

## **FELSEFE DÜNYASI**

2020/ KIŞ/WINTER Sayı/Issue: 72

FELSEFE / DÜŞÜNCE DERGİSİ

Yerel, Süreli ve hakemli bir Dergidir.

ISSN 1301-0875

Türk Felsefe Derneği mensubu tüm Öğretim üyeleri (Prof. Dr., Doç. Dr., Dr. Öğr. Üyesi) *Felsefe Dünyası*'nın Danışma Kurulu/ Hakem Heyetinin doğal üyesidir.

### **Sahibi/Publisher**

Türk Felsefe Derneği Adına Başkan Prof. Dr. Murtaza Korlaelçi

### **Editör/Editor**

Prof. Dr. Hasan Yücel Başdemir

### **Yazı Kurulu/Editorial Board**

Prof. Dr. Murtaza Korlaelçi (Ankara Üniversitesi)

Prof. Dr. Celal Türer (Ankara Üniversitesi)

Prof. Dr. Hasan Yücel Başdemir (Ankara Üniversitesi)

Prof. Dr. Levent Bayraktar (Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi)

Doç. Dr. Muhammet Enes Kala (Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Fatih Özkan (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)

Arş. Gör. Buğra Kocamusaoğlu (Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi)

*Felsefe Dünyası* yılda iki sayı olmak üzere Temmuz ve Aralık aylarında yayımlanır. 2004 yılından itibaren Philosopher's Index ve TÜBİTAK ULAKBİM / TR Dizin tarafından dizinlenmektedir

Felsefe Dünyası is a refereed journal and is Published Biannually. It is indexed by Philosopher's Index and TUBITAK ULAKBİM / TR Dizin since 2004

### **Adres/Adress**

Necatibey Caddesi No: 8/122 Kızılay-Çankaya / ANKARA PK 21 Yenişehir/Ankara

Tel & Fax : 0312 231 54 40

[www.tufed.net](http://www.tufed.net)

Fiyatı/Price: 50 TL (KDV Dahil)

Banka Hesap No / Account No:

Vakıf Bank Kızılay Şubesi | IBAN: TR82 0001 5001 5800 7288 3364 51

**Dizgi / Design:** Emre Turku

**Kapak Tasarımı / Cover:** Mesut Koçak

**Baskı / Printed:** Uzun Dijital

Zübeyde Hn. Mah. İstanbul Cad. İstanbul Çarşısı 48 / 48 06070 - İskitler / ANKARA

Tel: 0 312 395 85 71-72

Basım Tarihi : Aralık 2020, 400 Adet

# SOSYO-EPİSTEMİK BİR ARGÜMAN OLARAK DİJİTAL ESTETİK ŞİDDET

Felsefe Dünyası Dergisi, Sayı: 72, Kış 2020, ss. 332-350.

Geliş Tarihi: 05.05.2020 | Kabul Tarihi: 23.09.2020

**Mehmet Nuri DEMİR\***

## Giriş

Bilginin sosyal boyutu bilim, demokrasi, kültür ve eğitim gibi kurumsal yapılarda görülür. Geleneksel ve bireysel epistemolojide bilginin temelde “gerekçelendirilmiş doğru inanç” ile tanımlanması bilginin sosyolojik boyutlarının yetersizliğinden dolayı eksik bulunmuş ve yeniden bir doğruluk tartışması başlatılarak sosyal bir çevrenin ve epistemik bağlamda kurum-sallaşmış inançların gerekliliğine varılmıştır. Bilgi artık işbirliğine dayalı kurumsallaşmış inançlara dönüşmüştür. Delillerin, kanıtların ya da tanıklıkların nicelik ve nitelikleri yalnız başına bireysel hedeflere indirgenemez. Bu kavramlar sosyal boyutlara da sahiptir ve aynı zamanda konsensüs ürünü süreçlerdir. Demokratik arzular, başarılı adalet hedefleri, uzman tanıklığı, iktidar, akran iletişimi veya doğrulanarak seçilmiş bütün legal prosedürler sosyal epistemolojinin işlevsel kavramları haline gelmiştir.

Sosyal epistemoloji, insan bilgisinin sosyal muamele ya da işbirlikleri ile nasıl daha fazla ilerleyeceği ile ilgilenir. Bu anlamda kaybolmuş ya da yitirilmiş olan toplumsal bilgilerdir. Sosyal epistemoloji, felsefi kurumları sosyal bir bilginin teorisini döşemek için kullanmaya çalışır. Kurumların yapı ve özelliklerini yorumlayıp değerlendirmeye çalışır. Sosyal epistemoloji korunmuş kartezyen imajın aksine kişilerarası sosyal ilişki veya etkileşimin (interaction) topyekün olumlu veya tehdit edici boyutu ile ele alır.

\* Doktora öğrencisi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri  
nuribaba1187@gmail.com  
ORCID: 0000-0002-0254-826X

Bütün epistemik hedeflerde aranan en önemli faktör kuşkusuz doğruluktur ve amacımız her zaman doğruyu aramaktır. İnsani iletişimlerin evrensel özelliklerini araştırmak veya tamamlamak doğruluk arayışının önemli bir biçimidir. Bizler her zaman hatalı enformasyon (dezenformasyon) veya raporlardan ziyade tam ve doğru olan şeyleri ararız. Doğruluk arayışının (truth seeking) kişisel boyutlarının yanında, sosyal boyutları da vardır. Doğruluk porsiyonlarımızın büyük bir çoğunluğu doğrudan ya da dolaylı olarak sosyaldır. Şüphesiz, günümüzde internetin geniş ağ tabanlarının, kütüphanelerin, gazetelerin ve televizyonların enformasyonun transferi ve yayılımında önemli bir yere sahip olduğunu, bilgi unsurlarını ilettiğini biliriz.

Yaklaşık 70-80 yıl öncesine kadar sosyal epistemoloji, bilginin yayılımına katkıda bulunması yönüyle kütüphanecilik faaliyetlerini sosyal epistemik bir faaliyet olarak görüyordu. Bilgi transferinin epistemik ajanlar/failler sayesinde gittikçe geniş bir boyut kazanması başka türlü kitle iletişim araçlarını gerekli kıldı. Verilere dayanan epistemoloji, sosyal epistemik bir anlayışla sosyal pratik ve kurumları derinlemesine araştırarak, bilginin nasıl daha hızlı yayılabileceğini sorgulamaya başlamıştır. Daha sonra iktidarlar (biyolojik ve psikolojik iktidar tekniklerini işleterek) çeşitli sermaye çevreleri, epistemik cemaatler (epistemic community) bütün sosyolojik imkânları kullanarak kitle iletişim araçlarını kendi hedefleri doğrultusunda dizayn etmişlerdir. Sosyo-epistemik inşa faaliyetinin merkezinde, dijitalleşmenin bütün avantajları kullanılarak topluma epistemik kaynaklar fazlasıyla sunulmuştur. Ancak bilgi (enformation) yığınlarının hakikat oluşturmadaki yetersizliği anlaşılınca sosyo-epistemik açıdan dijital ve aynı zamanda estetik bir şiddet misyonuna başvurulmaya çalışılmıştır. Bilim, sanat, kültür, sinema, reklamcılık gibi bütün imkânlar işletilerek sosyo-epistemik açıdan dijital estetik bir şiddet sistemli ve zamana yayılarak niceliksel ve niteliksel olarak uygulanmıştır. Kitle iletişim araçları veya çoklu medya platformları kullanılarak şiddet açık veya örtük bir şekilde dayatılıp kabul ettirilmiştir. Ancak yenilemeci (revisionist) hedeflere dayanan sosyo-epistemik argümanların süper teknolojik araçlarla verilmesi epistemik faillerce sosyal bir düzlemde çoğu zaman sorgulanmadan benimsenmiştir.

