarak, örgütsel ataletle dayanarak, aşırı karmaşık olacak projeler tasarlayarak, uygulayıcıların meşruiyetini en aza indirerek ve iç bilgi eksikliğinden yararlanarak, organizasyonel dinamikleri değiştiren teknolojilere direnmekle ilgilenenler başarılı olabilmektedirler (Martin ve diğ., 2009: 221). Bu durumda Deleuze'un, 'göçebe düşünme' kavramı, işlevsel hale gelebilmektedir. Deleuze'e göre direniş potansiyelleri her daim yeni iktidar yapılarına dönüşebilmektedir. İktidar yapılarında düşünce, *"hiyerarşik ilişkiler ve boyun eğme biçimleri yaratmak için yaratıcılığın yerine düzenliliği koyma uğraşındadır."* Fakat düşünce, yapısı gereği aynı zamanda her an bulunduğu yerden kopmaya meyilli bir dinamizm taşımaktadır. Göçebe düşünce ise tam da bu dinamizmi anlatacak şekilde, düşünce sistemlerini 'politik olan'a bağlama kaygısı taşımayan bir düşünce felsefesidir. Fakat Deleuze için göçebe düşünce hiçbir zaman iktidar ilişkilerinden bağımsız değildir, iktidar ilişkilerinin realitesinde keşfedilmesi gereken fakat iktidar ilişkileri içerisinde kendini konumlandırmayan bir potansiyeldir (Deleuze, 2006: 149'dan akt. Baştürk, 2018: 78-80). Buna göre, bir aktörün direnme kabiliyeti, direnme biçimleri ve direnişlerinin yönlendirildiği aktörler, büyük ölçüde, direnen aktörün diğerleri ile olan güç ilişkileri ve bağlamı tarafından belirlenmektedir (Martin ve diğ., 2009: 226). Direniş kavramı için her ne kadar protestocunun panoptikonu gibi benzetmeler yapılsa da direniş salt iktidar gücüne sahip olmamakla birlikte iktidarın hesap verme sorumluluğunu artıran bir karşı mücadeledir (Waghorn, 2016: 102-105).

Dijital aktivist eylemlerin direniş biçimi kitle eylemi mantığını değişikliğe uğratmıştır. Dijital aktivistler, muhalif bir kitle yaratmaya çalışmanın yanı sıra hacktivizm, kodlama gibi teknik uzmanlıklar ile bireysel eylemleri ağa bağlamak; ana akım kitle iletişim araçlarını sekteye uğratmak veya atlatmak gibi faaliyetlerde bulunmuşlardır (Milan, 2013: 36). Ağ bağlantılı toplumsal hareketlerin ve protestoların kolay ve hızlı koordinasyonu, internetin sağladığı önemli bir faydadır ancak siyasi ve kurumsal aktörler büyük miktarda kaynağı ve dolayısıyla internette görünürlüğü kontrol etmek istemektedirler. Bu da dijital medyanın toplumlara teoride

özgürlük alanı sunmasına rağmen insanların fişlenmekten korktukları ya da bir şekilde zarar görebileceklerini düşündüklerinden dolayı suskunluk sarmalı içerisinde düşüncelerini dijital ortama yansıtmaktan çekinmelerine neden olabilmektedir. Oysa her bir bireyin kendisi gibi insanların da olduğunu hissetmesi veya duyması, direniş için gereken kıvılcımı yaratmaktadır (Erdoğan ve Alemdar, 2005: 123). Bu nedenle mevcut iktidarın ulaşamayacağı anonim platformlar dijitalleşen aktivist hareketler için önem kazanmaktadır.

The Onion Router (TOR) ve Extensible Messaging and Presence Protocol / Genişletilebilir Mesajlaşma ve Varlık Protokolü (XMPP) gibi yazılımlar anonimliğin sağlanması için geliştirilmiştir. TOR, kökleri David Chaum'un (1981) karma ağlar kavramına dayanan ve en iyi mahremiyet artırıcı teknoloji olarak kabul edilen bir kaplama ağıdır. Daha açık bir ifadeyle TOR, dünyanın dört bir yanına dağılmış gönüllü özel amaçlı sunucular ağı üzerinden internet trafiğini yönlendirerek çevrimiçi anonimliği geliştiren bir istemci yazılımıdır. XMPP ise anlık mesajlaşma, çok katılımcılı sohbet, sesli ve görüntülü aramalar gibi uygulamaları içeren açık bir teknolojidir. Bu iki sistem temelde ticari ve genel internet altyapısına bağlandıkları için mutlak anlamda özerk olmasalar da internette gezinirken insanların anonimliklerini korumak ve istenmeyen dinleyicilerden bilgileri gizlemek için tasarlanmıştır. Tor ve XMPP'nin tasarımı, hükümetlerin içeriği ele geçirmesini veya etkileşimlere kulak misafiri olmasını zorlaştırmakta ve hatta imkânsız hale getirmektedir. Aynı zamanda bunlar şifrelemenin kişiselleştirilmiş bilgilerin istenmeyen yayılımını kontrol etmek için güçlü bir araç olabileceğini vurgulayarak mevcut kâr odaklı çevrimiçi hizmetlere ciddi alternatifler oluşturan girişimlerdir. Tor, yayınlarının kendi ülkelerinde yol açabileceği ağır cezalar nedeniyle kimliğini gizleme ihtiyacı hisseden gazeteciler ve insan hakları aktivistleri tarafından yaygın olarak kullanılan yazılımlar arasındadır. Benzer şekilde, bugün ifşacılığın çoğu yönü anonimleştirme hizmetleri olmadan hayal dahi edilememektedir. Şifreleme, daha güvenli ve özel iletişim sağlayan alternatif altyapıların oluşturulması, desteklenmesi ve sürdürülmesi, fikirlerin yeni yollarla ifade edilebileceği, paylaşılabileceği ve dağıtılabileceği koşullar oluşturulması anlamına gelmektedir. Şifreleme, gözetim araçlarını verilerle beslemekten kaçınmanın etkili bir yoludur (Kubitschko, 2015: 83-84). Ayrıca, TOR yazılımını kullanan Wikileaks gibi bilgi sızdırma platformları, egemen sınıflar karşısında mücadele etmek ve onların iktidarını şeffaflaştırmak için bilgi yayınlamaktadırlar. Bu platformların amacı, kendi faaliyetlerinin detaylarını ve

halkın aleyhine olabilecek sonuçlarını gizleyebilecek kadar önemli mali güce sahip kurumların ya da sınıfların yaptığı haksızlıkları ya da zararları görünür kılmak; böylece iktidar ve halk arasındaki asimetrik ilişkileri zayıflatmaktadır (Çalışkan, 2018: 327). Dolayısıyla dijital ağlar aktivist hareketlerin eylem repertuarını geliştirmiş ve eylem biçimlerine olanak sağlamıştır. Teknik olanakların yanı sıra kurumların meşru güç kaynakları olarak görülmediği toplumsal bilince ulaşılmasında; çevrimiçi ve çevrimdışı iletişim alanlarına sahip olma fikrinin giderek daha popüler bir hale gelmesinde önemli bir rol oynamıştır (Milan, 2013: 36).

### 2.3.1.1. Video Aktivizmi

Dijital aktivizmin bir türü olan 'video aktivizmi' terimi, videoyu polis şiddetini caydırmak, polis yetkilileri tarafından kötüye kullanımı ve suistimali belgelemek ve siyasi gündemi etkilemek ve belirlemek için taktik bir araç olarak kullanılmasını ifade etmektedir (Wilson ve Serisier, 2010: 168). Harding videonun aktivist hareketler için kullanımını Türkçe karşılığı 'videolamak' olan 'videoing' terimiyle ifade etmiştir (Harding, 2001: 29). Harding'e göre 90'lı yıllardan itibaren video aktivizmindeki ani artış bir dizi faktörün sonucudur (Harding, 2001: 4-9):

- Yeni bir aktivizm dalgası: Son yıllarda insan haklarına yapılan vurgunun artmasına paralel olarak dünya çapında popüler hareketlerin sayısı, çeşitliliği ve gücü artmıştır. Çevre, hayvan hakları ve insanların refahı gibi konularla ilgili kampanyaların gittikçe daha kuvvetli hale gelmesi küresel krizlere karşı artan toplumsal bilincin bir sonucudur.
- Ana akım medyanın sosyal ve çevre adaleti hareketlerini yeterince karşılamaması: Ana akım medya, yaşanan küresel krizleri ve bu krizlere yanıt olarak ortaya çıkan kitlesel hareketleri yeterince ele alamamaktadır. Ana akım medyanın modern toplumlarda insanların fikir oluşturmaya ve sonuç olarak karar vermesine yardımcı olma konusunda çok önemli bir rol oynadığı aşîkardır. Bu bilinen bir gerçek olduğu için ana akım medya çoğunlukla ticari gücün baskısı altında muhafazakarlaşmış ve kapsadığı olaylar ve olayları ele alış şekilleri daralmıştır. Bu durum aktivist hareketler için doldurulması gereken bir boşluk yaratmıştır.

- Video ekipmanının iyileştirilmesi ve kullanılabilirliği: Video aktivizmindeki artışın en büyük nedeni yüksek kaliteli video ekipmanlarının büyük oranda artması ve ucuzlamasıdır. Böylece herkes tarafından ulaşılabilir hale gelmiştir. Ayrıca çekim kalitesini artıracak uzun ömürlü piller, mikrodalga teknolojisi, dijital platformlar, drone teknolojisi gibi teknolojik yenilikler de video aktivizmini cazip bir hale getirmiştir.

Video kameraların gücü, 1992 yılında Afro-Amerikalı Rodney King'in motoruyla aşırı hız yaptığı gerekçesiyle polisler tarafından sokakta dövülerek öldürülmesinin olaya şahit olan birisi tarafından videoya alınması ve bu görüntülerin tüm dünyada yaygınlık kazanarak geniş çaplı sokak ayaklanmalarına neden olması sonucunda anlaşılmıştır. Bu olayın ardından WITNESS organizasyonu kurulmuştur. WITNESS, dünya çapında insan hakları savunucularının eline video kameralar koyan, eğitim ve destek sağlayan ABD merkezli bir organizasyondur. WITNESS'in çalışmaları, dünyanın dört bir yanındaki insan hakları savunucuları ile olan ortaklıklara dayanmaktadır. WITNESS'in yardımıyla bu insan hakları savunucuları, videonun sosyal adalet aktivizminde temel bir araç olarak kullanılması için çabalamaktadırlar. Video aracılığıyla mağduriyete uğrayanlar, hikayelerini karar alma organına, bir hükümet politika yapıcısına, bir topluluğa veya küresel halka görsel bir "kanıt" olarak sunmaktadırlar. Harding'in de belirttiği faktörler sonucunda video kameraların kullanımının yaygınlaşması ve aynı zamanda yukarıda tekabül eden sivil toplum anlayışının güçlenmesi video kameraların hak hukuk mücadelelerinde kullanımını artırmış ve sesini duyuramayan mağdurların sesi haline gelmiştir. Çeşitli ülkelerde Appalshop, Chiapas Media Project, Undercurrents, INSIST, Labor News Production, CEFREC ve Tükiye'de Karahaber, Videya gibi kuruluşlar videoyu, çeşitli toplumsal sorunlar veya çevre sorunlarına karşı düzenledikleri kampanyaların bir parçası olarak kullanmışlardır. Ana akım medyaya karşı bağımsız bir ağ merkezi olarak kurulan Indymedia da medyanın sansürlediği içeriklere dair videolar paylaşan medya aktivistlerinin kullandığı önemli yayın ağlarından birisi haline gelmiştir (Gabriel, 2005: X-XIV; Berensel, 2017: 117-118).

Ana akım medya aracı haline gelen televizyonlara bir başka karşı hareket de 'Gerilla Televizyonu'dur. Gerilla televizyonu terimi 1971 yılında Michael Shamberg ve Raindance şirketi tarafından kullanılmıştır. Marksist eleştirmen Hans Magnus Enzensberger, merkezi olarak üretilen ve kontrol edilen medyanın yalnızca siyasi

katılımı bastırıp pasif tüketici davranışlarını teşvik edebileceğini ve bu nedenle televizyonun da bireyleri hareketsizleştirdiğini, depolitize ettiğini, izole ettiğini ve yatıştırdığını öne sürmüştür. Kitlesele izleyicileriyle ticari televizyonun bir aydınlanma kaynağı olmaktan çok, şartlandırıcı bir ajan olduğunu iddia ederek yeni teknolojik radikalizmin altını çizmiştir: Video, bu anlamda televizyonu "merkezden uzaklaştırma", böylece hem insanlar tarafından hem de insanlar için yapılan görüş ve kültürel ifadeleri hedef kitlelere ulaştırabilecek bir araçtır. 60'lı yıllardaki alternatif basın hareketinin başlamasıyla birlikte videoya dair gelişmeler de bir karşı-kültürel duruş olarak alternatif bir televizyon hareketinin başlamasında büyük rol oynamıştır. Gerilla televizyonu, 60'lı yıllar boyunca ülke çapında dolaşan, radyo, gazete, dergi ve yayıncılığın yanı sıra güzel ve sahne sanatlarını etkileyen daha büyük alternatif medya gelgitinin bir parçası olarak ortaya çıkmıştır. Yani gerilla televizyonu, hafif ve uygun fiyatlı tüketici video ekipmanlarının gelmesini mümkün kılan 60'lı yılların ortalarından beri bilgi ortamımızın bir parçası olmuştur. İzleyicilerin televizyon üzerinde sahip olduğu tek gücün onu kapatma gücü olduğu düşünüldüğünde gerilla televizyonu sıradan insanların televizyonudur. Grevler, oturma eylemleri ve benzeri etkinlikler video içerikleri için önemli hammadde olsa da gerilla televizyonu, televizyonu kültürel bir silah olarak değil, insanları bir araya getiren kültürel bir araç olarak yapılandırmıştır (Boyle, 1997: XIIİ-XIV, 30-31).

Video, özünde, gerçekliği temsil edilemeyen akışlar halinde toplamakta ve düzenlemektedir. Video zamanın kristalize olmasıdır. Dolayısıyla video aktivizm, başlı başına bir karşı duruş değildir. Siviller veya muhalifler tarafından kaydedilen görüntüler, kitlelerin ulaşabildiği enformasyon akışının arasına karışarak olaylarla ilişki kurulmayı ve yorumlanmayı bekler. Bu kaydedilen görüntüler, enformasyon teknolojileriyle genişleyip şiddetlenen toplumsal hareketlere politik bir argüman sağlamaktadır. Yani video aktivizmi, karşı kültür inşa etmemekte, fakat karşı kültürün inşa edilmesinde potansiyel bir önem taşımaktadır. Fakat montaj gibi biçimsel teknikler, videonun anlattığı salt gerçeklikleri politik bakış açısıyla bükerek videoyu televizyonel bir yapaylığa çekmektedir. Bu nedenle video aktivizmi, Uslu'ya göre kendi biçimsel dilini oluşturmalıdır ve bu biçimsel dil de video görüntülerinin teknik rötuşlara uğramadan yorumlanmaya açık bir şekilde kitlelere servis edilmesi olmalıdır (Uslu, 2017: 74-80).

Video aktivizmde hem sokaklarda, meydanlarda gerçekleşen olaylar kayıt altına alınırken hem de bu kayıtlar dijital ortamlar aracılığıyla sahadaki veya dijital ortamlardaki eylemcilere ulaştırılır. Böylece video, sokaklar ve sibermekan arasındaki bağlantıyı kurarak, bu iki direniş biçimi arasında bir köprü görevi görür. Dijital medya, her türlü fikrin tartışıldığı ve sanal toplulukların öfke, umut, hayal kırıklığı gibi duygusal enerjilerinin yoğun olarak biriktiği bir yer olarak dış dünyadaki aktivistler için hem bir rehber hem de bir motivasyon kaynağı haline gelmiştir (Yedekci, 2018: 62). Fakat bu video kayıtları aynı zamanda aktivistlerin yetkililer tarafından tespit edilmesine de neden olabileceği ve yetkililere, aktivistleri suçlayabilecekleri bir veri tabanı oluşturabileceği için bazı durumlarda aktivistlerin kendilerini de olumsuz etkileyebilmektedir (Waghorn, 2016: 102). Bu nedenle anonimlik video aktivizmi için önemli ve dikkat edilmesi gereken bir noktadır. Özellikle yasal kanıt olarak kullanılacak videolarda bir görgü tanığının veya görüntüdeki başka kişilerin rızası alınarak video görüntüleri kullanılmalı, eğer video görüntüsündeki kişiler kimliklerinin gizli kalmalarını istiyorlarsa teknik yollarla anonim kalmaları sağlanmalıdır (Pillay, 2005: 213-214).

Drone'ların kullanılması ise video aktivizminin ileri bir aşaması olarak erişilemeyen alanlara da erişim sağlayabilmektedir. Waghorn, drone'ları göklere inşa edilen "protestocu panoptikonu" olarak tanımlamaktadır. Fakat, drone'lar aktivistlerin yanı sıra yetkililerin de kullandığı bir araçtır. Bu durumda da aktivistler çeşitli stratejilerle drone gözetimine karşı durmaya çalışmaktadırlar. Örneğin, kendilerine karşı kullanılan drona'ları hackleyerek veya drone'ların sinyallerini bozarak, elektronik müdahalelerle onları etkisiz hale getirebilmektedirler (Waghorn, 2016: 101-104).

Bireyler olarak, ne zaman sosyal bağlamlara girsek geçmiş deneyimlerimizi kullanırız. "Tarihsel beden" kavramı sosyal eylemlerle ilgili bütün bu geçmiş deneyimlerimizi ifade eder. Dil öğrenimi, ifadelerimiz, düşünme ve algılama biçimimiz, jest ve mimiklerimiz de tarihsel bedenlerimize gömülüdür. Birey ise yalnızca habitusun bir üyesi değil, aynı zamanda o habitusu inşa eden aktif bir katılımcıdır. Dolayısıyla, alışkanlıklar sadece geçmiş deneyimlerin içsel bir depolaması değil, aynı zamanda yeni sosyal uygulamaların geliştirilmesinin de temelidir (Larsen ve Raudaskoski, 2020: 825-826). Uzun yıllardan beri deneyimlerimizi sıklıkla iletişim araçları üzerinden yaşamaktayız ve tüm ifadelerimiz,

eğilim ve yönelimlerimiz de bu araçların kullanım pratiğiyle şekillenmektedir. Kitle izleyicisiyle dijital medya kullanıcılarının alışkanlıklarının arasındaki fark da bununla ilgilidir. Kitle iletişim araçlarındaki haberler, karşıt kutupları ortadan kaldıran; kitleleri tarihselliklerinden uzaklaştıran; yeni bakış açıları, yaratıcı fikirler ve politikalar üretmekten aciz; izleyicileri duyarsızlaştıran bir gösteri haline dönüşmüştür. Video aktivizmi ise kitle iletişim araçlarının bu atmosferinde karşıt görüşler için devrimci bir umut olabilmektedir. Kitle iletişim araçlarının mesaj bombardımanından sersemlemiş; duyarlılığını yitirmiş; tarihi, hafızası ve anlamı olamayan kitle insanından karşı politik hareketlenme yaratmayı amaç edinen video aktivizmi sanal uzamlar üzerinden bu idealine erişmeye çalışmaktadır (Uslu, 2017: 68). Dijital aktivist hareketlerin yükselen gücü video aktivizmine dair bazı eleştiriler de mevcuttur. Yeni medyanın bilgi kirliliği yaratması; habercilikten anlamayan herkesin alelade, bir şey anlatmayan boş videolar yükleyebilmesi ve böylece haber değeri taşıyan önemli içeriklerin sulandırılması gibi sebeplerle video aktivizmin her geçen gün işlevsiz bir hale geldiği dile getirilmektedir. Bu nedenle Wilson ve Serisier çoğalan video aktivistlerinin çektiği, siyasal güç kazandırabilecek video görüntülerinin, dijital medyada özgürce dolaşan içerikler denizinde kaybolmasını engelleyecek taktiklere ve anlatılara ihtiyaç olduğuna dair farkındalıkların devam etmesi gerektiğini önermektedirler (Wilson ve Serisier, 2010: 176-178).

### 2.3.1.2. Veri Aktivizmi

Her kimin daha çok veriye erişimi varsa ve bu verileri analiz etme hakkına sahipse, nüfuslar üzerinde muazzam bir güce sahiptir. Çünkü veriler sadece bilgi üretmemektedirler. Çok daha önemli bir işlevleri vardır: Algılanan gerçekleri şekillendirme gücüne de sahiptirler. Veriler sadece dünyanın temsillerini yansıtmakla kalmamakta, aynı zamanda bu gerçekleri içselleştirmemizi de sağlamaktadır. Bu bağlamda veriler sosyal, ekonomik ve politik süreçler içinde harekete geçirilen; teknolojik olarak üretilmiş bilgi kaynakları kümelerinden oluşmaktadır ve toplumsal yaşamı organize eden bu yönüyle de sosyo-tekniktir (Renzi ve Langlois, 2015: 202). Bu nicel verilerin, toplumsal yapıyı dönüştürücü nitel sonuçları olmaktadır. Bu nedenle veriler önemli bir siyasi güç anlamına da gelmektedir. Dijital medyanın hem toplumsal kontrol hem de bir özerklik aracı olarak kullanılabilmesi, aktivistlerin de bu verilerden dijital bir direniş aracı olarak yararlanma isteğini doğurmuştur. Veri aktivizmi hacktivism, stactivism ve bilgi politikaları gibi bir dijital aktivizm türüdür.

Ancak, veri aktivizmi sosyo-teknik uygulamalara sıradan kullanıcıları da dahil etmesi noktasında farklılaşmaktadır. Veri aktivizmi, sivil toplum alanında ortaya çıkmakta ve veri toplamaya yönelik perspektif ve tutum değişikliğini hedeflemektedir (Milan ve van der Velden, 2016: 60-62). Veri aktivizmi bireylerin, gerçeklerin iktidar tarafından düzgün bir şekilde ele alınmadığını veya tek taraflı olarak yansıtıldığını düşündükleri olaylar veya konular hakkında veri sağlama mücadelesi olarak da tanımlanabilmektedir. Dijital medyayı da bu amaçlar için bir araç olarak kullanmaktadırlar. Veri aktivizmine örnek olarak, hashtag'ler ile bir konunun etrafındaki içeriklerin bir araya getirilmesi verilebilir. Hashtag'ler konunun etrafında toplanılması, sorunların tespiti ve sorunlara dair genel kanılara ulaşılması bakımından önemlidir (Chenou ve Cepeda-Másmela, 2019: 8-10; Renzi ve Langlois, 2015: 208).

Toplumsal sorunlara ilişkin verilerin toplanması, düzenlenmesi ve dağıtılması, özellikle medyanın kapsama alanı bakımından seferberliğin etkisini güçlendirmektedir. Büyük veriler eskiden beri büyük şirketleri ve baskın devletleri destekleyen önemli bir araçtır. Fakat dijital teknolojinin her kesimden insana ulaşmasıyla birlikte büyük veriler, savunuculuk ve protestoda kullanılmak üzere verilerin toplanmasına ve analiz edilmesine dayanan yeni aktivizm biçimleri doğurmuş ve büyük veri üzerinde karşı hegemonik hayallerin gelişmesine olanak sağlamıştır. Bu doğrultuda, veri aktivizmi toplumda büyük verinin kullanımı ile ilgili alternatif vizyonların oluşturulmasına katkıda bulunmaktadır (Chenou ve Cepeda-Másmela, 2019: 1-2). Renzi ve Langlois büyük verinin, veri aktivizmine sağladığı katkıları üç madde ile özetlemişlerdir (Renzi ve Langlois, 2015: 208):

1-) Büyük veri, verilerin aranmasını kolaylaştırdığından aktivistlerin daha geniş kitlelere ulaşmasına yardımcı olmaktadır.

2-) Büyük veri, sorunlar arasında bağlantı kurulmasına ve bilgilerin, sosyal ve teknik ortamlar arasında kolayca dolaştırılmasına yardımcı olur.

3-) Büyük veri, sosyal hareketler belleğinin oluşturulmasına katkıda bulunan yeni tür arşivleme işlevi göstermektedir.

Büyük verinin eleştirildiği bazı noktalar da vardır. Bu eleştirilerin birçoğu büyük verinin temsiliyet sorunuyla ilgilidir. Teknolojiye ve internete erişimin sınırlı olduğu

bazı toplumsal kesimler veri altyapısı tarafından görünmez olmaktadır. Bunun yanı sıra, meslek grupları gibi çeşitli toplumsal alanlara atıfta bulunulurken de dijital veri kümeleri dünyanın kusurlu bir temsilini sunabilmektedir. Google Translate uygulaması buna bir örnektir (Gutiérrez, 2018: 9-10). Yapay zekâ algoritmasına sahip Google Translate, yakın zamana kadar meslek alanında toplumsal cinsiyet açısından sorun yaratan çeviriler yapmaktaydı. Kimi meslek gruplarını eril olarak algılamak kimisini de dişil olarak algılamakta ve buna göre çeviriler yapmaktaydı. Örneğin Türkçe olarak “O bir hemşire.” cümlesini, “She is a nurse.” olarak çevirmektedir. (Şu anda eril ve dişil olarak iki seçenek sunmaktadır.) Diğer bir örnek olarak Microsoft’un geliştirdiği Tay isimli yapay zekâ chatbot’unun, Twitter’da ettiği ırkçı küfür verilebilir (theguardian.com). Veriler söz konusu olduğunda dijital medyanın işleyişi, toplumun bir turnusolu gibidir. Yani verilerin temsili, insanların dijital medya ile ne yaptığına, onu nasıl kullandığına, hangi içeriklerin dolaşıma sokulduğuna bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Veri aktivizminin asıl mücadelesi de haksızlıklar, eşitsizlikler üzerine inşa edilmiş kültürel kalıpların ve belli kesimlerin çıkarlarını yansıtan normların değişikliği için mücadele etmektir. Uzun vadede siyasi katılım, gizlilik, özerklik gibi idealleri, veri işleme teknolojileriyle birleştirerek kamu yararına katkı sağlamayı ve ‘kamusal gündemleri’ geliştirmeyi hedeflemektedir (Lehtiniemi ve Ruckenstein, 2019: 1-10).

### 2.3.1.3. Hack Kültürü ve Haktivizm

İnternet dünyasının başlangıcından beri ‘hacktivist’ hareketler, iletişimi ve toplulukların oluşumunu kolaylaştıran programlar ve kodlar yaratarak interneti yaratıcı bir şekilde yeniden yapılandırmıştır. Günümüzde ‘hacker’ kavramına yasadışı faaliyetleri ima eden olumsuz anlamlar atfedilmiş olsa da ilk başlarda bu kavram, bilgisayar yazılımını ve donanımını sosyal açıdan faydalı olacak şekilde düzenleyen, yüksek teknik okuryazarlığa sahip kişileri tanımlamak için kullanılmıştır (Kahn ve Kellner, 2006: 704). Haktivizmin ilk anlamlarından birisi, “*kurumsal haksızlıkları ortaya çıkarmak amacı güden bilgisayar korsanlığı*”dır. Hacktivist eylemler, bilgi ve iletişim teknolojilerine (BİT) erişim konusundaki ticari veya politik kısıtlamalar başta olmak üzere dünya üzerindeki adaletsizliklere ve eşitsizliklere karşı çıkmak amacıyla BİT altyapısının donanımı, yazılımı, kurumsal gücü ve ağ geçidinin, alternatif bir mücadele alanı olarak kullanılması olarak ifade edilebilir. Bu açıdan, teknik uzmanlıklar ile etik ilkeleri birleştiren eylemler bütünüdür (Lievrouw, 2011: 23-24).

Örneğin, 1981 yılında kurulan ve Avrupa'nın en büyük ve dünyanın en eski hacker organizasyonlarından biri olan Kaos Bilgisayar Kulübü / Chaos Computer Club (CCC) bir yandan, daha güvenli ve anonim iletişim sağlayan alternatif medya teknolojilerini ve altyapılarını destekleyerek, inşa ederek, muhafaza ederek ve kullanarak, diğer yandan da medya teknolojisi ve altyapısı (MTA) ile ilgili uzmanlıklarını geniş bir kitleye, halka ve aktöre aktarmayı hedefleyerek, hem özgür teknolojinin gelişmesine hem de toplumsal bilincin gelişmesine katkı sağlamayı hedefleyen bir hacker örgütüdür. 1990'ların sonundan bu yana üye sayısında üstel bir artış olan CCC bugün 5500 civarında üyeye sahiptir ve MTA'nın bir gözetim aracı olarak kullanılmasına karşı büyüyen bir aktivist ağını temsil etmektedir. Yani, kulübün amaçlarından bir tanesi de ağ mimarisinde anonim erişimi, standart çalışma modu olarak belirleyerek gözetim meclislerine sınır koymaktır. Bu amaçlarına yönelik faaliyete geçtikleri bir örnek 2011 yılındaki 'Federal Trojan Hack'idir. CCC, Alman emniyet güçleri tarafından anayasaya aykırı olarak kullanılan hükümet gözetim yazılımını ifşa etmiştir. Kuruluşundan bu yana CCC, hükümet dışı, partizan olmayan, kâr amacı gütmeyen ve gönüllülüğü esas alan bir organizasyon olarak varlık göstermiştir. MTA'yı karmaşık güç dinamiklerine gömülü olarak açıkça kavramsallaştırmış ve buna göre hareket etmiştir. Daha güvenli iletişim ve bilgi altyapılarını daha açık bir şekilde ilerletme konusundaki politik çabaları desteklemeye başlamıştır. Buna ek olarak, hükümette daha fazla şeffaflığı, bir insan hakkı olarak iletişimi ve herkes için iletişim ve bilgi altyapılarına ücretsiz erişimi savunmaktadır (Kubitschko, 2015: 82-84). CCC'nin üyeleri çoğunlukla anti-kurumsalcı<sup>27</sup> bir ideolojiyle veri toplama girişimlerine, biyometrik teknolojilere ve akıllı kartlara karşı, kamu yararı ile ilgilenen bilgisayar uzmanlarıdır (Bennett, 2008: 53).

Hacktivism hareketi benzer güdülere dayanmaktadır. Nedenleri ve ideolojileri farklıdır, ancak gizliliği arttırmayı sağlayabilecek araçların arzusu ve gelişimi noktasında benzerler. Temelde, dijital teknolojiye karşı bir merak ve bilgi edinme isteği vardır. Hacker etiği ise toplumsal fayda sağlayacak bilgileri herkesle paylaşmayı istemeyi ve bunu da ücretsiz yazılımlar yazmak, FS ve OS gibi akımları desteklemek, teknik bilgileri paylaşmak ve kâr amacı gütmemek gibi faaliyetlerle hayata geçirmeyi kapsamaktadır (Himanen ve diğ., 2001: 4-6). Bu etik ilkelerin en temelinde

<sup>27</sup> Hacker kavramının vandal, suçlu ve hatta terörist benzeri olumsuz anlamlar kazanmasında ise toplumsal kurumların rolü büyüktür. Çünkü kurumların çıkarları çoğu zaman kamunun şeffaflık ve bilgi alma arzusuyla çelişmektedir (Taş, 2007: 330).

enformasyonun serbestliği fikri yatmaktadır (Taş, 2007: 328). İnternet yeni ve henüz kullanımı yaygın bir alan değilken, hacker'lar bu alanın kaşıfleriydi. Fakat bilgisayar ağları yeni bir mülkiyet biçimi olarak tasarlandığında, bu varsayılan mülkiyet sınırlarının aşılması suç sayılmaya başlanmıştır. Bu nedenle, hacker hareketinin yükselişı, fikri mülkiyet hukukunun yükselişı ile karşıt bir biçimde gelişmektedir. Hacker etiğinde zaman kavramı da kapitalist düzenin zamanı optimize etmesi ilkesine de karşıdır. Hacker'lar kapitalist zaman planına karşı, çalışma zamanlarını kendileri organize ederek, kendi amaçlarını belirleyerek ve ortak mülkiyet inancıyla birbirlerinin kodları üzerinde özgürce çalışmakta ve başkalarına kod vermektedirler. Dolayısıyla hacker fikrinin en iyi huylu, yaratıcı, etik ve estetik versiyonunun bile toplumsal düzene meydan okuyan, politik bir yönü vardır (Wark, 2006: 321). Wikileaks platformu buna bir örnektir. WikiLeaks, gizli belgeler ve görüntüler elde etmek ve yayınlamak amacıyla 2006 yılında Assange tarafından kurulmuştur (bbc.com). Wikileaks, görünürde bir internet sitesidir fakat arkasında kapsamlı bir sistem bulunmaktadır. Ortaklık yaptığı çok sayıda gazeteci ve bilişim uzmanı vardır (Çalışkan, 2018: 306-307). Wikileaks iktidar gözetimine karşı, şifreleme teknolojileriyle anonimliği sağlayarak, hükümetlere veya şirketlere dair ifşa edilen belgeleri iz sürülemez bir şekilde kamuya sızdırabilir (Çalışkan, 2018: 307). Tüm dünyada büyük yankı uyandıran Collateral Murder (Tali Cinayeti) adlı video buna örnektir. 5 Nisan 2010 tarihinde sızdırılan bu video iki Reuters çalışanıyla birlikte Iraklı sivillerin ölümüyle sonuçlanan tartışmalı bir 2007 ABD Bağdat hava saldırısını içeriyordu. Bunun yanı sıra, aynı yıl 25 Temmuz'da WikiLeaks Afgan Savaş Kayıtlarını, 22 Ekim'de ise Irak Savaş Kayıtlarını kapsamlı bir şekilde açıklayan ve ABD'nin birçok sivil öldürmesi de dahil olmak üzere binlerce bildirilmemiş ölüm ortaya çıkaran yaklaşık 500.000 belge ve saha raporuyla beraber yayınlamıştır (Brevini, Hintz ve McCurdy, 2013: 2-3).

