

Eğlencenin Gözetleme Hâli ya da Eğlence Endüstrisinde “Görünen” ve “Gören” Olmak

NİHAL KOCABAY ŞENER*

Özet

Bireyler çalışma dışı zamanı kendilerini rahatlatmak için kullanırlar. Rahatlamak için başvurulan yöntemlerden başlıcası ise eğlencedir. Eğlence endüstrisinin en önemli bileşenlerinden biri olan medya, bireylere boş zamanlarını değerlendirmeleri için çeşitli alternatifler sunar. Sunulan alternatiflerin içinde özellikle günümüz toplumunun önemli unsurlarından biri olan gözetleme ve gözetleme içerikli ürünler de bulunmaktadır. Bu çalışma gözetlemenin sinema, televizyon programları ve sosyal ağlarda nasıl kullanıldığını incelemektedir, gözetlemenin bir eğlence unsuru olarak topluma kabul ettirilmesinde medyanın rolü tartışılmaktadır. Literatür taraması yönteminin kullanıldığı çalışmada ayrıca literatürde yer alan bilgiler sentezlenerek gözetleme ve eğlence ilişkisi ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Eğlence Endüstrisi, Gözetleme, Sosyal Ağlarda Gözetleme, Medya Endüstrisi.

* Yrd. Doç. Dr., İstanbul Ticaret Üniversitesi

Surveillance Status of Entertainment or to be “Visible” and “Voyeur” on Entertainment Industry

NİHAL KOCABAY-ŞENER*

Abstract

Individuals spend their off-hours for relaxing and one of the main activities for relaxing is entertainment. Media is one of main constituent of entertainment industry which offers alternatives to fill in individuals' leisure time. There are surveillance and surveillance themed productions in media contents. This article is researched how to use surveillance in movies, on television programs and social networks. It is discussed the role of media to impose surveillance as entertainment on society. This study in literature review, is synthesised and tried to point out the relationship between surveillance and entertainment.

Keywords: Entertainment Industry, Surveillance, Surveillance on Social Networks, Media Industry.

* Assist. Prof., İstanbul Ticaret University

1. GİRİŞ

Günümüz bireyleri, özellikle büyükşehirlerde yaşayanlar, çalışma dışında kalan boş zamanlarında streslerinden sıyrılabilme için çeşitli eğlence yöntemlerini tercih ederler. Eğlence tek bir tanımla betimlenmesi güç bir kavramdır; çok çeşitli aktiviteler eğlence tanımının içinde yer alabilirken bireylere göre farklılık arz edebilir. Kültür sanat aktivitelerinin içinde bulunmaktan seyahat etmeye kadar pek çok eylemi eğlence tanımının içinde değerlendirmek mümkündür. Boş zaman ve boş zamanın içinde yaratılan eğlence bir anlamda kuşatılmış bireyin sistem içinden bir kaçışı olarak düşünülebilmektedir. Birey, bulunduğu ortam içinde sıkıldıkça her boş anında eğlenceye kaçarak kendini rahatlatma peşine düşmektedir. Ancak bu kaçış, sınırlı bir kaçıştır, bu kaçış tam da sistemin kollarına olan bir kaçıştır.

Günümüz toplumlarında her birey bir gözetleme pratiğine tâbi tutulur. İster işyerinde, ister okulda; ister sokakta, ister alışverişte sistematik ya da sistematik olmayan gözetleme biçimleri bireylerin peşini bırakmaz. Bazı gözetleme biçimleri gözetlenen obje olan bireyi rahatsız ederken, bazıları ise çok sıradan karşılanan ve kanıksanmış olgular hâline dönüşmüştür. Gözetlemenin nesnesi olmaya alışık olan bireyin, gözetleyen özne yerine geçişi gözetlemenin eğlence endüstrisinde kullanımının kapılarını aralar. Bireye sunulan, sadece ulaştığı ürünün içeriğindeki eğlence unsuru değil, aynı zamanda gözetleyen yerine de geçebilmiş olmanın hazzıdır belki. Bireylere gözetleyen olma hazzını sunan eğlence endüstrisi ürünleri çeşitlilik gösterebilir. Ancak biz bu çalışmada iletişim teknolojileri ile geliştirilmiş olan eğlence endüstrisi ürünleri üzerine yoğunlaşacağız ve sinema, televizyon, sosyal ağlar başlıkları ile ele alacağız. Öncelikle eğlence endüstrisinin genel bir çerçevesi çizilecek ve ardından gözetleme kavramı tartışılacak; daha sonra ise eğlence endüstrisi ve gözetlemenin kesişimi irdelenecek.