## **Sosyo-Epistemik İnşa ile İlişkisi Bakımından Estetik Dijital Kitle İletişimi**

Teknik terimi kelime kökeni olarak Grekçede *tekhne'den* gelmekte olup anlamı itibarıyla ilkin el ürünlerini çağrıştırıyorsa da yalnızca el becerisine dayalı etkinlikler ve hünerler için değil, aynı zamanda zihin sanatları ve güzel sanatlar içinde kullanılmaktadır. Buna en iyi örnek sanat ile teknik kelime-

lerinin Eski Yunancada ortak çağrışımlar göstermesidir (Uğuş, 2019: 50-54). Yunanca “tekhne” kelimesi temelde sanatı, zanaatı karşılar. “Logia” ise bilimi, söylemi ve öğretiyi ifade eder. Böylelikle teknoloji aslen bir sanatın, zanaatın bilimi ve öğretisi anlamına gelir. İşçilik, ustalık ve üretim gerektiren her şey teknolojinin konusu olabilir. Aristoteles’te, “techne”, “logos”u kullanmanın belirli bir yoludur yani akıl yürütmenin bir yoludur (Umut, 2018: 10-17). Teknik ve bilimsel akıl birleşerek teknolojiyi inşa etmiştir. Eskinin en ilkel aletlerinden estetik makinalara doğru bir patika açılarak bu olgu çağlar boyunca genişlemeye devam etmiştir. O halde teknoloji “tekne”nin yani tekniğin bilimi olarak algılanabilir. Yirmi ve yirmi birinci yüzyılda bu durum kendini dijitalleşme olarak ifade etmiştir. Teknolojinin akıl almaz gelişimi yirmi birinci yüzyılda kitle iletişimde estetik bir dijitalleşmeye tekabül etmiştir. Dijitalleşmenin teknolojik imkânlarının genişletilmesi ile her geçen gün etki gücünü arttıran internet zemininde gelişen sanal dünya ilişkilerinin, sosyal, ekonomik, kültürel alanlarda sarsıcı değişimleri beraberinde getirdiğini ve daha önemlisi bu değişimin artan bir ivme ile her geçen gün hayalleri zorlayan yenilikleri üreteceğini ön görmek mümkündür (Postacı, 2019: 56-59).

Bu çalışmamın birinci bölümündeki iddiam şudur: Sosyal epistemolojinin, doğru uzlaşımın temelinde inşa edilmiş bir bilgi olduğu düşünülürken bu uzlaşımın çeşitli kitlesel araçlarla yayılması, yaygın hale gelmesi ya da çoğaltılması da bir çeşit sosyal epistemolojidir. Goldman, son yaklaşımlarında, bir sonucun epistemik olarak daha iyi olup olmadığını anlayabilmemizin epistemik olmayan tanıklık, etkileşim, ilişki, söylem/konuşma (discourse) gibi tam anlamıyla epistemik sayılamayacak çıkarlarımıza kısmen bağlı olduğunu iddia eder (Fallis, 2006: 177-188). Goldman aslında demokrasi, hukuk, siyaset, iletişim, seçim gibi kurumsal sahalarda doğrulamacı değerleri önemser. Ancak, epistemik değer teorisi epistemik olmayan çıkarları tamamen dışlamaz. Belki de Goldman’ı ılımlı sosyal epistemolog sınıfına koyan durum biraz da budur. Bunu kitle iletişim araçlarına da uyarlayabiliriz. Epistemik olmayan süreçlerin kendilerine alan bulduğu kitle iletişim araçları, mekansal/çevresel olarak kısmi bir sosyo-epistemik inşanın kendi içlerinde revaç bulduğu araçlardır. Bu yapılar her türlü estetik dijital kitle iletişim araçları olabilirler. Dijital kitle iletişimi, içinde kuşku payını barındırmak ile birlikte bilgiyi sosyalleştirebildiği gibi şiddeti de sosyalleştirip, öğretebilir, yayabilir.

Alvin Goldman’a göre bilgi üretimi, paylaşım ve tüketiminin ağ bağlantılarındaki (networklardaki) hususiyeti derin bir biçimde sosyaldır. Buna aynı zamanda sosyo-epistemiktir de denilebilir. Genel olarak sosyal bilimlerde en popüler yaklaşım, inançların “yayılması” veya “bulaşması”

yönündeki eğilimdir. Bir inanç veya fikir, tıpkı bir virüsün yayılması gibi, ağ bağlantılarında kişiden kişiye aktarılır (Goldman, 2001). Sosyal epistemoloji toplumu, toplumu oluşturan en küçük birimden, evrensel yaşama kadar “sosyal bir fabrika” olarak ele almıştır. Sosyal üretimde, üretilen değerlerin, üretimden itibaren döngüsü, yayılımı, tüketimi ve bu noktadan tekrar üretime katılmasını içine alan çerçeve, sosyal epistemolojinin kapsamı içerisinde değerlendirilmektedir (Külcü, 2000: 386-411). Öğrenciler başkaları tarafından oluşturulmuş formasyonla nasıl ilişki kurulacağını öğrenir; ayrıca onlar farklı amaç ve görüş açılarından yansıyan enformasyonları değerlendirmeyi, tamamlamayı öğrenir (Goldman, 2012). Burada öğrenciler örnek olmaları yönüyle verilmiştir; bunu sosyal ajanlar yönüyle de düşünebiliriz. Bilgi, epistemik ve epistemik olmayan bir unsur olarak tecrübe, muhakeme bellek ve bilinç gibi epistemik kaynaklar ile bunların dışında olan uzlaşım, ilişki, etkileşim, kurumsallık gibi sosyal kaynaklara müracaat edilerek de sosyal epistemik bir bağlamda inşa edebilir. Bunun bir örneği olan politik sosyal epistemoloji (Örneğin; Lukacs’ın Bakış Açısı Teorisi) faillerin buldukları sosyal konum itibarıyla sahip olacakları bakış açısını esas alarak biçimlenmiştir. Yine yenilemeci geleneğe göre sosyal epistemoloji geleneksel epistemik kaynaklara bağlı kalmakla beraber sosyal sistemlerin etkisini, grupların epistemik hususiyetlerini de içine alır (Gürkan, 2019: 149-165).

Sosyal epistemologlar, bilme süreçlerinde zihnin işlevlerini diğer kuramlara nazaran daha önemsiz görürler. Burada, bilmede, bilişsel süreçlerden ziyade toplumsal süreçler daha etkindir. Bazıları, bireyler arası etkileşimin bilgi üretme rolünü abartırken, bazıları buna daha az yer verirler. Bu aşırı yaklaşımlar doğruluk, delil, kanıtlama, gerekçelendirme, nesnellik, bilişsel başarı gibi epistemik terimlere endişe ile yaklaşırlar veya bunların bir kısmına tamamen toplumsal süreçler açısından anlamlar yüklerler. Bilgi, epistemik öznenin yaşadığı mekânda üretilir ve statüsünü burada kazanır (Başdemir, 2016: 257-274). Sosyal epistemoloji, bilgi üretimi üzerine özellikle sosyal faktörlerin etkisini araştırır: Teorik araştırmalara katılanları, bunları dinleyenleri, araştırmanın farklı çeşit ve alanlarının ilgili prestijini, araştırmacıların çalışmalarını, bu çalışmaları gerçekleştirdikleri politik ve ekonomik koşulları, çalışma alanlarıyla etkileşim içinde oldukları sosyal durumları, ideolojik söylemlerini, bilimsel gözlemi oluşturmak ve olayları açıklamakta kullanılabilen kültürel model ve sözsözsel biçimlerin geçerliliğini, yani bilginin gelişim evrelerini inceleyen bir disiplindir (Palo, 2013: 75-84).

Zira bilginin ediniminin toplumsal yönden tecrit edilmiş bir birey ile ilgili olmadığı, aksine bireylerin diğer insanlarla etkileşim içinde bunu ger-

çekleştirdikleri dikkate alındığında, bilginin hem edinimi hem de meşruiyet zemini toplumsal boyutla da ilgili hâle gelmektedir. Bu kapsamda bilgiye ilişkin yaklaşımda sosyal çerçevenin ve bu çerçeve içerisinde gerçekleşen ve anlamlı hale gelen sosyal pratiklerin etkisinin de göz önünde tutulma gereği vardır. Nihayetinde bilgi; tanıklık, çıkarım ve iletişim/aktarım yönleri itibarıyla sosyal bir pratiktir de (Gürkan, 2019: 149-164). Sosyal epistemoloji, bilginin insanlar arası ilişkisinin bir ürünü olduğunu ileri süren anlayıştır. Bilgi, toplumsal ilişkiler ağı içindeki dilsel veya eylemsel etkileşimden doğan uzlaşım ile elde edilir (Başdemir, 2016: 257-274).

Sosyal bilginin toplumun tüm fertleri tarafından elde edilebilirliği, onun ortak ortamlarda kayıt altında tutulmasını zorunlu kılmıştır. Bu noktada kütüphaneler de sosyal bilginin elde edildiği kurumlar olarak ortaya çıkmıştır. Yine sosyal bilgi aynı zamanda kişisel bilginin de kaynağı olarak gösterilmektedir. Bir düşüncenin, yargının ya da sonucun, bir bireyin kendi içerisinde ortaya çıkışıyla çeşitli araçlarla toplumsallaşması arasındaki ilişki, sosyal bilgi ile kişisel bilginin karşılıklı bağımlılık ilişkisini belirlemektedir (Külcü, 2000: 386-411).