Aralık 2010'da WikiLeaks'in anonim ifşa modelinin benzeri olan BalkanLeaks kurulmuştur. BalkanLeaks, Bulgaristan devletinin üzerinde etkili olan örgütsel oluşumlara ve devlet dairelerindeki yaygın rüşvet uygulamalarına dair çok sayıda belgeyi ifşa etmiştir. AfrikaLeaks, ise African Network of Centers for Investigative Reporting ve Hermes Center for Transparency and Digital Human Rights'ın iş birliğiyle Afrikalı haber kuruluşları tarafından oluşturulmuş ve halkın yararına olan belgelerin ifşasını hedefleyen bir platformdur. PubLeaks ise, Hollanda'nın önemli medya kuruluşlarının arasında bulunduğu ve haksızlıkları önlemek, bilgi uçurucuları

ve araştırmacı gazetecileri korumak ve desteklemek için oluşturulmuş bir platformdur. WildLeaks Elephant Action League (EAL) tarafından kurulmuş; çeşitli STK'lar, gazeteciler, güvenlik uzmanları gibi üyeleri olan; yaban hayatını ve doğal alanı korumayı ve bu alanlara yönelik suçları önlemeyi amaç edinen bir platformdur. Bunlara ek olarak, Propublica ise bağımsız araştırmacı gazetecilik platformları, The New Yorker, The Washington Post, Sun, The Guardian gibi gazeteler de güvenli ve anonim bilgi gönderimine olanak sağlayan platformlara sahiptir (Çalışkan, 2018: 308-309). Türkiye’de ise öne çıkmış bir hacker organizasyonu olarak RedHack vardır. RedHack 1997 yılında ‘devrimci dayanışma’ misyonuyla kurulmuştur. RedHack örgütü, birçok hack eyleminin yanı sıra 2013 yılında ülkede şok etkisi yaratan “Reyhanlı Belgeleri” sızıntısını gerçekleştirmiştir. RedHack’in eylemleri radikal değişiklikler yaratmasa ve toplumsal dönüşümlere neden olmasa da, bazı sosyal sorunlara dikkat çekmişler, farkındalık yaratmayı başarmışlardır (Yegen, 2014: 118-127). RedHack’in, WikiLeaks gibi bir sistemi olmamasına karşın gizli belgeleri sızdırmak için çeşitli dijital platformları kullanmışlardır. Üyeleri, RedHack ağının dışına çıkarken Tor ağını ve Tails işletim sistemini kullanmaları; kimlikleriyle ilişkilendirilemeyecek sınırlı sayıda dijital araç kullandıkları ve iletişim kurmak için ChatSecure gibi şifreli yazılımları kullanmaları nedeniyle haklarında soruşturma açılmasına rağmen kimlikleri tespit edilememektedir. (Çalışkan, 2018: 319-323).

İnternetin şeffaflığa yatkın yapısı, onu aynı zamanda gözetim için de uygun bir mecra haline getirmektedir. Bu nedenle internet, mahremiyet bakımından risk taşımaktadır. Hactivizm etiğinde ise, internet üzerinden gerçekleştirilen iktidar gözetimine karşı mücadele vermek önemli bir yer kaplamaktadır. Wikileaks gibi sistemler, bu iktidar gözetimine bir karşı duruş olarak anonimliğin sağlandığı, egemen güç yapılarının etkili bir şekilde yıkıldığı ve hegemonik kültürel anlatılara meydan okuyan yeni anlamların gerçekleştirildiği bir süreç olarak hactivizm etiğini temsil etmektedir. Dolayısıyla hactivizm, geç kapitalizmde hegemonik gücün düzgün işlemesi için önceki sivil itaatsizlik biçimlerinin elektronik bir versiyonunu temsil etmektedir (Reynolds, 2020: 470-483).

#### **2.3.1.4. Karşı Gözetim**

Gözetim uygulamaları, baskı altında tutulanlar için karşı-uygulama durumu meydana getirilebilmektedir (Koskela, 2003: 306). Gözetim çalışmaları içerisinde

karşı gözetim (counter-surveillance) veya aşağıdan gözetim (sousveillance) olarak ifade edilen post Foucaultcu bir teori bulunmaktadır. Bu bakış açısı özneye hem gözetlenen hem de gözetleyen bir rol atfetmektedir (Baştürk, 2018: 87). Karşı gözetim ve direniş çalışmalarına karşı artan ilgi, çağdaş toplumda Panoptikon metaforunun gözetim olgusunu açıklama noktasındaki gücünün sorgulanması ile ilerlemektedir (Wilson ve Serisier, 2010: 167). Sosyal bilimler dünyasında panoptikon metaforunu sembolize eden bazı kurumların, hapishanelerin, akıl hastanelerinin ve çocuk mahkemelerinin tarihi ile fabrikanın tarihi ve işçi sınıfının devlete karşı direnişinin kontrolünde anlamlı bir şekilde benzerlik olup olmadığına yönelik tartışmalar sürmektedir. Bütün bu kurumlar sosyal kontrolün bir parçası mıdır ve öğretmenlerin, gardiyanların, psikiyatristlerin, sosyal hizmet uzmanlarının ve polislerin yaptığı şey aynı şey değil midir sorularının cevabı aranmaktadır. Fakat üzerinde uzlaşılmış olan şey, kontrol biçimlerinin toplum üzerindeki etkisinin boyutlarının çeşitli gelişmelerle tarihsel bağlamda farklılaşmasıdır (Cohen, 1985: 2-7).

En etkili sosyal kontrol biçimlerinden bazıları, ekonomik veya kültürel olarak marjinal grupların mimari veya altyapı yoluyla dışlanmasını doğallaştıranlardır (Monahan, 2006b: 516). Fakat kontrol sistemleri genellikle savunucularının iddia ettiği kadar etkili ve verimli olamamaktadır. Kontrol hiçbir zaman sorunsuz bir şekilde hegemonik olamamaktadır, her daim bir direniş unsuru vardır (Koskela, 2003: 306). Benzer şekilde Foucault'nun da dediği gibi *"iktidarın olduğu yerde direniş de vardır."* Foucault, bu nedenle iktidarın sadece olumsuz bir güç olarak görmez. İktidar aynı zamanda antitezi olarak bünyesinde direnişi de barındırmaktadır (Foucault, 2012: 283). Foucault, iktidar ilişkilerini anlamak için bu ilişkileri bölmeye yönelik girişimlerin ve direniş biçimlerinin araştırılması gerektiğini öne sürmektedir (Foucault, 1994: 329'dan akt. Waghorn, 2016: 100). Gözetim olgusu da iktidar kurmanın ve devam ettirmenin bir yöntemi -hatta Lyon'a göre başlı başına bir iktidar kaynağı (Lyon, 1997: 20)- olduğu için karşı gözetim kavramı karşı-iktidarı ifade eden (Fuchs ve diğ., 2012: 15) direniş kavramının bir alt başlığı gibidir.

Direniş, gözetim çalışmaları literatüründe karşı gözetim olarak adlandırılmaktadır. Monahan karşı gözetim terimini 'kurumsal iktidar asimetrisine meydan okumak için gözetim teknolojilerinin kasıtlı, taktiksel kullanımları veya kırılması' olarak tanımlamıştır. Karşı gözetim, kamusal alanların ve kaynakların süregelen küresel dönüşümlerine tepki olarak ve buna bağlı olarak çalışmaktadır

(Monahan, 2006b: 515-516). Baştürk'e göre, iktidar ilişkilerindeki asimetrik yapıyı kırmak için karşı gözetim, iktidarın olumsuz uygulamalarını ifşa etmek veya kamusal bir alana taşımaktan daha fazlasını yapmalı; daha felsefi bir yaklaşıma sahip olmalıdır. Karşı gözetim taktiksel veya teknolojik bir olanaktan ziyade daha öznel dikkat gerektiren bir süreçtir ve iktidar ilişkilerinin tümünü eleştirecek bir tavrı benimsemelidir. Karşı gözetim olarak sunulan eylemin iktidar ile kurulan ilişkilerde karşı-iktidar ile sonuçlanmasının önüne geçilmelidir çünkü Baştürk'e göre karşı gözetim, iktidar ile ilişkilerde karşı-iktidara neden olmayacak bir biçimde düşünüldüğünde etik bir içerik taşımaktadır. Yani Baştürk karşı gözetimin, iktidar ilişkilerince sahiplenildiğinde, bir süre sonra amacından kopacağını öne sürmektedir (Baştürk, 2018: 91-94, 100). Bu noktada Wendt, aktöre özgü bir direniş açısının altını çizmektedir; bu nedenle, devletleri direnmeye motive eden güvensizlik, doğal bir sistemik özellik değil, temel ilişkisel geçmişlerin ürünüdür (Martin ve diğ., 2009: 219). Birey, direniş hakkında fikir edinmek için salt protesto örgütlerinin etkisiyle kuşatılan pasif ve uyumlu olandan daha fazlasıdır. Bireylerin kendisi de bağımsız olarak kontrol sistemlerini yenmenin ve gözetlenmekten kaçınmanın yollarını bulma konusunda son derece iyidirler (Marx, 2003: 371-372). Örneğin Scott bireysel veya nispeten güçsüz grupların sıradan insanların karşı gözetim silahlarını şöyle gruplandırmıştır: ağırdan alma, gizlenme, sahte uyum, yağmalamak, sahte cehalet, iftira, kundaklama, sabotaj, vb. (Scott, 1985: 29). Dolayısıyla, gözetime direnmek için mutlaka organize bir ilişki olması gerekmemektedir. Ayrıca, de Souza gözetleyenleri gözetlemenin halk seferberliğini de güçlendirdiğini öne sürmektedir (de Souza, 2014: 214).

Dikey ve tek yönlü bir yapı yerine, yatay ve çok yönlü bir yapı şimdi “yeni medya” kültürünü tanımlamaktadır. 21. yüzyıla özgü bu özellikler, yerleşik karşı-iktidarı mümkün kılmak için bireysel ve kolektif özerkliği güçlendiren kitle etkileşim platformları yaratmaktadır (de Souza, 2014: 215). Özellikle dijital teknolojilerin dünyayı birbirine yaklaştırdığı çağımızda, bireysel küçük hamleler kartopu etkisiyle büyüebilmekte ve bir çığ etkisi yaratabilmektedir. Martin vd., teknolojilerin, sadece mevcut sosyal çevrelerdeki aktörler tarafından kullanılan bir araç olmaktan ibaret olmadığını; teknolojilerin sosyal yapıları etkileyebildiğini ve aktörlerin direnebilecekleri alanları ve bunun için kullanılabilecek araçları tanımladığını öne sürmektedir (Martin ve diğ., 2009: 220).

Dördüncü kuvvetin işlevsizliğinin anlaşılması, daha dirençli ve aktif bir beşinci kuvvetin öne çıkmasını ve görünürlük kazanmasını sağlamıştır (Çoban ve Ataman, 2018: 11). Günümüzde bilgisayar ağları sadece kapitalist düzenin koruyucusu ve kapitalist çıkar yarışlarının yaşandığı bir alan değildir, aynı zamanda da ideolojik mücadelelerin gerçekleştiği bir yer haline gelmiştir. Kapitalist pazar ekonomisinin bir getirisi olarak, yeni altyapı sistemleri kuruldukça, bilgisayar ve telefon fiyatları düştükçe, elektronik arayüzler daha kullanıcı odaklı bir hale geldikçe ve internet ağları tüm dünyayı sarmaya başladıkça, karşı mücadeleler de yaygınlık kazanmaktadır. Association for Progressive Communication; Conflictnet; Peacenet; Labornet; Antiracistnet; Socialist.net; Sosyalist.org; WSWs.org; Marksist.org; Internationalism.org; Christianleftist.org ve Marxist.net gibi siteler de buna örnektir (Erdoğan, 2011: 440).

*“Dolayısıyla neoliberal küresel iktidarın gözetim aygıtına ve güvenlik paradigmasına karşı alternatif medyanın sürdürdüğü mücadele, haber üretimini aşan proaktif bir mücadeledir. Yurttaş habercilik ve video aktivizm, sızıntı habercilik, kültürel bozma, hacking gibi araçlara sahiptir.”* (Çoban ve Ataman, 2018: 11)

Karşı gözetim, gözetim kameralarının devre dışı bırakılmasını veya tahrip edilmesini; en az gözetim sistemlerine sahip yolların haritalanmasını ve bu bilgilerin internet üzerinden yayılmasını, toplumda gözetim yaygınlığına dikkat çekmek için halk oyunlarının sahnelenmesini (Monahan, 2006b: 515) içerebildiği gibi, doğrudan reddetme, keşif, kaçınma, değiştirme, çarpıtma, karşı gözetleme, işbirliği, engelleme ve maskeleye nispeten daha basit stratejik hamleleri de içerebilmektedir (Ball ve diğ., 2012: XXVI). Karşı gözetim veya aşağıdan gözetim, gözetim otoritesinin davranışını taklit ederek, onlara bir ayna tutarak ve “Gördüğünüzü beğendin mi?” diye sorarak bürokratik örgütlerle yüzleşmek için teknolojiyi kullanır. Engelleme, çarpıtma, maskeleye, reddetme ve karşı gözetleme taktikleriyle teknolojiyi karşı-savaş cephesi olarak değerlendirir (Martin ve diğ., 2009: 216). Örneğin, Steve Mann’ın Shooting Back projesi, özel sektöre ait mağazalarda ve dükkanlarda güvenlik personelinin ve diğer işçilerin “görüntülerini” çeken giyilebilir, ileri teknolojiye sahip gözetim cihazlarını kullanmaktadır (Monahan, 2006b: 523). Karşı gözetim medya ortamlarında ‘gözetim sistemlerinin demokratikleşmesi’ sonucu gittikçe daha fazla yaygınlık kazanmaktadır. Medya ortamlarında yolsuzluk, görevi kötüye kullanma gibi

durumlara ait görüntülerin hızla dolaşıma girmesi ise medyada karşı gözetimi oluşturmaktadır. Video aktivizmi buna örnektir. Fakat medyanın sınırsız içerik üretimine olanak sağlayan altyapısı sayesinde, ‘video-anlatıcı ordusunun karşı gözetim görüntüleri’nin hızlıca akıp geçmesi ve aslında politik olarak güç sayılabilecek içeriklerin önemsiz içerikler denizinde kaybolmasının önlenmesi de gerekmektedir (Wilson ve Serisier, 2018: 177-178).

Marx, ‘A Tack in the Shoe: Neutralizing and Resisting the New Surveillance (Ayakkabıdaki Çivi: Yeni Gözetime Direnme ve Onu Etkisizleştirme)’ (2003) adlı makalesinde bireylerin gözetim mücadelesinde günlük mücadelelerinde kullandıkları 11 taktik kategorisini kataloglamaktadır. Onları “keşif hamleleri, kaçınma hamleleri, sırtlama hamleleri, değiştirme hamleleri, bozma hamleleri, engelleme hamleleri, maskeleye hamleleri, kırma hamleleri, reddetme hamleleri, iş birliği hamleleri ve karşı gözetim hamleleri” olarak tanımlamaktadır (Marx, 2003: 374-384):

1-) Keşif Hamleleri: Gözetim tespiti olarak da bilinen bu hamlelerin amacı gözetimin olup olmadığını ve eğer varsa da nerede olduğunu bulmaktır. Öznenin davranışı, kendisinin gözetim altında olup olmadığına göre farklılaşır. Öz düzenleme yoluyla gözetim altında olunan süre boyunca istenilen imajı çizmeye yönelik bir hamledir. Hız radarına yaklaşıncı arabaların yavaşlaması, radarı geçtikten sonra tekrar hızlanması buna örnektir.

2-) Kaçınma Hamleleri: Kaçınma hamleleri aktif olmaktan ziyade pasiftir ve geri adım atmayı gerektirir. Gözetime açık bir direniş göstermek veya doğrudan müdahalede bulunmak için herhangi bir çaba yoktur. Daha çok, belirlenmiş gözetimin bulunmadığı veya zamanla ilgili olduğu varsayılan sürelerle, yerlere ve araçlara yönelik zamansal, coğrafi veya yöntemsel bir yer değiştirme yoktur. Daha çok şüpheyi üzerine çekmemekle ilgilidir. Örneğin uyuşturucu kaçakçıları, toplumun gözünde şüphe uyandırmayacak figüre sahip kişileri taşıyıcı olarak kullanmaktadırlar.

3-) Sırtlama Hamleleri: Gözetimden kaçınmaktan ziyade, doğrudan karşı karşıya kalmayı ifade eden bir hamledir. Meşru bir özne veya nesneye eşlik etmek suretiyle enformasyon korunur ya da kontrol atlatılır. Önemli bağlam giriş ve çıkış kontrolleridir. Örneğin, erişim kartı gerektiren sistemler bazen meşru erişim hakkı olan bir kişinin arkasından hızlıca yürüyerek kontrol uygulanmadan aşılabilir.

4-) Değişirme Hamleleri: Test, belgelendirme ve onaylama içeren durumlarda, kişiye veya şeye ait olması gereken geçerli sonuç, başka birine veya başka bir şeye aktarılır. Denetimin zayıf olduğu sınav merkezinde başka birinin yerine girilmesi örnek olarak gösterilebilir.

5-) Bozma Hamleleri: Bozma hamleleri, hareketleri manipüle ederek, teknik olarak geçerli sonuçlar sunulmasını sağlamakta fakat bir niteliğin veya davranışın denetlenmesinden geçersiz çıkarımlar elde edilmesine neden olmaktadır. Örneğin, bilgisayar klavyesindeki tuş vuruşlarıyla performansın ölçüldüğü bazı işyerlerinde, bazı işçiler gün sonunda rastgele tuşlara basarak gerçekte olduğundan daha fazla üretken olduklarına dair bir izlenim yaratmaktadırlar. Pratikte doğru sonuçlar elde edilmiş bile olsa, sosyal olarak sonuçlar anlamlı değildir.

6-) Engelleme Hamleleri: Engelleme ve bir sonraki hamle olan maskeleye gözetimin iletişimsel yönlerine dikkat çekmektedir. Gözetleyenler, gözetledikleri kişilerden gelen sinyalleri okumayı isterler. Engelleme ile birlikte gözetlenenler kendileri hakkında ipucu veren bu iletişimi fiziksel olarak engellemek veya kullanılamaz hale getirmek isterler. Örneğin iletişimden elde edilecek verileri engellemek için, gözetlenenlerin yüksek sesli müzik açması veya fısıldayarak konuşması birer engelleme hamleleridir. Engellemenin bir diğer biçimi de yoğun aksesuarlı ve bol elbiseler giymektir. Ya da bir plakanın fotoğraflanmasını engelleyen ‘fotoğraf flaş saptırıcı’ sıvısı, kırmızı ışığı ihlal edenleri gözetleyen sistemi atlatmaktadır.

7-) Maskeleye Hamleleri: Maskeleye, engellemeyi de içeren bir hamledir, çünkü orijinal bilgiler korunmaktadır. Fakat gözetlenenin kimliğine veya durumuna yönelik bir aldatmaca içerdiği için engelleme hamlesinin ötesine geçmektedir. Maskeleye sonucunda gözetim mekanizması işlese de toplanan bilgiler yanıltıcı ve kullanışsızdır. Peruk, boyalı saç, gizli topuklu ayakkabı, dolgulu giysiler, estetik cerrahi veya sahte belgeler maskeleye hamlesine örnektir.

8-) Kırma Hamleleri: Kırma hamlelerinin amacı, cihazı çalışamaz hale getirmektir. Bununla birlikte, engelleme hamlelerindeki gibi, gözetleyenler bu durumu fark etmesi muhtemeldir. Kırma hamleleri, gözetimi en kaba etkisiz hale getirme biçimidir.

Elektrik ve telefon hatlarının devre dışı bırakılması, video kamerasının spreyle boyanması gibi eylemler bu hamlelere dahildir.

9-) Reddetme Hamleleri: Reddetme, koşullara uymayı kabul etmeyen öznelerin ‘sadece hayır demek’ ve gözetimi görmezden gelmektir. Bu teoride basit tepki aslında görüldüğü kadar yaygın değildir. Bu durum, otoriteye duyulan güvensizliği ve yaptırıma maruz kalma veya hizmet kullanımının kısıtlanması korkusunu da yansıtmaktadır. Bunun yanı sıra, çatışmadan veya sorun yaratan bir kişi olarak etiketlenmekten kaçınma isteğinden de kaynaklanabilmektedir. Örneğin kişilerin, telefon numarası talep eden kimi kurumlara numara vermeyi reddetmesi buna bir örnektir.

10-) İş birliği Hamleleri: Beyaz yakalı suçlarıyla ilgili araştırmalardan elde edilen bulgulardan biri, örgüt dışından bir ihlalcinin, içeriden biri ile iş birliği yapmasının oldukça sık bir durum olmasıdır. İçerdekiler genellikle kontrol sistemlerine erişebilir, bu sistemler hakkında bilgi sahibi olur ve bu bilgi ise cazip olabilir. Dolayısıyla gözetime direnme çabalarının, bazen gözetleyen kişilerle gizli anlaşmalar içermesi şaşırtıcı değildir.

11-) Karşı Gözetim Hamleleri: Bu hamleleri diğer hamlelerden farklı bir düzendedir. Bunlar hamleler, gözetimi tersine çevirmeyi ve gözetleyenleri gözetlemeyi kapsamaktadır. Gözetime ilk olarak maruz kalanların aynı şekilde karşılık verebileceğini bilmek, gözetimin ilk kullanımını önleyen veya kısıtlayan bir faktör olabilir. Burada önemli olan gözetimin demokratikleşmesinin ne derecede gerçekleştiğidir. Bugün gözetim teknolojilerine erişimde ve kullanımda, bilinen geçmişe göre daha fazla bir eşitlik söz konusu olsa da tam anlamıyla bir eşdeğerlik söz konusu değildir. Ayrıca, geliştirilen teknolojilerin türü, bu teknolojilere sahip olanlardan başka, kaynakların eşitsizliğinden de oldukça etkilenmektedir. Fakat yine de artık birçok teknik ucuz, kullanımı kolay ve yaygın olarak bulunmaktadır.

Marx, belirlediği bu hamleler ile kontrol sistemlerine ve tahakküme direnmenin mümkün ve hatta gerekli olduğunu da ortaya koymaya çalışmaktadır (Çoban ve Ataman, 2018: 13). Goffman'ın (1961) örgütlerin hayatını inceleyen çalışmasında da belirttiği gibi, bireyler gözetimin yanlış olduğunu ya da haksız şekilde dezavantajlı olduklarını düşündüklerinde, çoğu zaman onunla mücadele edeceklerini belirtmiştir

(Goffman, 1961'den akt. Marx, 2003: 372). de Certeau, baskıya maruz kalanların bu mücadeleyi gündelik yaşam pratikleri içerisinde geliştirdikleri taktiklerle ürettiklerini ifade etmektedir. Sindirilmiş görünen kitleler aslında marjinal bir azınlık değil, "sessiz bir çoğunluk"tur. de Certeau'ya göre gündelik yaşamlarında insanlar çeşitli numaralar veya hilelerle güçlü kalmanın bir şekilde yolunu bulmaktadırlar ve bütün bu taktikler aynı zamanda pratik direnişlerdir (de Certeau, 1984: xiv-7). Marx, direniş biçimlerinin meşru veya gayrimeşru olup olmadığının ayırımına varabilmek için direnişin ahlaki olarak değerlendirilmesi gerektiğini söylemektedir. Suçun keşfinin önlenmesine yönelik hamleler ile mahremiyet ihlaline karşı oluşturulan direniş biçimi, pratikte her ikisi de kişisel enformasyonun korunması amacıyla gerçekleştirilse de, ikisi arasında ahlaki açıdan derin bir ayrım vardır. Gözetime karşı mahremiyeti korumaya yönelik bazı protesto grupları vardır: Electronic Privacy Information Center, American Civil Liberties Union, Elektronik Frontier Foundation, Privacy Rights Clearinghouse gibi. Bu gruplar sadece toplumu bilgilendirme ve bilinçlendirme amacı taşımamakta aynı zamanda politik süreçleri de doğrudan etkilemek için girişimlerde bulunmaktadır (Marx, 2003: 385-387). Örneğin; İSee uygulaması ve RTMark modern gözetimin teknik tarafına yoğunlaşan iki eylemci müdahaledir. İSee uygulamasının amacı, gözetim düzeneğine doğrudan müdahale etmek ya da bireylerin izlenmeyi etkin bir şekilde önleyebilmesini sağlamak değildir. Amacı, kamuoyunun bilincini artırmak ve güvenlik kameralarının yaygınlığı ve bunların kamusal hayata etkileri üzerindeki kamusal tartışmaları teşvik etmektir. Teknolojik altyapılar fonksiyonel olduklarında görünmez hale geldiklerinden ve teknolojilerin politik etkileri, daha genel olarak çoğu insanın radar ekranının dışına çıktıklarından, iSee izleyicileri ve kullanıcıları bilinçlendirmekte; hangi durumlarda gözetimin kabul edilebilir olduğuna dair tartışma alanları açmaktadır. RTMark ise daha radikal ve doğrudan bir yaklaşımı savunmaktadır: Kameraları yok etmek. RTMark, aktivistlerin iyi tanıdığı bir projedir. RTMark, gözetleme kamerasının imhası için rehber olup, düşük teknoloji, merkezi olmayan, popülist ve "eğlenceli" bu etkinliklere yaklaşımlarını kutlayan, ilgi çekici ve kasıtlı olarak dağınık bir web sitesidir (Monahan, 2006b: 520).

Yüzeyde, Uygulamalı Özerklik Enstitüsü'nün iSee projesi ve RTMark'ın gözetleme kamerasının tahrip olma kılavuzu, halkın gözetimine radikal biçimde farklı tepkiler gibi görünebilir. iSee, en az gözetim yolu oluşturma yoluyla video gözetiminin çevrilmesini kolaylaştıran yüksek teknoloji ürünü bir uygulamadır.

Kamera imhasına yönelik rehber ise düşük teknolojili neo-Luddite saldırılarıyla<sup>28</sup> kamu gözetimine karşı direnci teşvik etmektedir. Bununla birlikte, her iki karşı gözetim biçimi de dikkatlerini ve eleştirilerini büyük ölçekli izleme rejimlerinin maddi temsilleri olarak işlev gören gözetim teknolojilerine odaklanmaktadır. Hiçbiri, gözetimi harekete geçiren kamu ve özel kuruluşları ya da bu kurumlardaki bireyleri doğrudan hedef almamaktadır (Monahan, 2006: 522).

Bunun yanı sıra daha da estetize edilmiş, sembolik tepki niteliği taşıyan karşı gözetim uygulamaları ve projeler de vardır. Örneğin, Monahan, gözetim olgusuna karşı direnişin sanatsal faaliyetler ile bir araya gelerek kabilelere özgü yüz boyama ve saç biçimleri, ısı yayılımını engelleyen kapüşonlar gibi kamuflajlarla estetize edildiğinden bahsetmektedir. Ona göre direnişin estetize edilmesi ne gözetim dayatılmasına boyun eğilmesini ne de bu gözler altında münzevi hale gelmesini sağlamıştır. Gözetim karşıtı taktik biçimlerinden biri olan bu projelere örnek olarak yüz tanıma sistemlerini şaşırtmaya yönelik CV (Computer Vision) Dazzle Projesi verilebilmektedir. Maskeler de bu taktik biçimi altında değerlendirilebilir. Zapatistaların kar maskesi giymeleri, Anonymous ya da Occupy Wall Street protestocularının Guy Fawkes maskesi takması bir maskeleye taktiğidir. Daha güncel bir örnek olarak, Selvaggio'nun tasarladığı reçine maskelerdir. Bu maskeler gerçekçi ve yüz tipiyle uyumludur. Selvaggio, sistemlerin, bu maskeleri gerçek kimliğe ait bir yüz olarak tanımladığını ve böylece bu maskelerin sistemleri yanılttığını ortaya çıkarmıştır (Monahan, 2015: 159-166). Gözetleme Kamerası Oyuncuları (SCP) halka açık yerlerde gözetleme kameralarının önünde performans sergileyen New York merkezli, bir topluluktur (notbored.org).

Graham ve Wood (2003), dijital yöntemlerin gerçek zamanlı olarak daha yaygın gözetimi kolaylaştırdığını savunarak, analog (yani, bürokratik ve elektromekanik) ile dijital gözetim arasında ayrım yapmaktadır (Graham ve Wood, 2003: 228). Ayrıca dijitalleşmenin otomasyona yöneldiğini ve bu nedenle gözetim çalışmaları sırasında insan operatörlerin rolünü değiştirdiğini savunmaktadırlar. Bu otomasyon süreci boyunca, insan takdirini yalnızca sistemleri programlayan, denetleyen ve bakımını yapan operatörler değiştirmiştir. İnsan operatörleri için bu yeni rol, direnç için ilginç olasılıklar ortaya koymaktadır. Örneğin, teknolojiler inşa etmek ve uygulamak için

<sup>28</sup> Modern teknoloji veya modern teknolojinin getirilerine karşı çıkanları ve onların düşünce sistemini tanımlayan kavramdır (urbandictionary.com).

hükümetle birlikte çalışan kurumsal aktörler daha önce direnebilirler. Bu noktada teknolojiler de direnmeye başlayabilir. Özellikle algoritmalar, direnebilen çevik bir aktör olarak ciddiye alınmalıdır. Bunun yanı sıra, iktidar gözetimine ait algoritmik yazılıma karşı da muhtemel bir direnç stratejisi, hesaplamalarını yanıltmak veya aksatmak için sistemlerinin "önemsiz" verilerle beslenmesidir (Martin ve diğ., 2009: 214-215, 227-229). Son zamanlarda Phorm internet reklam platformuna olan kullanıcı direnci, bu tür dirençlere güzel bir örnek teşkil etmektedir (theguardian.com).

Monahan ‘Counter-surveillance as Political Intervention? (Siyasi Müdahale Olarak Karşı-Gözetim?)’ adlı makalesinde çeşitli gözetim uygulamalarını gözden geçirmekte ve aynı zamanda kurumsallaştırılmış gözetlemeye yöneltilmiş direnç ile ortaya çıkan ve üretilen iktidar ilişkilerini analiz etmektedir. Bu makalede vurgulanmak isteyen nokta, aktivistlerin gözetim problemlerine karşı hamlelerinde fiziksel direnişten ziyade, sembolik çatışma noktalarıdır. Bu nedenle, karşı gözetim uygulayıcılarının video kameralarını atlatması veya yok etmesi gibi acil pratik hedefleri olsa da, modern gözetim rejimleri hakkında kamuoyunda farkındalık yaratma niyetiyle sembolik direniş eylemleriyle meşgul oldukları varsayılmaktadır (Monahan, 2006: 516-517). Bu anlamda Abowitz, direncin belirli güç dengesizlikleri ve eşitsizlikleri etrafında diyalog yaratmanın ve geliştirmenin bir yolunu teşkil ettiğini söylemektedir (Abowitz, 2000: 878). Bunun güzel bir örneğini Glenn Greenwald başarmıştır. Greenwald, Guardian’da çalışan bir gazetecidir ve NSA sızıntılarını kamuoyuna duyururken Snowden’la iş birliği yapmış ve adını tüm dünyaya böyle duyurmuştur. Greenwald, Chelsea Manning’in Wikileaks’e yüklediği belgelerin aksine, kamusal bilincin yayılmasında büyük bir başarı göstermiştir. Bunun nedeni ise Snowden’dan elde ettiği belgeleri yayınlarken, belgelerin teknik dilini sadeleştirilmesi ve olayın kamusal önemini vurgulayacak şekilde derlemesi olmuştur. Diğer bir deyişle, Greenwald, NSA belgelerini teknik alandan kamusal alana taşımış ve böylece alternatif medyanın beşinci bir güç olarak aşağıdan gözetim ile iktidarı denetlemesi için önemli bir adım atmıştır (Rice, 2018: 251-253, 261). Warner iyi bir kamusal tartışma ortamı yaratılabilmesi için söylemlerin yapıcı rolünden bahsetmektedir (Warner, 2002: 51-54). Bu noktada Greenwald’ın yaptığının konuyu teknik akıl yürütmeden, kamusal müzakere alanına kaydırmak olarak yorumlanabilmektedir, çünkü ona göre anlaşmazlığın bütün taraflarca çözümü için konunun ortak dilin, değerlerin ve akıl yürütmenin kullanıldığı kamusal alana taşınması gerekmektedir. Greenwald da halka gözetimin boyutlarını ve etkisini açıklayabilmek için ortak dilden

yararlanmıştır ve böylece konuyu aşağıdan gözetimin amacına ve dinamiklerine uygun bir şekilde konuyu, halkın tartışmaya dahil olabileceğı ve kararlar alabileceğı bir forma sokmuştur. Ona'a göre "kamusal müzakere" gözetim toplumunun antitezi ve çözümdür (Rice, 2018: 254-267).



### 3. ARAŞTIRMA

#### 3.1. Z Kuşağı ve Karakteristik Özellikleri

Kuşak tartışmaları sosyal ve entelektüel hareketlerin yapısının anlaşılması için önemlidir. Grup kavramından farklı olarak kuşaklar, somut bir bir aradalığa veya amaçsal bir birlikteliğe dayanmaz. Kuşaklar, sınıfsal statü gibi değişken de değildir; içine doğulan zaman dilimiyle alakalıdır. Sınıfsal statü, toplumda değişen bir ekonomik ve güç yapısının varlığına dayanırken, kuşak insan varlığında biyolojik ritmin varlığına dayanır. Aynı kuşağa mensup bireyler, toplumsal süreçlerin tarihsel boyutunda ortak bir konuma sahiptirler. Bu nedenle kuşak kavramı, belli bir zaman dilimindeki yaşam deneyimlerine dayalı bir toplumsal konum olarak düşünülebilir (Mannheim, 2009: 163-167). Bu yaşam deneyimi ülke içi çatışmaları gibi siyasi; bilgisayarların bireysel kullanımının yaygınlaşması gibi teknolojik veya ekonomik kriz dönemleri gibi birçok faktörden etkilenebilir. Böylece kuşaklar ortak yaşam deneyimlerine dayalı olarak benzer bakış açısı geliştirirler.