2. Eğlence Endüstrisinin Çerçevesini Çizmek

Eğlence, tüm toplumlarda çeşitli şekillerde yer alan ve ihtiyaç duyulan olgulardan biridir. Düğünler, festivaller gibi ritüellerde eğlence vardır ve vazgeçilmezdir. Toplumdaki bireylerin hem sosyalleşmesi hem de rahatlayabilmesi için ihtiyaç duyulan olgulardan biridir eğlence; dolayısıyla toplumlarda eğlencenin işlevsel bir rolü de bulunur. Eğlenceyi şöyle tanımlayabilmek mümkündür: İngilizce eğlence anlamına gelen *entertainment* kelimesi Latince kökenlidir ve dikkati çekmek ya da hoş bir biçimde oyalayıcı anlamındadır. Eğlence canlı ya da aracılanmış, bilerek yaratılmış, aktifleştirilmiş, düzenlenmiş, yayılmış deneyimdir. Eğlence kolaylıkla tespit edilir, ulaşılabilir ve tüketilir. Eğlence, dikkat çekicidir, uyarıcıdır, duygusaldır, duygusaldır, sosyal ve ahlakidir (Sayre ve King, 2010: 4). Geniş bir tanıma sahip olan eğlenceyi, şu başlıklar altında toplamak mümkün-

dür: Sohbet, halk edebiyatı ürünleri (destanlar, masallar, halk hikâyeleri, fıkralar, bilmeceler, tekerlemeler, maniler, türküler), yiyecek ve içecekler, oyunlar (dramatik, dramatik olmayan oyunlar, elektronik oyunlar), müzik, dans, giyim, kuşam ve süslenme, koku, gezinti, inançlar, hediye ve ödüller, erotik öğeler (Özdemir, 2005).

Toplumların zaman geçirmek için başvurdukları eğlence yöntemleri zaman içinde üretilen eğlence biçimleri hâline dönüşmeye başlamıştır. Üretilen ve kitleselleştirilen eğlence etkinlikleri, eğlence endüstrisi kavramını ortaya çıkarır. Endüstrileşme aynı zamanda sınırlandırmayı, sınıflandırmayı, standardizasyonu ve kalıplaştırmayı da getirir. Bir üretim süreci olan endüstrileşme hiç kuşkusuz ürettiğinin tüketilmesini ister ve dolayısıyla tüketime yönlendiriciliği de içinde bulundurur. Eğlence endüstrisi de modern hayatın buhranından kaçan bireyleri kollarına alıp sakinleştirirken aynı zamanda da var olan kapitalist sistem dışına çıkmalarını engellemeye çalışır. Böylece eğlence endüstrisinin iki farklı ve önemli rolü açığa çıkar: Modern hayattan yorulan bireyleri sakinleştirmek ve yeniden o hayata dönmelerini sağlamak; bireylerin yorgunluklarını atarken sistem dışına çıkmalarını engellemek.