Elli yıl önce iki bilim insanı, *Margaret Egan ve Jesse Shera*, kütüphanelerin ve diğer bilgi hizmetlerinin bu epistemik görevi etkili bir şekilde yerine getirebilmesini toplumun entelektüel süreçlerinin tüm karmaşık sorunların etkin bir şekilde araştırılması süreci gibi görmüşlerdir. Bu yeni disipline verdikleri isim sosyal epistemolojydü. Egan ve Shera'ya göre, sosyal epistemoloji olarak tanımlanan yeni çalışma alanının odağı, entelektüel ürünlerin üretimi, dağıtımı ve kullanımının analizidir. Bilginin çoğu, dünyanın doğrudan gözlemi yerine, toplumun diğer üyeleriyle iletişim yoluyla elde edilir. Sosyal imkanlar ile elde edilen bilginin çoğu, kitle iletişim araçları ile (kitap, dergi, gazete, internet siteleri, vb.) iletilir. Kütüphaneler ve diğer bilgi hizmetleri bu kayıtlı bilgilere erişmek, organize etmek ve kendisine ulaşılmasını sağlayarak bilgiye ulaşılmasını kolaylaştırır (Fallis, 2002: 1-4).

Söz konusu enformasyonun iletim ve yayılımı, toplumun bilgi üretimine katılımını kaçınılmaz gören genç bir felsefi alan olan "sosyal epistemoloji" tarafından incelenmektedir. Sosyal epistemoloji, gazeteciler ve medya akademisyenleri için her iki platformun da en iyisini sunar: Sosyal epistemoloji bilgi edinme önyargıları ve başarısızlıklarına tam bir aşinalık ve hakikat arayışı alanındaki en iyi uygulamalara yönelik güçlü bir yönelimdir. Çağdaş gazetecilikte, bilgi edinmenin iki merkezi düğümü için sosyal epistemoloji iki araç açıklamaktadır: *İnsan aracılı bilgi ve teknoloji aracılı bilgi* (Godler ve Arkadaşları, 2020: 213-229). Enformasyon kaynaklarının epistemik ol-

mayan yönü kendi epistemik başarıları üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Eğer kütüphane gibi merkezler (veya kitle iletişim araçları) enformasyonu güvenli bir şekilde tutmazsa, insanlar bilgiye daha az meyilli olacak ve bilginin elde edinimi daha da azalacaktır (Fallis, 2002: 1-4).

Özellikle medyanın biçim değiştirmesi, yeni medya ile doğan sosyal medya ortamı, bilginin çeşitlenmesinde, bilginin yaygınlaşmasında, bilginin biçiminde, bilgiye ulaşılmasında ve bilginin içselleştirilmesinde belirleyici bir faktör rolünü üstlenmiştir. Artık bireyler siyasi, sosyal, kültürel, ekonomik, sanatsal vb. bilgileri ve gündemi internet ve sosyal medyadan rahatlıkla edinmektedir. Bireyin bilgiyle karşılaşması, o bilgiyi içselleştirmesi, o bilgiyle yeni bilgiler üretmesi ve yaşam döngüsünde de bu bilgiyi uygulaması ya da kullanması kişisel gelişimini arttıran bir sonuçtur (Kamiloğlu ve Yurttaş, 2014: 130-152). Sosyal epistemolojide tanıklık faktörünün yeri geleneksel epistemolojide olduğu kadar çağdaş epistemolojide de önemlidir. Bilgi ile yüzleşme bakımından tanıklık, sadece yüz yüze gerçekleşmez aynı zamanda çeşitli medya araçları ile de gerçekleşir. Sosyal epistemoloji insan bilgisini kolektif başarı olarak görür. Bilgi üzerindeki uzlaşım (konsensüs), bireyci ya da temelci epistemoloji bir kenara bırakıldığında, birçok alana izafe edilebilir. Sosyal epistemoloji eğitim, adalet, siyaset, seçim ve demokrasi gibi kurumların bilgiyi pekiştirmesi ile bir değer kazanabilir. Günümüzde estetik bir biçim (dizayn) kazanmış kitle iletişim ya da sosyal medya araçlarıyla da kolektif tanıklıklar veya kurumsal inançlar sosyal enformatik başarılar olarak görülebilir. Dijital araçlarla bilginin yayılımı söz konusu olabilir, bu yayılım enformatik kirliliğinden arındırılırsa kurumsal bir inanç kazanabilir ve sosyal bir epistemolojiye evrilebilir.

Ancak uygulamacı/faydacı (pragmatic) ya da yenilemeci sosyo-epistemik iddialar her zaman olumlu bir enformatik alan üretmez. Enformasyonun dijital kitle iletişim araçlarıyla ifadesi açık ya da örtük bir şiddete, hatta estetik bir şiddete bile yol açabilir. Toplumsal bellek bir iktidar mücadelesi alanıdır. Kitle iletişim araçları, toplumların belleklerinin belirlenmesinde ve tarihsel olanın geçerli ideoloji bağlamında yeniden anlamlandırılması süreçlerinde önemli işlevlere sahiptir (Çoban, 2019: 1-18). Özellikle iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, ekonomik alanda birçok fayda sağlamakla birlikte, bilgi kavramının içeriğini yeniden biçimlendirerek, bilginin etkin ve yaygın kullanılma gereksinimini doğurmuştur. Bilgi çağı, servet ve değer yaratmada bilginin öne geçtiği dönemi tanımlamak için kullanılan bir kavramdır. Böylece maddi sermayenin yerini zihinsel sermaye almıştır. Zihinsel sermayenin belli bir yerle sınırlanmayan yapısı, bütün yönetim ve toplum ilişkilerini değiştirmiştir (Kamiloğlu ve Yurttaş, 2014: 130-150). İnternetin gündelik

yaşama sirayet etmesiyle toplumsal kurumlar da dönüşüme uğrayarak yeni dijital anlamlar kazanmıştır. İnternet ve dijital iletişim araçlarının kullanım yaygınlığı ve pratikliği ekonomi, eğitim, siyaset, aile, medya ve kültür gibi kurum ve olguları dönüştürmüştür. Çevrimiçi (online) olarak gerçekleştirilen e-egitim, e-okul, e-devlet, e-posta, e-ticaret, e-pasaport, e-eczane ve e-medya gibi çoklu seçenekler geleneksel veya modern kurumların dijital kurumlara evirildiğini göstermiştir (Kardaş, 2018: 135).

Dijital kurumlar, niyet ve politikaların orta ve uzun vadede sosyal bilginin aracısı olma vasfını temsil eder. Toplumsal belleğin ve bilinç yapısının belirlenmesi süreci -Althusserci anlamıyla- ideolojik aygıtlar ile gerçekleştirilir. Bu süreçte kitle iletişim araçları etkin bir biçimde iş görür. Kitle iletişim araçları toplumsal iletişim pratiklerini üst belirlediği için, iktidar ilişkilerinin parçalayıcılığı iletişimsel süreçte de kendisini yeniden üretir. İletişimsel süreç toplumsal yapının parçalanmışlığını yeniden üretirken, “öteki”lere karşı söylemsel-epistemik şiddet uygular (Çoban, 2019: 1-18).

Sosyo-epistemik bakış açıları çoklu dijital kitle iletişim ekipmanları kullanılarak dikte edilebilir. Bu mahallerde kurumsallaşmış inançların muhkem hale gelerek sosyal-epistemik bir dayanak oluşturması, verilen mesaj ya da enformasyonların bünyesel kirliliklerinden arındırılarak sunulması ile mümkündür. Kendi kendine referans kılınarak görsel veya işitsel olarak verilmeye gayret gösterilen enformasyon, akışkan, Bauman’ın değimiyle “sümüksü”, Chul Han’ın deyimiyle “psikopolitik” ve Bourdieu’nun ifadesiyle “simgesel bir şiddet”in aracı kurumu olur. Bourdieu’nun “simgesel şiddeti” sosyal sistemin içine gömülüdür. Birer “habitus” haline gelmiş, sorgulanmadan kabullenilmiş ve tekrarlanan algı ve davranış kalıplarına sinmiştir. Simgesel şiddet, hiç fiziksel şiddete başvurmaya gerek kalmaksızın iktidarı ayakta tutmaya yeter (Han, 2017: 84-8). Bu kayganlık ve kararsızlıklarından ötürü, “dijital estetik kitle iletişimi”, inançların kurumsallık kazanarak sosyal bir bilgiye dönüşümüne sınırlı bir çerçeve oluştursa da “gerçek anlamda” bir zemin oluşturamaz.