1830’lu yıllardan itibaren kuşak tartışmalarını ilk başlatan kişi Auguste Comte’dur. Comte’a göre kuşakların birikimlerinin diğer kuşaklara aktarımı, toplumsal ilerleme için temel adımdır (Comte, 1974: 635-641’den akt. Latif ve Serbest, 2014: 136). Karl Mannheim ise, sosyal bilimler metodlarını kuşak araştırmalarında ilk defa kullanan kişidir. Ona göre kuşak kavramı, “*ortak alışkanlıkları ve kültürü paylaşan insanlar topluluğu*”nu ifade etmektedir (Mannheim, 1998’den akt. Latif ve Serbest, 2014: 136). TDK’da ise yaklaşık yıllarda doğmuş, aynı dönemin şartlarında yaşayan, benzer sıkıntılara, kaygılara ve yükümlülöklere sahip bireyler topluluğu olarak tanımlanmıştır (sozluk.gov.tr). Kuşaklarla ilgili üzerinde uzlaşılmış kesin tarih aralıkları yoktur. Belli bir dönemdeki siyasi, ekonomik ve kültürel olaylardan etkilenen ve bu olayları ortak olarak deneyimleyen insanların dünyayı algılama şekli birbirine benzer ve benzer karakteristik özellikler gösterirler. Ortaya çıkan bu kolektif bilinç, ortalama yaş aralıklarındaki insanları bir kuşak adı

altında bir araya getirir (Çaycı ve Karagülle, 2014: 191). İnsanlar kendilerine özgü olan ve ortak eğilimleri ve yönelimleri kapsayan habitus'larına<sup>29</sup> göre kuşaklara ayrılmaktadır. Dolayısıyla her kuşak, kendine özgü özelliklere sahiptir ve her kuşağın benzer davranış kalıpları, değer yargıları, güçlü ve zayıf yönleri vardır. Z kuşağı da tanımlanmış kuşakların en sonuncusudur. 2019 yılında dünya nüfusunun %32'lik bir kısmını, yani 7,7 milyar nüfusun 2,47 milyarını oluşturmuşlardır (nypost.com). Türkiye'de ise, 2018 TÜİK verilerine göre, 25,6 milyon Z kuşağı nüfusu vardır (TÜİK, 2018'den akt. Harputlu ve Kendirli, 2019: 56).

Millennials ve Z kuşağı arasındaki geçiş tarihi konusunda fikir birliği yoktur. Demograflar 90'ların başından 2000'lerin ortalarına kadar olan aralıkta doğanları Z kuşağı olarak tanımlarken, pazarlamacılar 1996'dan itibaren doğanlar için bu kavramı kullanmaktadırlar (Williams, 2015: 2). Z kuşağı için net olarak belirlenmiş bir tarih aralığı olmamasına rağmen 1996-2011 yılları arasında doğanlar sektörde kabul edilen en geniş aralıktır. Z kuşağını anlamak için öncelikle hayatlarını, alışkanlıklarını ve dünyaya nasıl uyum sağladıklarını da anlamak gerekmektedir (Witt ve Baird, 2018: 19-20). Prensky'nin dijital yerliler olarak tanımladığı Z kuşağı dijital teknolojiyle büyüyen ilk nesildir. Tüm yaşamlarını bilgisayar, video oyunları, dijital müzik çalarlar, video kameralar, cep telefonları ve dijital çağın diğer tüm oyuncak ve araçlarıyla çevrili olarak ve bu araçları kullanarak geçirmektedirler (Prensky, 2001: 1). Dolayısıyla bu kuşağın karakteristik özelliklerini şekillendiren en belirgin faktör teknolojinin içine doğmuş ve dijital teknolojik gelişmelerle birlikte büyüyor olmalarıdır. Teknolojiyi çok çabuk kavramakta ve işlerini hızlı bir şekilde halledebilmektedirler. Bu nedenle, internet kuşağı, medya kuşağı gibi isimlerle de adlandırılmaktadırlar. Z kuşağının dünyayı algılayış şekilleri, davranış ve tepkileri, iletişim ve etkileşim alışkanlıkları da dijital dünyanın yön verdiği şekilde gelişmektedir (Levickaitė, 2010: 173-176). Bireysel olmayı sevmeleri, aceleci ve sabırsız olmaları, network'ü başarıya giden önemli bir adım olarak görmeleri buna örnektir. Bunun yanı sıra, hızla akıp giden gündemden geri kalmamak adına kendilerini sürekli geliştirmeye ve güncellemeye olan eğilimleri yüksektir. Bu nedenle yaratıcılık yönleri de gelişmiştir. Tıpkı sosyal platformların sağladığı ortamlar gibi kendi hayatlarında da kültürel çeşitliliğe olumlu bakmakta; hiyerarşik ilişkilerden

<sup>29</sup>Habitus kabaca, insanların yaşamları boyunca edindikleri deneyimleri içselleştirerek bir oluşturdukları bir düşünce ve davranış şemasıdır. Habitus, hem alanlarla yapılandırılmış hem de alan oluşturmaya katkıda bulunan açık eğilimler sistemlerini ifade eden bir kavramdır (Bourdieu, 1992: 52-55).

ziyade katılımcı ve demokratik ortamı tercih etmektedirler. Çoklu düşünme özellikleri gelişmiş ve kendilerini ifade etme konusunda da oldukça rahatlardır. Dijital teknolojilerin gündelik hayatlarının bir parçası olan Z kuşağının, bu teknolojileri kullanmaya olan yatkınlıkları ve bilgiye erişim kolaylıkları onların daha araştırmacı olmalarını ve olaylara birçok yönden, daha eleştirel bakabilmelerini sağlamıştır (Taş, Demirdöğmez ve Küçüköğlu, 2017: 1037-1044). Witt ve Baird Z kuşağının temel özelliklerini şöyle özetlemişlerdir (Witt ve Baird, 2018: 19-20):

- Bağımsızlığına düşkün ve başarı hedefleri için çalışmaya istekli.
- Kültürel ve etnik çeşitliliğe, farklı yönelimlere açık; küresel bir perspektife sahiptirler.
- Sivil haklara, çevresel veya toplumsal problemlere duyarlıdırlar. Dünyayı daha iyi bir yer haline getirecek projeleri desteklemeye veya bu amaçlar doğrultusunda aktivist rolleri benimsemeye yatkındırlar.
- Çok fazla enformasyon akışına maruz kalan Z kuşağı, birçok enformasyonun arasında hangisinin gerekli olduğuna veya hangisini alması gerektiğine çok çabuk karar verebilmektedir. Karşılarına çıkan enformasyonlara filtre uygulama becerileri gelişmiştir.
- Hayata karşı daha realist ve pragmatik yaklaşmaktadırlar.
- Sosyal medya hesaplarında aşırı paylaşım yapma eğilimi taşımamaktadırlar. Sosyal medyadaki varlıklarını bir marka gibi yönetmektedirler.
- Her ne kadar teknolojinin bireyselleştirici yönünden etkilenseler de sosyal hayattan tam olarak izole olmamaktadırlar. Bloglardaki yardımlaşmalar, takım olarak oynanan online oyunlar gibi dijital etkileşimler sayesinde iş birliğinin önemini farkındadırlar.

Z kuşağının ayırıcı yönlerini belirleyen karakteristik yapıları medya tüketim pratikleri süreciyle şekillenmektedir (Witt ve Baird, 2018: 19). Örneğin dikkat süreleri diğer kuşaklara göre daha kısadır. Tek bir konuya ağırlık vererek odaklanmak yerine,

tıpkı internet tarayıcısının sekmeleri gibi, birçok konuya aynı anda odaklanmakta ve aynı anda ilgilenmektedirler. Dijital medyada her istediklerine her an ulaşabilme lüksü onları daha sabırsız, sonuç odaklı ve tatminsiz kılmıştır. Bu anlamda doğuştan birer tüketicidirler. Belki sabırsız yapılarının bir sonucu olarak, dijital medyada çoğunlukla emojiler, capsler, fotoğraflar gibi görüntülerle iletişim kurmayı tercih etmektedirler (Taş, Demirdöğmez ve Küçüköğlü, 2017: 1037; Harputlu ve Kendirli, 2019: 57-58).

1995 yılında internetin ticarileştirilmesi (webfx.com, 2019) tüm dünyanın işleyişini değiştirmiştir. Günümüzde teknoloji, haber alma, alışveriş ve araştırmadan sağlık hizmetlerine erişmeye kadar birçok şeyi yapma şeklimiz dijitalleşmiştir. Z kuşağının neredeyse tamamı aktif birer sosyal medya kullanıcısıdır ve alışverişlerinin çoğunu e-ticaret üzerinden yapmaktadırlar. Bu kuşağın yaklaşık %80'i online alışveriş yapmadan fiyat araştırması yapmaktadır. Alışveriş sitelerinin en aktif kullanıcıları olarak kampanyaları ve fırsatları yakından takip etmektedirler (epnext.com). Z kuşağının büyük bir kısmı henüz kendi paralarını kazanmaya başlamamış da olsa hanelerinin satın alma davranışları üzerinde önemli bir etkiye sahip oldukları için pazarlamacıların önem verdiği bir kuşaktır (Mercan, 2016: 67). 2020'den itibaren dünya çapındaki tüketici nüfusunun yaklaşık %40'ının Z Kuşağından oluşacağı tahmin edilmektedir. Bu genç yetişkin grubun satın alma gücünün 44 ise milyar dolar olduğu düşünülmektedir (Harputlu ve Kendirli, 2019: 56). Birçok pazar araştırmacısı, bu kuşağı, onların harcama ve tasarruf kalıplarını onlara nasıl satış yapabileceklerini ölçmenin bir yolu olarak incelemiştir. Araştırmalara göre, onların satın alma süreçlerinde ise reklamlardan ziyade, sosyal medyadaki diğer müşterilerin deneyimleri etkili olmaktadır (Sarıoğlu ve Özen, 2018: 1069) Ülkemizde Z kuşağına yönelik yapılan çalışmaların çoğunluğu da tüketim ve çalışma sektörü üzerinedir. Ürün ve hizmetlerini satmak isteyen markalar ile çalışanlardan daha çok verim almak isteyen şirketler bu kuşağın güçlü ve zayıf yönlerini tanımlayarak genel bir profil çıkartmaya çalışmaktadırlar. Eğitim konusunda yapılan çalışmalar ise bu iki alana göre daha yetersizdir (Altunbay ve Bıçak, 2018: 128-129).

Z kuşağının eğitim anlayışı da kuşkusuz teknolojik gelişmelerle şekillenmektedir. Bu kuşak en fazla eğitim alan ve eğitim fırsatlarına en rahat ulaşabilen kuşaktır. YouTube gibi video siteleri üzerinden izleyebilecekleri eğitim videolarının, yanı sıra sayısız bilgiye her an ulaşabilme imkânı öğrenme biçimlerini tam zamanlı hale getirmekte; belli bir anda gerekli olan bilgiyi alıp kullanma

eğilimlerini ve çözüm odaklı yaklaşımlarını artırmaktadır. Artık öğretmenler bilgi kaynağı olarak mutlak bir yere sahip değildirler. Yeni kuşak için internet önemli bir bilgi kaynağı haline gelmiştir. Dijital olarak büyüyen Z kuşağı öğrenme sürecinde sessizce oturup öğretmenin anlattığını dinlemekten hoşnut değildir. Tapscott’a göre dijital teknolojiye dalmış olan gençler yeni şeyleri, yüksek hızda denemek istemektedir. Artık gençler öğrenirken eğlenmeyi, etkileşim kurmayı, öğrendiklerini yaşantılarıyla bağdaştırmayı ve gündelik yaşam deneyimleriyle birleştirmeyi; hatta neyi ne zaman öğreneceklerini de belirlemek istemektedirler. Bu da planlanmış geleneksel eğitim faaliyetlerinin etkisini azaltmaktadır. Teknolojinin imkanlarıyla eğitim süreci daha çok kişiselleştirilmiş, standart bilgilerin ötesine taşınmıştır. Buna ek olarak, Z kuşağı ebeveyn konusunda da diğer kuşaklara göre daha avantajlıdır. Bu kuşağın ebeveynlerinin tutumları, *“çocuklarını güvende tutacak ama aynı zamanda onlara kendilerini keşfetme ve karar verme fırsatı verecek”* şekilde aşırı denetlemeden uzaktır. Bütün bunlar sonucunda, eğitim sürecinde teknolojinin imkanlarıyla yetişen Z kuşağının hayattan ne istediğini bilen ve ne istediklerini tanımlamakta başarılı bir kuşak olacağı öngörülmektedir (Tapscott, 2009: 126-134; Rickes, 2016: 41; Kapil ve Roy, 2014: 12).

Teknolojik yapının yanı sıra sosyo-ekonomik koşullar da Z kuşağının karakteristik özelliklerinin belirlenmesinde etkili olmuştur. 2014 yılında, Pew Araştırma Merkezi’nin yaptığı bir araştırmaya göre 18 yaşın altındaki çocukların sadece %62’sinin evli anne-baba ile yaşadığını ve bu oranın 1960 yılına göre oldukça düşük olduğunu ortaya koymuştur (pewsocialtrends.com, 2015). Özellikle, tek ebeveynli haneler 1960’dan beri istikrarlı bir şekilde artmıştır. 2019 yılındaki bir başka istatistiğe bakıldığında çocuklu hanelerin yüzde 30’u boşanmış ailelerden oluşmaktadır (census.gov.tr, 2019). Bunun yanı sıra, Z kuşağı 2008 ekonomik krizinin kötü şartlarında yetişmiştir. Bu da onları düşük hayat standartlarına sahip olma ile karşı karşıya getirmiştir. Bu sebeplerden ötürü Z kuşağı hayata karşı güçlü bir birey olarak ayakta durabilmeyi daha erken yaşlarda öğrenmekte; hayata daha gerçekçi bakmakta ve hayallerine ulaşmak için daha somut adımlar atmaktadırlar (Sarioğlu ve Özen, 2018: 1069).

Z kuşağı her ne kadar bireysel duruşa sahip olsa da ilişkisel olarak motive olmaktadır. Generation Z Goes to College Araştırmasına katılan katılımcıların %75’i başkalarını hayal kırıklığına uğratmak istemeyerek; %75’i akranları arasından

kendi farkını yaratarak; %74'ü inandığı şeyleri savunarak; %74'ü ise başarı yoluyla motive olduğunu belirtmişlerdir. (Seemiller ve Grace, 2014'den akt. Seemiller ve Grace, 2019: 33) Dolayısıyla Z Kuşağının önceki kuşaklardan en büyük farklarından birisi değişim ve fark yaratma arzusudur. Bu nedenle gönüllü faaliyetlere diğer kuşaklara nazaran daha isteklidirler. Bu arzunun temel motivasyonlarından bir tanesi de, dijital medyadaki faaliyetlerin geniş bir kitlenin onayına sunuluyor olmasıdır. Dijital teknolojinin sunduğu toplumsallıkla yetişen Z kuşağının gönüllü çalışmaya bütünsel yaklaşımı, bir kereye mahsus veya diğerlerine yardım eden kısa vadeli gönüllü girişimlere yönelebilecek önceki kuşakların yaklaşımından oldukça farklıdır. Örneğin, Millennials (Y kuşağı) gönüllülük için belirli bir zaman ayırarak, okul veya iş gibi diğer faaliyetlerin yanı sıra, farklı yaşam deneyimleri için zaman blokları oluşturabilirken, Z kuşağındakiler gönüllülüklerini hayatlarının her alanına bütünsel olarak entegre edebilmektedirler. Çevrimiçi faaliyetleri dijitalin ötesine taşıyabilme, kendisinden daha büyük ideale ait olma ve bu ideal için çalışmayı isteme Z kuşağının ayırtıcı özelliklerinden bir tanesidir (Seemiller ve Grace, 2019: 281-282; Witt ve Baird, 2018: 21). Bu nedenle ekolojik olaylara, toplumsal adaletsizlik ve eşitsizliğe karşı daha duyarlıdırlar.

Z kuşağında olanlar birçok sosyal meseleyi derinden önemse de, mevcut sistemde kendileri için bir parti, aday veya hatta genel bir yer görmeyebilirler. Dünyayı değiştirmek isteyen bu kuşak için siyaset bunu yapacak yer olmayabilir. Öte yandan, bu kuşak sistematik düşünmeyi alışkanlık haline getirmiş, gelişmelerle yakından ilgilenen ve kolay örgütlenebilen bir kuşaktır. Bu nedenle, siyasi güç potansiyelleri beklenenden çok daha büyük olabilmektedir. Sarıoğlu ve Özen'in yaptığı araştırmaya göre (Sarıoğlu ve Özen, 2018: 1077-1078):

- Z kuşağı görüşlerini desteklemek için sosyal medyayı yoğun bir şekilde kullanmaktadır. Sosyal ağları düşüncelerini destekleyecek bilgilere ulaşmak için kullananların oranı %83'tür.
- Z kuşağı, sosyal medya üzerinden iyi bir şekilde organize olabilmektedir. Bir konu hakkında iş birliği yapmak, bir araya gelmek, örgütlenmek için kullananların oranı. %84'tür.

- Sosyal medyayı etkinliklerden haberdar olmak için kullananların oranı %87'dir.
- Arkadaşları ile sohbet etmek için kullananların oranı ise %93'tür.

Web 2.0 yalnızca daha fazla içerik oluşturmak için fırsat yaratmamıştır, aynı zamanda dijital sosyal bağlantı için de bir alan yaratmıştır. Dolayısıyla, Z kuşağının diğer kuşaklara göre teknoloji ile daha yakın bir ilişkiye sahip olmaları onların insanlardan daha izole bir hayat sürdüklerini düşündürtse de aslında diğer insanlarla gün içerisinde daha fazla iletişim halindedirler. Bu nedenle iletişim, iş birliği ve uzlaşmanın bu kuşağın en güçlü yanlarından birisi olacağı düşünülmektedir (Rickes, 2016: 41).

Z Kuşağının %95'i bir akıllı telefona erişebilmekte ve %45'i 'neredeyse sürekli' çevrimiçi olduğunu söylemektedir. Sarioğlu ve Özen 'in yaptığı araştırmaya göre Z Kuşağı sosyal medyayı en çok iletişim kurmak, araştırma yapmak ve eğlence amaçlı kullanmaktadır. YouTube, Instagram ve Snapchat ise bu kuşak arasında en popüler çevrimiçi platformlardır (Anderson ve Jiang, 2018: 2; Sarioğlu ve Özen, 2018: 1080). Z kuşağına mensup bir birey günde ortalama 3,4 saat çevrimiçi video izlemektedir (cnbc.com, 2019) ve bu kuşağın %97'si YouTube'da varlık göstermektedir (Taş, Demirdöğmez ve Küçükoğlu, 2017: 1038). Bu medya kullanım alışkanlıkları onların iletişim kurma biçimlerini de şekillendirmiştir. Bu kuşak büyük ölçüde video aracılığıyla iletişim kurmayı sevmektedir. YouTube'u Google gibi kullanmakta ve birbirlerine çok sık video içerikleri göndermektedirler. Sözlü iletişim dijitalde de en çok tercih ettikleri iletişim biçimidir (Kapil ve Roy: 2014, 12-13). İletişim üslubu olarak ise mizahi bir dili sıklıkla kullanmaktadırlar. Genç sosyal medya kullanıcılarının %58'i düşüncelerini şaka yollu ifade etmeyi tercih etmektedirler. Bu hem onların bir duruş sergilemesini sağlarken hem de gelebilecek karşı tepkilere veya durumlara yönelik onlara bir açık kapı bırakmaktadır. Mizah onların aynı zamanda onların bir savunma stratejisidir (Pewresearch.org, 2013). Etkileşimin hiç olmadığı kadar yoğun yaşandığı sosyal medya çağında, çeşitli dijital riskler nedeniyle sosyal medyadan uzak durmak ya da hiç paylaşım yapmamaktansa riski bertaraf etmenin çeşitli yollarını bulmak ve çeşitli savunma stratejileri geliştirmek bu kuşağın kendine özgü özelliklerinden birisidir. Bu araştırma kapsamında Z kuşağının medya kullanım pratikleri, dijital dünyada

karakteristik özellikleri, dijital okuryazarlık becerileri, gözetim ve mahremiyet algıları küresel verilerle desteklenerek açıklanmıştır.

### 3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Dijital medya, yarattığı etkileşimsel konjonktürde bilginin geleneksel yapılanmasını, bilgi hiyerarşilerini dönüştürmektedir. Dijital medya bir yandan bilginin, iktidar gözetimi için kişisel veri tabanı olarak kullanılmasına olanak sağlarken, diğer yandan da bilgiyi iktidarın tekeline kurtaracak dijital kültüre temel oluşturmaktadır. Böylece bilginin kolektif olarak yararlanılan ve dönüştürülen bir şeye evrilmesine neden olmaktadır. Bunun yanı sıra dijital medya ile birlikte eski cemaat kültürü sanal topluluklarda yeniden canlanmıştır. Fakat dijital medyanın bilginin kullanım biçimini değiştirmesiyle, geleneksel cemaat kültürlerinin sahip olduğu kitle psikolojisinin yerini, kolektif bilinç almaktadır. Çünkü dijital medya ortamının yarattığı atmosferde insanların birbirleri ile fikir alışverişi yapma alışkanlıkları kazanmaları ve bu ortamın, onlara ilgilendikleri konularda araştırma yapma, bir konuya dair çeşitli yaklaşımlara ulaşabilme imkânı sunması yeni bir kültürel yapı oluşturmakta ve vatandaşlık algısını da dönüştürmektedir. Bu da daha bilinçli tepkiler verebilen, sahip olduğu hakların farkında olan ve iktidar mekanizmasının haksız uygulamalarına karşı direniş için örgütlenebilen vatandaşlardan oluşan bir sosyal yapının ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Yani dijital medya hem Jenkins'in kolektif zekâ olarak tanımladığı kolektif bir uyum ve yardımlaşma kültürüne, hem de bireysel olarak kişinin kendi okuryazarlık becerilerini geliştirmesine imkân vermiştir.

Enformasyon bombardımanı, dezenformasyon gibi dikkat edilmesi gereken problemleri olsa da dijital medyanın sunduğu etkileşim imkânı, anti-gözetim aktivizmine potansiyel sağlamakta ve mevcut statükoya karşı mücadelede yeni bir umut kaynağı olabilmektedir. Anti-gözetim bilincinin gelişmesindeki diğer bir dinamik ise, bilgi toplumunun da temelini oluşturan yeni teknolojilerin yarattığı bu dijital kültür ve bireylere sunduğu imkanlar dolayısıyla geleneksel kitle iletişim teknolojilerindeki kitlesel enformasyon tüketiminin yerini kitlesel enformasyon üretiminin almasıdır. Üretim pratiğinin yeniden sosyal yapının bir parçası olmasıyla ve bilginin bu üretim sürecinin bir metası olmasıyla bu süreçte insanlar eleştirel düşünme, yaratıcı düşünme, kolektif olarak örgütlenebilme, müzakere edebilme gibi beceriler de geliştirmektedir.

Literatürde Z kuşağı ile ilgili çalışmalar son yıllarda giderek artmaktadır. Yapılan bir araştırma sonucunda, bu çalışmaların çoğunlukla Z kuşağının eğitim, iş hayatı ve tüketim bağlamında ele alınmasına yönelik olduğu; dijital medyayı kullanım pratiklerine daha az yer verildiği (Taşlıbeyaz, 2019: 721,726); Z kuşağının dijital medyadaki gözetim algısına ve farkındalığına dair ise bir çalışmanın henüz yapılmadığı görülmüştür. İçinde bulunduğumuz çağda dijital teknoloji özellikle genç kuşakların dünyasını ve dünyaya dair algısını şekillendiren temel bir unsurdur. Bu tezin amacı dijital yerliler olarak da kabul edilebilecek Z kuşağının, dijital medyayı efektif bir şekilde kullanarak, bir iktidar uygulaması olan dijital gözetime karşı nasıl bir bilinç geliştirdiklerini araştırmaktır. Araştırmada Z kuşağının seçilme sebebi hem küçük yaşlardan itibaren teknolojinin hayatlarının bir parçası olması (Dimock, 2019: 5) hem de içine doğdukları dönemin çok kültürlü yapısı ve idealizmin yükselişi nedeniyle dünyayı daha iyi bir yer haline getirmek için önceki kuşağa nazaran gönüllü katılımlara daha fazla ilgi göstermeleridir (Sarioğlu ve Özgen, 2018: 1069).

### **3.3. Araştırma Problemi – Araştırmanın Alt Problemi**

Z kuşağının gözetim ve mahremiyet bağlamında medya kullanım pratiklerinin incelenmesi için üç temel hipotez oluşturulmuştur:

H1: Z kuşağı geleneksel medyaya nazaran dijital medyada daha çok vakit geçirmekte ve dijital medyayı aktif bir şekilde kullanmaktadır.

H2: Z kuşağı dijital medyayı kullanırken etik değerleri benimseyerek hareket etmektedir ve bu anlamda bilinçli bir medya kullanıcısıdır.

H3: Z kuşağı dijital medyayı kullanırken itibarlarını önemsemekte fakat mahremiyetlerini çok önemsememektedir. Karşı gözetim stratejileri de bu doğrultuda şekillenmektedir.

Bu hipotezler doğrultusunda şu temel ve alt araştırma sorularına cevap aranmaya çalışılmıştır:

- A1 Z kuşağının medyayı kullanım pratikleri nasıldır?
- A1a Sadece eğlence ve boş zaman etkinliklerinden mi oluşmakta yoksa direniş ve aktivist hareketler için de sosyal medyayı aktif olarak kullanmaktalar mı?
- A1b Twitter gibi sosyal medya uygulamalarında, gündem olan toplumsal haksızlıklar karşısında ne sıklıkla tepki gösteriyorlar?
- A1c Medya kullanımında ne kadar bilinçliler?
- A2 Dijital kültürün karşı kültürü dönüşmesinde Z kuşağının dijital medyadaki hangi aktiviteleri rol oynamıştır?
- A2a Z kuşağının dijital teknolojilerin içine doğmuş olması, onların internetin iç işleyişi, ticari arama motorları gibi konularda bilgi sahibi olduklarını gösteriyor mu?
- A2b Kendi hayatlarının, düşüncelerinin veya kişisel özelliklerinin ne kadarını dijital medyaya yansıtıyorlar?
- A2c Dijital kültüre sahip olmaları, Z kuşağını kişisel verilerini ve mahremiyetlerini koruyabilmek için onları daha bilinçli bireyler yapar mı?
- A3 Z kuşağı dijital gözetimden kaçınmak için herhangi bir karşı gözetim stratejisi uyguluyor mu?
- A3a Kişisel verilerinin sonraki zamanlarda onlara dezavantaj sağlayabileceğine dair tedirginlik yaşıyorlar mı? Dijital medyada anonim olmak konusunda ne düşünüyorlar ve bunun için ne yapıyorlar?
- A3b Gözetlendiklerinin ne kadar farkındalar ve bunun için nasıl bir önlem alıyorlar?

### 3.4. Araştırmanın Yöntemi

Belirlenen hipotezleri sınamak için hazırlanan araştırma sorularının, tezin konusunu destekleyip desteklemediğini belirleyebilmek için sorular, katılımcılara yöneltilmeden önce 2 kişi ile pilot görüşme yapılmıştır. Bu iki kişi ile yapılan görüşme sonrasında sorular revize edilerek son hali oluşturulmuştur. 8 kadın, 8 erkek olmak üzere toplam 16 katılımcı ile nitel araştırma tekniklerinden derinlemesine görüşme yapılmıştır. 9-21 Şubat 2020 tarihleri arasında gerçekleştirilen bu görüşmelerde yarı yapılandırılmış bir soru formu kullanılmıştır. Elde edilen veriler Miles-Huberman modeline göre analiz edilmiştir. Miles-Huberman modeli, verilerin azaltılması, verilerin sunulması ve sonuçların biçimlendirilmesine dayanan bir nitel araştırma

analiz modelidir (Baltacı, 2017: 1-10). Bu modelin kullanılma sebebi, katılımcıların sağladığı somut ve çok çeşitli verilerden soyut genellemelere gidilecek olmasıdır. Deşifre edilmiş veriler, bu model doğrultusunda belirlenen temalara göre bölünmüş, daha sonra da belirlenen başlıkların altına yerleştirilmiştir. Bu şekilde düzenlenen veriler başlıklar altında azaltılarak, özetlenmiştir.

### 3.5. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Z kuşağı 1996 yılı ve sonrası doğan bireyleri kapsamına rağmen araştırmaya 18 veya 18 yaşından büyük olan bireyler dahil edilmiştir. Bunun yanı sıra, Z kuşağı örneklemini üniversite öğrencileriyle sınırlı tutulduğu için bu araştırmada Z kuşağı evreni, 18 yaşından büyük ve lisans düzeyinde eğitim durumuna sahip olanlar üzerinden temsil edilmiştir.

Katılımcıların düşünceleri ile davranışları arasında tutarsızlık olabileceğinin öngörülmesi nedeniyle, sorular çoğunlukla “*ne düşünüyorsun?*” dan ziyade “*ne yapıyorsun?*” şeklinde, katılımcıların davranışlarını ölçmeye yönelik olarak hazırlanmıştır. Katılımcılara sorulan sorular çoğunlukla medya kullanım pratiğini ölçmeye yöneliktir ve verilen cevaplara göre katılımcıların dijital gözetim ve mahremiyete dair farkındalık düzeyleri tespit edilmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın kendi sınırlılıklarının yanı sıra araştırmacının analiz sürecine etkisi, örneklemin sınırlı oluşu gibi nitel araştırma yönteminin de sınırlılıkları bulunmaktadır. Hem seçilen örneklemin kısıtlılığı hem de araştırma yönteminin kendi kısıtlılıkları araştırmanın kapsamını ve sınırlılıklarını oluşturmaktadır.

### 3.6. Araştırma Verileri ve Analizi

Bu araştırmada Z kuşağının medya kullanım pratikleri üzerinden dijital gözetim, mahremiyet gibi kavramlara bakış açısı, tutumu ve uyguladığı karşı gözetim stratejileri araştırılmıştır. Araştırmaya katılan katılımcıların bilgileri Tablo 1’deki gibidir.

| İSİM | ÜNİVERSİTE VE BÖLÜM                                              | CİNSİYET | YAŞ |
|------|------------------------------------------------------------------|----------|-----|
| G1   | İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ - SİYASET BİLİMİ VE ULUSLARARASI İLİŞKİLER | ERKEK    | 22  |

|     |                                                                                    |       |    |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------|-------|----|
| G2  | ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ -<br>MOLEKÜLER BİYOLOJİ VE GENETİK /<br>BİYOMÜHENDİSLİK (ÇAP) | KADIN | 22 |
| G3  | SAKARYA ÜNİVERSİTESİ - HALKLA<br>İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK                          | KADIN | 22 |
| G4  | YEDİTEPE ÜNİVERSİTESİ - PSİKOLOJİ                                                  | KADIN | 18 |
| G5  | TİCARET ÜNİVERSİTESİ - HALKLA<br>İLİŞKİLER VE REKLAMCILIK                          | KADIN | 21 |
| G6  | OKAN ÜNİVERSİTESİ - HAVACILIK /<br>LOJİSTİK (YANDAL)                               | ERKEK | 21 |
| G7  | ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ - RADYO, TV<br>VE SİNEMA / YENİ MEDYA VE<br>GAZETECİLİK       | KADIN | 24 |
| G8  | MARMARA ÜNİVERSİTESİ - DIŞ<br>HEKİMLİĞİ                                            | KADIN | 22 |
| G9  | YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ -<br>MOLEKÜLER BİYOLOJİ VE GENETİK                      | ERKEK | 20 |
| G10 | SAĞLIK BİLİMLERİ ÜNİVERSİTESİ -<br>GÜLHANE SAĞLIK MESLEK<br>YÜKSEKOKULU            | ERKEK | 18 |
| G11 | YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ - FİZİK<br>BÖLÜMÜ                                       | ERKEK | 23 |
| G12 | YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ - GEMİ<br>MÜHENDİSLİĞİ                                  | ERKEK | 23 |
| G13 | ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ -<br>MOLEKÜLER BİYOLOJİ VE GENETİK                            | KADIN | 20 |
| G14 | YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ - SANAT<br>YÖNETİMİ                                     | ERKEK | 23 |
| G15 | ANADOLU ÜNİVERSİTESİ - SİNEMA VE<br>TELEVİZYON                                     | KADIN | 22 |
| G16 | BEYKENT ÜNİVERSİTESİ –<br>BANKACILIK VE FİNANS                                     | ERKEK | 22 |

Tablo 1

### 3.6.1. Medya Kullanım Pratikleri

Teknolojik ilerlemelerin nesiller üzerinde benzersiz etkileri vardır. G.I. kuşağı ve Sessiz Kuşak, eğlence ve haberler için radyodan yararlanmışlardır. Sadece neler olduğunu duymak yerine görebilecekleri televizyon ise bu döneme denk gelen Baby Boomers kuşağında bambaşka karakteristik özellikler yaratmıştır. X kuşağı, masaüstü bilgisayarları eğitimleriyle buluşturabilen bir kuşak olmuştur. Millennials, sosyal

medya ve kullanıcı tarafından oluşturulan içerik çağının yaratılması ve geliştirilmesi sürecini bizzat deneyimleyen bir kuşak olmuştur. Z kuşağını temsil eden temel teknoloji ise insanların birbirleriyle pek çok şekilde iletişim kurmak ve ilişki geliştirmeyi sağlayan siber uzamdır. Z kuşağı internet olmadığı dünyayı hiç tanımamıştır ve dolayısıyla onların medya kullanım pratikleri, gündelik yaşam pratiklerinin kendisini oluşturmaktadır. (Seemiller ve Grace, 2019: 39-40). Bu kuşağın doğumundan günümüze kadar olan sürede hızla artan site sayısı da onların dünyasının dijital ağlarla sarılı olduğunu göstermektedir. 1996'da 257,601 olan site sayısı 2020 itibariyle 1.7 milyardan fazladır (internetlivestats.com, 2020). Bunun yanı sıra kullanılan ekranlar da her geçen gün artmaktadır. Dolayısıyla 24 saat kesintisiz bir internet bağlantısı ve artan dijital ekranlar Z kuşağının temel gerçekliğini oluşturmaktadır.

Katılımcılar gerek gündelik işlerini halletmek için, gerekse de eğitim, kişisel gelişim, eğlence, bilgi alışverişi gibi ihtiyaçlarını gidermek için günlerinin büyük bir kısmında teknoloji ile iç içedirler. G6: *“Ders çalışmak olsun, sunumlarım olsun, düzenli olarak kullanıyorum. Alışveriş, gittiğim sinema ve tiyatro biletleri genelde hep online üzerinden dönüyor. Tatil planlarımı hep internet üzerinden yapıyorum. Teknoloji sürekli hayatımın içerisinde.”* Dolayısıyla gündelik hayatlarını bir yandan medya üzerinden organize ederlerken, bir yandan da medyanın yoğun akışına ayak uydurmaya, adapte olmaya çalışmaktadırlar.