Eğlence endüstrisi tartışması çalışma dışı zamanı, çalışma dışı zaman ise sanayi toplumunu çağrıştırır. Sanayi toplumunun oluşmasıyla birlikte üretim süreci ev dışı bir zamana taşınır ve böylelikle zaman, çalışma ve çalışma dışı yani boş zaman kavramlarıyla ikiye ayrılır. Ancak “boş vakit çalışmadan ayrılamaz. Aynı insan çalışmadan sonra dinlenir, gevşer ya da kendince bir şeylerle meşgul olur. Her gün aynı saatte işçi fabrikasından çıkar, memur bürosundan. Her hafta, cumartesi, pazar, gündelik çalışmanın düzenliliğiyle birlikte, boş vakitlere aittir; çünkü bu birlik vardır ve her bir kişi, kullanabileceği zaman payını çalışmanın ne olduğuna –ve ne olmadığına– göre programlamaya çalışır” (Lefebvre, 2013: 35). Her ne kadar çalışma ve çalışma dışı bir zaman olsa da ikisinin birbirinden etkilendiğini söylemek mümkün değildir. “İşin/çalışmanın (*work*), zorunlu, eşgüdümlü, kuralcı, örgütlü ve ritüel bir kurguya kavuşması, çalışma dışı alanın da endüstriyel egemen ilkeler doğrultusunda dönüşmesini mümkün kıldı” (Aytaç, 2002: 232). Çalışma saatlerinin azalmasıyla ortaya çıkan serbest zaman, çalışan insanların gittikçe artan gereksinimleri ve yetileriyle bir araya gelince kitle serbest zamanı denen modern görüngü ortaya çıktı. Kitleselleştirilmiş serbest zaman, serbest zaman etkinliklerinin metalaşmasıyla, serbest zaman kullanımının çok geniş bir sanayi tarafından hazırlanarak kitlelere sunulmasıyla, giderek daha çok sayıda insanın serbest zamanlarında aynı ya da benzer, kitlesel olarak üretilmiş ürün ve hizmetleri tüketmesiyle ortaya çıkmış bir terimdir (Aydoğan, 2004: 10). Kitleselleştirilmiş serbest zaman, eğlence endüstrisinin de temellerinin atılmasını sağlamış olan bir başlangıçtır. Serbest zamanlarını çeşitli etkinlik-

lerle geçirmek isteyen kitleleri bir araya getirebilmenin yolu eğlencenin kitleselleştirilmesi ve endüstrileştirilmesidir.

Eğlencenin, “geç kapitalizmin koşullarında çalışmanın uzantısı” (Adorno, 2011: 68) olduğunu düşünen Adorno, eğlence endüstrisi tartışmalarında ortaya koymuş olduğu kültür endüstrisi kavramıyla akla gelen ilk isimlerdendir. Kültür endüstrisinin en önemli yasası, insanların arzuladıkları şeylere kavuşmamalarını ve bir yoksunluk içinde gülerек doyuma ulaşmalarını sağlamaktır (Adorno, 2011: 74). Dolayısıyla kültür endüstrisi ürünleri doyuma ulaştırır ama sahip olunamayanları kapsar yani doyum sağlasa da ebedî bir kavuşma gerçekleşmez. Ebedî kavuşmanın gerçekleşebilmesi mümkün değildir, çünkü çalışma dışı zamanda kültür endüstrisine ya da eğlence endüstrisine olan kaçış kısa bir kavuşmayı ve ardından yeniden çalışma zamanına dönüşü içerir. Bir anlamda eğlence endüstrisinin sundukları bireyleri yeniden çalışma zamanına hazırlar.