## Kitle İletişiminin Dijital Estetik Şiddeti

Çalışmamın ikinci bölümündeki iddiam ise; *şiddetin dijital ve kitle iletişimsel estetiğinin* sosyo-epistemik bir argüman olarak ifade edilebileceği yönü ile ilgilidir. Yani, şiddet, estetik bir çerçeveye planlı ve gizli niyetlerin örtük bir ifadesi olarak sunulsa bile kitle iletişim araçları kullanılarak yayıldığı için sosyal epistemik bir iddia/içerik’e de sahiptir. Genişlemeci ve yenilemeci girişimlerle sosyalize edilmiş epistemolojinin amacı *çeşitli* araçlarla alenileştirilir ve toplumsallaştırılarak kitlelere mal edilir. Konuya açıklık getirmeden önce estetik, kitle iletişim, dijital estetik ve şiddet kavramları üzerinde



kısaca durmakta fayda olduğunu düşünüyorum. Estetik, Platon'dan bu yana kullanılan felsefenin özel bir disiplindir. Estetik genel manasıyla, “güzelliğin ve hazzın” felsefi çalışmasıdır. Terim, Yunanca “duyu algısı” anlamına gelen “aisthetikos” sözcüğünden kaynağını almaktadır ve “duyusal değerlerin” incelenmesi ile ilgilidir. Kant ise estetik ve teleoloji üzerine yaptığı çalışmalarda, güzellik deneyimine sahip olmamızı ve bu deneyimleri düzenli, doğal bir dünyanın bir amacı olarak anlamamızı sağlayan yargı fakültelerimizin olduğunu savunmuştur (Burnham, 2020). Baumgarten, mantıksal bilgi ile duyusal bilgiyi birbirinden ayrı tutar. Ona göre bilinen şeyler “üst yetiler” tarafından mantık nesnesi olarak bilinirler, duyumsanan şeyler ise “alt düzey yetiler” tarafından duyusal bilimin ya da estetiğin nesnesi olarak bilinirler.

Karl Marx, Emile Durkheim, Max Weber, Levi-Strauss, Ferdinand de Saussure, Jean-Paul Sartre gibi düşünürlerin izinden giden Bourdieu, simgesel şiddetin, bireyler üzerinde hegemonya kurmada önemli bir meşru araç olarak etkili olduğunu göstermiştir. Bu simgesel şiddet kavramı medyada kendine geniş bir yer bulmuştur. Hükmeden ve hükmedilen arasındaki ilişkiye dikkatlice yaklaşmak gerekmektedir, zira şiddet yapısı gereği mekânın ideolojisini yansıtır ve oldukça sömürücüdür. Tüm bunları bir çerçeveye içine aldığımızda, medyanın şiddetle olan bağı kaçınılmazdır (Çevikalp, 2020: 93-112).

Estetik dijital şiddet bir nevi enformasyonun ya da iletilmesi gereken mesajların duyu ve duygulara hitap eden güzel bir formda sunulmasıdır. Dijitalin şiddeti daha çok enformatik bir şiddettir ve bu da en güzel bir kıtıfta sunulmaya çalışılır. İletişimsel faaliyetlerin biçimsel olarak geliştirilmesine işaret etmek için kullanılan estetik, iletişimde fark yaratıcı bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Alıcının dikkatini ele geçirip bağlayan estetik, izleyicileri büyüleyen hayal dünyaları yaratıp, onların deneyimlerini çekici ve eğlenceli hale getirerek onlara unutamayacakları deneyimler sağlamaktadır. Sistemin kendisi bir mesajdır ve kapital kökenli hazza hizmet ederek pazara sunulan dijital medya ürünleri ideolojik olmakla beraber, şiddetin dereceli şekillerde yansımaya sebebiyet vermiştir. Buradaki ideolojik vurgu, şiddetin anormallik ekseninden çıkarak, onun kötü tarafları ile yüzleşmektir ya da onunla özdeşleşmektir. Şiddet resim sanatında, fotoğrafta ve dijital platformlarda sürekli karşımıza çıkmaktadır ve günümüzde en önemli sosyalizasyon araçları dijital platformlardır. Netflix, Blu TV ve Puhu TV buna bir örnektir (Çevikalp, 2020: 93-112).

Byung Chul Han'a göre, sosyal ve dijital bir baskı altında günümüzde sadece güzel değil, çirkin de pürüzsüz hale gelmiştir. O'na göre çirkin olan da şeytani tekinsiz veya dehşetli olanın negatifliğini kaybetti ve tüketim,

sırf eğlence kalıpları için pürüzsüzleştirildi. Çirkinin doğallığının alınması ve zoraki pürüzsüzleştirme her şeyi dondurabilen korkutucu ve dehşet verici “medusa bakışı”ndan tamamıyla yoksundur. Yüzyılın sonu (fin de siècle) sanatçıların ve şairlerinin kullandığı çirkin şeyler dibi görünmeyen ve şeytani şeylerdi; çirkinliğin gerçeküstü (surreal) politikası provokasyon ve özgürleşmeydi. Bu hareket algının geleneksel kalıplarından radikal bir biçimde kopmuştur (Han, 2018a: 8-10). Şiddetin toplumsallaşmasında kapitalizmin gelişim süreciyle birlikte kitle iletişim araçlarının, suç ve suçlularla ilgili yayımları önemli bir yer tutar. Ancak bununla birlikte kitle iletişim araçları aynı zamanda şiddetin estetize edilerek kitlelere ulaşmasında da önemli rol oynamıştır (Çevikalp, 2020: 93-112).

Chul Han’a göre, “doğa”nın güzelliği “dijital güzelin” zıttıdır; dijital güzelda ötekinin negatifliği tamamen kaldırılmıştır, bu yüzden tamamıyla pürüzsüzdür. Dijital güzel hiçbir çatlağı, aralığı içermemelidir, alameti negatiflikten arındırılmış hazdır, yani, “beni beğen”dir. Dijital güzel içinde hiçbir yabancılaşma, başkalışma izin vermeyen *aynının pürüzsüz alanını* oluşturur. Herhangi bir dışsallığın olmadığı, saf içsel olması onun belirme tarzıdır. Doğayı bile kendine bir pencere yapar, varlığın bütünüyle dijitalleşmesi sayesinde insanın sadece kendisi ile karşılaşabileceği bütün bir insanileştirmeye, mutlak özelleştirmeye erişilir (Han, 2018a: 27). Zamansallığın estetiğine de vurgu yapan Chul Han, mekanik ve hızlı akan zamanın bir bozulma olduğunu söyleyerek estetiği yansıtmadığını ifade eder: Anlık görkem veya cazibe değil, şeylerin son parıltısı veya ışıldamasıdır güzel olan. Şeylerin sinematografik biçimde ard arda dizilmesi güzelin zamansallığı ile aynı şey değildir, acelecilik çağı, noktasal şimdiki anların sinematografik silsilesi güzele veya hakiki şeye erişemez (Han, 2018b: 58-59).

Nitekim 2003’lerde Milliyet’in yapmış olduğu bir haberde aynen şöyle söyleniyordu: “Dünyanın ilk dijital güzellik yarışması düzenleniyor. Yarışmanın organizatörlüğünü yapan İtalyan Franz Cerami, ‘Sanal gerçekliği kullanarak günümüzün güzellik idealini arıyoruz’ dedi. Birinci seçilecek sanal güzeli yaratana 5 bin dolar ödül verileceğini söyleyen Cerami, başvuruların [www.missdigitalworld.com](http://www.missdigitalworld.com) adresine yapılabileceğini ve finalin gelecek yıl aralık ayında yapılacağını kaydetti.” (Milliyet, 2003). Aslında bu haber, güzelliğin dijital bir form ile birleşerek ticarileştiğini gösteren bir durumdu. Estetik, doğal ve zararsız olarak algılanan şiddete ait görüntüler, şiddeti etkisiz hale getirmek amacıyla tasarlanmıştır. Toplumun en korkunç bir varlığı olarak kabul gören şiddete göz yumulmaktadır; hatta şiddetin şekillendirilmesi yani estetik bir boyut kazandırılması adına, şiddeti öne çıkaran medya, şiddeti sanatsal yollarla estetize etmektedir. Modern estetik,

sınır ihlallerini ve tabuları çiğnememek kaydıyla, imkânsız olanı kullanmak suretiyle şiddeti estetize etmektedir. Medyada gizli bir şiddet ögesinin varlığından bahsedebiliriz. Sinema ve dijital platformlar ilgi çekmek için şiddete başvururlar. Sembolik çıkarımları metalaştırarak, bunlara kültürel kodlar yüklerler ve kültürel alanlarla örtüşen veya onlarla çelişen estetize edilmiş şiddeti ön plana yerleştirirler (Çevikalp, 2020: 93-112).