Katılımcılar uyku harici zamanlarının çoğunu teknoloji ile geçirmektedirler. Eğer yapabilecekleri işlemleri online halledebilme şansları varsa online halletmeyi tercih etmekte ve teknolojinin hayatlarını oldukça kolaylaştırdığını düşünmektedirler. G3: *“Zorunlu işlerimi de online halletmeyi tercih ediyorum. Eğer uygulamaları varsa bunu tercih ediyorum. Daha kolay geliyor.”* Teknolojiyi hayatlarının her alanında kullanmaları, hem gündelik işlerinde zaman tasarrufu sağlamak hem de eğlenceye ayırdıkları zamanı artırmaktadır. Fakat katılımcılar, boş zamanlarını değerlendirmek için dijital medyayı alternatif bir eğlence aracı olarak görmekle birlikte, eğitim hayatlarındaki ya da hayatlarının diğer alanlarındaki sorumluluklarını olumsuz etkilediğini fark ettiklerinde bunun önüne geçebilmektedirler. Örneğin medyada ne kadar boş vakit harcadıklarını sosyal medya ayarlarındaki aktivite sekmesinden kontrol etmektedirler. G1: *“Uygulamaların kendi içerisinde var. Günde ne kadar vakit geçiriyorsun diye oradan bakabiliyorsun, Facebook'da var mı*

*bilmiyorum ama Instagram’da var. Son birkaç aydır günlük 10-15 dakika vakit geçiriyorum. Ama Twitter bir 45 dakika vardır.”* Gereğinden fazla vakit geçirdiklerini düşündüklerinde daha az vakit geçirmeye çalışmakta ya da bir süreliğine hesaplarını kapatmaktadırlar. Dolayısıyla diğer sorumluluklarını aksatmayacak şekilde, medyadan bilinçli bir şekilde yararlanmaya çalışmakta ve medyayı kendileri için en faydalı şekilde kullanmaya çalışmaktadırlar. Bir katılımcının (G8) *“hayatımı sosyal medya için değil, sosyal medyayı hayatım için kullanıyorum.”* ifadesi, görüşülen diğer katılımcıların da mevcut teknolojiye genel bakış açısını temsil etmektedir.

Araştırmanın medya kullanım pratikleri açısından dikkate değer bir sonucu ise; katılımcıların “medya bağımlılığı” kavramını algılayışıdır. Katılımcıların birçoğu gün içerisinde telefonlarından medyayı çok sık kontrol etmelerine hatta bu kontrolün bildirim gelmemesine rağmen bir el tiryakiliğine dönüştüğünü belirtmelerine rağmen aktif olarak çok sık paylaşım yapmadıkları için kendilerini medya bağımlısı olarak görmemektedirler. Bir katılımcının (G2) şu ifadesi: *“Kendimi medya bağımlısı olarak tanımlamıyorum ama etrafımdakiler beni öyle tanımlıyor... Saat başı telefonu kontrol ederim.”* katılımcıların medya kullanımlarına dair genel algılarını özetlemektedir. Katılımcılar için medya bağımlılığı, paylaşım yapmak ile eş anlamlı bir hale gelmiştir. Çok sık paylaşım yapmadıkça, gündemden geri kalmamak için medyayı çok sık kontrol etmeyi çağımızın şartlarında ‘olması gereken’, ‘normal olan’ olarak algılamakta ve kurtulunması gereken bir bağımlılık olarak görmemektedirler. Deloitte tarafından 2017 yılında yapılan bir araştırmada, 18 ile 24 yaşları arasındaki gençlerin, telefonlarını günde 86 kez kontrol ettikleri ve bu oranın diğer yaş gruplarından daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Z kuşağının %89’u günde birkaç kez interneti kullandığı da araştırmanın diğer bulguları arasındadır (Deloitte, 2017’den akt. Seemiller ve Grace, 2019: 49-50). Common Sense Media tarafından 2016 yılında yapılan bir başka araştırmaya göre ise gençlerin yarısının mobil telefonlarına bağımlı oldukları; dörtte üçünün ise en az saat başı telefonlarını kontrol ettikleri ve gelen bildirimlere hemen cevap vermeleri gerektiğini düşündükleri tespit edilmiştir (commonsensemedia.org, 2016). Common Sense Media’nın yaptığı araştırma sonucunun verilerine göre de aslında mobil telefonları saat başı kontrol etmenin, gençlerin tamamı tarafından bağımlılık olarak algılanmadığı sonucuna varılabilir. Medyanın gündelik yaşamın ayrılmaz bir parçası olduğu ve bütün gündem akışının bu

alana taşındığı bir dönemde “Kaçırma Korkusu / Fear of Missing Out (FOMO)”<sup>30</sup>, sürekli olarak çevrimiçi olma ihtiyacı olarak kendini göstermektedir. Gündem akışının dijital medyanın sağladığı kolaylıklarla hızlanması da kaçırılan gündemin artmasına neden olabilmekte ve bu korkuyu arttırabilmektedir.

Katılımcılara medyada ne sıklıkla aktif oldukları sorulduğunda sık sık aktif olduklarını fakat medyayı çoğunlukla takip amaçlı kullandıklarını, nadiren paylaşım yaptıklarını belirtmektedirler. G10: *“Snapchatle bazen paylaşım yapıyorum. Geri kalanı için zaten bir şeyim yok. Ama yine kullanıyorum. Giriyorum, bakıyorum ama paylaşım yapmıyorum. Daha çok story olarak paylaşıyorum ama nadiren fotoğraf da atıyorum.”* Paylaşımları sınırlı olsa da gündemden hiç geri kalmadıklarını da ayrıca eklemektedirler. Katılımcılara en çok ne tür paylaşımlar yapıldığı sorulduğunda ise, görsel ağırlıklı paylaşımları tercih ettiklerini; görsel paylaşımlardan ise genellikle ‘story’ olarak paylaşım yapmayı tercih ettiklerini belirtmektedirler. ‘Dijital Medya’ bölümünde ele alınacak olan ‘beğeni kaygısı’ndan kurtulma ve bu anlamda bir baskı hissetmeden özgürce paylaşım yapabilme arzusu, story paylaşımlarını daha cazip hale getirmiş olabileceği düşünülebilir. Onaylanma arzusunun dijital bir ifadesi haline gelmiş olan fotoğraf (Özdemir, 2015: 123) ise paylaşım olarak ikinci tercihleri arasındadır. Dolayısıyla aktif olarak paylaşım yaptıkları platformlar çoğunlukla görsel paylaşımlara dayanan platformlardır. Trifecta Research’ün yaptığı araştırmaya göre ise Z kuşağı, görsel olarak iletişim kurmaktan keyif almaktadır (trifectaresearch.com, 2015: 12).

Katılımcıların paylaşımları çoğunlukla kendi yaşantılarıyla ilgili içeriklerden oluşmaktadır. Özellikle farklı yerlere gittiklerinde, özel bir zamanda ya da onlar için özel olan bir kareyi paylaşmayı tercih etmektedirler. İnternette gördükleri diğer içerikleri ise bir mağduriyet durumunda, mağdur tarafa destek vermek amacıyla nadiren paylaşmaktadırlar. Paylaşırken de genelde haberi veya olayı olduğu gibi aktarmaya özen göstermekte ve paylaşımın üzerine çok fazla yorum katmayı tercih etmemektedirler. Tepkilerini, duygularını ve ne yaşadıklarını daha net ifadeler olarak sunmak isteyen katılımcılar görsel paylaşımları tercih ederken, katılımcıların neredeyse tamamı, herhangi bir platform üzerinden düşüncelerini ifade etmeyi

<sup>30</sup> FOMO bir tür kaçırma korkusu olarak ifade edilebilir. Bir kişinin kendi akranlarının ya da çevresindeki diğer insanların bildiklerinden veya sahip oldukları deneyimlerden geri kalma endişesi olarak tanımlanabilir (Hodkinson, 2019: 67).

sevmediğini belirtmişlerdir. G8: *“Bilerek yazmıyorum çünkü cevap verecek, örneğin Instagram’a bir hikâye attım diyelim. Oradan diyecek ‘aa ben de böyle düşünüyorum.’ E ama ben onun ne düşündüğünü merak etmiyorum ki. Zaten merak etsem yüzyüze sorarım. Onun fikrini değiştirmek de umrumda değil, ne düşündüğü de. Fikir alışverişi yapacak kadar yakın olsak zaten orada yapıyor olmayacağız. O yüzden Twitter’da yazmıyorum hiçbir şey.”* Bir katılımcı ise sosyal medyada düşüncelerini, reel hayatında ifade ettiği gibi ettiğini; reel hayatta nelere dikkat ediyorsa sosyal medyada da aynı titizliği gösterdiğini ifade etmiştir. G7: *“Düşüncelerimi paylaşıırken genelde çekinmem, daha rahat paylaşıyorum. Hakarete varacak bir düşünceyse onları zaten direkt paylaşmam. Hakaret zaten sadece sosyal medyada değil reel yaşamda da sıkıntılı bir şey. Onu da mesajla konuştuğum arkadaşlarım veya gruplar varsa orada paylaşıyorum. Ama onun dışında yüzde doksan oto-sansüre uğramaz, yüzde onluk oto-sansür de ahlaki durumlardan dolayı yaptıklarımdır.”*

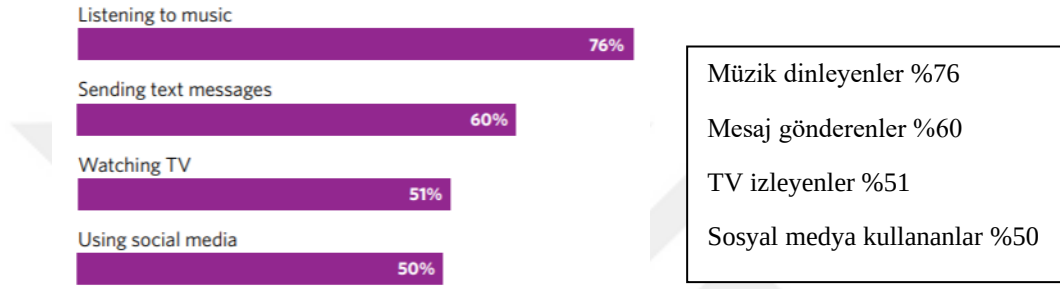
Katılımcıların düşüncelerini paylaşmamalarının en temel sebebini yanlış anlaşılaktan duydukları kaygı oluşturmaktadır. Söylenen sözlerin uçup gitmediği ve sosyal ağlardan dışarı taşıp kitlelerin yargılamasına açılabilirdi dijital bir kamusal alanda büyüyen bu kuşağın temkinli olması tahmin edilebilecek bir tepkidir. Belli bir dünya görüşüne veya yaşam tarzına sahip olan insanlar da çeşitli konularda fikir ayrılıkları yaşayabilmektedir. Takipçi sayısının önemli olarak kabul edildiği dijital ağlarda katılımcıların düşüncelerini ifade etmekten kaçınması, genele hitap etme arzusu ve bu arzu doğrultusunda da görsel paylaşımların daha masum ve ideolojilerden sıyrılmış bir paylaşım şekli olması dolayısıyla tercih sebebi olabildiği düşünülebilmektedir.

### 3.6.1.1. Geleneksel Medya

Yüksek etkileşimli dijital medya deneyimine alışkın katılımcılar televizyon, radyo gibi yayın akışına müdahale edemedikleri geleneksel medya araçlarını, hantal ve vakit kaybı olarak görmektedirler. Dolayısıyla birçoğu televizyon izlememekte ya da daha farklı izlemektedirler. Örneğin televizyonu, yalnızca bilgisayarı film izlemek için televizyona bağladıkları zaman kullanmaktadırlar. G8: *“...eğer film izleyeceksem de, yani dizi değil de daha uzun süreli olacaksa, bilgisayarımı televizyona bağlıyorum. Bu şekilde filmimi izliyorum ama onun dışında televizyonu kullanmıyorum.”* Bunun yanı sıra, aynı anda birkaç ekranla, başka işlerle meşgulken televizyonu arka fon olarak

dinlemektedirler. Çoklu görev bu kuşağın içinde bulunduğu çağın yarattığı bir kişisel özelliktir. Bu özellikler aynı anda pek çok şeyi yapmayı; örneğin aynı anda müzik dinlemeyi, arka planda TV açmayı, arkadaşlara mesaj atmayı veya sosyal medyayı kontrol etmeyi içerir. 2015 yılında yapılan bir araştırmaya göre birçok genç ödevlerini yaparken medya kullanmaktadır. Bu araştırmaya göre genç kuşağın %51'i ödevlerini yaparken televizyon izlemektedir.

**Ödev yaparken "sık sık" veya "bazen" çoklu görevle uğraşan gençlerin medya etkinliklerine göre yüzdesi:**



Grafik 1 (commonsensemedia.org, 2015)

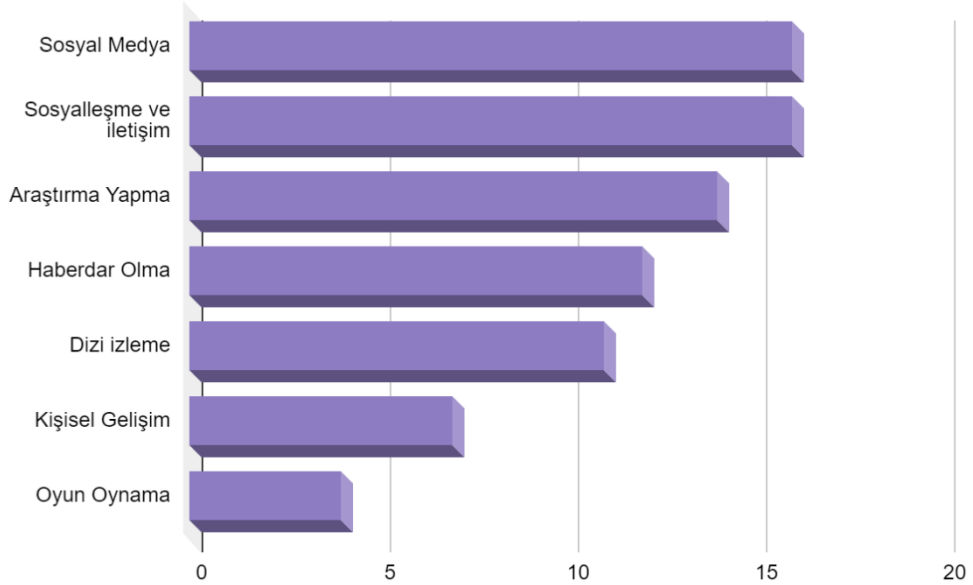
Katılımcıların geleneksel medyayı tercih etmemelerinin en büyük sebeplerinden birisi dijital teknolojinin daha kişisel olması ve gündelik planlarını medyaya değil, medyayı gündelik planlarına uydurmayı istemeleridir. G10: “*Televizyonla pek fazla aram yok. Daha çok telefonla. İstedğim an istediğim şeyi açabiliyorum. Bu nedenle daha pratik geliyor bana.*” Dolayısıyla katılımcılar sahip oldukları teknoloji ile zaman ve mekân üzerinde kontrol sağlamak istemektedirler. Zamanını verimli geçirmek isteyen ve kendilerine verilenle yetinmek istemeyen katılımcılar, geleneksel medyayı Spotify, Netflix gibi dijital platformlar aracılığıyla, dijital medyanın yeni sunumuyla tüketmeyi tercih etmektedirler. Televizyon izlemek için televizyon aracının kullanılması zorunluluğunun kalktığı günümüzde “televizyon izlemek” ifadesi de bu kuşak için anlam kaymasına uğramıştır. Yapılan bir araştırmaya göre Z kuşağının %70’i çevrimiçi içerik akışını “televizyon izlemek” olarak adlandırmaktadır (advertising.hulu.com, 2017). Bu çalışmada katılımcıların verdiği cevaplar da yukarıdaki araştırmanın bu çıkarımlarını doğrulamaktadır. G11: “*İzleyeceğim şeyleri YouTube’dan veya BlueTV’den izliyorum. Ya da Netflix var.*” Google’ın Z kuşağına mensup 400 kişiyle yaptığı araştırmaya göre YouTube, Netflix, Spotify ve Hulu, video içeriği tüketmek için “en havalı” akış platformları olarak belirlenmiştir.

(storage.googleapis.com, 2016: 9). Bu popüler platformlardan Youtube ve Netflix, katılımcılar için de geleneksel medyanın yerini almış gözükmetedir.

### 3.6.1.2. Dijital Medya

Günümüzde mobil telefonlardan istediğimiz her an dijital medyaya ulaşmanın ve sosyal medya hesaplarımızı kontrol etmenin mümkün olması nedeniyle, gün içerisinde medyada ne kadar vakit geçirdiğimizi saat olarak hesaplamak zordur. Katılımcılar da net olarak bir saat aralığı belirtemeseler de gün içerisinde özellikle mobil telefonlarını sık sık kontrol ettiklerini belirtmişlerdir. Yoğun olarak mobil teknolojiden yararlansalar da, bilgisayarları da gün içerisinde kullanmaktadırlar. Bilgisayarları çoğunlukla gündelik işlerini halletmek için tercih ederlerken, mobil telefonlarını hem işlerini halletmek hem de vakit geçirmek için tercih etmektedirler.

Katılımcıların dijital medyada hangi amaçlarla vakit geçirdiklerini cevaplamışlardır. Aşağıdaki Grafik 2’de görüldüğü üzere, dijital medyayı çoğunlukla sosyal medyada vakit geçirmek ve diğer insanlarla etkileşim kurmak için kullanmaktadırlar.



Grafik 2

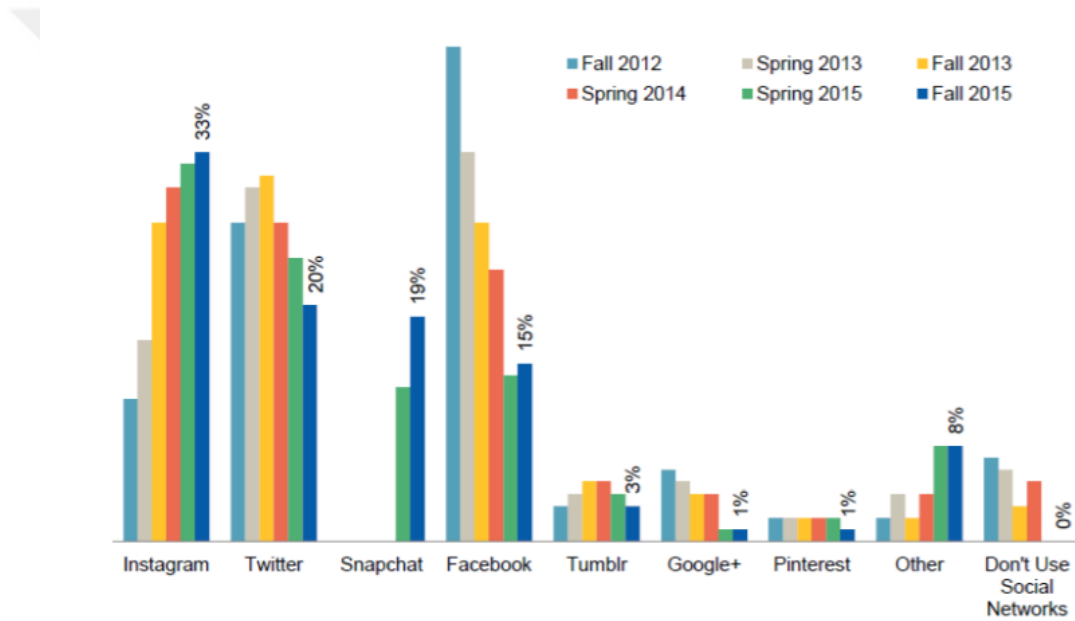
Fakat aslında bütün bu amaçlar iç içe geçmiştir. Örneğin, sosyal medya uygulamalarındaki haber sayfaları ve bilgilendirici içerikler ya da online oyunlardaki

sohbetler aslında birçok ihtiyacı aynı anda karşılamaktadır. Katılımcılar da dijital medyanın bu çoklu işlevinden mümkün olduğunca yararlanmaya çalışmaktadırlar. Bazı katılımcılar İngilizcelerini geliştirmek için izledikleri dizileri İngilizce altyazılı olarak izlemektedirler. G9: “...onun dışında eğlence için de vakit buldukça müzik, film için. Ben genelde İngilizce geliştirmek için altyazılı dizi izliyorum.” Netflix üzerinden dizi izlemeye oldukça vakit ayırmaktadırlar. Oyun olarak da PUBG gibi etkileşime izin veren ve sosyal ağlarındaki arkadaşlarıyla oynayabilecekleri oyunları tercih etmektedirler.

Katılımcılar sosyal medyayı ayrı bir gerçeklik alanı değil, reel sosyal dünyalarının bir uzantısı olarak görmektedirler. Dolayısıyla sosyal medyanın, gündelik işlerinin gidişatını sekteye uğrattığını düşündükleri noktada verecekleri karar, reel hayatlarıyla alakalı bir karar da olmaktadır. Yani katılımcılar reel hayatında ne kadar sosyal bir yaşantıya sahipse, sosyal medyadan uzak kalmaları da bir o kadar zorlaşmaktadır. Zaten katılımcıların hemen hepsi, sosyal medyayı, arkadaş çevreleriyle ilişkilerini geliştirmenin, onlardan haberdar olmanın ve onlara kendi benliklerini sunmanın bir aracı olarak görmektedirler. Sosyal medyayı yaşam tarzlarını yansıtacakları, kendilerini tanıtacakları bir alan olarak gördükleri için çok fazla paylaşım yapmamakta; kendilerini en iyi temsil edecek az sayıda paylaşım ile kendi kimliklerini doğru ifade etmeyi tercih etmektedirler. Bu sonuç, Witt ve Baird’in “Z kuşağının sosyal medyada varlıklarını bir marka gibi yönettikleri” çıkarımlarını desteklemektedir (Witt ve Baird, 2018: 20). Z kuşağı çevrimiçi itibarını önemsemekte ve itibarlarını en doğru şekilde biçimlendirmek için adımlar atmaktadırlar. Sosyal medya hesaplarındaki içerikleri budama ve düzeltme de bu doğrultuda yapılan çevrimiçi kimlik yönetimlerinin bir parçasıdır. Buna bir örnek olarak Pew Araştırma Merkezi’nin 2012 yılında 802 genç ile yaptığı anket çalışması verilebilir. Araştırmaya göre birçok genç, Facebook’u çevrimdışı etkileşimlerinin ve kendi yaşantılarına özgü sosyal müzakere ve manevralarının bir uzantısı olarak görmektedir. Özellikle Facebook üzerinden alınan “beğeniler”in sosyal statü için güçlü bir referans sağladığını düşünmektedirler. Bu nedenle, maksimum sayıda “beğeni” toplamak ve çok az “beğeni” alan gönderilerini kaldırmak için profillerinin üzerinde düzenleme yapmaktadırlar (Pewresearch.org, 2013). Son yıllarda bu ilgi farklı platformlara, özellikle Instagram’a, kaymıştır. Marketing Charts’ın 2019 verilerine göre 18-23 yaş aralığındaki yetişkin Z kuşağının %73’ü aktif olarak Instagram kullanmaktadır. Bunu %63 ve %62 olarak sırasıyla Snapchat ve YouTube takip etmektedir

(Marketingcharts.com, 2019). Kendi kimliklerini ve başkalarının kendileri hakkında bilmesini istediklerini Instagram üzerinden yayınlamayı tercih etmektedirler. Seemiller ve Grace'e göre bu kuşağın kendi kimliklerini Instagram üzerinden yansıtmak istemelerinin sebebinin, Instagram'ın, profillerini ve kitlelerini dikkatli bir şekilde kendi kimliklerine uyarlayabilmesine imkân sağlaması olduğunu ileri sürmüşlerdir. Yani mahremiyet açısından, paylaştıkları bilgileri kolaylıkla özelleştirebilme ve kısıtlayabilme imkânı Z kuşağına cazip gelmektedir <sup>31</sup> (Seemiller ve Grace, 2019: 46-47). Grafik 3, 2012 yılından 2015 yılına kadar olan sürede Z kuşağının sosyal platform tercihlerini göstermektedir:

Fall: Sonbahar, Spring: İlkbahar



Grafik 3: Z kuşağının sosyal platform kullanım oranları (trifectaresearch.com, 2015).

Yukarıdaki grafik 3'ün sonuçlarına benzer şekilde, bu araştırmanın bulgularına göre de katılımcıların en çok paylaşım yaptıkları ve kullandıkları sosyal medya uygulaması Instagram'dır. İkinci sırada ise Twitter gelmektedir. Paylaşım yaptıkları mecra ise çoğunlukla Instagram'dır. Twitter'ı paylaşım yapmaktan ziyade, gündemi takip etmek amaçlı kullanılmaktadır. Neredeyse bütün katılımcıların Facebook hesabı olmasına rağmen Facebook'u aktif olarak kullanmamaktadırlar. Bazı erkek katılımcılar ise en çok vakit geçirdikleri sosyal platformlar arasında YouTube'u da belirtmişlerdir. Bu sosyal medya uygulamalarının yanı sıra katılımcılar arasında dil

<sup>31</sup> Bu konu "Gözetim ve Mahremiyet" bölümünde detaylı bir şekilde ele alınacaktır.

öğrenimi için Duolingo, Quizlet gibi uygulamalar indiren ve günlük vaktinin bir kısmını buna ayıranların sayısı oldukça fazladır. Katılımcıların en çok indirdiği diğer yararlı uygulamalar banka işlerini halletmek, rota bulmak, otobüs saatlerine bakmak, ikinci el eşya alıp satmak gibi gündelik hayatlarını kolaylaştıracak uygulamalardır.

Katılımcıların bazıları önceden aktif olarak kullandıkları sosyal medya hesaplarını kapattıklarını söylemişlerdir. Sebebi sorulduğunda ise iki sebep ön plana çıkmıştır. Bir kısmı, sosyal medyanın vakitlerini çok aldığını ve gündelik işlerinin aksamasına neden olduğunu düşündükleri için kapattıklarını söylerken, bir kısmı da kullandığı sosyal platformdaki, özellikle Instagram'daki, sahte dünyadan kaçmak için uzaklaştığını söylemiştir. G13: *“Sosyal medya hesaplarım vardı fakat kendim de dahil olmak üzere insanların hepsinin, yani birçoğunun orada rol oynadığımızın farkına vardım ve birazcık rahatsız etti. Ve bir süreliğine kapattım kendi hesabımı... Hem de bağımlı olduğumu farketmiştim, bunun önüne geçsin diye kapattım aslında. Çünkü derslerimi de etkilemeye başlamıştı.”* Dolayısıyla katılımcılar ister eğlence amaçlı olsun ister gündelik işlerini halletmek için olsun dijital medyayı, reel hayatlarının destekleyici bir aracı olarak görme eğilimindedirler. Bu nedenledir ki sosyal platformların hem gerçeklikten uzaklaşıp yapay bir dünyaya dönüşmeye başladığını fark ettiklerinde hem de gündelik işlerini olumsuz etkilemeye başladığını fark ettiklerinde, sosyal platformlardan uzaklaşmaktadırlar.

### 3.6.2. Gözetim ve Mahremiyet

Mahremiyet kavramı, aydınlanma felsefesinin modern bilim anlayışıyla birleşerek sosyo-kültürel yapıyı dönüştürmesinin bir sonucu olarak ortaya çıkan bireyselleşme eğilimiyle birlikte önem kazanmış bir olgudur. Daha sonra endüstriyel gelişmelerle birlikte kentleşme, ev ve iş hayatının ayrılması, iş bölümü ve uzmanlaşma, kitleselleşmeyle bireylerin atomize hale gelmesi gibi sebeplerin sonucunda özel alan-kamusal alan ayrımı daha da belirginleşmiş ve mahremiyet algısı kuvvetlenmiştir. Teknolojik gelişmeler ve küreselleşme sonucunda ise kamusal alan ve özel alan arasındaki ayrımının bulanıklaşmasıyla mahremiyet algısı yeniden bir dönüşüm geçirmiştir. Dolayısıyla iletişim araçlarının sahip olduğu işlevler yaşam pratiklerini ve toplumsal ilişkileri değiştirmektedir. Mahremiyet algısı da toplumsal ilişkilerin özel alan veya kamusal alanda nasıl yaşandığına göre şekillenmektedir. Özellikle dijital teknolojinin sanal sosyal ağların oluşumuna imkan vermesiyle artık

özgürlük algısı mahremiyet alanına sahip olmakla eşdeğer olarak görülmemeye başlanmıştır. Özgürlük, kendi benliğini kamusal alanda rahatça sunabilme, ‘görünür olma’ ve ‘gözetleyebilme’ rahatlığı olarak görülmeye başlamıştır. Böylece, mahremiyet algısı da özel alanın, kamusal alana dahil olmasıyla önemini yitirmiştir.

Katılımcıların medya kullanım pratiklerine göre mahremiyet algıları ve dijital gözetime dair farkındalıkları hakkında bazı çıkarımlarda bulunulmuştur. Bunlardan ilki dijital medyada mahrem olarak gördükleri şeyler kümesi çok sınırlıdır ve mahrem olduğunu düşündükleri şeyler genellikle düşünsel alanlardır. Örneğin bir kişi hariç, hiçbir katılımcının sahte veya anonim sosyal medya hesabı yoktur. Eğer merak ettikleri birisi varsa veya sadece ‘stalklamak’ istiyorlarsa kendi kişisel hesaplarından bunu yapmayı tercih etmektedirler. G8: *“Birisini merak ediyorsam, merak ediyordum. Bunda çekinilecek bir şey yok.”* şeklinde düşündükleri için karşı tarafın göreceğini bilerek, o kişinin story’lerine bakmaktan veya takip/arkadaşlık isteği göndermekten çekinmemektedirler. G5: *“Anonim ya da fake hesabım yok. Birine bakacaksam da kendi hesabımdan bakıyorum. Bunun o kadar çok üzerinde durmuyorum.”* Yani sosyal platformlardaki insan ilişkilerine yönelik davranışları söz konusu olduğunda açık davranmaktadırlar. Düşüncelerini ise, sosyal medya hesaplarının gizlilik ayarlarını ne kadar kontrol altında tutsalar da dijital medyanın o kadar da mahrem bir alan olmadığını düşündükleri için paylaşmaktan çekinmemektedirler. Fakat bu çekinme duygusu, belirttikleri düşüncelerine yönelik gelebilecek bir karşı tepkiye savunmasız kalacaklarını düşündükleri için duydukları bir kaygı değildir. Düşünce dünyalarını herkesle paylaşamayacak kadar mahrem olarak gördükleri ve bu konuda karşıt görüşlü olanlar ile dijital ortamda münakaşaya girmeyi istemedikleri için paylaşmayı tercih etmemektedirler. Örneğin bir katılımcının (G4) bu konudaki ifadeleri şöyledir: *“Sosyal medya çok fazla özgürce paylaşım yapabildiğim bir ortam değil. Herkes için bu şekilde. Bir şey söylediğimizde de paylaştığımızda da ceza alabiliyoruz. Hani bu dışarıdan bir baskı olmasa bile yakın çevremizden de olabiliyor. Oraya gittik onu neden çağırmadık falan. Yani tam anlamıyla hiçbir şekilde özgür değiliz birey olarak da sosyal devlet olarak da.”* Bu nedenle de dijital medyada suya sabuna dokunmayan paylaşımlar yaptıklarını ifade etmişlerdir. Paylaşımları daha çok kendilerini ifade etmeye, kendilerine dair bir imaj çizmeye yöneliktir. G6: *“Paylaşım yaparken otokontrollü davranırım mesela siyasetle ilgili hiçbir şey paylaşmam. Bu iyi veya kötü ama benim kişisel hesabımı kullanma nedenim tamamen o yaşadığım anı mutluluğu*

*falan paylaşmak. O konulara girmek kötü oluyor. Mümkün olduğunca kontrollü gitmeyi tercih ederim. Siyasi olaylar haricinde de otokontrollüyüm.”*

Kadın katılımcılar, erkek katılımcılara göre daha fazla paylaşım yapmasına rağmen erkek katılımcılara göre mahremiyetleri konusunda daha tedbirlidirler. Örneğin, erkek bir katılımcı dijital medyada yaptığı paylaşım sıklığını üç dört günde bir olarak ifade ederken G16: *“Sosyal medya ile çok haşır neşirim. Mesela sosyal medyaya saat başı bakarım. Boş vakitlerimi dijital medyada geçirmeyi seviyorum ve tercih ediyorum. Kısmen kendime ben dijital medya bağımlısıyım diyebilirim. Sosyal medya platformlarına sık sık giriyorum. Gün içinde sık sık bakıyorum. Paylaşım olarak da genelde üç dört günde bir story atıyorum.”* paylaşımlarına dair bir otokontrol uygulamadığını, mahremiyeti konusunda kaygı duymadığını belirtmiştir. G16: *“Kendime genelde otokontrol uygulamıyorum. Bunu paylaşmayayım ilerde başıma iş açar dediğim bir şey olmuyor.”* Bunun yanı sıra kadın bir katılımcı sosyal medyada sık sık paylaşım yaptığını dile getirmiştir. G2: *“Sosyal medyayı sadece takip amaçlı kullanmıyorum, genelde bir şeyler paylaşıyorum. Twitter’da genelde takip ediyorum. Instagram’da daha çok paylaşım yapıyorum. Facebook’da eskiden çok paylaşım yapardım. Bazen çok duygu yoğunluğu yaşadığım zaman Twitter’a yazma ihtiyacı hissediyorum. Arkadaşlarla birbirimize çok sık bir şeyler göndeririz. Her gün değil ama en azından iki günde bir paylaşım yaparım sosyal platformlara. Genelde story kullanıyorum.”* Fakat dijital dünyanın mahremiyetini korumadığına inandığı için paylaşımlarını bu bilinç ile yaptığını ve sık sık paylaşım yapsa da paylaşımlarının içeriğini sınırlandırdığını belirtmiştir. G2: *“Dijital medyanın mahrem alanı çok koruduğuna inanmıyorum, bu nedenle her şeyi paylaşmıyorum. Sosyal medya hesaplarım gizli.”* 2013 yılında Pew Araştırma Merkezi’nin bu konuda yaptığı araştırma da bu konuda cinsiyet farklılığı tespit etmiştir. Tamamen herkese açık bir profile sahip olma olasılığı Facebook’da erkeklerde (%50’ye karşı %70 oranında); tüm sosyal medya hesapları genelinde ise erkeklerde (%8’e karşı %20 oranında) daha yüksektir. (Pewresearch.org, 2013).