Bireylerin sürekli olarak eğlenceye gidebilmeleri zordur, bu nedenle eğlence onların ayaklarına, evlerine gelir. İletişim araçları bireylerin evlerine, onların yakınlarına eğlenceyi taşıyan araçlardır. Dergiler, gazeteler, radyo, televizyon, filmler, bilgisayar oyunları, sosyal ağlar... Belirtilen ve burada belirtilmemiş olan unsurlar iletişim araçları ya da daha kapsayıcı olarak söylersek medya ve eğlencenin birleşme noktalarıdır. Kitle iletişim araçlarının pek çok işlevinin¹ bulunmasının yanı sıra önemli işlevlerinden biri de izleyicilerini, hedef kitlesini eğlendirmektir. Eğlence, sadece boş zamanı dolduran bir olgu değildir, ayrıca sadece çalışma dışı zamanda rahatlama sağlayarak çalışma zamanına bireyleri hazırlayan bir olgu da değildir. Eğlencenin bir endüstri olmasından dolayı ekonomik getirisi vardır. Eğlence endüstrisi hem hizmet hem de ürün olmak üzere iki tür faaliyette bulunur ve elbette her ikisinin de ekonomik bir değeri vardır. Bireylerin eğlence endüstrisinin içine müşteri olarak girmeleri endüstriyi canlı tutar. Diğer yandan ise eğlence endüstrisinin siyasi bir yönü de vardır. Çalışma dışı zamanda boş kalan bireylerin bir araya gelerek toplumsal olaylar, siyaset, ekonomi gibi konularda tartışmasının önüne geçebilmenin en iyi yollarından biri onları eğlenceli başka unsurlara yönlendirmektir. “Kişi eğlenirken, ağırlık olarak duygularını kullandığından düşünmeyi geri plana iter. Oliver Stone’un ‘Katil Doğanlar’ filminde TV programcısı ‘Seyircilerin kafalarındaki boşluğu dolduraim’ diye çırpınarak, program malzemelerini bulmaya çalışan muhabirlere yük-

¹ UNESCO tarafından hazırlanan MacBride Raporu olarak bilinen rapora göre, iletişimin işlevleri arasında habercilik, toplumsallaştırma, motivasyon, tartışma ve diyalog, eğitim, kültürel gelişme, bütünleştirmenin yanı sıra eğlence de yer almaktadır. Eğlence işlevi, işaret, simge, ses ve imgeler aracılığıyla tiyatro, dans, sanat, edebiyat, müzik, spor ve oyun gibi bireysel ve toplu nitelikli yaratıcı etkinlikleri yaymak olarak açıklanmaktadır (MacBride vd., 1993: 15)

leniyordu. Tüketicinin, seyircinin kafasındaki boşluk aşırı eğlendirilmeye alışmış, düşünmekten uzaklaştırılmış olmaktan kaynaklanıyor” (Rigel, 2002: 144).

Bireylerin bir araya gelerek hoş vakit geçirmeyi planladığı ya da toplumsal bazı ritüellerin yapıldığı bir eğlence biçiminin çok uzağında olan eğlence endüstrisi, bireylere ne zaman, ne yapacaklarını, nasıl eğlenebileceklerini, eğlencenin neler olduğunun sınırlarını çizen dayatmacı bir yapıdır. Tüketicisine birçok seçeneğe sunan eğlence endüstrisi hem boş zamanı değerlendirmeyi, hem insanların boş zamanlarında düşüncelere dalmasını engellemeyi hem de ekonomik bir getiri sağlamayı hedefler. Eğlence endüstrisinin önü alınamayan bir endüstri olduğunu da söylemeden geçmemek gerekir. “Dün yaşadığımız eğlenceyi hiç olmamış gibi hissettikçe, daha fazla, farklı ve iyi eğlence isteme konusundaki hevesimiz de artacaktır. Eğlenceler, bizi pop hayalinin içine daha fazla daldırmak ve angaje etmek için giderek daha ekstrem olmanın yollarını arıyor” (Niedzviecki, 2011: 219). Dolayısıyla tadına doyulamayan, hep daha fazlası istenen eğlence arzusu sürdükçe eğlence endüstrisi gün geçtikçe daha da güçleniyor.