İlginçtir ki Chul Han, mobil cihazlarda son sürat ilerleyen dijital estetiği/güzelliği insanın makyaj estetiği ile karşılaştırır. “Vücudunuzdaki tüylerden kurtulmayı bir akıllı telefon ve sanatçıyla mı karşılaştırıyorsunuz?” diye soru yönelten röportajcıya Chul Han, aynen şöyle der: “Bu üçü arasındaki ortak özelliği görmek oldukça kolay: Pürüzsüzlük. Bu pürüzsüzlük günümüze şekillendiriyor. LG’nin çıkardığı G-Flex’i biliyor musunuz? Bu telefonun oldukça özel bir kaplaması var; eğer çizilirse bu çizikler zamanla geçiyor, bir nevi kendi kendini iyileştirebilen organik cilt gibi. Bu sayede akıllı telefonunuz tamamen pürüzsüz kalabiliyor. Bunu görünce kendi kendime, bir nesne üzerindeki birkaç çizimin ne önemi var ki diye düşündüm. Yüzey pürüzsüzlüğü için bunca çaba neden? Bu sorunun cevabı bize pürüzsüz akıllı telefon, pürüzsüz cilt ve aşk arasındaki ilişkiyi veriyor” (Han, 2019b). Yine başka bir yerde Chul Han, güzelin düzleştirilip şeffaf hale getirilmesi ile ilgili olarak şunları ifade eder: Günümüzde “güzel”in içinden her tür negatifliğin her tür sarsılmanın ve yaranın alınmasıyla güzel pürüzsüzleştirilmiştir, güzel olan “ben”i “beğen”de tükenmiştir, estetikleştirme estetik kılmamaya dönüşmüştür. Bugün imkânsız olan güzelin tecrübesidir nerede “beğenmek” (like) kendini öne çıkarırsa tecrübe (negatiflik olmadan imkânsız olan tecrübe) canlılığını kaybeder. (Han, 2018a: 8-10)

Estetik, doğal ve daha zararsız olarak algılanan şiddet görüntüleri şiddeti nerdeyse “etkisiz” hale getirmekte ve olağanlaştırmaktadır. Toplumun kendisinin içkin olgusunun bir ögesi olan şiddetin varlığı kabul edilmiş; ona göz yumulmuş ve hatta onun biçimlendirilmesine yardım etmişlerdir. Estetik bir boyut kazandırarak şiddeti ustaca ele alan reklamlar, programlar ise adeta şiddeti sanatsal yollarla estetize etmektedir. Modern estetik, sınır ihlallerini ve tabu tanımazlıkların bir sonucu olarak yasak ve imkânsız olanı kullanmak suretiyle şiddeti estetize etmektedir (Çevikalp, 2020: 93-112). Birçoğu için, teknoloji, günlük yaşamda vazgeçilmez bir nimet haline geldi. Teknoloji, boşlukları köprüleyen, bağlantıları sürdüren ve hayatı daha güvenli ve sağlıklı hale getiren bir güçtür. Sayısız insanın, dünyanın dört bir yanındaki aileniz ya da arkadaşlarınızla iletişimde kalmasını sağlar, yerel olarak bulunmayan sosyal topluluklar ve destek grupları sağlar ve bilgileri her zamankinden daha erişilebilir hale getirir (Lynn,

2020). Günümüz teknolojisinin sunduğu imkânlarla artık şiddetin 7/24 kesintisiz uygulanabileceği araçlar ve mecralar oluştu ve bu da yeni bir şiddet türü olarak dijital şiddetin hayatımıza girmesine neden oldu. Sosyal medya araçları vasıtasıyla psikolojik, cinsel veya ekonomik zarar vermeyi amaçlayan saldırılar dijital şiddet olarak adlandırılır. Bu saldırılar günlük yaşamınızda tanıdığınız ve ilişkide olduğunuz insanlardan gelebileceği gibi, eski partnerinizden veya hiç tanımadığınız insanlardan da gelebilir. Bu nedenle şiddetin doğası bulunduğunuz sanal platforma ve şiddet uygulayan kişiye göre değişebilir (Barındık, 2018).

Adorno ve Horkheimer, kültür endüstrisinde, filmlerde şiddet olgusuna dikkat çeker ve şiddetten alınan zevkin izleyiciye karşı şiddete dönüşmesinden bahsetmektedir. Yani “onlar” dayak yerse, gerçek hayattaki kişilerde kendi yedikleri dayağa alıştır. Şiddeti “yalın olarak göstermeyen” bu sinema film serisinin türü komedidir. Çünkü kültür endüstrisinde eğlence her zaman bir şey düşünmemek, gösterildiği yerde acıyı unutmak demektir. Bu bir kaçıştır, insana bıraktığı son direniş düşüncesinden kaçıştır. Kültür endüstrisinde eğlence kavramı acıyı unutmak olduğuna göre post-modernizmde ise şiddet hem bir eğlence aracına dönüşür hem de estetikleşir (Adorno ve Horkheimer, 2014: 185-193). Estetik ve eğlence olanaklarına uyumlu olarak tasarlanan hiper teknolojik araçlar beraberinde bazı bağımlılıkları da getirmiştir. Dijital ve akıllı bir nesne olarak cep telefonuna estetik bir biçim ve değer giydirilmesi ile ilgili olarak Chul Han, kendi görüşünü şöyle ifade eder: “Akıllı telefon dijital bir kutsal nesne, hatta dijital kutsal nesnenin ta kendisidir. Tabii kılma aracı olarak tıpkı elde taşıma kolaylığı bir tür cep telefonunu (handy) andıran tesbih gibidir. Her ikisi de insanın kendini sınamasına kendini kontrol etmesine hizmet eder. İktidar, gözetleme işini bireylere devrederek verimliliğini arttırmış olur. *Like/beğendim*, “dijital amin”dir. “Like”ın iktidar düzenine tabii kılarız kendimizi, akıllı telefon sadece etkili bir gözetleme aracı değil aynı zamanda taşınabilir bir günah çıkarma sandalyesidir. *Facebook dijitalin kilisesi, sinagogudur* (Sinagogun kelime anlamı “toplantı”dır)” (Han, 2019a: 22).

Televizyon reklamları, reklamcılarının tasarımcı setler, etkileyici grafikler, çekici modeller ve sembolik anlamlar üreten duyuşsal unsurlar (kamera açıları, efektler, arka plan rengi vb.) aracılığıyla insanların duygularına dokunan ve onları harekete geçiren hikayeler tasarlayarak, *tüketicilerle marka arasında duygusal bir bağın* oluşumuna imkân tanımaktadır (Akgün ve Papatya, 2018: 509-584). Bütün bunlara televizyondaki reklam ve dizilerin, estetik bir kıvamda ve sanal bir ortamda sunularak şiddete yol açmasını da ekleyebiliriz. Ancak şiddet sadece dijital yolla yapılmaz, dijitalin estetize edilip sanal

yollarla yapılmasıyla da ciddi anlamda şiddet uygulanır. Sanatın içine giren şiddet toplumun sosyo-kültürel ve ekonomik problemlerinin bir tezahürü olarak yansırken, psikolojik anlamda, 'beyin'e bilinçaltı (sübliminal) mesaj göndererek komuta zincirini harekete geçirmektedir. İktidarın toplum anlayışının bir dışavurumu olarak gösterebileceğimiz şiddet, kitle medya araçlarından beslenerek iki uçlu bir diyalektiği güçlendirmektedir ki, bu çoğu zaman bir propagandaya dönüşür. Medyanın en güçlü araçlarından biri olan filmlerin ve dizilerin topluma kendi gerçekliğini dikte etmesi de kaçınılmaz olmuştur (Çevikalp, 2020: 93-112).

Dijital estetiğin akıl babaları ancak belli bir kesime hitap etmektedir. Genellikle gelir seviyesi yüksek olanlara seslenir; gelir seviyesi düşük olanları pek de umursamalarına rağmen bilinçaltı (sübliminal) mesajlarla ayartmaya devam eder. Fakat yine de kendi bilinçaltılarında onları (varsıl olmayanları) çöp olarak görür. Bauman'ın "aylak ve turist metaforu" burada önem kazanmaktadır. Bu metafor, dijital estetik şiddete maruz kalmış sınıf (fraksiyon) ayırmacılığı ile benzerlik gösterir. O, bu durumu aynen şöyle ifade eder: "Kuşkusuz post-modern toplumun turist yarısı öteki yarısı olan aylaklar düşünüldüğünde bocalıyor, aylaklar turist tarzı ile alay ediyor. Aylaklar, turistlerin altında yatan çirkinliği gün yüzüne çıkaran karikatürlerdir. Bunların varlığı taciz edici ve usandırıcıdır, hiçbir işe yarar tarafları yoktur. Hiç kimsenin, hatta kendilerinin bile kayıplarını ve pişmanlıklarını telafi edebilecekleri görülmemiştir." (Bauman, 2013: 138-139).

Sosyal medyayı ve onun estetize edilmiş dijital platformunu, duygularımızı acımasız bir şekilde sömüren dijital panoptikona benzeten Byung Cul Han'a göre; "Bentham'ın panoptikonun sakinleri, disipline edilme amacı ile birbirinden yalıtılır ve birbiriyle konuşmaları yasaktır. "Dijital gözetleme"nin (panoptikonun) sakinleri ise birbiriyle yoğun bir iletişime girer ve kendi arzularıyla her şeylerini ifşa ederler, böylelikle de "dijital panoptikona" aktif bir şekilde işbirliği yapmış olurlar. Dijital kontrol toplumu özgürlüğü yoğun bir şekilde kullanır, bu da gönüllü olarak kendini ışıklandırma ve soyunma sayesinde mümkün kılar. Dijital *büyük kardeş* (big brother) kendi işini sakinlere devretmiştir adeta. Böylelikle verilerin elden çıkarılması zorlama ile değil, içten gelen bir ihtiyaç sonucu gerçekleşir, "dijital panoptikon"un verimliliği de buradan kaynaklanır." (Han, 2019a: 18-20).