İkinci olarak, katılımcılarda, dijital gözetim konusunda farkındalığa sahip olmalarına rağmen öğrenilmiş çaresizlik ve bundan dolayı da umursamazlık vardır. Anonim hesap kullanmayan veya hesaplarını gizleme ihtiyacı duymayan katılımcılara, bunun sebebi sorulduğunda, özellikle bürokratik gözetimi kastederek G7: *“Eğer birileri benim kişisel bilgilerime ulaşmak isterse, benim hesabımı veya kendimi*

*gizlemem hiçbir şeyi değiştirmez. Ulaşmak isteyen zaten farklı yollardan da ulaşabilir. Bu durumda benim alacağım kişisel güvenlik önlemleri bir işe yaramaz.”* şeklinde cevaplar vermişlerdir. Katılımcıların hepsi kendi kişisel hesaplarını kullanmasalar dahi veya kendilerini gizleseler dahi, eksisözlük yazarları gibi teoride anonim olması gereken kullanıcıların çeşitli sebeplerle tutuklandığını veya ülke sınırları içinde istenirse herkese ulaşılabileceğinin bilincindedirler. G15: *“Sosyal platformlarda tepkimi gösterme meselesi şöyle: Bu tarz olaylarda, Facebook’da sinirlendiğimde üzüldüğümde durum güncellemesi yapıyordum fakat sonrasında hükümet tavrı olarak karşıt görüşlerden ötürü içeri alınmalarda kıstasın ne olduğu tam olarak bilinmediği için, yazdığım veya yazacağım şeyde neyin ters olarak algılanıp beni belki yargılanmaya kadar götürüp götürmeyeceğini bilmediğim için artık yazmamayı tercih ediyorum. Ama daha öncesinde, tepki göstermek için Facebook platformunu tercih ediyordum... Anonim hesabım olsaydı da ben yine de görüşlerimi belirtmezdim çünkü siber güvenliğin iyi durumda olduğunu düşünüyorum. Bir sürü VPN’i var, ağ bağlantıları var, benim yazacağım şey eğer birilerini rahatsız ederse mutlaka kim olduğumu bulurlar diye düşünüyorum. O nedenle böyle bir riske girmem.”* Robison, bir kişinin dijital ortam üzerindeki mahremiyetini istila etmenin birçok yolu olabileceğini ve bu nedenle dijital hale gelen her şeyin aslında halka açık olduğunu vurgulamaktadır (Robison, 2017: 141-142). Katılımcılar da bu durumu kabullenmişler ve dijital medyadan özgürlük alanı sunmasını beklememektedirler. Bu nedenle anonim de olsalar, gelecekleri için sakıncalı olabileceğini düşündükleri paylaşımlar yapmamaya özen göstermektedirler ya da özen göstereceklerini öngörmüşlerdir. Dolayısıyla dijital medyada bir içerik paylaşmadan önce, o içeriğin daha sonra kendileri için sorun teşkil edip etmeyeceğinin kararını verdikten sonra paylaşmaktadırlar. Yani bu konuda en baştan tedbirli ve otokontrolü davranmaktadırlar. Katılımcıların çoğunun paylaştığı içeriği sonradan silme ihtiyacı duymaması da onların paylaşımları konusunda ne kadar titiz olduğuna işaret etmektedir. Zaten mahremiyet kavramına bakış açıları diğer kuşaklardan farklılaştığı için ve sosyal ağlarındaki diğer kişiler de benzer bakış açılarına sahip oldukları için üzerlerinde bu anlamda fazla baskı hissetmemektedirler. Diğer bir deyişle, paylaşmaya ihtiyaç duydukları içerikler zaten sosyal ağlarındaki diğer kişilerin beğeneceği ya da onların gözünde olumlu bir imaj çizeceğini tahmin ettiği içerikler olmaktadır. Ayrıca, sosyal medyayı kim olduklarını anlatan bir vitrin olarak da kullandıkları için, genel olarak katılımcılar hayatlarının mümkün mertebe çok sınırlı bir bölümünü dijital platformlara yansıttıklarını ve bu nedenle kaygılanmalarını gerektirecek, gündelik

yaşantılarını afişe edebilecek hiçbir kişisel bilgilerinin zaten dijital platformlarda bulunmadığını ifade etmişlerdir.

Üçüncü olarak ise, katılımcılar dijital gözetimi o kadar da olumsuz bir durum olarak görmemektedirler. G8: “...benim zevkime yönelik ihtiyacım olmayan bir şeyi bana aldırmasının da bir zararı yok, ben zaten hayatımı ne için sürdürüyorum? Para kazanmak için ve bu parayla mutlu olacağım bir şeyler yapmak için. E aldıracağı şey beni o an mutlu edecekse, olabilir. Zaten bunun için uğraşıyorum. Alışveriş yapmak bir şeyleri istemek o kadar kötü değil.” Lyon gözetim altında olma durumunun, insanların yarar ya da kazanç sağladığı noktalarda, bunu göz ardı etmeyi tercih ettiklerini veya mahremiyetlerini verebilecekleri bir ödün olarak gördüklerini söylemiştir (Lyon, 2013: 71). Örneğin süpermarket kartlarını kullanmak kampanyalardan yararlanmayı sağlıyorsa ya da yolcu üyelikleri biriken mil puanlarıyla uçuş indirimini sağlıyorsa, insanlar dijital iz bırakmayı ve kişisel verileriyle şirketlerin ne yaptıklarını umursamamakta; bu durumdan uzun vadede görecekları potansiyel zararı göz ardı edebilmektedirler. G7: “Kıyafetlerde özellikle deneyerek almak isterim. Ama internette eğer avantajlı indirim kampanyaları oluyor veya bazen fırsatım olmuyor çıkmaya oradan alacaksam eğer bildiğim bir beden ölçüsü varsa oradan alırım veya ayakkabıyı gider mağazada denerim ondan sonra istiyorsam online olurum.” Katılımcıların hemen hepsi sosyal platformları kullanmakta ve gündelik hayatlarında mobil uygulamalardan sıklıkla yararlanmaktadırlar. Bu uygulamaların, sağladığı çeşitli kolaylıklar veya sunduğu etkileşim imkanları nedeniyle, hayatlarında vazgeçilmeyecek kadar önemli rol oynadığı noktasında hemfikirdirler.

Katılımcıların hangi durumlarda mahremiyetlerinden ödün vermeyeceklerini ve hangi durumlarda uygulamaların sağladığı yararlardan vazgeçebilir olduklarını öğrenmek için indirdikleri uygulamaların, telefonlarının çeşitli bölümlerine erişim izni istediğinde nasıl tepki verdikleri sorulmuştur. Erişim izinlerini kabul etmelerindeki kıstas uygulamanın onların hayatına sağladığı faydanın oranına ve uygulamaların ne kadar bilindik olduğuna göre değişmektedir. Eğer telefonlarına indirdikleri uygulamalar Instagram, Mobiitt gibi çok bilindik ve popüler uygulamalarsa erişim izinlerini hiç tereddüt etmeden kabul ettiklerini belirtmişlerdir. Yani indirilen uygulamaların popülerliği, mahremiyetleri açısından duydukları kaygıyı azaltmaktadır. Örneğin Photoshop uygulamasını kullanabilmeleri için galeriye erişim izni vermeleri gerektiğini, navigasyon kullanabilmek için konuma erişim izni

vermeleri gerektiğini ve bunlar gibi gerekli buldukları bazı uygulamalar için erişim izninin çok da problem olmadığını belirtmişlerdir. Fakat genellikle uygulamayı yüklerken erişim izni için “sadece bu uygulamayı kullanırken izin ver” seçeneğini seçtiklerini de eklemişlerdir. G3: *“Konumu ise sadece uygulamayı kullanırken açık kalmasına izin ver diye bi seçenek var, o şekilde kullanıyorum.”* Bunun yanı sıra, katılımcılar Facebook’daki eğlence uygulamaları, oyunlar ya da fal uygulamaları gibi gündelik hayatlarına somut bir katkı sağlamayan, ‘olmasa da olur’ kategorisindeki uygulamaları, telefonlarının çeşitli alanlarına erişim izni istediğinde, yüklemekten vazgeçtikleri ve sildikleri olmuştur. G15: *“İndirirken çeşitli bilgilerime erişmeyi istediği için birkaç tane sildiğim uygulamalar oldu. Bu şekilde fotoğraflarıma ve konumuma erişmek istediği için ve bunlar genelde oyunla ilgili uygulamalar olduğu için vazgeçebileceğim uygulamalardı, o nedenle vazgeçtim. Ama geçenlerde birkaç eşyayı elimden çıkarmam gerekti ve Letgo indirdim mesela. Letgo uygulaması da kamerama erişmek istiyor. Normalde böyle bir şeyi kabul etmezdim ama diğer taraftan benim işime yarayacak ve çok mantıklı bir uygulama olduğu için artı eksi dengesi yapıp kabul etmek zorunda kaldım. Ama normalde dediğim gibi vazgeçebileceğim bir uygulama ise, evet bu nedenle kabul etmediğim oluyor.”*

Dikkat çekici bir sonuç olarak Photoshop, Bumerang gibi sosyal medyadaki paylaşımlarında kullanacakları uygulamaları da, gündelik hayatlarını kolaylaştıran diğer uygulamalar kadar gerekli görmekte ve bu uygulamalara erişim izni verirken tereddüt etmemektedirler. G5: *“Aplikasyonların bilgilerime ulaşmasına izin verme konusunda, hepsine izin vermiyorum. Mesela Photoshop uygulamaları kullanıyorum, bunlara mecburen vermek gerekiyor çünkü kameraya galeriye ulaşmazsa bir şey yapamıyorum. Ama onun dışında çok da kolay şeylere izin vermiyorum. Mesela alelade şeylere izi vermem yani, adını sanını bilmediğim uygulamaya vermem.”* Bu durum, sosyal ilişkilerin büyük çoğunlukla dijitale taşındığı günümüzde, iletişimin devamlılığını sağlayan fiziksel bir varoluş siber uzamda mümkün olmadığı için, katılımcıların kendi varoluşlarını paylaşımlarıyla korumaya çalışmaları olarak açıklanabilir. İletişim nasıl ki temel bir ihtiyaç ise, yapacakları paylaşımlar ile alakalı kullandıkları uygulamaları da gerekli görmeleri içinde bulunduğumuz çağın şartlarında sıra dışı bir durum değildir.

Dijital gözetime dair katılımcıların, mahremiyetleri açısından sakıncalı bulduğu noktalar değişebilmektedir. Buna örnek olarak, katılımcıların uygulamaların erişim

iznine yönelik verdiği cevaplar gösterilebilir. Bu konudaki kaygıları çeşitlilik göstermektedir. Örneğin, katılımcıların bir kısmı uygulamaların mikrofona erişmesinden rahatsızlık duyarken, kameraya erişmesinden rahatsızlık duymamaktadır. G10: *“Telefonuma indirdiğim uygulamalardan bazıları telefonum çeşitli bölümlerine erişmek istiyor diye geri çevirdiğim oldu. Mesela PUBG diye bir uygulama var mikrofona erişmek istiyor. Mikrofona mesela bir şey demiyorsun. Konuma erişmek istediğinde ona ben şimdi nasıl güveneyim ki. Ben ona güvenemem yani oyun sonuçta.”* Ya da kameraya erişilmesinden rahatsızlık duyan bir katılımcı, acil durumlarda ulaşılabilir olmak için konumuna erişilmesini kabul edilebilir bulmaktadır. G4: *“Bazı şeylerin bilinmesinden rahatsız oluyorum ama konum konusunda rahatsız olmuyorum. Konumu Google falan bilsin. Konum olabilir, onu kabul edebiliyorum. Acil durumlarda kolay bir şekilde ulaşılmaq isterim.”* Bu çıkarımın bir sonucu olarak, dijital gözetimin kabul edilebilirliği konusunda genel bir uzlaşma sağlanamadığı ve dolayısıyla bunun da mahremiyet konusunda kapsamlı bir mücadelenin önünde bir engel olabileceği öngörülebilir.

Gözetim teknolojilerinin dijitalleşmesi ve bu dijital teknolojilerin tüm kamuoyuna yayılması, gözetimin her iki yöne de gitmesine neden olmuştur: Hem kamu hem de devlet perspektifinden gözetim ve mahremiyet. Katılımcıların gözetime yönelik algıları ve mahremiyetlerine yönelik kaygıları da bu ayrım üzerinden farklılaşmaktadır. Gözetimden konu açıldığında katılımcıların ilk aklına gelen sosyal ağlarındaki diğer kişilerin gözetimi olmuştur ve ‘bürokratik gözetim’e yönelik sorular yöneltilmedikçe de ‘ötekinin gözetimi’ konusu üzerinden açıklamalarını sürdürmüşlerdir.

### 3.6.2.1. Bürokratik Gözetim

Katılımcıların hepsi bürokratik gözetimin farkındadırlar ve dijital medyada paylaştıkları her şeyin büyük kurumlar tarafından çeşitli gerekçelerle kullanılabileceğini bilmektedirler. Bu nedenle dijital medyadan uzak durmadıkça mahremiyetlerinin hiçbir şekilde güvence altında olmadığını bilmektedirler. Sarioğlu ve Özen’in yaptığı araştırma sonuçlarına göre de, mahremiyetlerinin sosyal medyada korunduğunu düşünen gençlerin sayısı oldukça azdır (Sarioğlu ve Özen, 2018: 1079). Bu, dijital medyaya bağımlı olan katılımcıların medyada sık sık vakit geçirmesine

rağmen daha çok pasif katılımcı olarak yer almalarına bir gerekçe olarak sunulabilmektedir.

Katılımcılar ‘Bürokratik gözetim’i en çok akıllı reklamlara maruz kaldıklarında somut olarak hissettiklerini belirtmişlerdir. Özellikle Instagram hikayelerinin aralarında karşılına sıklıkla çıkan reklamların, bir süre önce arkadaşlarıyla sohbet ettikleri konuyla alakalı ürünlere ait reklamlar olduğunu söylemektedirler. G1: *“Instagram’da, story’lerinin arasına reklamlar koyuyorlar mesela. Bu reklamlar faydalı gelmiyor. Ben zaten bir şeye ulaşmak istesem sosyal medyadan ulaşabilirim. O nedenle bu reklamlar rahatsız edici. Benim konuşabildiklerime erişebildiklerini buradan fark ediyordum yani.”* Katılımcıların küçük bir kısmı bunun faydalı yönlerini dile getirseler de dinleniyor olmanın artı ve eksi yönlerini tarttıklarında genel olarak bu durumdan rahatsız olduklarını da dile getirmektedirler. G15: *“Bir tek şu noktada faydalı olabilir... Ben kendim bakıp araştırma yapma zahmetine katlanmadan araştırdığım bilgiler benim önüme geldiği için ben onları kullanıyorum. Ama bu çok küçük bir fayda bence. Diğer taraftan dinleniyor olmak çok daha tehlikeli ve ürkütücü.”*

Öte yandan, rahatsız olduklarını belirtmelerine rağmen bu daha çok bilişsel düzeyde kalmakta, bu farkındalıklarını davranışlarına yansıtamamaktadırlar. Katılımcıların popüler uygulamalar söz konusu olduğunda mahremiyetleri konusunda endişe etmemeleri bürokratik gözetim konusunda çok fazla kaygı taşımadıklarının göstergesidir. Her ne kadar bürokratik gözetimin bilincinde olsalar da herkesin kullandığı uygulamalar onları kaygılandırmamaktadır. Örneğin, uygulamaların telefonun çeşitli bölümlerine erişim izni istediğinde ne yaptığına yönelik sorulan soruya bir katılımcı (G14) şöyle cevap vermiştir: *“Öyle arada kalmış bilinmeyen uygulamaları çok kullandığımı düşünmüyorum. Onun dışındaki uygulamalara da erişim için izin veriyorum, mesela Instagram, YouTube, bankacılık uygulamaları vs. onlara direkt izin veriyorum. Daha çok bilindik kurumsal uygulamalara izin veriyorum.”* Dolayısıyla katılımcılar dijital gözetimi hem takdir hem de paranoya ile karşılamaktadırlar. Bilişsel düzeyde rahatsızlıklarını dile getirseler de davranışları bu konuda fazla endişeli olmadıklarını göstermektedir. Bunun en büyük sebeplerinden bir tanesi, teknolojinin sağladığı kolaylıklardan ve imkanlardan vazgeçmeyi istemedikleri için uygulamaları kullanırken zaten bu durumu baştan kabul ettiklerini belirtmeleridir. G15: *“Ben Instagram’ı kullanırken zaten birçok koşulu kabul ediyorum dolayısıyla da*

hani Instagram'ı kuracağım ve kurarken de “ses kaydımı alma” gibi bir şeyi zaten işaretleyemeyeceğim için, o hesabı açarken bunu baştan kabul etmiş oluyorum.” Bu durumu dijital bir gerçeklik olarak kabul etmişler ve buna uyum sağlamışlardır. Bir diğer sebep, büyük kurumlar için kendi bilgilerinin çok büyük bir değer ifade etmeyeceğine inanmalarıdır. G8: “Herkes önemli bir insan olmak zorunda değil. Ben önemli bir insan olduğumu düşünmüyorum bu kadar... Dinlesinler. Gizli bir şey yapmıyorum ki zaten. Şu an bu konuştuklarımın hepsini duyabilir. Hatta bütün hayatım boyunca konuştuklarımı biri dinlese? Dinlesin. Bu bana bir sıkıntı yaratmaz. Çok açık yaşıyorum zaten.”

Dijital gözetimin şirket amaçlarına yönelik uygulanması; örneğin, ihtiyacı olmayan bir şeyler satın almaya ikna edilmeleri de onlar için olumsuz bir durum değildir. Tüketicinin zaten yaşantılarının bir parçası olduğunu söylemekte, bu nedenle de almayı arzulayacakları ürünler, arama zahmetine katlanmadan karşılıklarına çıkartıldığında bunu ‘işlevsel’ veya ‘pratik’ gibi ifadelerle değerlendirmektedirler. Ayrıca, verilerinin ulaşılabilir olmasını, kullandıkları uygulamalardan bedava hizmet olarak yararlanmalarının karşılığında bir verebilecekleri bir ödün olarak görmektedirler. G9: “Instagram’ı ücretsiz, YouTube’u ücretsiz kullanabiliyoruz ama bu konuda bir gelir kaynağı sağlamak zorundalar ki şirketlerinin devamlılığını getirebilsinler o yüzden reklamlar çok fazla gelebiliyor. Ama onları da anlayışla karşılayabiliyorum. Onların da para kazanması gerekiyor.” Pew Araştırma Merkezi’nin yaptığı araştırma da, sosyal medya kullanıcısı gençlerin yalnızca %9’unun üçüncü tarafların verilerine erişimi konusunda endişe duyduklarını göstermektedir (Pewresearch.org, 2013). Strateji uzmanı Kayla Sredni’e göre Z kuşağı, kullandığı uygulamalarda ‘özelleştirme’ ve ‘kişiselleştirme’ beklediği için gizliliklerinin ihlali, diğer kuşaklara nazaran onları daha az kaygılandırmaktadır (rga.com, 2019). Sonuçta bu kuşağa mensup bireyler aşırı kişiselleştirmeye izin veren bir dünyada büyümüşlerdir. Yapılan bir araştırma, Z kuşağının %45’inin içeriği kontrol etmeyi ve kendine göre düzenlemeyi sevdiği; %38’inin çevrimiçi reklamların tarama geçmişi veya eğlence tercihleriyle ilgili olmasını tercih ettiği; %32’sinin ise şirketlerin, kişisel çevrimiçi verilerinin kendilerine zarar verecek şekilde kullanacağından endişe duymadıkları sonucunu ortaya koymuştur (mobilemarketer.com, 2019). Örneğin, Spotify’da verilerinin toplanması ve kendi müzik zevklerine uygun kişiselleştirilmiş müzik akışları sunulması onları mutlu

etmektedir. Benzer şekilde, Instagram’da ilgilerini çeken reklam içeriklerine maruz kaldıkları zaman bunu olumlu karşılamaktadırlar.

Üçüncü tarafların kişisel verilerine erişimi konusunda katılımcılar, şirketlerin gözetimi konusuna daha ılımlı bakarken, hükümet gözetimi onları daha çok kaygılandırmaktadır. Hükümet gözetimini, güvenlik gibi toplumsal fayda güden amaçlar da dahil, hiçbir gerekçe ile doğru bulmamaktadırlar. G13: *“Kişisel verilerin sebebi güvenlik bile olsa kişilerden toplanmasını doğru bulmuyorum. Aslında suç bu. Bir insanın evine izinsiz girmekle aynı şey.”* Katılımcıların büyük bir kısmı toplanan kişisel verilerin, toplumsal fayda amacının çok ötesinde kullanılabileceğini düşünmektedirler. Bu nedenle toplumsal düzen ve huzur ortamının sağlanması için daha farklı yollar izlenebileceğini öne sürmektedirler. Bir katılımcının bu konudaki yorumu şöyledir:

G15: *“Toplumsal güvenlik gibi gerekçelerin kişilerden gizli verilerinin toplanması için yeterli bir argüman olduğunu düşünmüyorum. Neden düşünmüyorum? Çünkü insanların potansiyel suçluları yakalamaktan ziyade bence önce potansiyel suçlular yaratmamak gerekir. Potansiyel suçluların yaratılmaması için de iyi bir eğitim ve iyi bir aile hayatının sunulması gerekir. Dolayısıyla da bu potansiyel suçluları takip etmek için her şeye hâkim olmalıyız argümanı yerine hükümetler potansiyel suçluları yaratmamak için ‘ne yapılabilir’i düşünseler daha mantıklı olur.”*

Katılımcıların hepsi benzer ifadelerle hükümet gözetimini etik dışı ve kabul edilemez bulmaktadırlar. Bir kısmı, üniversiteden mezun olduktan sonra başvuracakları iş kapılarının paylaşımları nedeniyle kapanmasından duydukları endişe nedeniyle paylaşımları konusunda daha dikkatli davrandıklarını belirtmişlerdir. G8: *“Yazmak istiyorum, eleştirmek istiyorum bazen ama bunların ileride devlette çalışırsam ya da bir kliniğe girmek istersem karşıma çıkabileceği korkusu taşıdığım için yazmamayı tercih ediyorum. Veya düşüncelerimi karşılıklı paylaşmamayı sevmememin sebebi belki budur. Çünkü sosyal medyada, başında söyledik ya, izleyen biri var gibi sürekli.”* Öte yandan, düşünce dünyalarını mahremiyet sınırları içerisinde görmekte ve dijital mecrada düşüncelerini ifade etmeyi sevmediklerini de belirtmektedirler. Mahremiyet olarak algıladıkları her şey, hükümet gözetimini içselleştirmeleri ve buna yönelik bir davranış modeli geliştirmelerinin bir sonucu

olarak düşünülebilir. Sürekli izleniyor olma hissinin, katılımcılar için belirleyici bir yaşam deneyimi haline geldiğini ve dijital medyayı daha çok takip amaçlı kullanmalarının bir sebebinin de bu olabileceği düşünülebilir.

### 3.6.2.2. Ötekinin Gözetimi

Katılımcıların az ve sınırlı sayıda paylaşımları ile dijital ortamda kendi itibarlarını yönetmeye çalışmaları hayatlarının her detayını yansıtmayı sevmedikleri olarak yorumlanabilir. Dijital ortamı, reel yaşantılarının bir uzantısı olarak gördükleri için bu ortamda net ve yüzeysel olmayı tercih etmektedirler. Katılımcıların neredeyse hepsi sosyal medya hesaplarını gizli modda kullanmaktadır ve reel sosyal yaşantısında bir arkadaşlık ilişkisi olmasa bile en azından şahsen tanıdığı kişileri sosyal ağlarına dahil etmektedirler. Sosyal medya hesaplarını açık kullanan katılımcılar ise başka insanların paylaşımlarını görmesinden rahatsız olmadıklarını; çünkü zaten paylaşım yapmadan önce başkalarının incinmesine ya da kendilerinin yanlış anlaşılmasına sebebiyet verecek paylaşım yapmadıklarını belirtmektedirler. G7: *“Hesaplarımı arkadaş listemde olmayanlara da açık kullanırım çünkü sakınacağım şeyi paylaşmıyorum. Sakınmayacağım şeyi paylaştığım için de açık kullanıyorum. Bir de ilk başladığımda açıktı sonra gizlemek ile uğraşmak istemedim açıkçası. Açık kullanıyorum o yüzden. Kaygı duyacağım şeyi paylaşmıyorum mümkün mertebe, paylaştığımda da gizledikten sonra da onun aşılma yolları var.”* Başkaları tarafından yanlış tanınmaktan kaçındıkları için mümkün olduğunca evrensel etik ve nezaket kurallarına uygun davranmaktadırlar ve başka insanların kişiliğini zedeleyici davranışlardan kaçınmaktadırlar. G7: *“Düşüncelerimi paylaşıırken genelde çekinmem, daha rahat paylaşıyorum. Hakarete varacak bir düşünceyse onları zaten direkt paylaşmam. Hakaret zaten sadece sosyal medyada değil reel yaşamda da sıkıntılı bir şey. Onu da mesajla konuştuğum arkadaşlarım veya gruplar varsa orada paylaşıyorum. Ama onun dışında yüzde doksan oto-sansüre uğramaz, yüzde onluk oto-sansür de ahlaki durumlardan dolayı yaptıklarımdır. Ama dikkat ederim mesela. Ya da yapacağım yorum o zaman için sıkıntılı bir yorumsa, atıyorum genel bir kriz vardır ve bu kriz anında mağdurlara zarar verecek bir yorumsa beklerim, daha sonra paylaşıyorum.”* Dolayısıyla katılımcılar zaten hayatlarının her anını paylaşmadıkları ve başkalarının da dijital haklarına saygılı oldukları için kendilerini özgürlük anlamında kısıtlanmış hissetmemektedirler. Yani zaten toplumsal kaidelere uygun davranmayı içselleştirmişler, bu nedenle de bu durumdan bir rahatsızlık duymamaktadırlar.

Dijital medyadaki itibarın çoğunlukla beğeni ve takipçi kitlesinin sayısı ile ilgili olması ve bu nedenle son yıllarda ‘sosyal sermaye’ye olan ilginin patlaması da (Chadwick ve May, 2003: 281) katılımcıların sosyal ortama uyumlu davranmasına ve takipçi sayılarını azaltabilecek aykırı yönlerini gizlemeyi tercih etmelerine sebep olabilmektedir. Bu nedenle, paylaşımlarına oto-sansür uygulamalarının en büyük sebebi sosyal ağlarındaki kişilerin tepkisini çekmeyi istememeleridir. Dolayısıyla katılımcılar için ‘ötekinin gözetimi’, ‘bürokratik gözetim’den daha fazla kontrol edici ve sınırlandırıcı bir etkiye sahiptir. ‘Ötekinin gözetimi’nden kaçınmamakta ve bundan rahatsızlık duymamaktadırlar fakat böyle bir gözetimin farkında oldukları için davranışlarını buna uygun olarak kanalize etmektedirler. Katılımcıların genel davranışlarını yansıtan bir görüş şöyledir:

G8: *“Gündelik hayatımı yansıttığım zaman şu kaygıyı taşıyorum, yeni hasta bakmaya başladığım için, tutup hastayla beraberken fotoğraflarımı çekiyor bazen arkadaşlarım habersiz bir şekilde ama onu attığım zaman... meslek kaygısı taşıyan insanlar bunu yanlış anlayabiliyorlar. Hava attığımı ve göstermek için onu bilerek çektiğimi düşünebiliyorlar. Ve böyle düşünceleri beni rahatsız ediyor... Bunları da kendi düşüncelerimden yola çıkarak yapıyorum... ben bundan rahatsız olduğum için, şimdi rahatsız etmemeye çalışıyorum insanları.”*

Dolayısıyla, Cooley’in ayna benlik olarak tanımladığı (Lippmann, 1998: XVII), katılımcıların kendisi hakkındaki görüşleri ve kimlik duyguları, sosyal ağlarındaki kişilerin onları nasıl gördüğüyle bağlantılı bir şekilde oluşmaktadır.

Pew Araştırma Merkezi’nin 2013 yılında yaptığı araştırmaya göre çevrimiçi gençlerin %57’si gelecekte çevrimiçi olarak kötü bir şekilde yansyacağından endişe duydukları için çevrimiçi bir şey yayınlamamaya karar verdiklerini söylemektedir. Genç sosyal medya kullanıcıları, sosyal medya kullanmayan diğer çevrimiçi gençlere nazaran (%61’e karşı %39) normalde paylaşmak istediği bazı içerikleri, itibarlarının zedeleneyeceğini düşündükleri için paylaşmamayı seçtiklerini söylemişlerdir (Pewresearch.org, 2013). Bu araştırma bulgularına benzer şekilde, katılımcılar kimliklerinin sosyal ağlarındaki diğer kişiler tarafından nasıl algılanacağını, sosyal medya hesaplarında nasıl bir imaj çizeceklerini önemsemektedirler. G2: *“İnsanlar*

*benim karakter analizimi sosyal platformlardaki paylaşımlarıma bakarak çıkartabilirler ama her zaman sosyal platformlarda kendimi yansıttığım söylenemez. Olmak istediğim kişi de olabilir. Belki de öyle değildir ama kendim öyle olduğumu düşünüyordum. Ama tam yansıttığım kişi olduğum söylenemez.”*

Gözetleme ve gözetlenme eylemlerine dayanan Instagram platformunun gençler tarafından en çok kullanılan sanal mecra (Marketingcharts.com, 2019) olmasının sebebi de budur. Instagram’da bir başkasının hayatını görebilmek, ne yaptıklarını öğrenebilmek, onlar hakkında bilgi edinmek bu tür bir platformu kullanmalarının ana nedenlerinden birisidir, bir diğer neden ise dikkat çekme, ilgi görme, beğenilme dürtüsüyle görünür olmayı istemeleridir. Katılımcılardan bazıları, sosyal platformlarda herkesin bir gösteriş içerisinde olduğunu; orada oynamak istediği role bürünüp bir tiyatro sahnesindeymiş gibi rol yaptıklarını fark ettiklerini ve bu nedenle önceden çok sık kullandıkları bazı sosyal platformlardan uzaklaştıklarını belirtmişlerdir. G13: *“Sosyal medya hesaplarım vardı fakat kendimde dahil olmak üzere insanların hepsinin, yani birçoğunun orada rol oynadığının farkına vardım ve birazcık rahatsız etti. Ve bir süreliğine kapattım kendi hesabımı. Ama herkesin bildiği, herkesin benim kullandığımı bildiği bir fake hesabım var. Kimse takip etmiyor. O hesap üzerinden kendi beğendiğim kişileri takip ediyorum. Kitap bloggerları, cilt bakım hesapları gibi hesapları takip ediyorum. Sadece takip için açtım bu hesabı, o nedenle hiçbir şey paylaşmıyorum.”* Fakat, katılımcının (G13) yukarıdaki ifadesinde de belirttiği üzere, bu olumsuz düşüncelerine rağmen platformu kullanmayı tamamen bırakmamışlardır. Bu durumda görünür olma, kimliklerini sergileme kaygısı gütmeseler bile, merak ve bilgi edinme duyguları onları dijital platformlarda bulunmaya teşvik eden önemli bir sebeptir.

### **3.6.2.3. Medya Okuryazarlığı**

Kişisel verilerin korunması, temel insan haklarından olan ifade özgürlüğünün korunması için temel bir önkoşuldur. Yeni medya okuryazarlığı ise Özgür Uçkan’ın ifadesiyle *“alternatif iletişim kurma biçimlerini ve mekanlarını yaratan ve özgür yazılım uygulamalarını teşvik ederek bireyleri özgürleştiren pratiklerden oluşur.”* (Uçkan, 2013’den akt. Binark, 2015: VII) Gözetim ve mahremiyet açısından ise, okuryazarlık dijital ortamlarda bireylerin, kişisel verilerinin ticari ve siyasi olarak kullanılması noktasında kazandığı farkındalıktır. Bu anlamda medya okuryazarı birey,

baskıya, sansüre, denetime ve gözetime dayanan iletişim ortamlarından uzak, ifade özgürlüğüne dayanan bir ortamın oluşturulması için mücadele eder. Katılımcılar gündelik hayatlarının her anında teknolojiyle iç içe oldukları için ve böyle bir mücadele için sınırlı hareket alanları olduğu için somut davranışlarından ziyade medyadan faydalanma ve bu faydayı gündelik deneyimlerine yansıtma yolları üzerinden mücadele potansiyelleri hakkında fikir edinilmeye çalışılmıştır.

Z kuşağı medya okuryazarlığı konusunda yetkin bir kuşaktır çünkü teknolojiyle birlikte daha denetimsiz bir ortamda büyüdüğü ve çok fazla bilgiye ulaşarak bu bilgileri teyit ve analiz etme imkanına sahip oldukları için eleştirel düşünme, bağımsız karar verme gibi yetileri ve becerileri erken yaşta kazanmaktadırlar. Katılımcılar da medya kullanım pratiklerine göre, genel olarak, araştırmaya, özerk ve eleştirel düşünmeye dayalı bir eğilim sergilemektedir. Öncelikle medyada okudukları haberler ilgilerini çekmişse tek bir haber sitesinden okumamaktadırlar. Bunun için birkaç katılımcı Bundle isimli bir uygulama kullandığını belirtmiştir. Bundle, bir haber alma uygulamasıdır. Uygulamada birçok haber ve dergi sitesi bulunmaktadır. Bundle’da takip etmek istedikleri siteleri seçtiklerinde, Bundle ana sayfalarında bu sitelerin haber içeriklerini içeren bir kolaj oluşmaktadır. Katılımcılar özellikle kendi dünya görüşlerine yakın siteleri takip edip etmediklerini belirtmeseler de, Bundle uygulamasının mantığı haber kaynağını çeşitlendirmeye dayanmaktadır. Sansasyonel bir bilgi gördüklerinde ise bunu araştırma ihtiyacı hissetmektedirler. G3: *“İnsanlar artık sadece duyduklarına inanıyorlar, ekstra araştırma ihtiyacı duymuyorlar. Görüyorlar, okuyorlar ve inanıyorlar. Ben araştırıyorum. Örneğin, Twitter yorumlarına bakarım. Aksine bir yorum olursa hemen onu girerim, Google dan bir araştırırım.”* Özellikle Twitter veya Ekşisözlük gibi sitelerden, edindikleri bilgiye yönelik aksi bir yorum var mı diye bakmakta ve konuya her yönüyle hâkim olacak şekilde kısa bir araştırma yapmaktadırlar. Bu eğilim katılımcılarda otomatik olarak işleyen bir davranış pratiği haline gelmiştir.