3. Gözetlemenin Kavram Alanı

İlk olarak düşünüldüğünde gözetleme birilerine olan bakışı çağrıştırır. Bir sözlüğe başvurulduğunda karşılaşılan kavram alanı “1. (Bir kişinin yaptıklarını) kendini göstermeden veya fark ettirmeden gizlice takip etmek, tarassut etmek. 2. (Olmasını, gelmesini) beklemek, kollamak” (Ayverdi, 2006: 1093) olarak belirir. Ancak gözetleme üzerine derinlemesine düşünölmeye başlandığında ise çok katmanlı bir yapı olduğu görülür. Belirtmek gerekir ki gözetleme modernliğin kuramsal boyutlarını oluşturan bileşenlerden biridir² ve asla sadece insanın merak ya da arzu dürtülerine dayandırılmayacak kadar karmaşık bir kavramdır. Gözetleme, özellikle gelişen teknoloji ile birlikte her yanımızı saran, kaçınılmayan, kabul edilen ve hatta onaylanan bir kavramdır. Teknolojinin gelişmesi ile birlikte yaygınlık kazanmış ve sistematikleşmiş olsa da gözetleme neredeyse insanlık kadar eski bir kavramdır. Semavi dinlerde, Tanrı'nın her şeyi gören ve bilen olmasına yapılan vurgu bir anlamda gözetlemenin, tanrısal gözetlemenin insanlığın hayatında ve Tanrı algısında ne kadar eskilere götürölebileceğinin dayanaklarından biridir. Seküler çerçevede bakıldığında da en basit yaklaşımla insanların kendilerine gelecek bir zarardan uzak durabilmelerini sağlayan unsurlardan biridir gözetleme.

² Giddens, modernliğin kuramsal boyutlarını dört başlıkta ele alır. Bunlar şöyle açıklanabilir: Gözetleme (enformasyon ve toplumsal denetim kontrolü), kapitalizm (rekabetçi emek ve ürün piyasaları bağlamında sermaye birikimi), askerî iktidar (savaşın endüstrileşmesi bağlamında araçların kontrolü) ve endüstriyalizm (doğanın dönüştürölmesi, yapay çevrenin gelişimi) (Giddens, 1998: 63).

İnsanlığın uzun zamandır tanışık olduğu bir eylem biçimi olan gözetleme, Marx'ta olduğu gibi fabrikada işçilerin işlerini yapıp yapmadıklarının kontrolünün, Weber'in bakışına göre bürokrasinin, Foucault'ya göre ise disiplin ve iktidarın temelidir. Teknolojinin gelişmesi ve bu gelişmelere bağlı olarak iletişimde yaşananlarla birlikte gözetleme kavramı üzerine farklı tartışmalar yapılır hâle gelmiştir. Gözetleme kavramı artık çok daha karmaşık bir yapıya işaret eder.

Gözetlemenin nedenleri düşünüldüğünde şu kavramlar ışık tutar: Merak etme/bilgi toplama, arzu ve istek, denetim, sınıflandırma ve güvenlik. Gözetlemenin içinde barındırdığı unsurlardan biri meraktır; canlılar kendileri dışında farklı gördükleri başka canlıları gözetlerler ve onlarla ilgili bilgi edinmeye çalışırlar ki bu gözlemlenmekle bağlantılıdır. Gözetlemede yer alan bir başka kavram ise arzu ve istektir. Bu hem bir erkeğin/dişinin bir dişiye/erkeğe olan gizli bakışında hem de bir canlının bir başka canlıyı avlamak için izlemesinde ortaya çıkar. Bir şeyin başka bir şeyi gözetlemesindeki unsurlardan biri denetimdir; gözetleyen, gözetlenen denetim altında tutar ve bu Foucault'ya göre cezalandırmadan çok daha etkili bir yöntemdir. Gözetlemenin içine alabileceğimiz bir başka kavram ise sınıflandırmadır. Gözetlenen bireyler ya da başka canlılar, gözetlenme sonucunda farklı sınıflara ayrıştırılırlar. Ayrıca gözetleme, gözetleyenin güvende olmasını, tehlikelere karşı kendini koruyabilmesini de beraberinde getirir. Gözetleyen gözünün, gözetlenenin üzerinde olması tehlikeyi kontrol altında tutmasını sağlar.

Klasik anlamda gözetleme tartışmalarında gözetlemenin yapılabilmesinin en temel koşulu gözetlenenin görünür olmasıdır, gözetlenmek görünür olmayı gerektirir, görünmeyen, ortada olmayan gözetlenemez. Dolayısıyla ortada ve açık olan gözetlenen, savunmasızdır; gözetleyeninin bakışına hedefdir. Gözetleyen ise çoğu zaman görülmeyen ve saklı olandır yani *görülmeden gören*'dir; Foucault'nun (2013: 314) tanımlamasıyla "çehresi olmayan bir bakış"tır. Görünmeyen ise gözetleyen olmanın verdiği iktidarla güvendedir, bakış üstünlüğünün gözetleyende olması gözetlenen üzerinde baskı unsurudur. Gözetleyen niyeti çoğu zaman iyi değildir ve "gözetlediğine göre kötü niyetlidir" (Bachelard, 1999: 84).