Şiddet araçsal karakterleriyle ayrılır. Fenomonolojik açıdan baktığımızda kuvvete yakındır. Çünkü tam da başka alet edevat gibi şiddetin araçları da doğal kuvveti çoğaltmak amacıyla tasarlanır ve kullanılır; ta ki gelişiminin son safhasında doğal kuvvetin yerine geçer hale gelinceye değin. Bu

tanımların gerçek dünyada sugeçirmez ayrımlara tekabül etmediğini söylemeye gerek bile yoktur elbette. Ancak bu tanımlar tam da gerçek dünyadaki bu ayrımlardan üretilmiştir.” (Çevikalp, 2020: 93-112).

Sanal dünyada ortaya çıkan, kendi kendini ardı sıra tekrarlayan başıboşlukla ilintili olarak Bauman şu cümleleri öne sürer: “Siberuzamda ortaya çıkan bu kültürel dürtünün mantığını hiç kimse denetlemiyor ki; işte bu siberuzamdır. Jean Baudrillard’ın aslında dediği gibi, bir ortam/araç (medium) sadece kendisi ile konuşur. Daima birbiri üstüne olmak üzere göstergeler açılıyor diziliyor ve kendi kendilerini üretiyorlar, öyle ki bunların devamlılığını sağlayabilen hiçbir temel referans bulunmuyor.” (Bauman, 2013: 240-241). Chul Han, ‘pürüzsüzlük’le ‘estetik’in arasındaki ayrımın farkında olarak düşüncelerini ortaya atar. Görselin, pürüzsüz görüntüsüne rağmen şiddetsel olan estetiğini sahneye çıkardığını söyler. O’na göre, pürüzsüz görsel iletişim bulaşıcı bir hastalık olarak “estetikten” (gerçek anlamda bir estetik) yoksun bir şekilde ortaya çıkar. Nesnelerin kusursuz görünürlüğü bakışa zarar verir. Fakat mevcudiyetin ve yokluğun, örtmenin ve örtüyü açmanın ritmik değişimi bakışı canlı tutar. Erotik olan da kendi varlığını, yavaş yavaş görünür olup kaybolmanın sahnelenmesine, hayali olanın dalga hareketine borçludur. Görünürün pornografik uzun süreli mevcudiyeti hayali olanı yok eder. Paradoksal bir biçimde görmek için hiçbir şey vermez (Han, 2018a: 8-9).

Bauman, Günümüzün zaman modası için düzensizleştirme zamanı ifadesini kullanarak bugün haz ilkesinin mahkeme başkanı olduğu bir adalet divanında savunma yapmak zorunda olduğumuzu dile getirir (Bauman, 2013: 9). Günümüzün zevk ve estetik anlayışı geçici duyu/duygularla doğru bir orantıya sahiptir. Estetik dijital şiddet, Chul Han’ın tabiri ile duygulanımlarımıza ve kalıcı olmayan anlık his ve heyecanlarımıza taliptir. Chul Han bununla ilgili çarpıcı bir yorumda bulunur: “Duygu, heyecandan farklı bir zaman aralığına sahiptir, bir süreye imkan tanır. Heyecanlar, duyguya oranla oldukça uçucu ve kısa sürelidir. Duygulanım ise genellikle bir anla sınırlıdır. Duygunun aksine, heyecan, bir durumu temsil etmez, heyecan durmaz. Bir ‘huzur heyecanı’ yoktur, ‘huzur duygusuysa’ bilinen bir şeydir. ‘Heyecan durumu’ ifadesi çelişkilidir, heyecan dinamik koşula bağlı ve edimseldir. Heyecan kapitalizmi tam da bu özellikleri sömürür. Duygu ise edimsel olmaması nedeniyle kolay sömürülmez duygulanım edimsel değil daha ziyade püskürüktür (indifai); edimsel yönden yoksundur.” (Han, 2019b: 50-51).

## Sonuç

Bu çalışmanın merkezi düğümünü teşkil eden şiddet/dijital şiddet, çoğunlukla saptırılmış bir yenilikçilik (revisionist) anlayışıyla sosyal epistemik

bir çevrede dayatılır, öğrenilir veya öğretilir. Çünkü sosyal epistemolojinin grup ve kurum dinamikleri ve bu dinamikleri oluşturan etkileşim ve ilişkilerle ilgili olduğunu epistemik olmayan “non-epistemik” hususiyetlerin aktarım ve ilişkisi noktasından biliyoruz. Dijital kitle iletişimi, içinde güvensizlik ve kuşku payını barındırmak ile birlikte bilgiyi sosyalleştirebildiği gibi şiddeti de sosyalleştirip öğretebilir ve yayabilir. Sosyo-epistemik bakış açıları otoriteler ve sosyal kurumlar vasıtasıyla çoklu dijital kitle iletişim sistemleri kullanılarak inşa veya dikte edilebilir. Bu mahallerde kurumsallaşmış inançların sağlam (muhkem) hale gelerek sosyal ve epistemik bir dayanak oluşturması verilen mesaj ya da enformasyonların bünyesel kirliliklerinden arındırılarak sunulması ile mümkündür.

Dijital kitle iletişim araçları sadece enformasyon verir ama enformasyon veya malumat gerçek bilgi değildir; pozitifliği nedeniyle toplamacı ve kümülatiftir. Bir “pozitiflik” olan enformasyon hiçbir şey değiştirmez hiçbir şey açıklamaz. Bilgi ise bir “negatiflik”tir. Hariç bırakan, seçkin ve yetkilidir. Bir deneyim sonucunda elde edilmiş bir bilgi geçmiş bir durumu bütünüyle sarsıp bambaşka bir şeyin başlamasını sağlayabilir. Enformasyon toplumu bir yaşantı toplumdur, yaşantı da toplamacı ve kümülatiftir (Han, 2020: 54-55). Estetik kitle iletişimi, inançların kurumsallık kazanarak, sosyal bir bilgiye dönüşümüne sınırlı da olsa bir çerçeve ve bir zemin oluşturur.

Mannheim’e göre, bilinçdışı gibi bir unsur, belirli nesnelere yönelik bizde ortak olan bilinç öncesi yaklaşım tarzları, en az aile içinde kararlaştırılmış kuralları ve ana dili öğrenmek kadar sosyalleşme sürecinin bir aşamasıdır. İster bilinçle ister bilinçdışı ile ilgili olsun bazı anlam türleri tüm sosyal ilişkilerde içerilir; bu ikisi yani anlam ve grup ilişkileri birbirlerine birleşik bir durumda ortaya çıkar (Mannheim, 2017: 73). Bilgi, toplumsal ve sosyal içeriğinden bağımsız olarak ele alındığında sadece özne-nesne ilişkisini yansıtmaktadır. Bunun da insanlık açısından herhangi bir yararından söz etmek mümkün değildir. Bilginin, objenin varlığına bağlı olarak var olduğunu düşünmek, idealist bir yanılsama olarak algılanmamalıdır. Ancak iş bilginin kaynağına geldiğinde; doğrudan nesneden kaynaklanan ve öznedeki çeşitli aşamalardan geçerek şekillenen yapıya sahip olduğunu vurgulamak gerekir (Külcü, 2000: 386-411).

Toplumun bilgi üretimi, iletimi, edimi, paylaşımı ya da bilginin toplumda yayımına hizmet eden araç ve yöntemlerin, tutumların nasıl kullanıldığı üzerinde yoğunlaşarak, söz konusu değişim sürecini etkileyen olumlu ve olumsuz gelişimler izlenebilecektir. Bu amaca hizmet eden bir çözümlemede kütüphanecilik ve bilgi biliminin yanı sıra toplum ve kültür bilimlerinin epistemolojilerinden yararlanabiliriz (Gökkurt, 2017: 247-262).