Medya okuryazarlığı becerisi kazandırma konusunda dijital medyanın onlar için nasıl bir rolü olduğunu anlamaya yönelik sorular sorulduğunda, katılımcılar çok çeşitli cevaplar vermişlerdir. Örneğin bir katılımcı kendisinin dijital medyadaki içeriklere seçici maruz kaldığını dile getirmiştir. G12: *“Sosyal medya kişisel hak ve özgürlüklerde toplumun bilinçlilik düzeyini artırdığını düşünmüyorum ben. Zaten insan nasıl bakarsa öyle okuyor. Ben bir şey gördüm diyelim ki, eğer zıt görüseysem,*

*hoşuma gitmiyorsa dikkat bile etmiyorum. Ama kendi görüşüme yakın bir şey görürsem dikkatle okuyorum.”* Bir başka katılımcı ise dijital medyanın insanlarda kitle psikolojisi oluşturmaya çok müsait olduğunu ve bu nedenle insanların mantıklı düşünüp karar verecek vakit bulamadıklarını ifade etmiştir. G15: *“Dijital sosyal platformların sosyal örgütlenmeyi kolaylaştırdığını, hak ve özgürlüklere yönelik gibi konularda toplumu olumlu etkilediğini düşünüyorum. Fakat bunun şöyle de bir handikabı olduğunu düşünüyorum. İnsanları çok fazla galeyana getirdiğini düşünüyorum. Dijital medyada çok kolay toparlanıp bir araya gelebiliyoruz ama bu gerçekten adalet için mi? Bunu çok düşünmeye vaktimiz kalmayacak kadar hızlı örgütleniyoruz bence. O yüzden nicelik olarak evet bir anda toplanıyoruz ama nitelik anlamında kaliteli bir toplum muyuz ondan emin değilim.”* Bir diğer katılımcının bu konudaki yorumu ise dijital medyadaki gündem akışının çok hızlı değişmesi ve özellikle haber içeriklerindeki tabloidleşme nedeniyle dijital medyanın insanların bilinçlilik düzeyini artırmaya yetmediğini ifade etmiştir. G14: *“Dijital medyanın insanları daha bilinçli bir hale getirdiğini düşünmüyorum. Bütün olayları çok hızlı bir şekilde görüyoruz... Çok hızlı ve çok kısıtlı, nokta atışı bilgiler. Detaydan çok uzak bilgiler olduğu için ne kadar çok haberin olursa olsun ne kadar çok şey öğrenirsen öğren oradaki bilgilerin hiçbir şekilde fayda edeceğini düşünmüyorum. Yüzeysel kalacağını düşünüyorum.”* Dolayısıyla katılımcılar bu konuda çok çeşitli görüşlere sahip olmakla birlikte sosyal medyanın toplumu ne şekilde etkilediğine yönelik verdikleri cevapların tek ortak noktası, hiçbir cevabın tekno-determinist bir bakış açısını yansıtmıyor oluşudur. Bu nedenle katılımcılar dijital medyanın toplumsal ve bireysel etkisinin, kimin ne almak istediğine ve medyayı nasıl kullandığına bağlı olarak değişiklik gösterdiğini düşünmektedirler. G7: *“Sosyal medyanın güzel artıları da var ama negatif olarak linç de aynı şekilde ilerliyor. Şunun gibi: Çığ içine ne koyarsan koy hızla büyüyor. İçine olumlu bir şey koyduğunda olumluyu büyüttüğü gibi, olumsuzu koyduğunda olumsuzu da büyütüyor. Linç gibi provokasyonlarda da çok fazla kullanılıyor. Ama genel olarak insanların kendi sesini duyurabildiği bir ortam olduğu için pozitif olduğunu düşünüyorum.”* Katılımcıların bu ifadelerine göre teknoloji, *“politik bir akla sahip değildir; politik çıkarların hegemonik bir mücadele alanıdır.”* (Binark, 2015: VII).

Katılımcılar genel olarak sosyal medyanın toplumsal örgütlenme açısından fayda sağladığını düşünse de, sosyal medyanın yapaylık, yüzeysellik, gösteriş, öfke, alışma ve duyarsızlaşma gibi olumsuz duyguları da artırdığını belirtmektedirler. Bu

nedenle sosyal medyayı toplumun ya da bireyin bir turnusolü gibi görmekte ve sosyal medyanın insanların bu alanda ne yaptıklarına, bu alanı nasıl kullanmak istediklerine göre şekillendiğini ifade etmektedirler. G7: *“Aslında sosyal medya bilinçli olmayı sağlamıyor, sosyal medya kişinin bilinç düzeyine göre bir şeyleri fark etmesini sağlıyor. Yani ben bilinçsizsem zaten orada gördüğüm olaya susarım, beğenmem veya retweet edip, yorum yapmam. Ama eğer bilinçliysem onu görüp, beğenip, yorum yapıp, yayarım. Artırıp eksiltmiyor aslında, kişinin ne kadar bilinçli olduğunun turnusolü gibi bir şey oluyor.”* Bu nedenle dijital medyadan kendileri faydalı bir şekilde kullandıkları için fayda sağladıklarını düşünmektedirler. Yani medyadan, Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımının izlerkitle profiline uyacak şekilde yararlanmaktadırlar. Dijital medyanın kimi zaman gereğinden fazla oyaladığını ve vakitlerinden çaldığını düşünseler de medyayı çoğunlukla gündelik yaşamlarındaki ihtiyaçlarına yönelik kullanma eğilimindedirler. Kendilerini geliştirme, haber alma, sosyalleşme, merak duygusunu giderme, bilgi edinme, eğlenme gibi birçok ihtiyacı gidermeye yönelik çeşitli uygulamalar kullanmaktadırlar ve dönemsel olarak ihtiyaçlarına yönelik uygulamalara yönelmektedirler. Medyanın akış yoğunluğundan etkilenseler de medyanın akımına kapılıp gündelik sorumluluklarını aksatmamaktadırlar. Yani dijital medyayı kullanmak için yaşamamaktadırlar, yaşamak için dijital medyayı kullanmaktadırlar. Katılımcılar bir haber hakkında paylaşım yapacaklarsa öncelikle bu haberin doğruluğundan emin olmayı istemektedirler. Paylaşımlarına ek olarak düşüncelerini belirteceklerse de bu paylaşımları okuyan diğer kişilerin yanlış anlamasına ya da ifadenin maksadından başka yerlere çekilmesine müsaade etmeyecek şekilde net ifadeler kullanmaya özen göstermektedirler. Bu nedenle düşüncelerini belirtme konusunda hem paylaşım öncesi düşüncelerini organize ederken hem de paylaşım sırasında, yanlış anlaşılmaya mahal vermeyecek kadar titiz davranmaktadırlar. G4: *“Hiçbir zaman da fanatik taraftar olmadım ama algı yaratmaya çalıştığım bir şeyde bile işin içine siyaset girdiğinde hemen uzaklaşıyorum. Öyle şeylere bulaşmamaya çalışıyorum. Farkındalık yaratmak istediğim şeyleri paylaştığımda oradaki olaya, mağduriyete dikkat çekerim sadece. Orada belirtmek istediğim neyse onu söylerim... gündemde olan şeyleri genellikle takip ederim. Bunları paylaştığım zaman ise doğruluğuna dikkat ederim ki başkaları da öyle bilmesin. Çünkü yanlış olması benim için iyi değil çünkü onu da ben yaymış olurum.”*

Medya okuryazarlığı bilinçlilik düzeyi, diğerlerine göre daha az olan katılımcılar kendilerinden daha emin bir şekilde bilinçli bir medya kullanıcısı olduklarını

düşünmektedirler. Fakat genel olarak, katılımcılar dijital medyayı kullanırken eleştirel düşünme, yorumlama, aldığı bilgileri kendi mantık süzgeçlerinden geçirme özellikleri göstermektedirler. Dijital gözetim ve kişisel mahremiyetleri konusunda da bu bilince sahiptirler. Katılımcıların, medyayı kullanımlarında gizlilik, etik, mahremiyet gibi olguları algılama, değerlendirme ve medya pratiklerine uygulama biçimleri çeşitlilik gösterse de her birinin ‘neden öyle tercih ettiğine’ yönelik kendi içinde tutarlı açıklamaları vardır. Bu da bazı değerler, kavramlar ve olgular üzerine düşünüp karar verdikleri ve bunun üzerine bir davranış geliştirdikleri anlamına gelmektedir.

#### 3.6.2.4. Dijital Savunma Stratejileri

Katılımcıların dijital gözetimle karşı aldığı önlemler, çoğunlukla ‘ötekine gözetimi’ne yöneliktir. Çünkü dijital gözetim konusunda onları en çok rahatsız eden sosyal medya profillerinin erişimine izin verdikleri kitleyi kontrol edememektir. Bu nedenle dijital medyada kişisel veri yönetimi stratejilerinden en çok yararlandıkları gizlilik ayarlarıdır. Katılımcıların neredeyse tamamı profillerini yalnızca sosyal ağlarındaki onaylanmış kişilerin yayınladıkları içeriği görmelerine izin verecek şekilde düzenlemektedirler. ‘Bürokratik gözetim’in farkında olmalarına rağmen bundan kaçınmak için kendilerini yetkin ve yeterli bulmamakta; uygulayabilecekleri kaçınma stratejilerinin, üst makamlarca kendilerine ulaşmak istenildiği takdirde bir işe yaramayacaklarını düşünmektedirler. Bu nedenle, katılımcılar iktidar gözetimini içselleştirmişler ve buna göre bir medya kullanım pratiği geliştirmişlerdir. G7: *“Kaygı duyacağım şeyi paylaşmıyorum mümkün mertebe, paylaştığımda da gizledikten sonra da onun aşılma yolları var. Ulaşmak isteyen gizlediğimde de ulaşır. O yüzden hiç gizlemekle falan uğraşmıyorum, aslında kaygı duyacağım bir şey varsa o şeyi hiç paylaşmayarak çözüm buluyorum. Aslında bir çeşit otosansür uyguluyorum.... Paylaştıktan sonra gizleme ihtiyacı hissedeceğim bir şeyi paylaşmıyorum çünkü sosyal medyayı ben bu profesyonellikte kullanıyorum ama bunun deepweb’i var program hacklemeleri var. Sık sık oluyor mesela birinin bulut hesabını hackliyorlar.”*

Dijital medyada kim olduklarına dair belli bir yaşam tarzını ve dünya görüşünü yansıtan genel bir imaj çizseler de, profillerini inceleyenlerin, kendileri hakkında genel bir fikir edinebileceklerini ama asla tam olarak kim olduklarını anlayamayacaklarını ifade etmektedirler. G6: *“Gündelik hayatımı çok fazla dijital medyaya yansıtmıyorum beni tanımak isteyen insanın beni şahsen tanıması gerekli. Çünkü her yaptığım şeyi*

*Instagram'a atmıyorum.” Sosyal platformlarda oldukça yüzeysel davrandıklarını ve oradaki kimliklerinin gerçek kimlikleriyle kısmen uyduğunu dile getirmektedirler. Özellikle ev hayatlarına dair neredeyse hiçbir şeyi dijital medyaya aktarmadığını belirten katılımcıların, sosyal ağlarında bulunan ve büyük oranda tanıdıkları kişilere kendi kimliklerini en kusursuz şekilde sunma arzuları aslında gözetime karşı bilinçsiz bir şekilde yaptıkları bir karşı gözetim hamlesi olarak değerlendirilebilir. Katılımcıların hayatlarını ve kimliklerini tüm çıplaklığıyla dijital medyada paylaşmıyor oluşları her ne kadar dijital medyayı itibar aracı olarak kullanmaları nedeniyle olsa da dijital gözetime karşı uyguladıkları strateji olarak ilk bundan bahsetmektedirler. Bunun yanı sıra hesaplarını gizli kullanmak belirttikleri ikinci bir önlemdir. Bunların dışında önlem almaya karar vermişlerse, bu karar kendilerinin, arkadaşlarının ya da bildikleri bir kişinin hesabının hacklenmesi ya da bunun gibi bir mağduriyet yaşamasından sonra olmaktadır. Örneğin bir katılımcının (G4) Whatsapp ve Instagram'ına başka araçtan girildiği zaman telefonuna şifre gelmekte ancak şifreyi onayladıktan sonra o cihazdan erişimine izin verilmektedir. Bu şekilde bir güvenlik ayarı yapmaya karar vermesi, bir arkadaşının Whatsapp hesabına başkası tarafından erişildiğini gördükten sonra olmuştur. G4: “Instagram'ım için ekstra güvenlik önlemi alıyorum. Bir arkadaşımınki çalınıyordu neredeyse ondan sonra yaptım.” Dolayısıyla katılımcıların dijital gözetime karşı uyguladığı stratejilerin çoğu “ötekinin gözetimi”ne yöneliktir. Çünkü katılımcılar ancak bunu kontrol edebileceklerini düşünmektedirler. Örneğin, diğerlerinin, kendilerinin tüm hayatlarını tahmin edemeyecekleri şekilde seyrek paylaşım yaptıklarını dile getirirken, hayatlarının daha büyük kurumlar tarafından deşifre edilemeyecek şekilde seyrek dijital iz bıraktıklarını söyleyememektedirler. Çünkü hem gündelik işlerini hallederken hem de boş zamanlarını değerlendirirken, dijital medyadan olabildiğince çok yararlanmaktadırlar. Bunun yanı sıra gündelik hayatlarında çözemedikleri, cevabını bulamadıkları ya da detayını öğrenmek istedikleri her konuyu Google üzerinde aratmaktadırlar. Bu nedenle katılımcıların hemen hepsi bu konuda uygulayabilecekleri tek stratejinin, kendilerine ileride sorun yaratabileceğini düşündükleri içerikleri paylaşmamak olduğunu belirtmektedirler. Katılımcılar dijital iz bıraktıklarının farkındadırlar fakat dijital medyadan uzak kalamayacaklarını da bilmektedirler. G15: “Bunun için önlem alamıyorum çünkü bu çağda sosyal medya platformlarını kullanmadan yaşamak bana çok akıllıca da gelmiyor. Yani bir şeyin zararlı etkilerinden kurtulmak için onu toptan yok etmek de doğru değil. Bu da bana mantıklı gelmiyor çünkü çağa ayak uydurmak lazım ve Instagram bu çağın bir gerçeği. Dolayısıyla bunu kapatamam. Önlem alma*

*kısmında da bence alınabilecek bir önlem yok çünkü bunlar çok büyük ve komplike sistemler.”* Bu nedenle hepsinde bu konuda umutsuzluk ve öğrenilmiş çaresizlik vardır. Sahte veya anonim hesap kullanmamaları da bunun, geniş çaplı gözetim faaliyetleri için bir çözüm olamayacağını bilmelerinden kaynaklıdır. Bireysel önlemler ile mahremiyetlerini güvence altına alamayacaklarını; bunun için kolektif mücadele gerektiğini dile getirmektedirler. G9: *“Daha çok bu konuda bireysel önlemden çok toplu şekilde bir önlem alınması gerektiğini düşünüyorum. Bireysel olarak tamam kendini korudun ama diğer insanlar da müzdarip olabiliyor. O yüzden toplumsal bir bilinç olması gerekiyor bence.”* Dolayısıyla katılımcılar özellikle ‘bürokratik gözetim’ söz konusu olduğunda açık bir direniş göstermemekte, bunun yerine dijital medyadaki hareketlerini mevcut şartlara uyarlamayı tercih etmektedirler. Dolayısıyla katılımcıların dijital gözetime karşı verdikleri tepkiler ‘savunma’dan ziyade ‘kaçınma’ya yönelik hamlelerdir.

Sosyal platformların ‘ötekinin gözetimi’ne dayanan işleyiş mantığı ile katılımcılar kendi paylaşımlarını sınırlandırmakta ve diğerlerinin görmek isteyeceğini düşündükleri belli tarz fotoğraflar paylaşmaktadırlar. Bu da, onların hem gündelik hayatlarının çok az bir kısmını yansıtmalarına hem de çarpıtılmış bir kimlik sunmalarına neden olmaktadır. Katılımcıların ifadelerinden çıkarılabilecek en temel sonuç: “Sosyal ağlarında insanların birbirlerini gözetlemeleri, iktidarın gözetimini sınırlandırmaktadır.” Kimlik inşasına dayanan ‘ötekinin gözetimi’ne yönelik hamleler, ‘bürokratik gözetim’in niteliğini bozmakta, işlevsiz kılmakta ve geçersiz veriler elde edilmesine yol açmaktadır. Bu durum, pratikte ‘bürokratik gözetim’in işleyişine etki etmese bile sosyal açıdan doğru sonuçlar elde edilmesine engel olmaktadır.

## SONUÇ

Araştırmanın amacı doğrultusunda Z kuşağının dijital medya kullanım pratikleri, dijital gözetime karşı farkındalık düzeyleri ve uyguladıkları karşı gözetim stratejileri araştırılmıştır. Araştırmanın hipotezleri, araştırmanın sonuçlarıyla tutarlılık göstermektedir.

Geleneksel iletişim araçlarının aksine, dijital medya, etkileşim için benzeri görülmemiş bir bağlam yelpazesi sağlamakta; üretim ve ortak çalışma fırsatları, aktif bilgi yaratmak için önemli bir potansiyel sunmaktadır. Sosyal medya hesaplarında kullanıcı tarafından oluşturulan içerik, üreticisi tarafından belirlendiği için içeriği oluşturan kişinin tutumlarının, tercihlerinin, davranışlarının ve kimliğinin yönlerini yansıtmaktadır. Bu durum, kişinin kendini dijital ortamda var etme çabası olarak düşünüldüğünde kullanıcılar sosyal medya profillerinde, paylaşımlarını kimliklerinin bir uzantısı olarak görmekte ve kendilerine yönelik paylaşımlarında oldukça titiz davranmaktadırlar. Bu doğrultuda ve bu araştırmanın bir sonucu olarak, katılımcılar dijital medyada çok az paylaşım yapmakta, daha çok günceli takip etmek ve gelişmelerden haber olmak amacıyla dijital medyayı kullanmaktadır. Onların daha az paylaşım yapması dijital medyada sosyal ağlarına karşı kimlik kaygısı taşımadıkları anlamına gelmemekte; aksine kimlik kaygısı taşıdıkları için kendilerini en iyi şekilde yansıtacaklarına inandıkları sınırlı sayıda içeriği paylaşmayı tercih etmektedirler.

Katılımcılar yoğun hayat tempolarında zaman yönetimini önemsedikleri için geleneksel medyayı neredeyse hiç tüketmemekte; bunun yerine gündelik planlarına uydurabildikleri dijital medyayı tercih etmektedirler. Zamanını verimli geçirmek isteyen katılımcılar, geleneksel medyayı Spotify, Netflix gibi dijital platformlar aracılığıyla, dijital medyanın yeni sunumuyla tüketmeyi tercih etmektedirler. Bunun yanı sıra, katılımcılar hem alışveriş, haberleşme, banka işleri, yol tarifi gibi gündelik rutin işlerini halletmek için hem de eğlence, kişisel gelişim, eğitim gibi kişisel ihtiyaçları için sıklıkla teknolojiye yararlanmaktadırlar. Dolayısıyla gündelik

hayatlarını bir yandan medya üzerinden organize ederlerken, bir yandan da medyanın yoğun akışına ayak uydurmaya, adapte olmaya çalışmaktadırlar. Yani katılımcılar, bir yandan, dijital teknolojiyi başka bir gerçeklik olarak görmek yerine reel yaşantılarını tamamlayan önemli bir araç olarak gördükleri için dijital teknolojilerin, reel hayatlarına sağladığı faydayı gözetmekte ve dijital teknolojiyi reel hayatlarından kopmayacak şekilde kontrollü kullanmaktadırlar. Öte yandan, katılımcılar dijital teknolojinin yarattığı etkileşim biçiminden etkilenmektedirler. Çünkü çevrimiçi bağlamlar, yalnızca çevrimdışı ortamların çevrimiçi sürümleri değildir. Çevrimdışı bağlamlar gibi, çevrimiçi bağlamlar da bireyin motivasyon, kişilik ve dijital okuryazarlık becerileri gibi kişisel gelişimlerine etki etmekte; birçok çevrimiçi etkinliğin içerik üretimi yoluyla aktif katılıma dayandığı düşünüldüğünde, bu dinamik ilişki zaman içinde bireyler bir bağlamdan diğerine geçerken, mevcut etkileşimlerini, gelecekteki mevcut durumlarını da değiştirecek yeni bir beceriler ve deneyimler alanı sunmaktadır. Katılımcıların dijital medyada karşı tarafı incitecek bir paylaşım veya yorum yapmaktan kaçınmaları, bu konuda çok kontrollü olduklarını ifade etmeleri de bu yoğun küresel etkileşime ve bilgi akışındaki çeşitliliğe dayalı çevrimiçi bağlamin, bireyleri dar görüşlü çıkarların ve kültürel önyargıların ötesine taşıyabilecek bir alan sunmasının bir göstergesi olabilmektedir.

Katılımcıların medya kullanım pratiklerine bakılarak mahremiyet algılarına ve dijital gözetime dair farkındalıklarına yönelik bazı çıkarımlarda bulunulmuştur. Bu çıkarımlardan ilki, katılımcıların dijital medyada mahrem olarak gördükleri şeyler kümesinin çok sınırlı olması ve mahrem olduğunu düşündükleri şeylerin genellikle düşünsel alanlar olmasıdır. Bir diğer çıkarım ise katılımcıların dijital gözetim konusunda farkındalığa sahip olmalarına rağmen öğrenilmiş çaresizlik durumunda olmaları ve bu nedenle dijital medyayı bir özgürlük alanı olarak kabul etmeyip buna uygun davranış geliştirmeleridir. Bu nedenle anonim hesap bile kullanmamaktadırlar çünkü zaten dijital dünyadaki gözetimden kaçınmanın mümkün olmadığını düşünmekte ve dijital dünyada yaptıkları her şeyi ileride zarar görebilecekleri dijital bir risk olarak kabul etmektedirler. Dolayısıyla dijital medyada paylaşacakları içeriğin kendileri için ileride bir sorun yaratmayacağından emin olduktan sonra paylaşım yapmakta, yani kendilerine oto-sansür uygulamaktadırlar. Üçüncü olarak katılımcılar dijital gözetimi o kadar da olumsuz bir durum olarak görmemektedirler. Katılımcılar, örneğin kişiselleştirilmiş arayüzü kullanmak gibi gözetimden fayda sağladığı durumlarda mahremiyetlerini verebilecekleri bir ödün olarak düşünebilmektedirler.

Dördüncü olarak ise, katılımcıların, mahremiyetleri açısından sakıncalı bulduğu noktalar değişebilmektedir. Örneğin katılımcıların bir kısmı kamera konusunda hassasiyet gösterebilirken, bir kısmı da konum bilgilerinin erişilebilirliği noktasında kaygılanmaktadır. Bütün bu çıkarımlar katılımcıların sürekli izlendiklerinin bilincinde olduklarını ve her birinin bu duruma yönelik çeşitli düşünsel dayanaklar ürettiklerini, yani davranışsal bir tepkiden çok bilişsel bir tepki verdiklerini göstermektedir.

Katılımcıların dijital gözetime karşı aldığı önlemler ise çoğunlukla ‘ötekinin gözetimi’ne yöneliktir. Çünkü dijital gözetim konusunda onları en çok rahatsız eden sosyal medya profillerinin erişimine izin verdikleri kitleyi kontrol edememektir. Bu nedenle dijital medyada kişisel veri yönetimi stratejilerinden en çok yararlandıkları gizlilik ayarlarıdır. Katılımcıların neredeyse tamamı profillerini yalnızca onaylanmış sosyal ağlarındaki kişilerin yayınladıkları içeriği görmelerine izin verecek şekilde düzenlemektedirler. ‘Bürokratik gözetim’in farkında olmalarına rağmen bundan kaçınmak için kendilerini yetkin ve yeterli bulmamakta; uygulayabilecekleri kaçınma stratejilerinin, üst makamlarca kendilerine ulaşılmak istenildiği takdirde bir işe yaramayacaklarını düşünmektedirler. Bu nedenle, katılımcılar iktidar gözetimini içselleştirmişler ve buna göre bir medya kullanım pratiği geliştirmişlerdir. Öyle ki sosyal platformlarda oldukça yüzeysel davrandıklarını ve oradaki kimliklerinin gerçek kimlikleriyle kısmen uyumunu dile getirmektedirler. Dolayısıyla, katılımcılar ‘bürokratik gözetim’e karşı açıkça bir savunma stratejisi geliştirmemiş; ‘savunma’dan ziyade ‘kaçınma’ya yönelik bir bilinç geliştirmişlerdir. Elde edilen bu veriler ve çıkarımlar ise H1, H2 ve H3’ü doğrulamaktadır.

Sonuç olarak dijital teknolojiler, eşi görülmemiş bir kitle ve bireysel gözetim çağını başlatmıştır. Dijital teknolojilerin gelişmesine paralel olarak bürokratik gözetim gündelik hayatın her anına sızmış ve bir yandan bireylerin yaşam alanları genişlerken, diğer yandan mahremiyet alanları daralmıştır. Dolayısıyla panoptik gözetim, dijital teknolojiyle birlikte form değiştirerek süperpanoptik bir yapıya dönüşmüştür. Süperpanoptikon, gözetime dair görünür olmak, gözlemek gibi eylemleri tüm toplumsal yapıya yaymış ve gündelik hayatın sıradan bir davranış biçimi haline getirmiştir. Dijital teknolojinin yarattığı kültür ‘gözetim’i, toplumun katılmayı istediği bir işleyiş biçimi ve bireyleri ise dönen iktidar çarkının bir parçası haline getirirken, aynı zamanda da direniş potansiyelini besleyen eleştirel düşünce ve kolektif eylem ortamını yaratmıştır. Geçmişten günümüze iktidar için mutlak bir güç olan bilgi, dijital

teknolojiyle birlikte insanların kendi yaratıcılıklarının ve dönüştürücü güçlerinin farkına varmalarını sağlayacak temel bir unsur haline gelmiştir.

Aktivist hareketler yeni bir oluşum olmamasına rağmen dijital medya ile eşsiz bir güce ulaşmıştır. Dijital medya, sağladığı hızlı bilgi akışı ve güçlü iletişim alt yapısı sayesinde büyük çaplı örgütlenmelerin merkezi haline gelirken, aynı zamanda egemen güçlerin mesajlarına karşı argüman üretebilecek ve bunu yayabilecek sembolik alanı da sağlamaktadır. Dolayısıyla, aktivist hareketlerin faaliyet alanı genişlemiştir. Dijital ağlar, reel hareketlerin bir uzantısı veya başlangıç noktasını oluşturmanın yanı sıra hacktivism, kodlama gibi teknik uzmanlıklar aracılığıyla bireysel eylemleri ağa bağlamak; ana akım kitle iletişim araçlarını sekteye uğratmak veya atlatmak gibi muhalif hamlelerin de mümkün olabildiği mekânsal bir yapıya sahiptir. Öte yandan dijital teknolojilerin hayatın her alanında kullanılmasıyla birlikte bürokratik gözetim her zamankinden daha fazla kurumsallaşmıştır. Bunun hem bilinç düzeyinde hem de bilinçsizlik düzeyinde yarattığı olumsuzluklar vardır. Bireyler her anının gözetlendiğinin veya gözetlenebileceğinin farkındadırlar; teknolojiden izole bir hayat süremeyeceklerinin de farkındadırlar. Bu durum öğrenilmiş çaresizlik, suskunluk sarmalı gibi çeşitli toplumsal tutum ve davranışlara neden olmaktadır. Bireyler bu tutum ve davranışlarını bir süre sonra içselleştirebilmekte ve düşüncelerini de bu doğrultuda organize etme eğilimi taşımaktadır.<sup>32</sup> Bu bir süre sonra bilinçsizlik durumu da yaratabilmektedir. Buna ek olarak dijital medya, egemen güçlere, toplumun nabzını tutma, kamu gündeminde neler olup bittiğini gözlemleme ve buna yönelik çeşitli proaktif stratejiler geliştirebilme imkânı da sunmaktadır. Muhalif tepkilerin, gündelik yaşam içerisinde ortaya çıkan küçük kıvılcımlar ile bir alev topuna dönüştüğü düşünüldüğünde, bu iktidar açısından önemli bir güçtür. Fakat bütün bu olumsuz yönlerine rağmen, dijital medyanın önemli bir karşı gözetim aracı olduğu söylenebilir. Bunun en önemli nedenlerinden bir tanesi, dijital medyanın bireyin düşünsel becerilerini geliştirebileceği, bilgi düzeyini artırabileceği hem geniş bir bilgi evreni hem de sosyalleşme ortamı sağlamasıdır. Dolayısıyla dijital gözetim çağında, gündelik yaşam içerisinde meydana gelen küçük kıvılcımlar dijital izlerde olmasa bile bireylerin zihinlerinde meydana gelebilir. Bir diğer önemli neden ise, dijital medyanın uluslararası yapıya sahip olmasıdır. Dijital medya tek bir ekonomik veya siyasal gücün tekelinde de mülkiyetinde de değildir. Bu, güçler ayrılığı ve ulus-devletlerin mutlak gücünün sınırlanması anlamına da gelmektedir. Dijital ağlar, ulus-devletlerden çok

<sup>32</sup> Leon Festinger – Bilişsel Çelişki Kuramı

küresel şirketlerin güdümündedir. Bu durum dijital gözetim ve mahremiyet noktasında bireylere bazı noktalarda avantaj sağlamaktadır. Bireyler farklı güçlerin kapsama alanını aşan boşluklarda hareket alanı bulabilmekte ve kendi kaderlerini tayin edebilecekleri bir toplumsal işleyişin kültürel ayağını oluşturabilmektedirler.



## KAYNAKÇA

### Kitaplar

Abbate, J. (2011) İnternetin Popülerleşmesi, (Der.) Crownley, D., Heyer, P., ‘İletişim Tarihi: Teknoloji, Kültür, Toplum’, içinde (472, 480) Çev. Berkay Ersöz, Siyasal Kitabevi, Ankara

Adorno, T. ve Horkheimer, M. (2014) Aydınlanmanın Diyalektiği, (Çev. Nihat Ülner ve Elif Öztarhan Karadoğan), Kabalcı Yayıncılık, İstanbul

Akar, E. (2010a) Sosyal Medya Pazarlaması: Sosyal Webde Pazarlama Stratejileri, Efil Yayınevi

Alcántara-Plá, M. (2020) Fuzzy Limits: Researching Discourse in the Internet with Corpora, (Ed.) Hunsinger, J. Allen, M. M. Klasturp, L., Second International Handbook of Internet Research içinde (591-607) Springer Nature B.V., The Netherlands

Allgaier, J. (2020) Science and Medicine on YouTube (Ed.) Hunsinger, J. Allen, M. M. Klasturp, L., Second International Handbook of Internet Research içinde (7-27) Springer Nature B.V., The Netherlands

Althusser, L. (2000) İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları, Çev. Yusuf Alp, Mahmut Özışık, İletişim Yayınları, İstanbul

Ang, I. (2006) On the Politics of Empirical Audience Research, (Ed. Durham, M. G. ve Kellner, D. M.), Media and Cultural Studies içinde (174-194), Blackwell Publishing, MA/USA

Ataman, B. ve Çoban, B. (2018a) ‘Karşı-Gözetim ve Aktivist Yurttaş Gazetecilik’, (Der.) Çoban, B. ve Ataman, B. Panoptikon 2.0: Alternatif Medya ve Karşı-Gözetim, içinde (104-133), Kafka Yayınevi, İstanbul

Atkan, C. C. Ve Vural, İ. Y. (2005) Bilgi Toplumu, Yeni Temel Teknolojiler ve Yeni Ekonomi, (ed.) Atkan, C. C. Ve Vural, İ. Y., Bilgi Çağında Bilgi Yönetimi, içinde (23-52), Çizgi Kitabevi, Konya

Ball, K., Haggerty, K. ve Lyon, D. (2012) Routledge Handbook of Surveillance Studies, Routledge, New York

Barthes, R. (1972) Mythologies, The Noodday Press, New York

Bastos, M. T. (2020) Spatial Analysis Meets Internet Research (Ed.) Hunsinger, J. Allen, M. M. Klasturp, L., Second International Handbook of Internet Research içinde (29-46) Springer Nature B.V., The Netherlands

Baştürk, E. (2018) Göçebe-Düşünce ve Savaş Makinesi: Deleuze’de Karşı-gözetim’in İzini Sürmek, (Der.) Çoban, B. ve Ataman, B. Panoptikon 2.0: Alternatif Medya ve Karşı-Gözetim, içinde (76-103), Kafka Yayınevi, İstanbul

Bauman, Z. (1999) “Küreselleşme: Toplumsal Sonuçları”, çev. Abdullah Yılmaz, İstanbul: Ayrıntı Yayınları

Bauman, Z. (2003) Modernlik ve Müphemlik, Çev. İsmail Türkmen, Ayrıntı Yayınları, İstanbul

Bauman, Z. Ve Lyon, D. (2018) Akışkan Gözetim, çev. Elçin Yılmaz, Ayrıntı Yayınları, İstanbul

Bell, D. (2009) ‘On The Net: Navigating the World Wide Web’ Der. Glen Creeber – Royston Martin, Digital Cultures: Understanding New Media, içinde (30-38) Open University Press: England

Beniger, J. (2011) ‘Kontrol Devrimi’, (Der.) Crownley, D., Heyer, P., ‘İletişim Tarihi: Teknoloji, Kültür, Toplum’, içinde (442, 455) Çev. Berkay Ersöz, Siyasal Kitabevi, Ankara

Benjamin, W. (2015) Teknik Olarak Yeniden-Üretilbilirlik Çağında Sanat Yapıtı, Çev. Gökhan Sarı, Zeplin Kitap, İstanbul

Bennett, C. (2008). The privacy advocates: Resisting the spread of Surveillance, MIT Press, Cambridge

Berensel, E. (2017) Gerilla televizyonundan video-aktivizme, şahit-videosundan medya-aktivizme: Video ile nasıl direnilir? , (Der.) Berensel, E. “Videonun Eylemi” içinde (117-122) Alef Yayınevi, İstanbul

Berger, G. (2001) Configuring Convergence, South Africa: New Media Lab

Bevort, E. ve Breda, I. (2008) Adolescents and the Internet: Media Appropriation and Perspectives on Education, (Ed.) Rivoltella, P. C., Digital Lireacy: Tools and Methodologies for Information Society içinde (140-165), IGI Publishing, New York.