Gözetleme denetlemeyi, gözetlenme ise denetlenebilir olmayı getirir, denetim gözetleme ile sağlanır. Foucault (2007: 23), gözetlemenin cezalandırmaktan daha etkili ve verimli olduğunun fark edildiğinden söz eder, bu fark ediş 18. yüzyıl ve 19. yüzyılın başında yeni bir iktidar işleyişinin yapılmasına denk düşer. Foucault'ya göre (2013: 262) gözetleme, hem üretim aygıtının bir iç parçası hem de disiplinsel iktidarın uzmanlaşmış bir çarkı olduğu ölçüde, belirleyici bir ekonomik işlemci hâline gelir. Foucault'nun yaklaşımına göre gözetleme istenen bir şey iken gözetlenme asla istenen bir olgu değildir. Zira bir bireyin denetle-

nebilir olmaya rıza göstermesi akla çok yatkın değildir. Bu durumda günümüzdeki yeni gözetleme biçimleri özellikle medya ile yapılan gözetlemeler ayrı bir tartışma konusunu gündeme getirir.

Günümüzde gözetleme çok farklı şekillerde yapılabilmektedir. Kredi kartıyla yapılan alışverişlerden, ziyaret edilen internet sitelerine, pasaport kontrolünden güvenlik kameralarına kadar pek çok sistem bizi gözetler. Gözetleme toplumunda yaşayan bireyler bir nevi yeni bir “büyük kapatılma”³nın içindedir. Her gözetleme biçimi bireyler tarafından kabul edilmiyor olsa da rıza göstermeleri sağlanır. Yurtdışına gitmek için vize alınırken parmak izi vermek kabul edilebilir olmasa da rıza gösterilmek zorundadır. Ancak medya yoluyla yapılan gözetlemelere gönüllü olunur. Gözetleyen, *izinli gözetleme* yaparken gözetlenen ise *gönüllü gözetlenmeyi* kabul eder. Medyada yer alan ve gözetlemenin esas olduğu programlarda katılımcılar gözetlenmek için orada bulunurken izleyiciler ise onları gözetlemek için ekranlarının karşısındadırlar. Bu durum alışık olunan gözetleyen-gözetlenen arasındaki ilişkiyi değiştirir. Bakmaktan ve gözetlemekten alınan ancak ifşa edilemeyen zevk artık meşru hâle gelir. Öncesinde toplum tarafından doğru karşılanmayan voyeur bakış, tüm toplumu saran, toplumu ekranların başına çeken bir olgu hâline gelir. Gözetlenenin, gözetlenmekten ve bakış nesnesi konumunda olmasından dolayı yaşadığı rahatsızlık ise tüm gözlemin üzerinde olmasından dolayı duyulan bir hazza dönüşür. Sadece geleneksel medyadaki gözetleme değildir gözetleme olgusunu değiştiren, özellikle sosyal medya gözetleme olgusunu yeniden düşünmemizi sağlamıştır. Çalışmanın ileriki bölümlerinde ele alınacak sosyal medyada da karşılıklı olan bir gözetleme söz