Bir davranış yalnızca sosyal muhitte niyet/tasarı halinde bulunan güdüler tarafından harekete geçirildiğinde “konumsal” olur. “Muhit”in (mahal/çevre) öznel ve nesnel öğeleri vardır, muhitin nesnel yapısı bu yeri işgal edenlerin davranışı göz önüne alınmadan da tanımlanabilir. Çünkü bir konum, yalnızca var olur. Nasıl karşılık bulacağı veya karşılık bulup bulamayacağı bu bağlamda önemli değildir. Bir konum, yalnızca ona dahil olanların davranışları aracılığıyla edimselleşebilir ve fark edilebilir olsa da konuma dahil olanlar konumdan öngörülebilir ve ortak bir tarzda etkilenmeden de içinde var olabilirler. Yani üretim süreçleri içinde benzer konumlara ve benzer çıkarılara uygun olarak tek biçimli bir davranış sergileyen bireyler söz konusu olduğu anda sınıf kavramından söz edilebilir (Mannheim, 2017: 142). Bu sınıflar belli bir mahalde, cemiyetler, epistemik cemaatler (epistemic community) veya sınıflar olarak, sosyal bilgiyi kendi tarzlarıyla işleyip üreten topluluklar olabilirler.

Dijitalleşmenin teknolojik imkânlarının genişletilmesi ile her geçen gün etki gücünü arttıran internet zemininde gelişen sanal dünya ilişkilerinin sosyal, ekonomik, kültürel alanlarda sarsıcı değişimleri beraberinde getirdiğini ve daha önemlisi bu değişimin artan bir ivme ile her geçen gün hayalleri zorlayan yenilikleri üreteceğini ön görmek mümkündür (Postacı, 2019: 56-59). Dijital iletişim kısaca, dijital araçlar üzerinden gerçekleştirilen iletişim olarak tanımlanabilir; dijital iletişim için her şeyden önce birden çok teknolojinin bir araya gelmesi gerekir. Bunlar içinde bilgisayar teknolojileri, internet teknolojisi ve mobil teknolojiler en önemlilerinden sayılabilir. Kitle iletişim ise bir kuruluşun, bir grubun veya bireyin uygun bir iletişim kanalı aracılığıyla büyük bir kuruluşa veya gruba mesaj gönderdiği bir süreç olarak tanımlanır. Kitle iletişim araçları toplumsal iletişim pratiklerini üst belirlediği için, iktidar ilişkilerinin parçalayıcılığı (disintegration) iletişimsel süreçte de kendisini yeniden üretir. Şiddet, sınırlara sığmayan veya sınırlara uymayan salgınlardan (pandemi) biridir. İletişimsel süreç toplumsal yapının parçalanmışlığını yeniden üretirken, “ötekiler”e karşı “söylemsel-epistemik şiddet” uygular (Çoban, 2019: 1-18).

Bauman, günümüzün zaman modası için düzensizleştirme zamanı ifadesini kullanarak bugün haz ilkesinin mahkeme başkanı olduğu bir adalet divanında savunma yapmak zorunda olduğumuzu dile getirir (Bauman, 2013: 9). Mannheim’e göre, *çağımızda baskın olan epistemolojik anlayışa göre, geçerli bilgi herkesin dünyasına gönderme yapan evrensellikte olmalıdır. Tüm bireylerin yönetim ve denetiminde ortaklık iddia ettiği, siyasal alanda olduğu gibi, bilgi alanında da her başlık her bireyin incelemesinin konusu olabilmelidir. Sonuç olarak demokratik kültürde kapalı bilgiye yönelik derin bir kuşku*



*vardır* (Mannheim, 2017: 246). Sosyal epistemoloji insan bilgisini kolektif bir hedef olarak görür ve bu hedefin uygulanma aşamasını epistemik failere (ajanlara) bırakır. Sosyal epistemolojide bilgi tek başına entellektüel çabayla (eforlarla) kazanılmaz. Onlar kolektif girişim ve sosyal bağlantılarımızın (angajmanlarımızın), gerek tarihsel ve gerekse de çağdaş anlamdaki kültürel çabalarımızın ürünüdür. Bu sosyal epistemik kazanımlar resmi ya da gayri resmi olan epistemik bir çevrede gerçekleşir. İnançların iddia veya hedefi, doğru inanç ve yanlışlıktan sakınmaktır. Epistemolojinin komple hedefi bilginin kişilerarası (interpersonal) boyutlarını inceleyip analiz etmektir. İnançların doğruluk amaçlarına bakıldığında, epistemolojinin genelde iki temel parçaya bölüldüğü görülür: Bireysel ve Sosyal epistemoloji. Bireysel epistemoloji, genelde, sadece epistemik unsurları (inanç, doğruluk, gerekçelendirme vb.) ön plana çıkarıp bunu da temelci bir anlayışla ortaya koyarak bilginin “sosyal bağlarını” ihmal eder. Bu yüzden böyle bir epistemik perspektif yazımızın amacına uygun gelmemiştir. Bu çerçevede bizi ilgilendiren, daha ziyade sosyal epistemolojidir. Sosyal epistemolojiyi, bireysel bağlamın dışına çıkaran olgu, doğrulama ve iletişim pratiklerinin kişilerarası bir gayret ile yapılmasıdır. Grup üyelerinin çoklu ilişkileri temelinde uzmanlara bağımlılık, akran ilişkileri ve otorite faktörü gibi unsurlar sosyo-epistemik gündemi (ajanda) belirlerler. Sosyal epistemoloji, eğitim, kültür, tanıklık, etkileşim ve dijitalleşme gibi sosyal faktörlerin bizi epistemik bir ilerleme ya da gerilemeye maruz bırakıp bırakmadığı ile ilgilidir. Yukarıda ifade edilen kavram ve önermelere baktığımızda sosyal epistemolojinin, kitlesel dijitalleşme ve estetik pürüzsüzleştirme ile neden bu kadar ilgili olduğu sosyal epistemolojinin bu unsurlarla olan sosyal perspektifsel bağlarının olması yönüyle ilgilidir. Yani dijitalleşme ve onun estetik çabalarla iktidar veya güç ile pekiştirilerek ve kitlesel araçlar kullanılarak yayılması bir toplum mühendisliği ya da epistemik bir dizayn ile ilgilidir. Yukardaki öncül ve argümanlar genel olarak hesaba katıldığında, dijital bir şiddet ya da şiddetin dijitalleştirilmiş üslubu kitleler üzerinde mümkündür ve bu sosyo-epistemik bir mahalde gerçekleştirilir. Bu mahallin en somutlaştırılmış tarzlarından biri de kuşku yok ki kitle iletişimsel platform veya organlardır. Bu; iktidar, çeşitli sermaye grupları veya epistemik cemaatler (epistemic community) eliyle yapılır. Eğer belli bir vadede bu organlar aracılığıyla verilen bilgi kurumsallaşarak bir vücut kazanırsa göreceli veya yenilikçi bir sosyal epistemolojiye dönüşebilir. Ancak, dijital bir zeminde akışkan ve kaygan olarak ortaya çıkan enformasyonun her zaman kalıcı ve uzlaşma dayanan sosyal bir bilgiye dönüşmesi beklenmemelidir.

## Öz

**Sosyo-Epistemik Bir Argüman Olarak Dijital Estetik Şiddet**

Bu metnin birinci bölümünde, sosyal epistemik bir argümanın mümkünaı çerçevesinde estetikleştirilmiş dijital şiddetin sosyo-epistemik boyutu ele alınmıştır. Algı yönetimlerinden bilinçsiz tüketime doğru gelişen serüvenin, kitle iletişimsel bir baskı ile davranışların komuta ve kontrolüne doğru evrilmesinin betimlenmesi yapılmıştır. Genel olarak kitle iletişim araçlarının, özede ise internet ve sosyal medyanın bilginin toplumsallaştırılması ve kurumsallaştırılmasındaki rolü bu yazıyla ilgili olduğu kadarıyla ifade edilmiştir. Bu metinde sosyal bir platform olan dijitalin estetikleştirilmiş zorbalığı ortaya konulmuştur. Çoğu zaman algılatılmış resmin içerisinde dijital ve estetik kıvamda sunulan enformasyon, politik ve yenilemeci bir sosyo-epistemik alan (çevre/mahal) kullanılarak sunulmaya gayret edilmiştir. Kitle iletişim araçlarının tablosuna sığdırılan bütün enformatik görüntü ve mesajlar, şiddetin en şeffaf ve estetik boyutlarıyla sunulmuştur. Bilgi ya dijital platform veya mahallerde sosyal yönüyle yapılandırılmaya çalışılmış ya da bu başarılamazsa, kitle iletişiminin estetik ekipmanları kullanılarak söylemsel, imgesel ya da simgesel her türlü şiddet kullanılarak dayatılmıştır. Bu yazının ikinci bölümünde, günümüzün trendine uygun olarak estetik bir biçimde dijitalize edilmiş kitle iletişim araçlarının insanın zihniyet yapısı, fikir hürriyeti, tüketim alışkanlıkları veya anlam atmosferi üzerinde oluşturmuş olduğu olumsuz etki ve beraberinde gelen tahribatin dijital estetik şiddet boyutu ortaya konulmuştur. Şiddeti maddi ve soyut şiddet olarak iki türlü düşünürsek; dijital şiddet, soyut şiddetin sahnede gösterilen en transparan veya şeffaf halidir. Sosyo-epistemik inşa ve bunun dijital estetik araçlarla gerçekleştirilmesinin imkânı daha çok estetik şiddet yönüyle verilmeye çalışılmıştır.