Bigo, D. (2006a) Security, Exception, Ban and Surveillance, (Ed.) Lyon, D. Theorizing Surveillance: The Panopticon and Beyond içinde (46,68), Willan Publishing, USA

Binark, M. Ve Kılıçbay, B. (2005) ‘İnternet, Toplum, Kültür’, (Der.) Binark, M. Ve Kılıçbay, B., Epos Yayınları, Ankara

Blossom, J. (2009) Content Nation: Surviving and Thriving as Social Media Changes Our Work, Our Lives, and Our Future, Wiley Publishing, Indiana

Boots, T. (2017) *Inhabiting Cyberspace and Emerging Cyberplaces, Geographies of Media*, Palgrave Macmillan, Germany

Bottomore, T. (2013) *Frankfurt Okulu ve Eleştirel*, Çev. Ümit Hüsrev Yolsal, Say Yayınları, İstanbul

Bourdieu, P. (1992) *The Logic of Practice*, Stanford University Press, California

Boyle, D. (1997) *Subject To Change: Guerrilla Television Revisited*, Oxford University Press, New York

Bozkurt, V. (2014) 'Endüstriyel ve Post-endüstriyel Dönüşüm', Ekin Basın Yayın Dağıtım, Bursa

Braman, S. (1993) *Commentary*, (Ed.) Babe, R. E. *Information and Communication in Economics içinde*, (92-103), Springer Science+Business Media, New York

Brevini, B. Hintz, A. ve McCurdy, P. (2013) 'Introduction' (Ed.) Brevini, B. Hintz, A. ve McCurdy, P., *Beyond WikiLeaks: Implications for the Future of Communications, Journalism and Society, içinde* (1-10), Palgrave Macmillan, New York

Canetti, E. (2006), *Kitle ve İktidar*, Çev. Gülşat Aygen, Ayrıntı Yayınları, İstanbul

Caron, A. H. (2008) 'Globalisation and New Technology1 : The Challenge for Teachers to Become "Translators" and Children, Knowledge Seekers', (Ed.) Rivoltella, P. C., *Digital Lireacy: Tools and Methodologies for Information Society içinde* (277-291), IGI Publishing, New York

Carrington, V. (2005) 'New textual landscapes, information and early literacy', (ed.) Marsh, J., *Popular Culture, New Media and Digital Literacy in Early Childhood içinde* (10-20), RoutledgeFalmer, New York

Castells, M. (2008) 'Ağ Toplumunun Yükselişi', *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür*, 1. Cilt İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul

Castells, M. (2009) *Communication Power*, Oxford University Press, New York

Castells, M. (2010a) *End of Millennium*, Blackwell Publishers, United Kingdom

Castells, M. (2010b) *The Power of Identity*, Blackwell Publishing, MA / USA

Castells, M. (2015) *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*, Polity Press, UK

Çapar, B. (2005) *Bilgi Yönetimi Yeni Temel Teknolojiler ve Yeni Ekonomi*, (ed.) Atkan, C. C. Ve Vural, İ. Y., *Bilgi Çağında Bilgi Yönetimi, içinde* (110-122), Çizgi Kitabevi, Konya

Chesher, C. (2020) *How Computer Networks Became Social* (Ed.) Hunsinger, J. Allen, M. M. Klasturp, L., *Second International Handbook of Internet Research içinde* (105-125) Springer Nature B.V., The Netherlands

Chomsky, N. (1993) Medya Gerçeği, Çev. Abdullah Yılmaz, Tümsamanlar Yayıncılık, İstanbul

Chomsky, N., Herman, E. (2012) Rızanın İmalatı: Kitle Medyasının Ekonomi-Politiği, Çev. Dr. Ender Abadoğlu, bgst Yayınları, İstanbul

Carey, J. W. (1993) Communications and Economics, (Ed.) Babe, R. E. Information and Communication in Economics içinde, (321-336), Springer Science+Business Media, New York

Cohen, S. (1985) Visions of Social Control- Crime, Punishment and Classification, Polity Press, Cambridge

Cohen, E., D. (2014) Technology of Oppression: Preserving Freedom and Dignity in an Age of Mass, Warrantless Surveillance, Palgrave Macmillan, New York

Çakır, M. (2013) ‘Sosyal Medya ve Gösteri’, Der. Ali Büyükaslan, Ali Murat Kırık, Sosyal Medya Araştırmaları, içinde (11-68), Çizgi Kitabevi Yayınları, Konya

Çakır, M. (2015) İnternette Gösteri ve Gözetim: Eleştirel Bir Okuma, Ütopya Yayınevi, Ankara

Çalışkan, B. (2018) Halk İçin Sızıntı: RedHack Eylemlerinin Sızıntı Gazeteciliği Modeliyle Analizi, (Der.) Çoban, B., Ataman, B., Panoptikon 2.0: Alternatif Medya ve Karşı-Gözetim içinde (301-332), Çev. Tahir Enre Kalaycı, Kafka Yayınevi, İstanbul

Çınarlı, İ. (2013) Stratejik İletişim Yönetimi, Beta Yayınları, İstanbul

Çoban, B. ve Ataman, B. (2018) ‘Giriş’ (Der.) Çoban, B. ve Ataman, B. Panoptikon 2.0: Alternatif Medya ve Karşı-Gözetim, içinde (7-16), Kafka Yayınevi, İstanbul

De Certeau, Michel (1984) The Practice of Everyday Life, University of California Press, Berkeley

Deneçli, C., Deneçli S. (2018) Etkileyen Pazarlama ve Fenomenler, (Ed.) Gaye Aslı Sancar Demren, ‘Kurumların Yeni İletişim Biçimleri’, içinde (189, 209) Beta Yayıncılık, İstanbul

Dijk, J. (2006) The Network Society, SAGE Publications, London

Dobson, A. (2014) Listening for Democracy: Recognition, Representation, Reconciliation, Oxford University Press, UK

Dolgun, U. (2015) Şeffaf Hapishane Yahut Gözetim Toplumu, Ötüken Yayıncılık, İstanbul

Eagleton, T. (2000) The Idea of Culture, Blackwell Publishing, USA: Malden

Einstein, M. (2018) Dijital Reklamın Gizli Dünyası: İçerik Pazarlaması ve Doğal Görünen Reklamlar, Çev. Damla Tanla, The Kitap Yayınları, İstanbul

Eliot, T. S. (1948) Notes towards the Definition of Culture, Faber and Faber Limited, London

Ellul, J. (2003) Teknoloji Toplumu, Çev. Musa Ceylan, Bakış Yayınları, İstanbul

Engels, F. (1977) Doğanın Diyalektiği, Çev. Arif Gelen, Sol Yayınları, Ankara

Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2005) Öteki Kuram: Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi, ERK Yayıncılık, Ankara

Erdoğan, İ. (2011) İletişimi Anlamak, Pozitif Matbaacılık, Ankara

Ergur, A. (2016) Finans Kapitalizminin İçselleştirilmiş Mantığı Olarak Gözetim, (Der.) Çoban, B. ve Ataman, B., Gözetim Toplumu: Panoptikon, içinde (5-13) Ege Basım, İstanbul

Ericson, R. ve Haggerty K. (1997) Policing the Risk Society, Toronto: University of Toronto Press

Ewen, S. (1996) 'PR! A Social History of Spin', Basic Books, United States

Farkas, J. ve Neumayer, C. (2020) Disguised Propaganda from Digital to Social Media (Ed.) Hunsinger, J. Allen, M. M. Klasturp, L., Second International Handbook of Internet Research içinde (707-723) Springer Nature B.V., The Netherlands

Fiske, J. (2003) İletişim Çalışmalarına Giriş, Çev. Süleyman İrvan, Bilim ve Sanat, Ankara

Foth, M. vd. (2020) Today's Internet for Tomorrow's Cities: On Algorithmic Culture and Urban Imaginaries, (Ed.) Hunsinger, J. Allen, M. M. Klasturp, L., Second International Handbook of Internet Research içinde (725-746) Springer Nature B.V., The Netherlands

Foucault, M. (1992) Hapishanenin Doğuşu, Çev. Mehmet Ali Kılıçbay, İmge Yayınları, Ankara

Foucault, M. (2012) İktidarın Gözü, Çev. Işık Ergüden, Ayrıntı Yayınları, İstanbul

Fuchs, C., ve diğ. (2012) Introduction, (Ed.) Fuchs, C., Boersma, K., Albrechtslund, A., vd., 'Internet and Surveillance: The Challenges of Web 2.0 and Social Media', içinde (1-28), Routledge, New York

Fuchs, C. (2012a) 'Critique of the Political Economy of Web 2.0 Surveillance', Der. Fuchs, C., Boersma, K., Albrechtslund, A., Sandoval, M., Internet and Surveillance: The Challenges of Web 2.0 and Social Media, içinde (31, 70), Routledge, New York

Gabriel, P. (2005) Introduction (Ed. Gregory, S., Caldwell, G. vd.), Video for Change: A Guide for Advocacy and Activism, içinde (X-XIV) Pluto Press, London

Geray, H. (2019) Medyanın Yeni Ekonomisinde Kurumsal İletişim: Gazeteler, Televizyonlar, Reklamcılık ve Halkla İlişkilerde Dijital Dönüşüm, Ütopya Yayınevi, Ankara

Gere, C. (2008) Digital Culture, Reaktion Books, London

Geuss, R. (2002) Eleştirel Teori: Habermas ve Frankfurt Okulu, Çev. Ferda Keskin, Ayrıntı Yayınları, İstanbul

Giddens, A. (1993) Sosyolojik Yöntemin Yeni Kuralları: Yorumcu Sosyolojilerin Pozitif Eleştirisi, Çev. Ümit Tatlıcan ve Bekir Balkız, Paradigma Yayınları, İstanbul

Giddens, A. (1994) Modernliğin Sonuçları, Çev. Ersin Kuşdil, Ayrıntı Yayınları, İstanbul

Giddens, A. (2000) Tarihsel Materyalizmin Çağdaş Eleştirisi, Çev. Ümit Tatlıcan, Engin Yayıncılık, İstanbul

Giddens, A. (2007) Beyond Left and Right: The Future of Radical Politics, Polity Press, Cambridge

Giddens, A. (2008) Ulus, Devlet ve Şiddet, Çev. Cumhur Atay, Kalkedon Yayınları

Giddens, A. (2012) Sosyoloji, (Çev. Hüseyin Özel, Abdülkadir Sönmez vd.), Kırmızı Yayınları, İstanbul

Gilliom, J. ve Monahan, T. (2013) Supervision: An Introduction to The Surveillance Society, The University of Chicago

Gökalp, E. (2017) Frankfurt Okulu, (Ed.) Suğur, S., Modern Sosyoloji Tarihi, içinde (174-199), Anadolu Üniversitesi Basımevi, Eskişehir

Gramsci, A. (2012) Hapishane Defterleri, (Ed.) Buttigieg, J. A., Çev. Barış Baysal, Kalkedon Yayınları, İstanbul

Graham, S. (2004a) Introduction, (Ed.) Graham, S., 'The Cybercities Reader' içinde (2-29), Routledge, London

Graham, S. (2004b) The Software-Sorted City: Rethinking the 'Digital Divide', (Ed.) Graham, S., 'The Cybercities Reader' içinde (324-327), Routledge, London

Gurevitch, M. (2005) "Large corporations and the control of the communications industries", Michael Gurevitch, Tony Bennett, James Curran ve Janet Woollacott (Ed.), Culture, Society and the Media, içinde (114-147), Routledge, London

Güngör, N. (2016) İletişim- Kuramlar- Yaklaşımlar, Siyasal Kitabevi, Ankara

Habermas, J. (2001) İletişimsel Eylem Kuramı: İşlevselci Aklın Eleştirisi Üzerine (1. ve 2. Cilt), Çev. Mustafa Tüzel, Kabcacı Yayınevi, İstanbul

Habermas, J. (2003) Kamusallığın Yapısal Dönüşümü, Çev. Tanıl Bora ve Mithat Sancar, İletişim Yayınları, İstanbul

Haggerty, K., D. (2006) Tear Down The Walls: on Demolishing The Panopticon, (Ed.) Lyon, D. Theorizing Surveillance: The Panopticon and Beyond içinde (23, 45), Willan Publishing, USA

Hall, S. (2006) Encoding/Decoding, (Ed. Durham, M. G. ve Kellner, D. M.), Media and Cultural Studies içinde (163-173), Blackwell Publishing Blackwell Publishing, MA/USA

Harding, T. (2001) The Video Activist Handbook, Pluto Press, London

Hebdige, D. (2002) Subculture: The Meaning Of Style, Routledge, London and New York

Heywood, A. (2013) Siyasi İdeolojiler: Bir Giriş, Çev. Ahmet K. Bayram vd., Adres Yayınları, Ankara

Hilbert, M. ve Katz, J. (2003) Building an Information Society: a Latin American and Caribbean Perspective, ECLAC, United Nations

Himanen, P., Torvalds, L. ve Castells, M. (2001) The Hacker Ethic, Random House, New York

Hjarvard, S. (2020) Networks of Change: The Sociology of Network Media, (Ed.) Hunsinger, J. Allen, M. M. Kastrup, L., Second International Handbook of Internet Research içinde (239-261) Springer Nature B.V., The Netherlands

Holmes, D. (2005) Communication Theory: Media, Technology and Society, SAGE Publications, London

Ibahrine, M. (2020) Digitally Researching Islam, (Ed.) Hunsinger, J. Allen, M. M. Kastrup, L., Second International Handbook of Internet Research içinde (785-798) Springer Nature B.V., The Netherlands

Innis, H. A. (2008) The Bias of Communication, University of Toronto Press, Toronto

Iosifidis, P. (2011) Global Media and Communication Policy, Palgrave Macmillan, New York

Isin, E., & Ruppert, E. (2015), Being Digital Citizens, London, UK: Rowman & Littlefield

Jenkins, H., vd. (2006) Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century, The MacArthur Foundation, Chicago

Jenkins, H. (2006) Convergence Culture: Where Old And New Media Collide, New York University Press, New York and London

Jenkins, H. (2018) Cesur Yeni Medya: Teknolojiler ve Hayran Kültürü, İletişim Yayınları, İstanbul

Jolls, T. ve Thomas, E. (2008) 21. Yüzyıl Okuryazarlığı: Medya Okuryazarlığına Genel Bir Bakış ve Sınıf İçi Etkinlikler, Çev. Cevat Elma vd., Ekonoks Yayınevi, Ankara

Karaganis, J. (2007) Presentation, (Ed.) Karaganis, J. Structures of Participation in Digital Culture içinde (8-16), Social Science Research Council, New York

Kahn, R. ve Kellner, D. M. (2006) Oppositional Politics and the Internet: A Critical/Reconstructive Approach, (Ed. Durham, M. G. ve Kellner, D. M.), Media and Cultural Studies içinde (703-725), Blackwell Publishing Blackwell Publishing, MA/USA

Kesim Güven, S. (2016) Gözetimin Toplumsal Meşruiyeti, (Der.) Çoban, B. ve Ataman, B., Gözetim Toplumu: Panoptikon, içinde (15-31) Ege Basım, İstanbul  
Kellner, D. M. ve Durham, M. G. (2006) Media and Cultural Studies: KeyWorks, Blackwell Publishing, MA / USA

Kılıçbay, B. (2005) ‘Bir Teknoloji Söyleminden Parçalar: Enformasyon ve İletişim Teknolojileri Kuramlarına Tarihsel Bakış’, (Der.) Binark, M. Ve Kılıçbay, B., ‘İnternet, Toplum, Kültür’ içinde (15, 31) Epos Yayınları, Ankara

Kingsnorth, S. (2017) Dijital Pazarlama Strateji: Çevrimiçi (online) Pazarlamaya Bütünleşik Bir Yaklaşım, Çev. Laden İldeniz, Nobel Yayıncılık, Ankara

Klous, S. ve Wielaard, N. (2016) We are Big Data: The Future of the Information Society, Atlantis Press, Amsterdam

Kuzu Demir, E. B. (2019) Bilişim Hukuku ve Suçları, (Ed.) Odabaşı, H. F. ve Ozan Leymun, Ş., Bilişim Etiği ve Güvenliği, Nobel Yayınları

Larsen, M. ve Raudaskoski, P. (2020) Nexus Analysis as a Framework for Internet Studies (Ed.) Hunsinger, J. Allen, M. M. Kastrup, L., Second International Handbook of Internet Research içinde (815-834) Springer Nature B.V., The Netherlands

Lears, J. (2011) Reklamcılık ve Kitle Toplumu Fikri, (Der.) Crownley, D., Heyer, P., ‘İletişim Tarihi: Teknoloji, Kültür, Toplum’ içinde (293, 300) Çev. Berkay Ersöz, Siyasal Kitabevi, Ankara

Lessig, L. (2006) Code: Version 2.0, Basic Books, New York

Lewis, D. M. (2003) ‘Online news: a new genre?’, (Ed.) Aitchison, J. ve Lewis, D. M. New Media Language, içinde (95-104), Routledge, London ve New York

Lievrouw, L. A. (2011) Alternative and Activist New Media: Digital Media and Society Series, Polity Press, Cambridge

Lindley, R. (1986) Autonomy, Macmillan Education, London

Linklater, A. (2007) “Critical Theory and World Politics: Citizenship, Sovereignty and Humanity”, Routledge, New York

Lippmann, W. (1998) Public Opinion, Transaction Publishers, New Jersey

Lokke, E. (2018) “Mahremiyet: Dijital Toplumda Özel Hayat” Çev. Dilek Başaran, Koç Üniversitesi Yayınları, İstanbul

Lyon, D. (1996) The Roots of the Information Society Idea, (Ed.) Heap, N. Thomas, R., Einon, G. vd., Information, Technology and Society içinde (54-73), SAGE Publications, London

Lyon, D. (1997) Elektronik Göz, Çev. Dilek Hattatoğlu, Sarmal Yayınevi, İstanbul

Lyon, D. (2006a) Gözetlenen Toplum, Çev. Gözde Soykan, Kalkedon Yayıncılık, İstanbul

Lyon, D. (2006b) The Search for Surveillance Theories (Ed.) Lyon, D. Theorizing Surveillance: The Panopticon and Beyond içinde (3-20), Willan Publishing, USA

Lyon, D. (2013). Gözetim Çalışmaları, Çev. Ali Toprak, Kalkedon Yayıncılık, İstanbul

Maigret, E. (2004) Medya ve İletişim Sosyolojisi, Çev. Halime Yücel, İletişim Yayınları, İstanbul

Mangat, R. (2020) Diversity: The Military's Representation of Diversity on Social Media, (Ed.) Hunsinger, J. Allen, M. M. Klastrup, L., Second International Handbook of Internet Research içinde (395-412) Springer Nature B.V., The Netherlands

Manovich, L. (2002) The Language of New Media, Cambridge: MIT Press

Manovich, L. (2011) Medya Nasıl Yeni Medya Oldu?, (Der.) Crownley, D., Heyer, P., 'İletişim Tarihi: Teknoloji, Kültür, Toplum', içinde (467, 471) Çev. Berkay Ersöz, Siyasal Kitabevi, Ankara

Marcuse, H. (2007) One-Dimensional Man: Studies in the Ideology of Advanced Industrial Society, Routledge, London and New York

Marsh, J. (2005) 'Ritual, performance and identity construction: Young children's engagement with popular cultural and media texts', (ed.) Marsh, J., Popular Culture, New Media and Digital Literacy in Early Childhood içinde (21-38), RoutledgeFalmer, New York

Marx, G. (2016) Windows Into the Soul: Surveillance and Society in an Age of High Technology, The University of Chicago Press

McChesney, R. (1999) Küresel İletişimin Politik Ekonomisi, (Der.) McChesney, R., Wood, E. M., Foster, J. B., 'Kapitalizm ve Enformasyon Çağı: Küresel İletişim Devriminin Politik Ekonomisi', içinde (7, 38) Çev. Nil Senem Çıngır, Erhan Baltacı, Özge Yalçın, Epos Yayınları, Ankara

McLellan, D. (2005) İdeoloji, Çev. Barış Yıldırım, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları

Mcluhan, M. (1962) The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man, University of Toronto Press, Canada

Mcluhan, M., Fiore, Q. (2001) The Medium Is The Message: An Inventory of Effects, Gingko Press, California

Mcluhan, M. ve Powers, B. R. (2001) Global Köy (çev. B. Öcal Düzgören) Scala Yayıncılık: İstanbul

Melgaço, L. ve Monaghan, J. (2018) "Introduction" (Ed.) Melgaço, L. ve Monaghan, J, içinde Protests in the Information Age: Social Movements, Digital Practices and Surveillance (1-17), Routledge, New York

Merchant, G. (2005) 'Barbie meets Bob the Builder at the Workstation: Learning to write on screen', (ed.) Marsh, J., Popular Culture, New Media and Digital Literacy in Early Childhood içinde (138-152), RoutledgeFalmer, New York

Milan, S. (2013) Social Movements and Their Technologies: Wiring Social Change, Palgrave Macmillan, New York

Miller, D. ve Dinan, W. (2008) A Century of Spin: How Public Relations Became the Cutting Edge of Corporate Power, Pluto Press, London

Mitchell, W. J. (1995) City of Bits: Space, Place and the Infobaht, Cambridge, Mass., MIT Press

Monahan, T. (2006a) Surveillance and Security: Technological Politics and Power in Everyday Life, Routledge, New York

Morley, D. (1992) Television, Audiences and Cultural Studies, Routledge, New York

Mosco, V. (1993) The Political Economy of Communication: Lessons From The Founders, Ed. Babe, R., 'Information and Communication in Economics', içinde (105,123), Springer Science & Business Media, New York

Mosco, V. (2009) The Political Economy of Communication, SAGE Publications, London

Moyo, L. (2009) 'Digital Democracy: Enhancing the Public Sphere' (ed.) Glen Creeberg ve Royston Martin 'Digital Cultures: Understanding New Media' içinde (139-150), New York: Open University Press

Murdock, G. (2005) Large corporations and the control of the communications industries, Michael Gurevitch, Tony Bennett, James Curran ve Janet Woollacott (Ed.), Culture, Society and the Media, içinde (114-147), Routledge, London

Negroponte, N. (1995) Being Digital, Hodder and Stoughton, London

Newman, A. ve Thomas, J. (2009) Enterprise 2.0 Implementation, Mc-Graw Hill, Newyork

Odabaşı, H. F. ve Ozan Leymun, Ş. (2019) Bilişim Etiği ve Güvenliği, Nobel Yayınları, Ankara

Ogura, T. (2006) Electronic Government and Surveillance-Oriented Society, (Ed.) Lyon, D. Theorizing Surveillance: The Panopticon and Beyond içinde (270-295), Willan Publishing, USA

Öğüt, S. ve Dilmen, N. E. (2018) Dijimorfoz: Dijital Dönüşüm Üzerine Notlar, Abaküs Yayınları, İstanbul

Özçetin, B. (2019) Kitle İletişim Kuramları: Kavramlar, Okullar ve Modeller, İletişim Yayınları, İstanbul

Peltekoğlu, F. (2014) Halkla İlişkiler Nedir?, Beta Yayınları, İstanbul

Pickering, J. (1999) Designs on the City: Urban Experience in the Age of Electronic Reproduction, (Ed.) Downey, J. ve McGuigan, J., Technocities içinde, (168-185), SAGE Publications, London

Pillay, S. (2005) Video as Evidence, (Ed. Gregory, S., Caldwell, G. vd.), Video for Change: A Guide for Advocacy and Activism, içinde (209-232) Pluto Press, London

Pimenta, E. D. M. (2010) The City of Sun: Panopticon, Synopticon and Omnipticon - Big Brother and The Giant with Thousand Eyes. (Der.) Pimenta, E. D. M., Low Power Society- Continuous Hyperconsumption and The End of The Medium Class in A Hyperurban Planet, içinde (260-303), ASA Art and Technology UK Limited

Pool, I. S. (1983) Technologies of Freedom: On Free Speech in an Electronic Age, Harvard University Press, Cambridge, Mass

Renzi, A. and Langlois, G. (2015) "Data Activism" Elmer, G. ve diğ. (eds.), Compromised Data: New paradigms in social media theory and methods, içinde (202-225) Bloomsbury, London

Reynolds, A. (2020) Digital Activism Within Post-Fordism: Interventions Between Assimilation and Exclusion, (Ed.) Hunsinger, J. Allen, M. M. Klasturp, L., Second International Handbook of Internet Research, içinde (469-488), Springer Nature B.V., The Netherlands

Rice Lincoln, S. (2009) Mastering Web 2.0: Transform your business using key website and social media tools, Kogan Page, London and Philadelphia

Rice, R. M. (2018) NSA'nın Veri Toplamasına Medya Aktivizmi ve Kamusal Aşağıdan Gözetim ile Karşı Koymak, (Der.) Çoban, B., Ataman, B., Panoptikon 2.0: Alternatif Medya ve Karşı-Gözetim içinde (250-274), Çev. Tahir Enre Kalaycı, Kafka Yayınevi, İstanbul

Rigby, B. (2009) Mobilizing Generation 2.0: A Practical Guide to Using Web 2.0 Technologies to Recruit, Organize and Engage Youth, Jossey-Bass, San Francisco

Rigel, N., ve diğ. (2005) Kadife Karanlık: McLuhan-Foucault-Chomsky-Baudrillard-Postman-Lacan-Zizek, Su Yayınevi, İstanbul

Rivoltella, P. C. (2008) Digital Literacy: Tools and Methodologies for Information Society, IGI Publishing, New York.

Ritzer, G. (2000) Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek: Tüketim Katedrallerindeki Süreklilik ve Değişim, Çev. Funda Payzin, Ayrıntı Yayınları, İstanbul

Robins, K. (1992) İmaj: Görmenin Kültür ve Politikası, Çev: N. Türkoğlu, Ayrıntı Yayınları, İstanbul

Robins, K., Webster, F. (2005) Times of The Technoculture: From The Information Society to The Virtual Life, Routledge, London

Rose, N. (1996) Powers of Freedom: Reframing Political Thought, Cambridge: Cambridge University Press

Ryan, D. Ve Jones, C. (2009) Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation, Kogan Page, London and Philadelphia

Salter, M. B. (2005) At The Threshold of Security: A Theory of İnternational Borders, (Ed.) Zuerik, E., ve Salter, M. B., Global Surveillance and Policing: Borders, security, identity, içinde (36-50), Willan Publishing, UK

Sandoval, M. (2012) Ciritical Internet Surveillance Studies and Economic Surveillance, (Ed.) Fuchs, C., Boersma, K., Albrechtslund, A., vd., 'İnternet and Surveillance: The Challenges of Web 2.0 and Social Media', içinde (1-28), Routledge, New York

Scmandt-Besserat, D. (2011). Yazının En Eski Öncüsü, (Der.) Crownley, D., Heyer, P., 'İletişim Tarihi: Teknoloji, Kültür, Toplum', içinde (35, 47) Çev. Berkay Ersöz, Siyasal Kitabevi, Ankara

Scott, J. C. (1985) Weapons of the Weak: Everyday Forms of Peasant Resistance, Yale University Press, London

Seemiller, C. ve Grace, M. (2019) Generation Z: A Century in the Making, Routledge, Oxon ve New York

Sennett, R. (2005) Otorite, Çev. Kamil Durand, Ayrıntı Yayınları, İstanbul

Sharkey, J. ve Brandt, S. (2008) Integrating Technology Literacy and Information Literacy, (Ed.) Rivoltella, P. C., Digital Liretacy: Tools and Methodologies for Information Society içinde (85-97), IGI Publishing, New York

Shirky, C. (2008) Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations, Penguin Books, England

Slater, P. (1998) Frankfurt Okulu, Kabalcı Yayınevi, İstanbul

Staples, W. (2013) Everyday Surveillance: Vigilance and Visibility in Postmodern Life, New York: Rowman and Littlefield

Stevenson, N. (2002) Understanding Media Cultures: Social Theory and Mass Communication, SAGE Publications, London

Storey, J. (2000) Popüler Kültür Çalışmaları: Kuram ve Metodlar, Çev. Koray Şahin, Basil Yayınları, İstanbul

- Tanrıbilir, R. N. (2015) Yeni Medya ve İletişimsel Yaklaşımlar, Kriter Yayınevi, İstanbul
- Taş, O. (2007) Şebeke Toplumunda Direniş: Hacker Kültürü ve Teknoloji Etiği, (Ed.) Binark, M., Yeni Medya Çalışmaları içinde (309-344), Dipnot Yayınları, Ankara
- Timisi, N. (2005) Sanallığın Gerçekliği, (Der.) Binark, M. Ve Kılıçbay, B., ‘İnternet, Toplum, Kültür’ içinde (89, 105) Epos Yayınları, Ankara
- Toffler, A. (1992) ‘Yeni Güçler, Yeni Şoklar’, Çev. Belkıs Çorakçı, Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul
- Toffler, A. (2008) Üçüncü Dalga: Bir Fütürist Ekonomi Analizi Klasığı, Koridor Yayıncılık, İstanbul
- Tomlinson, J. (1999) Kültürel Emperyalizm: Eleştirel Bir Giriş, (Çev. Emrehan Zeybekoğlu), İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Tredinnick, L. (2008) Digital Information Culture: The individual and society in the digital age, Chandos Publishing, Oxford
- Turow, J. (2015a) ‘İzleniyoruz: Yeni Reklam Sektörünün Elindeki Kimliğimiz ve Değerimiz’, Çev. Mirel Benveniste, Hil Yayın, İstanbul
- Tutal Cheviron, N. (2014) Küresel İletişim, Ekslibris Yayıncılık, İstanbul
- Uğurlu, S. (2017) Yeni Medya’da Stratejik İletişim Yönetimi, Yayınları, İstanbul
- Van Rossum, S. (2018) Public Opinion on Twitter: A Case Study on Palm Oil, TUDelft
- Webster, F., Ball, K. (2003) Intensification of Surveillance: Crime, Terrorism and Warfare in the Information Age, Londra: Pluto Pres
- Webster, F. (2006) Theories of the Information Society, Routledge, London
- Weinberg, T. (2009) The New Community Rules: Marketin on the Social Web, O’Reilly, California
- Westin, A. (1967) Privacy and Freedom, Ig Publishing, New York
- Wilson, M. I., Kellerman, A. ve Corey, K. E: (2013) ‘Global Information Society: Technology, Knowledge, and Mobility’, Rowman & Littlefield Publishers, UK
- Witt, G. L. ve Baird, D. E. (2018) The Gen Z Frequency: How Brands Tune in & Build Credibility, Kogan Page, UK
- Yaylagül, L. (2013) Kitle İletişim Kuramları, Dipnot Yayınları, Ankara

## Makaleler

Abowitz, K. K. (2000) A Pragmatist Revisioning of Resistance Theory, *American Educational Research Journal* 37 (4): 877- 907

Abu-Fadil, M. (2004) Media Literacy: Awareness vs. Ignorance, Young People & the Media (Paper Presented at Seminar), May 25-27

Aghajani, M. ve Gholamrezapour, E. (2019) ‘Critical Thinking Skills, Critical Reading and Foreign Language Reading Anxiety in Iran Context’, *International Journal of Instruction*, 12(3): 219-238

Akar, E. (2010b) Sanal Toplulukların Bir Türü Olarak Sosyal Ağ Siteleri – Bir Pazarlama İletişimi Kanalı Olarak İşleyişi, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Vol. 10, Sayı 1, Ocak, ss. 107-122

Aktan, C. C. ve Tutar, H. (2007) “Bir Sosyal Sabit Sermaye Olarak Kültür”, *Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi*, 6(20)

Albrechtslund, A. ve Dubbeld, L. (2005) The Plays and Arts of Surveillance: Studying Surveillance as Entertainment, *Surveillance & Society*, 3(2/3): s. 216-221

Altınbaş Sarıgül, F. (2018) The Changing Types of Social Surveillance Through Globalization, *International Journal of Social Sciences*, 4(2), 200-211

Altunbay, M. ve Bıçak, N. (2018) Türkçe Eğitimi Derslerinde “Z Kuşağı” Bireylerine Uygun Teknoloji Tabanlı Uygulamaların Kullanımı, *ZfWT*, 10(1): 127-142

Amedie, J. (2015) The Impact of Social Media on Society, *Advanced Writing: Pop Culture Intersections*, 2, Santa Clara University, [http://scholarcommons.scu.edu/engl\\_176/2](http://scholarcommons.scu.edu/engl_176/2)

Andrejevic, M. ve Gates, K. (2014) Big Data Surveillance: Introduction, *Surveillance & Society*, 12(2): 185-196

Anderson, M. ve Jiang, J. (2018) Teens, Social Media & Technology 2018, Pew Research Center, May 31

Aufderheide, P. (1993). Media Literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy, The Aspen Institute, Washington, DC

Augusto, F., Simoes, M. (2017) “To See and Be Seen, To Know and Be Known: Perceptions and Prevention Strategies On Facebook Surveillance” *Social Science Information*, Vol. 56(4) 596–618

Ataman, B. ve Çoban, B. (2018b) Counter-surveillance and alternative new media in Turkey, *Information, Communication & Society*, 21(7), 1014-1029

Avcı, Ö. (2015) Dijital Yaşamın Dijital Özne(l)leri: Herkes ya da Hiç Kimse, *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1)

Balay, R. (2004) 'Küreselleşme, Bilgi Toplumu ve Eğitim', Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 37(2): 61-82

Balkin, J. M. (2004) Digital Speech and Democratic Culture: A Theory of Freedom of Expression for the Information Society, Yale Law School Faculty Scholarship Series, 240

Baltacı, A. (2017) Nitel Veri Analizinde Miles-Huberman Modeli, Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (AEÜSBED), 3(1): 1-15

Bayraç, H. N. (2003) 'Yeni Ekonomi'nin Toplumsal, Ekonomik ve Teknolojik Boyutları', Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt. 4, Sayı.1, pp. 41-62

Bennett, L. (2012) "The Personalization of Politics: Political Identity, Social Media, and Changing Patterns of Participation", ANNALS, AAPSS, 644: 20–39.