³ 1656 yılında Paris’te Hopital Général (genel hastane) adlı bir kurum kurulmuş ve birkaç ay gibi kısa bir süre içinde Paris nüfusunun azımsanmayacak bir bölümü (üç yüz bin nüfusunun en az altı bini) bu kurumda gözetim altına alınmıştır. Ancak Foucault’ya göre Hospital Général’in işleyişi ya da amacı bakımından hiçbir tıbbi düşünce ya da amaçla ilişkisi yoktur. Tersine, bu kurum o dönemde Fransa’da örgütlenmekte olan monarşik ve burjuva düzenin önemli bir parçası, hatta makamıdır. Üstelik aynı yıllarda bütün Avrupa’da benzer gelişmeler meydana gelmiş, çeşitli ülkelerde nüfusun önemli bir kısmı sıkı resmî denetim altındaki kurumlarda kapatılmıştır. Kapatılanlar deliler, hastalar, fakirler, eşcinseller gibi farklı özellikler taşıyan kişilerin oluşturduğu karışık bir gruptur. Ancak yine de bu gruba ait olanların önemli ortak bir özelliği vardır: Hepsisi bedensel özürülü oldukları için ya da başka nedenlerle çalışamayan veya çalışmak istemeyen, sabit işi ve evi olmayan yersiz yurtsuz insanlardır. Foucault’ya göre bu büyük kapatılma sürecinin arkasında doğrudan doğruya ekonomik ve siyasi bir neden vardır. Büyük bir ihtimalle İspanyol ekonomisinde meydana gelen bir kriz sonucunda bütün Batı dünyasını etkisi altına alan ve ücretlerin düşmesine, işsizliğe, para kıtlığına neden olan ekonomik bir kriz olarak yorumlar. Foucault böylece kapatılmanın ikili bir işlev yerine getirdiğini söyler: Böyle bir ekonomik kriz anında aç kalan işsiz ve aylak kesimin başkaldırması tehlikesine karşı güvenli bir önlem almak ve kapatılmış olanların kriz geçtikten sonra ucuz ve kolayca denetlenebilir bir iş gücü oluşturmasını sağlamak (Foucault, 2005: 12).

konusudur; çünkü her gözetleyen, hem gözetleyen hem de gözetlenen hâline dönüşmüştür.

Medyadaki gözetlemeler, medyatik teşhiri ortaya koyar. “Medyatik itikâf (bir yere çekilme, ortalıkta görünmeme) sosyal yoksunlukta teşhir ister; her hâl ve durumda görünmek, görüldüğünü göstermek, gösterdiğinin görüldüğünü görmek, görüldüğünün gösterildiğini bilmek, gösterilenin görüldüğünü fark etmek ister; medyatik teşhir ister. Medyatik teşhir, önce görülmek, sonra beğenilmek, sonra da beğenenen teyit ister; beğenildiğinin beğenence yeniden gösterilmesini, beğenenin, beğenilenin ve beğenininen yeniden teşhirini ister” (Çamdereli, 2012). O hâlde medyatik gözetleme, gözetlenenin onaylanmasıdır, yani gözetleme artık bir onay mekanizması hâlini de almıştır, gözetlenen beğenilen, gözetlenen öykünülendir.

Klasik anlamda gözetleme tartışmaları olarak tanımlamaya çalıştığımız bürokrasi, iktidar ya da işçilerin kontrolünün dışında gözetleme artık tüm toplumu kapsayan bir olgu hâline gelmiştir. İstensen ya da istenmesin bireylerin gözetlemeden kaçabilmeleri neredeyse mümkün değildir artık. Tüm bunların yanı sıra medyanın gözetlemeyi keşfetmesiyle birlikte bir eğlence unsuru olarak da değerlendirilmeye başlamıştır gözetleme. Şimdi gözetlemenin kontrol, güvenlik, bilgi edinme gibi işlevlerinin dışında eğlence unsuru olarak nasıl kullanıldığını sinema, televizyon ve sosyal ağlar özelinde örneklerle tartışacağız.