**Anahtar sözcükler:** Sosyo-Epistemik, Şeffaflık, Dijital, Kitle İletişim, Tüketim, Algı.

**Abstract****Digital Aesthetic As a Socio-Epistemic Argument**

In the first part of this article, the socio-epistemic dimensions of aestheticized digital violence has been discussed within the framework of the possibility of a social epistemic argument. The adventure evolving from perception management to unconscious consumption was depicted as a mass communicative pressure and the evolution of behavior towards command and control. The role of mass media in general and the internet and social media in particular in the socialization and institutionalization of information is expressed in terms of being related to this article. In this text, the aesthetic edition of digital, a social platform, has been introduced. Most of the time, the information presented in digital and aesthetic consistency in the perceived picture has been tried to be presented by using a political and renewal socio-epistemic area (environment/place). All informatics images and messages fit into the mass media table are presented with the most transparent and aesthetic dimensions of violence. The information is either structured socially in digital platforms or spaces, or if this cannot be achieved, the conflict is being imposed using any discursive, imaginative or symbolic violence using the aesthetic equipment of communication. In the second part of this article, the digital aesthetic violence dimension of the negative impact that aesthetically digitized mass media have on human mindset, freedom of thought, consumption habits or atmosphere of meaning and the accompanying destruction in accordance with today's trend is presented. If we think of violence in two ways, material and abstract violence; digital violence is the most transparent version of abstract violence shown on stage. The possibility of socio-epistemic construction and the realization of this with digital aesthetic tools was tried to be given mostly in terms of aesthetic violence.

**Keywords:** Socio-Epistemic, Transparency, Digital, Mass Communication, Consumption, Perception

## Kaynakça

- Akgün, A. A., & Papatya, N, "Televizyon Reklam Mesajlarında Kullanılan Görsel Estetik Unsurlar", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23 (18), 509-584.
- Barındık, G. (2018, November 15), Dijital Şiddet Nedir? Teknolojinin Yarattığı Yeni Şiddet Alanı, Erişim Tarihi: 4 Mayıs 2020, <https://indigodergisi.com/2018/11/dijital-siddet-nedir/>
- Başdemir, H. Y. (2016), "Sosyal Epistemolojide İnançların Statüsü Sorunu", *Kutadgu Bilig*, (32), 257-274.
- Bauman, Z. (2013), *Postmodernizm ve Hoşnutsuzlukları*, çev.: İsmail Türkmen, (2nd ed.), 8-20, İstanbul, Ayrıntı Yayınları.
- Burnham, D. (n.d.), *Immanuel Kant, Aestetic*, Erişim Tarihi: 4 Mayıs 2020, <https://www.iep.utm.edu/kantaest/>
- Çevikalp, H. A. (2020), "Günümüzde Şiddetin Medya Aracılığıyla Pazarlanması ve Ürünlerin Sanatsal Şiddete Dönüşerek Estetikleşmesi", *Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (1), 93-112.
- Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (1996), *Aydınlanmanın Diyalektiği: Felsefi Fragmanlar 2*, çev.: Oğuz Özügöl, 185-193, İstanbul, Kabcacı Yayınları.
- Çoban, B. (n.d.), Toplumsal İletişim Sürecinde Öteki ve Söylemsel Epistemik Şiddet, ErişimTarihi:17 Nisan, 2020, <https://www.academia.edu/608846>
- Fallis, D. (2002), "Introduction: Social Epistemology and Information Science", *Social Epistemogy*, 16 (1), 1-4.
- Fallis, D. (2006), "Epistemic Value Theory and Social Epistemology", *Episteme*, 2 (3), 177-188.
- Godler, I., Reich, Z., & Miller, B. (2020), "Social Epistemology As A New Paradigm For Journalism and Media Studies", *New Media and Society*, 22 (2), 213-229.
- Goldman, A. (2001, February), *Social Epistemology*, Erişim Tarihi: 18 Nisan 2020 <http://www.plato.stanford.edu/entries/epistemology/social>
- Goldman, A. (2012, April), A Guide to Social Epistemology, Erişim Tarihi: 17 Nisan 2020, [https://www.researchgate.net/publication/288187651\\_A\\_Guide\\_to\\_Social\\_Epistemology](https://www.researchgate.net/publication/288187651_A_Guide_to_Social_Epistemology)
- Gökkurt, Ö. (2017, January). Bilginin Gerçekliği Problemine Sosyal Epistemolojik Bir Yaklaşım, ErişimTarihi:09.06.2020,[https://www.researchgate.net/publication/321905126\\_BILGININ\\_GERCEKLIGI\\_PROBLEMINE\\_SOSYAL\\_EPISTEMOLOJIK\\_BIR\\_YAKLASIM](https://www.researchgate.net/publication/321905126_BILGININ_GERCEKLIGI_PROBLEMINE_SOSYAL_EPISTEMOLOJIK_BIR_YAKLASIM)
- Gürkan, A. (2018), "Sosyal Epistemolojinin Tanımı ve Kapsamı Üzerine Bir Değer-

- lendirme”, *Türkiye Lisansüstü Çalışmalar Kongresi Bildiriler Kitabı 1*, 1, 149-165.
- Han, B. C. (2017), *Şiddetin Topolojisi*, çev.: Dilek Zaptçioğlu, (2nd ed.), 80-85, İstanbul, Metis Yayınları.
  - Han, B. C. (2018a), *Güzeli Kurtarmak*, çev.: Kadir Filiz, 5-80. İstanbul, İnsanat Yayınları.
  - Han, B. C. (2018b), *Zamanın Kokusu: Bulunma Sanatı Üzerine Felsefi Bir Deneme*, çev.: Şeyda Öztürk, 10-121, İstanbul, Metis Yayınları.
  - Han, B. C. (2019a), “Bilgi birikimi tecrübeden gelir bizlerse bugün amatörliğün korkusuyla yaşıyoruz”, Erişim Tarihi: 17 Nisan 2020, <https://www.cins.com.tr/genel/byung-chul-han-bilgi-birikimi-tecrubeden-gelir-bizlerse-bugun-amatorlugun-korkusuyla-yasiyoruz/>
  - Han, B. C. (2019b), *Psikopolitika: Neo Liberalizm ve Yeni İktidar Teknikleri*, çev.: Haluk Barışcan, 50-51. İstanbul, Metis Yayınları.
  - Han, B. C. (2020). *Eros'un İldırabı*, çev.: Şeyda Öztürk, (2nd ed.), 54-55, İstanbul, Metis Yayınları.
  - Kamiloğlu, F., & Yurttaş, Ö. U. (2014), “Sosyal Medyanın Bilgi Edinme ve Kişisel Gelişim Sürecine Katkısı ve Lise Öğrencileri Üzerine Bir Alan Çalışması”, *İletişim*, (21), 130-150.
  - Kardaş, S. (2018), *Dijital Sosyoloji ya da Yeni Toplumsallıklar*, (Yüksek Lisans Tezi), 135, Mardin Artuklu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
  - Külcü, Ö. (2000), “Kuramsal Bilginin Oluşumu ve Toplumsal Bilgiye Dönüşümünde Epistemoloji Bilgi Hizmetleri İlişkisi I”, *Türk Kütüphaneciliği*, (4), 386-411.
  - Lynn, R. (2020, January 19). What Is Digital Abuse, Erişim Tarihi: 4 Mayıs 2020, <https://breakthesilencedv.org/what-is-digital-abuse-2/>
  - Mannheim, K. (2017), *Kültür Sosyolojisi*, çev.: Mustafa Yalçınkaya, 70-273, İstanbul, Pinhan Yayıncılık.
  - Palo, G. (2013), “Bilginin Toplumsallaşması ve Sosyal Epistemoloji”, *Atatürk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (51), 75-84.
  - (2003). İlk Dijital Güzel Yarışması. Erişim Tarihi: 17 Nisan 2020, <https://www.milliyet.com.tr/pembekar/ilk-dijital-guzel-yarismasi-5131580>
  - Postacı, H. (2019), “Dijitalleşmenin Sınırlılıkları: Yapay Zekadan Endokrinale Yönetmeye”, *Bilge Adamlar*, (49), 56-61.
  - Pritchard, D., Haddock, A., & Millar, A. (2010), *Social Epistemology*, New York, United States: Oxford University.
  - Uğuş, M. (2019), “Makineleşmenin İnsanın Geleceği ve Yabancılaşmasına Etkileri Üzerine”, *Bilge Adamlar*, (49), 50-56.
  - Umut, T. N. (2018), *Teknoloji ve Değerler İlişkisi*, (Doktora Tezi), 5-200, Ankara, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.