<https://www.dhi.ac.uk/san/waysofbeing/data/citizenship-robson-bennett-2012a.pdf>

Bigo, D. (2006b) Globalized In(security): The Field and The Ban-Opticon, <https://pdfs.semanticscholar.org/38c8/5b44b69cddfc45bb54f57e6eaf088f3e2d44.pdf>

Binark, M. (2015) Dijital Kuşaklar: Dijital Kuşaklar Nasıl Çalışılmalı?, TBD 32 Ulusal Bilişim Kurultayı, 5 Aralık, Ankara

Bitirim Okmeydan, S. (2017) Postmodern Kültürde Gözetim Toplununun Dönüşümü: 'Panoptikon'dan 'Sinoptikon' ve 'Omniptikon'a, Online Academic Journal of Information Technology, 8 (30)

Bozkurt, V. (2000). Gözetim ve İnternet: Özel Yaşamın Sonu mu? ISGUC The Journal of Industrial Relations and Human Resources, 3(2)

Bruns, A. ve Bahnisch, M. (2009) 'Social Media: Tools for User-Generated Content Social Drivers behind Growing Consumer Participation in User-Led Content Generation', Smart Services CRC, Volume 1

Burrows, R. ve Gane, N. (2006) Geodemographics, Software and Class, Sociology, 40 (5), 793-812

Canpolat, E. (2012) Teknolojik Belirlenimcilikte Bir Uğrak: Computopia, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı 17: 43-63

Chadwick, A. ve May, C. (2003) "Interaction between States and Citizens in the Age of the Internet: 'e-Government' in the United States, Britain, and the European Union", Governance: An International Journal of Policy, Administration, and Institutions, 16(2)

Chenou, J. M. ve Cepeda-Másmela, C. (2019) NiUnaMenos: Data Activism From the Global South, Television & New Media 1–16

Chomsky, Noam (1997). "What Make Mainstream Media Mainstream?", Z Magazine, October, <https://chomsky.info/199710/>

Christl, W. (2017) "Corporate Surveillance in Everyday Life: How Companies Collect, Combine, Analyze, Trade, And Use Personal Data On Billions", A Report By Cracked Labs, 2017  
[https://crackedlabs.org/dl/CrackedLabs\\_Christl\\_CorporateSurveillance.pdf](https://crackedlabs.org/dl/CrackedLabs_Christl_CorporateSurveillance.pdf)

Cohen, S. (1979) *The Punitive City: Notes on The Dispersal of Social Control*, Elsevier Scientific Publishing Company

Constantinides, E. Ve Fountain, S. J. (2008) Conceptual Foundations and Marketing Issues, *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, Special Issue Papers, Vol. 9 No: 3, ss: 231-244

Cook, N. (2006) *Technological Revolutions and the Gutenberg Myth in Internet Dreams, The New Media Theory Reader*  
<https://www.studocu.com/en/document/universitatea-alexandru-ioan-cuza-relatii-publice/lecture-notes/cook-technological-revolutions-and-the-gutenberg-myth/2563692/view>

Çaycı, B. ve Karagülle, A. E. (2014) X Kuşağından Z Kuşağına Değişen Mahremiyet Algısı, *International Trends and Issues in Communication & Media Conference*

Çelenk, S. (2010) Ayrımcılık ve Medya, *Televizyon Haberciliğinde Etik*, 211-228

Çınarlı, İ. (2004) *Döngü Uzmanları (Spin Doctors), Medyatik Yalan ve Kamu Manipülasyonu*, Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Akademik Yayını, No: 1

De Souza, R. R. M. (2014) 'Inverse Surveillance, Activist Journalism and the Brazilian Protests: The Midia NINJA Case', *Birkbeck Law Review*, 2(2): 211-228

Deleuze, G. (1992) 'Postscript on the Societies of Control' *October*, 59: s. 3-7

Dencik, L. ve Cable, J. (2017) The Advent of Surveillance Realism: Public Opinion and Activist Responses to the Snowden Leaks, *International Journal of Communication* 11, 763-781

Deuze, M. (2005) Participation, Remediation, Bricolage: Considering Principal Components of a Digital Culture, *The Information Society* 22(2): 63-75

Diamond, L. (2010) "Liberation Technology", *Journal of Democracy*, 21(3), 69-83

Dimock, M. (2019) Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins, *Pew Research Center*, <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>

Durmuş, M. (2012) Yeniden Kamusalılık! Kamusalılığı Yeniden Tanımlamak ya da Yerine Devrimci Bir Seçenek Koymak?, *Türk Tabipleri Birliği Mesleki Sağlık Ve Güvenlik Dergisi*, Temmuz-Aralık

Durutürk, B. (2018) Michel Foucault'nun İktidar ve Özne Kavramlarına Bir Bakış: Gözetim Toplumu, *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi* 53(3): 959-972

Dutton, W. H. (2009) The Fifth Estate Emerging through the Network of Networks, Prometheus, Taylor & Francis Journals, 27(1): 1-15

Duva, Ö. (2017). "Mitleşen Aydınlanma, Araçsallaşan Rasyonalite", İzmir Felsefe Günleri 2012-2016 Bildiri Kitabı. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları: 37-50

Ergur, A. (1998) "Elektronik Denetimin Sınırlarında Demokrasi", Birikim Dergisi, Sayı 110, <http://www.birikimdergisi.com/birikim-yazi/4689/elektronik-denetimin-sinirlarinda-demokrasi#.XYfMVSgzY2w>

Farinosi, M. (2011) "Deconstructing Bentham's Panopticon: The New Metaphors of Surveillance in the Web 2.0. Environment", Triple C: Cognition, Communication, Co-operation, 9 (1) s. 62-76

Fisher, R. (2010) Teaching Thinking in the Classroom, Education Canada, 47(2)  
Fuchs, C. (2012b) "Political Economy and Surveillance Theory" <http://fuchs.uti.at/wp-content/MarxSurveillance.pdf>

Garda, B. ve Temizel, M. (2016) Bilgi Çağında Eğitim, Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi Sayı: 12: 23-43

Gee, J. P. (2000) The new literacy studies: from socially situated to the work of the social, University of Lancaster, Conference

Gençoğlu, A. Y. (2014) Eski ve Yeni Paradigmalar Açısından Sosyal Hareketler, İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 3(2): 305-323

Gökarp, E. (2009) "Ünite 12: Medya, Kitle İletişimi ve Toplum", Sosyolojiye Giriş, Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları, Eskişehir

Graham, S., Wood, D. (2003) Digitising Surveillance: Categorisation, Space, Inequality, University of Newcastle, Critical Social Policy 23(2)

Guglielmino, L. M. (2013) The Case for Promoting Self-Directed Learning in Formal Educational Institutions, SA-eDUC JOURNAL 10(2)

Güdekli, A. (2016) Gündem Belirleme Kuramı Bağlamında Yazılı Basın ile Twitter Gündeminin Karşılaştırmalı Analizi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 35: 151-163

Güven, O., Ö. (2014) Gözetim Tekniklerinin Güç İlişkileri Bağlamında Dönüşümü ve Toplumsal Denetim, Atatürk İletişim Dergisi, Sayı: 7

Güzel, M. (2006) Küreselleşme, İnternet ve Gençlik Kültürü, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Küresel İletişim Dergisi, Sayı 1

Haggerty, K. and Ericson, R. (2000) 'The Surveillant Assemblage' British Journal of Sociology, Vol. No. 51 Issue No. 4 pp. 605-622

Harputlu, S. M. ve Kendirli, S. (2019) An Assessment on the Financial Literacy Level Of Generation Z, (Ed.) Uçak, H., 3rd International Conference on Economic Research içinde (56-61), 24-25th October

Hiebert, Ray E. (2005) "Commentary: New Technologies, Public Relations and Democracy", *Public Relations Review*, 31: 1–9

Hintz, A., Dencik, L. ve Wahl-Jorgensen, K. (2017) Digital Citizenship and Surveillance Society, *International Journal of Communication* 11: 731–739

Hodkinson, C. (2019) 'Fear of Missing Out' (FOMO) marketing appeals: A conceptual model', *Journal of Marketing Communications*, 25(1): 65–88

Hollander, J. A. ve Einwohner, R. L. (2004) Conceptualizing Resist, *Sociological Forum*, 19(4)

Holtgrewe, U. (2004). Articulating the speed(s) of the Internet: the case of open source/free software, *Time&Society*,13(1)

Hope, A. (2005) Panopticism, Play and The Resistance of Surveillance: Case Studies of The Observation of Student Internet Use in UK Schools, *British Journal of Sociology of Education*, 26 (3)

Horn, R. A. (2019) Developing a Critical Awareness of the Hidden Curriculum through Media Literacy, *The Clearing House*, 76(6)

ICrossing (2007) What is social media?

[https://www.icrossing.com/uk/sites/default/files\\_uk/insight\\_pdf\\_files/What%20is%20Social%20Media\\_iCrossing\\_ebook.pdf](https://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf)

Jones, R. (2000) Digital Rule: Punishment, Control and Technology, *Punishment and Sociology* 2(1): s. 5-22

Juris, J. S. (2005) The New Digital Media and Activist Networking within Anti Corporate Globalization Movements, *American Academy of Political and Social Science*, Cilt 597: 89-208

Kaban Kadioğlu, Z. (2018) Türkiye’de Medya Sahipliği Ekseninde Mülkiyet Yapılarındaki Değişimin Kronolojik Analizi, *İnsan&İnsan*, 5(16), 100-120

Karabulut, B. (2015) Bilgi Toplumu Çağında Dijital Yerliler, Göçmenler ve Melezler, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* Sayı 21: 11-23

Karaçor, S. (2009) 'Yeni İletişim Teknolojileri, Siyasal Katılım, Demokrasi', *Yönetim ve Ekonomi*, 16(2)

Karakuyu Şangüder, M. (2018) Yeni Medya Sanatında İşbirlikli Yaklaşımlar, *idildergisi.com* 7(44): 435-445

Kapil, Y. ve Roy, A. (2014) A Critical Evaluation of Generation Z at Workplaces, *International Journal of Social Relevance & Concern*, 2(1)

Karsak, B., Yılmaz Altuntaş, E., Sancar Demren, G. A. (2018) 'Stratejik İletişim Yönetiminde Dijital Kanalların Önemi: Halkla İlişkiler Uygulayıcılarının Dijital Kanal Kullanımlarına Yönelik Niteliksel Bir Araştırma' *Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları E-Dergisi*, Cilt No 1, Sayı No 1

Kelsey, D. (2016) Discourse, Affect and Surveillance: Gender Conflict in The Omniopicon, *Journalism and Discourse Studies* 1(2): s 1-21

Kleinig, J., vd. (2011) Surveillance Technologies and Economies, Security and Privacy içinde (129- 150), <https://www.jstor.org/stable/j.ctt24h8h5.12>

Keen, P. G. W. (1981) Information Systems and Organizational Change, *Communications of the ACM*, 24(1): 24-33

Koskela, H. (2003) “Cam Era: the contemporary urban Panopticon”, *Surveillance & Society*, 1: 292-313

Kubitschko, S. (2015) The Role of Hackers in Countering Surveillance and Promoting Democracy, *Cogitatio: Media and Communication*, 3(2): 77-87

Kurt, A. A. ve Kürüm, D. (2010) Medya Okuryazarlığı ve Eleştirel Düşünme Arasındaki İlişki: Kavramsal Bir Bakış, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2(2): 20-34

Latif, H. ve Serbest, S. (2014) Türkiye’de 2000 Kuşağı ve 2000 Kuşağının İş ve Çalışma Anlayışı, *ResearchGate*, 2(4)

Lears, J. (1985) The Concept of Cultural Hegemony: Problems and Possibilities, *The American Historical Review*, 90(3): 567-593

Lee, B., Lancendorfer, K. M. ve Lee, K. J. (2005) ‘Agenda-setting and the internet: The intermedia influence of internet bulletin boards on newspaper coverage of the 2000 general election in South Korea’, *Asian Journal of Communication*, 15(1), 57-71

Lee, A., vd. (2013) ‘Conceptual Relationship of Information Literacy and Media Literacyin Knowledge Societies’, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), Paris

Lehtiniemi, T. ve Ruckenstein, M. (2019) The social imaginaries of data activism, *Big Data & Society*, 1-12

Levickaitė, R. (2010) Generations X, Y, Z: How Social Networks Form The Concept of The World Without Borders (The Case of Lithuania), 3(2): 170-183

Luke, C. (2007) As Seen on TV or Was that My Phone? New Media Literacy, *Policy Futures in Education*, 5(1)

Lyon, D. (2014) “Surveillance, Snowden, and Big Data: Capacities, consequences, critique”. *Big Data & Society* July–December 2014: 1–13.

Macnamara, J. ve Zerfass, A. (2012) Social Media Communication in Organizations: The Challenges of Balancing Openness, Strategy, and Management, *International Journal of Strategic Communication*, 6: 287–308

Mannheim, K. (2009) The Sociological Problem of Generations, [http://mediaspace.newmuseum.org/ytjpressmaterials/PDFS/ARTICLES\\_ABOUT\\_THE\\_GENERATION/01\\_The\\_Sociological\\_Problem.pdf](http://mediaspace.newmuseum.org/ytjpressmaterials/PDFS/ARTICLES_ABOUT_THE_GENERATION/01_The_Sociological_Problem.pdf)

Manyika, J., Chui, M. ve Brown, B. (2011) Big data: The Next Frontier for innovation, competition and productivity, Mckinsey Digital, <https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-digital/our-insights/big-data-the-next-frontier-for-innovation>

Martin, A. K., van Brakel, R. E., Bernhard, D. J. (2009) “Understanding Resistance To Digital Surveillance: Towards A Multi-Disciplinary, Multi-Actor Framework”. Surveillance & Society, 6(3): 213-232

Marx, G. (2002) “What’s New About the ‘New Surveillance’? Classifying for Change and Continuity”, Knowledge, Technology, & Policy, 17(1): 18-37

Marx, G. (2003) ‘A Tack in the Shoe: Neutralizing and Resisting the New Surveillance’, Journal of Social Issues, 59 (2): 369-390

Mathiesen, T. (1997) The Viewer Society: Michel Foucault’s Panopticon Revisited, Theoretical Criminology 1 (2): s. 215-237

Mercan, N. (2016) X, Y ve Z Kuşağı Kadınların Farklı Tüketim Alışkanlarının Modern Dünyada İnşa Edilmesi, (Ed.) Albayrak, H. Ş., KADEM Kadın Araştırmaları Dergisi, içinde (59-70), 2(1)

McCombs, M. E. ve Shaw, D. L. (1972) The Agenda-Setting Function of Mass Media, The Public Opinion Quarterly, 36 (2): s.176-187 Oxford University

McMillan, S. J. (2002) A Four-part Model of Cyber-interactivity: Some Cyber-places Are More Interactive than Others, SAGE Publications

Messaris, P. (1998). Visual aspects of media literacy, Journal of Communication, Winter 70-80

Milan, S. ve van der Velden, L. (2016) The Alternative Epistemologies of Data Activism, Digital Culture and Society, 2(2): 57-74

Monahan, T. (2006b) Counter-surveillance as Political Intervention?, Social Semiotics, 16 (4)

Monahan, T. (2015) ‘The Right To Hide? Anti-Surveillance Camouflage and the Aestheticization of Resistance’, Communication and Critical/Cultural Studies, 12(2): 159-178

Murdock, G. ve Golding, P. (1973) For A Political Economy Of Mass Communications, The Socialist Register, 10: 205-234

Naik, U. Ve Shivalingaiah, D. (2008) ‘Comparative Study of Web 1.0, Web 2.0 and Web 3.0’, 6th International CALIBER, University of Allahabad, Allahabad, February 28-29 & March 1

Narayanan, A. ve Shmatikov, V. (2008) ‘Robust De-anonymization of Large Datasets (How to Break Anonymity of the Netflix Prize Dataset)’ The University of Texas at Austin

<https://pdfs.semanticscholar.org/c40e/5c8b4957074644acdaf1f9f4332e63b5846b.pdf>

Niekerk B. V., Maharaj, M. (2013) Social Media and Information Conflict, International Journal of Communication 7: 1162–1184

Noh, Y. (2015) Imagining Library 4.0: Creating a Model for Future Libraries, The Journal of Academic Librarianship, 41, s. 786–797

O’Reilly, T. (2007) What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software, Communications & Strategies, 65(1) [https://mpira.uni-muenchen.de/4578/1/mpira\\_paper\\_4578.pdf](https://mpira.uni-muenchen.de/4578/1/mpira_paper_4578.pdf)

Odyakmaz Acar, N. (2013) Özgürlük Alanı Olarak Sunulan Sosyal Medya ve Taksim Gezi Parkı Eylemleri, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı: 20

Önal, H. İ. (2007) Medya Okuryazarlığı: Kütüphanelerde Yeni Çalışma Alanı, Türk Kütüphaneciliği 21(3): 335-359

Önder, H. B. (2016) Dijital Kültür ve Dijital Aktivizm Karşısında Stratejik Halkla İlişkilerin Değişen Durumu, Orta Karadeniz İletişim Çalışmaları Dergisi, 1(1): 29-35

Özdel, G. (2012) “Foucault Bağlamında İktidarın Görünmezliği ve Panoptikon ile İktidarın Gözü Göstergeleri” The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication

Özdemir, Z. (2015) Sosyal Medyada Kimlik İnşasında Yeni Akım: Özçekim Kullanımı, Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 2(1)

Özger, Ö. (2016) Gözetim Kavramının Tarihsel Gelişimi ve Elektronik Gözetim, (Ed.) Akyeşilmen, N., Cyberpolitik Journal 1 (1) s. 5-31

Öztürk, S. (2013) “Filmlerle Görünürlüğün Dönüşümü: Panoptikon, Süperpanoptikon, Sinoptikon” İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, Sayı 36, [iletisimdergisi.gazi.edu.tr](http://iletisimdergisi.gazi.edu.tr)

Paker, O. (2011) Siberuzamda İletişim, (“İletişimin Fast Food’u: Sanal diyarlarda oyun, chat ve gizemli yabancı” makalesinden genişletilmiş) [http://www.emo.org.tr/ekler/45fced50874d9bb\\_ek.pdf](http://www.emo.org.tr/ekler/45fced50874d9bb_ek.pdf)

Partnership for a 21st Century Skills (2003) Learning for the 21st Century: A Report and MILE Guide for 21st Century Skills, Educational Resources Information Center, Washington, D.C.

Patching, W., vd. (1983) Direct Instruction in Critical Reading Skills, Reading Research Quarterly, 18(4): 406-418

Paul, R. ve Elder, L. (2006). Minik eleştirel düşünme kılavuzu: Kavramlar ve araçlar, Çev. Merih Bektaş Fidan, <http://www.criticalthinking.org/pages/resources-in-turkish/711>

Prensky, M. (2001) *Digital Natives, Digital Immigrants*, NCB University Press, 9(5)  
 Purdy, S. (2015) *Surveillance, Knowledge and Inequality: Understanding Power Through Foucault and Beyond*, *The Hilltop Review*, 8 (1)

Roper, J. (2005) *Symmetrical Communication: Excellent Public Relations or a Strategy for Hegemony?*, *Journal of Public Relations Research*, 17(1): s. 69–86

Rickes, P. C. (2016) *Generations in Flux: How Gen Z Will Continue to Transform Higher Education Space*, *Planning for Higher Education Journal*, V44N4 July–September

Robison, W. L. (2017). *Digital Privacy: Leibniz 2.0*. *Orbit Journal*, 1(2), 1–9

Ruppert, E. (2012) ‘The governmental topologies of database devices’. *Theory, Culture and Society* 29(4–5): 116–136

Sarioğlu, E. B. ve Özgen, E. (2018) *Z Kuşağının Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları Üzerine Bir Çalışma*, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(60): 1067-1081

Savingy, H. (2002) *Public Opinion, Political Communication and The Internet*, *Political Studies Association*, 22(1): 1-8

Smythe, D. (1977). "Communications: Blindspot of Western Marxism". *Canadian Journal of Political and Social Theory*. Vol: 1. No: 3. (Fall): 1 -27

Stoycheff, E. (2016) “Under Surveillance: Examining Facebook’s Spiral of Silence Effects in the Wake of NSA Internet Monitoring”, *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 1-16

Sucu, İ. (2012) *Althusser’in Gözünden İdeoloji ve İdeolojinin Bir Taşıyıcısı Olarak Yeni Medya*, *Dergipark*

Suphakornthanakit, N. (2008) ‘Web 3.0’, *Hochschule Furtwangen University*, 25 June  
 Şentürk, Ü. (2008) *Modern Kontrol: Tüketim*, *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 32, No:2, 221-239

Tapscott, D. (2009). *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*, McGraw-Hill, New York

Taş, H. Y., Demirdöğmez, M. ve Küçükoğlu, M. (2017) *Geleceğimiz Olan Z Kuşağının Çalışma Hayatına Muhtemel Etkileri*, *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 7(13)

Taşlıbeyaz, E. (2019) *Z Kuşağı ile İlgili Araştırma Eğilimlerinin ve Eğitime Yönelik Katkılarının Analizi*, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(3): 715-729

Teodorescu, K. ve Erev, I. (2014) ‘Learned Helplessness and Learned Prevalence: Exploring the Causal Relations Among Perceived Controllability, Reward Prevalence and Exploration’, *September* 8: 1-9

Terkan, B. (2007) Basın ve Siyaset İlişkisinin Gündem Belirleme Modeli Çerçevesinde Bir Analizi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:17

Thomas, E. ve Jolls, T. (2004) Media Literacy—A National Priority for a Changing World, American Behavioral Scientist, 48(1)

Thompson, L. ve Cupples, J. (2008) Seen and not heard? Text messaging and digital sociality, Social & Cultural Geography, 9(1): 95-108

Tocqueville, A. (2016) Amerika’da Demokrasi, Çev. Seçkin Sertdemir Özdemir, İletişim Yayınları, İstanbul

Toker, E. (2016) “Gözetim Toplumu Üzerine” Tmmob Elektrik Mühendisleri Odası İstanbul Şubesi Bülteni

Tufan Yeniçıkı, N. (2016) Halkla İlişkiler Aracı Olarak Instagram: Sosyal Medya Kullanan 50 Şirket Üzerine Bir Araştırma, 9 (2): 92-115

Tuğla, K. (2014) Türkiye’de İnternet Geleneksel Medyadan Daha Demokratik Ve Alternatif Bir Haber Ağı Sunuyor Mu: T24 Örneği, Global Media Journal: TR Edition 4 (8): 305-324

Turow, j., Hennessy, M., Draper, N. (2015b) The Trade Off Fallacy: How Marketers Are Misrepresenting American Consumers And Opening Them Up to Exploitation, Annenberg School for Communication  
[https://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1554&context=asc\\_papers](https://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1554&context=asc_papers)

Tümurtürkan, M. (2010) Gündelik Hayatın Gözetimi: Panoptikon Toplumu, ETHOS: Felsefe ve Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar, Sayı: 3(2)

Uslu, A. (2017) Vide(affeti)o eylem manifestosu, (Der.) Berensel, E. “Videonun Eylemi” içinde (63-92) Alef Yayınevi, İstanbul

Uviller, H. R., (1989) Tricky Business: Under Cover with Gary Marx, Law & Social Inquiry, Vol. 14, No. 2 (Spring, 1989), pp. 361-376

Waghorn, N. J. (2016) Watching the watchmen: resisting drones and the ‘protester panopticon’, Geographica Helvetica, 71(2): 99-108

Wahl-Jorgensen, K., Bennett, L. ve Taylor, G. (2017) The Normalization of Surveillance and the Invisibility of Digital Citizenship: Media Debates After the Snowden Revelations, International Journal of Communication 11(2017), 740–762  
<http://orca.cf.ac.uk/97854/8/The%20Normalization%20of%20Surveillance%20and%20the%20Invisibility%20of%20Digital.pdf>

Waldman, A. E. (2015) Privacy as Trust: Sharing Personal Information in a Networked World, University of Miami Law Review, 69(3): 559-630

Wark, M. K. (2006) Hackers, Theory & Culture and Society, 23 (2– 3): 320–321

- Warner, M. (2002) Publics and counterpublics, *Public Culture*, 14(1): 49-90 (Article)
- Williams, A. (2015) Move Over, Millennials, Here Comes Generation Z, *The New York Times*,  
<https://blogs.vsb.bc.ca/sjames/files/2012/10/Move-Over-Millennials-Here-Comes-Generation-Z-The-New-York-Times.pdf>
- Wilson, D. ve Serisier, T. (2010) Video Activism and the Ambiguities of Counter-Surveillance, *Surveillance & Society* 8(2): 166-180
- Wood, E. M. (1999) Modernizm, Postmodernizm ya da Kapitalizm?', (Der) McChesney, R., Wood, E. M., Foster, J. B., 'Kapitalizm ve Enformasyon Çağı: Küresel İletişim Devriminin Politik Ekonomisi', içinde (39, 66) Çev. Nil Senem Çınga, Erhan Baltacı, Özge Yalçın, Epos Yayınları, Ankara
- Yedekci, E. (2018) Yeni Toplumsal Hareketler ve "Bir Araya Gelmenin Koreografisi" Bağlamında Video Aktivizm, *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*
- Yegen, C. (2014) Dijital Aktivizmin Bir Türü Olarak Hacktivizm ve "Redhack", *E-journal of Intermedia*, 1(1) 118-132
- Yeşilorman, M. ve Koç, F. (2014) Bilgi Toplumunun Teknolojik Temelleri Üzerine Eleştirel Bir Bakış, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 37(2): 61-82
- Yılmaz, B. (1998) "“Bilgi Toplumu”: Eleştirel Bir Yaklaşım", *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 15(1): 147-158
- Yücel, D. (2015) "Sinema Filmlerinde Gözetim ve İktidar İlişkilerinin İnşası" *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1 (2), 390-398
- Yüksel, E. (2007) "Kamuoyu Oluşturma" ve "Gündem Belirleme" Kavramları Nerede Kesişmekte, Nerede Ayrılmaktadır?, *Sosyal Bilimler Dergisi*, 1
- Zuboff, S. (2019) Gözetim Kapasitelerinin Yeni Hedefi İnsan Deneyimleri, (Çev. Hüseyin Serbes), *Modernizmin Gözetimi*, içinde (16-19), *Prekarya: İletişim Tasarımı ve Medya Çalışmaları Sayı:1 Eylül*
- Zwitter, A. (2014) Big Data ethics, *Big Data & Society*, 1-6

### **Belgeseller ve Konuşmalar**

- Jussi Parikka (2018) "Bir kazı sahası olarak Facebook, büyük veri ve gözetim toplumu" Bilkent Konuşması <http://platform24.org/soylesiler/2738/bir-kazi-sahasi-olarak-facebook--buyuk-veri-ve-gozetim-toplumu>
- Manufacturing Consent (1992) Yönetmen: Mark Achbar ve Peter Wintonick, *Zeitgeist Terms and Conditions May Apply* (2013) Yönetmen: Cullen Hoback, Netflix

## İnternet Kaynakları

Başaran, F. (2017) “İletişim hakkı politik mücadeledir” (Erişim Tarihi: 10.03.2020)  
<https://www.gazeteduvar.com.tr/yazarlar/2017/12/12/iletisim-hakki-politik-mucadeledir/>

Clarke, R. (2005) Have We Learnt To Love Big Brother?, Roger Clarke's Web-Site  
<http://www.rogerclarke.com/DV/DV2005.html>

Surveillance Studies Centre (2015) Big Data Surveillance:2015 to 2020  
<https://www.sscqueens.org/projects/big-data-surveillance>

[http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_bts&view=bts&kategori1=veritbn&kelimesec=141705](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&view=bts&kategori1=veritbn&kelimesec=141705)

<http://www.bbc.com/news/world-us-canada-27598516>

<https://www.theguardian.com/world/2013/jun/06/nsa-phone-records-verizon-court-order> (Erişim Tarihi: 2 Mart 2019)

<https://www.theguardian.com/world/2013/jul/31/nsa-top-secret-program-online-data>

<https://www.businessinsider.com/nsa-xkeyscore-surveillance-program-details-revealed-in-new-snowden-documents-2015-7>

<https://www.theguardian.com/world/2013/jul/31/nsa-top-secret-program-online-data>

<https://www.statista.com/chart/1177/americans-concerned-about-nsa-surveillance>

<https://www.statista.com/chart/2624/willingness-to-join-conversations-about-government-surveillance/>

<https://www.statista.com/chart/3002/how-internet-users-adapted-after-snowden-revelations/>

<https://www.theguardian.com/world/2013/jun/06/us-tech-giants-nsa-data>

[https://www.washingtonpost.com/opinions/was-snowden-hero-or-traitor-perhaps-a-little-of-both/2017/01/19/a2b8592e-c6f0-11e6-bf4b-2c064d32a4bf\\_story.html?noredirect=on](https://www.washingtonpost.com/opinions/was-snowden-hero-or-traitor-perhaps-a-little-of-both/2017/01/19/a2b8592e-c6f0-11e6-bf4b-2c064d32a4bf_story.html?noredirect=on)

<https://www.theguardian.com/world/2013/jun/12/edward-snowden-hong-kong-live>

<https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>

<https://www.facebook.com/help/494750870625830>

<https://midigital.eu/data-architect/>

<https://www.facebook.com/safety/wellbeing/suicideprevention>

<https://www.theguardian.com/uk-news/2018/jan/30/uk-mass-digital-surveillance-regime-ruled-unlawful-appeal-ruling-snoopers-charter>

<https://www.telegraph.co.uk/technology/10172298/One-surveillance-camera-for-every-11-people-in-Britain-says-CCTV-survey.html>

<https://www.comparitech.com/vpn-privacy/the-worlds-most-surveilled-cities/>

<https://www.theguardian.com/world/2013/sep/05/nsa-gchq-encryption-codes-security>

<https://www.aydinlik.com.tr/eksi-sozluk-yazari-yeni-zelanda-mesajindan-tutuklandi-turkiye-mart-2019>

<https://www.theguardian.com/business/2009/jul/06/btgroup-privacy-and-the-net>

<https://www.urbandictionary.com/define.php?term=neo-luddite>

<http://www.notbored.org/the-scp.html>

<https://indymedia.org/>

<https://dokuz8haber.net/hakkimizda/>

<http://www.pccharter.net/charteren.html>

<https://www.theguardian.com/technology/2016/mar/24/tay-microsofts-ai-chatbot-gets-a-crash-course-in-racism-from-twitter>

<https://sozluk.gov.tr/>

<https://nypost.com/2020/01/25/generation-z-is-bigger-than-millennials-and-theyre-out-to-change-the-world/>

<https://www.webfx.com/blog/web-design/the-history-of-the-internet-in-a-nutshell/>

<https://www.pewsocialtrends.org/2015/12/17/parenting-in-america/>

<https://www.census.gov/data/tables/time-series/demo/families/children.html>

<https://www.cnbc.com/2019/03/02/as-gen-z-balks-at-traditional-tv-content-creators-shift-to-youtube.html>

<https://www.pewresearch.org/internet/2013/05/21/teens-social-media-and-privacy/>

<https://www.internetlivestats.com/total-number-of-websites/>

[https://www.commonsensemedia.org/sites/default/files/uploads/pdfs/census\\_factsheet\\_homeworkandmultitasking.pdf](https://www.commonsensemedia.org/sites/default/files/uploads/pdfs/census_factsheet_homeworkandmultitasking.pdf)

<https://www.commonsensemedia.org/technology-addiction-concern-controversy-and-finding-balance-infographic>

<http://trifectaresearch.com/wp-content/uploads/2015/09/Generation-Z-Sample-Trifecta-Research-Deliverable.pdf>

<https://advertising.hulu.com/2017/07/18/gen-z-the-generation-at-the-forefront-of-tvs-evolution/>

<https://storage.googleapis.com/think/docs/its-lit.pdf>

<https://www.marketingcharts.com/digital/social-media-110652>

<https://www.rga.com/futurevision/pov/gen-z-and-privacy-theyre-less-conflicted-than-other-generations>

<https://www.mobilemarketer.com/news/study-gen-z-opts-for-personalized-interactive-content-over-privacy/556101/>

<https://www.kvkk.gov.tr/SharedFolderServer/CMSFiles/7d5b0a2f-e0ea-41e0-bf0b-bc9e43dfb57a.pdf>

<https://techwireasia.com/2020/04/can-ar-smart-glasses-help-china-identify-virus-carriers/>

<https://theconversation.com/coronavirus-south-koreas-success-in-controlling-disease-is-due-to-its-acceptance-of-surveillance-134068>

<https://digitalage.com.tr/coronavirus-takip-uygulamasi-devreye-giriyor-hayat-eve-sigar/>

<https://www.hurriyet.com.tr/gundem/aplikasyon-nedir-corona-virus-aplikasyon-uygulamasi-ne-demek-ve-nasil-indirilir-41489087>

## ÖZGEÇMİŞ

1993 yılında Eskişehir’de doğmuştur. 2017 yılında Anadolu Üniversitesi İletişim Tasarımı ve Yönetimi Bölümünden; 2018 yılında ise çift anadal programı olarak okuduğu Anadolu Üniversitesi Sosyoloji Bölümünden mezun olmuştur.

2017 yılında Galatasaray Üniversitesi Stratejik İletişim Yönetimi Tezli Yüksek Lisans Programı’na başlamıştır. 2019 yılında 6. Uluslararası İletişim Günleri Dijital Dönüşüm Sempozyumu’nda ‘Viral Reklamlar ile Geleneksel Reklamların Duygusal Çekicilik Açısından Karşılaştırılması’ başlıklı bildiri sunmuştur. Şu anda Üsküdar Üniversitesi Yeni Medya ve İletişim Bölümünde Araştırma Görevlisi olarak çalışmaktadır.

## TEZ ONAY SAYFASI

**Üniversite** : T.C. Galatasaray Üniversitesi  
**Enstitü** : Sosyal Bilimler Enstitüsü  
**Hazırlayanın Adı Soyadı** : Neslihan BULUR  
**Tez Başlığı** : Gözetim Toplumu ve Yeni İletişim Teknolojileri: Z Kuşağı Üzerine Bir İnceleme  
**Savunma Tarihi** : 28.07.2020  
**Danışmanı** : Barış KARA

### JÜRİ ÜYELERİ

**Ünvanı, Adı Soyadı**

**İmza**

Prof. Dr. Nazife GÜNGÖR

Doç. Dr. Tolga ÇEVİKEL

Dr. Öğr. Üyesi Barış KARA

Prof. Dr. M. Yaman ÖZTEK

Enstitü Müdürü