4. Eğlence Endüstrisi ile Gözetlemenin Kesişimi

Eğlence endüstrisi, gözetlemenin büyülü ve çekici olan yanını keşfedip bunu bir pazar hâline dönüştürerek hedef kitlesine sunar. Görünmeden görmenin verdiği haz, çeşitli medyalar ile aracılanarak hedef kitleye verilir. Gösterinin temel motosu olan “görünen şey iyidir, iyi olan şey görünür” (Debord, 2010: 39) söylemi ile gözetlemenin hazzını eğlence endüstrisi birbirine karar ve gözetleme olgusunu hem bir içerik hem de bir ticari nesne olarak sunar. Gözetleme bir içeriktir; çünkü eğlence endüstrisi gözetlemeyi öncelikle bir içerik olarak kullanmaya başlar. Gözetleme çeşitli sinema filmlerinin konusunu oluşturur, televizyon programları gözetleme konseptine uygun olarak inşa edilir. İnsanlardaki merak duygusunu harekete geçiren gözetleme olgusu aynı zamanda merakı tatmin etmenin de bir yoludur. Gözetleme ticari bir nesnedir; çünkü gözetleme olgusunu içerik olarak kullanan eğlence endüstrisi bunu hedef kitleye satar. Böylece önce içeriğe dönüşen gözetleme olgusu ardından metalaşır.

Eğlence endüstrisinin gözetleme olgusunu kullanması gözetlemenin, gözetlenmenin ve teşhirin de toplum tarafından kabullenilmesini ortaya çıkarır. Eğlence endüstrisi teşhir ve gözetlenmenin korkulan bir şey olmadığını söyler. Teşhirden korkmak bir yana, bazı modern iletişim araçlarında teşhir hoş karşıla-

nır, istenir ve kullanılır. Dolayısıyla kişinin özgürlüğünü ve onurunu (1984’te olduğu gibi) ya da kişinin kimlik aracını (kimlik hırsızlığı) (*İnternet’te Av* filminde olduğu gibi) kaybetmesi yönündeki dehşetengiz görüş şöyle dursun, *CSI* gibi polisiye televizyon dizileri kapalı devre televizyon kameralarının ‘gerçekten işe yaradığı’ yönündeki görüşe güvenirken, *Biri Bizi Gözetliyor* gibi gerçeklik programları, izleyenlerin tam, özel alan görünürlüğüne övülmeye değer bir durum olarak görmesini sağlar (Lyon, 2013: 202).

Eğlence endüstrisi gözetleme olgusunu, hem ürettiği içeriklerde kullanırken hem de izleyicisi/kullanıcısı üzerinde uygular. Gözetleme her ne kadar iktidara sahip olmayı gerektirse de ya da gözetleyene bir iktidar misyonu yüklense de bir açıdan bakıldığında risk taşır. İktidarını görünmezliğinden alan gözetleyen, görünür hâle geldiğinde iktidarı sarsılır. Dolayısıyla gözetleyen iktidarını sürdürbilmesi için görünmezliğini de sürdürmesi gerekir. Görünmez olan görünüre dönüştüğünde ise büyü bozulur. Teknolojik bir araç kullanmadan gözetleyen – yani sadece kendi uzuvlarını kullanan– gözetlerken yakalanabilmeye, görünmezliğini yitirmeye daha yakındır. Teknolojiyle aracılandırılmış gözetlemede ise görünmezliğin yitirilmesi ihtimali daha zayıftır. Oysa eğlence endüstrisi kullanıcılarına/izleyicisine son derece konforlu ve risksiz bir gözetleme imkânı sunar. Eğlence endüstrisinin sunduğu gözetleme biçiminde görünmez olan gözetleyen görünür hâle gelmesi mümkün değildir, mümkün olsa da mühim değildir, çünkü onlar sadece izleyici konumundadırlar. Gözetleyen iktidarı, görünmeden görmenin iktidarı onların elinde yoktur, aksine iktidar onların üzerindedir.

Geleneksel kitle iletişim araçları, özellikle de televizyon gözetleme kavramına farklılıklar getirmiştir, günümüzde yeni medya olarak anılan internet ile birlikte ise gözetleme kavramına ilişkin farklılıklar artmıştır. Ancak öncelikle eğlence endüstrisi ürünlerinin yer aldığı mecralardan biri olan televizyonun gözetlemede oluşturduğu farklılıklara kısaca değinelim. Medya, temel olarak sinoptik bir karaktere sahiptir; yani panoptikin tersine çoğunluğun azınlığı gözetlediği bir sistemdir, televizyon ile birlikte bu artmıştır. “Televizyon geliştikçe, milyonlarca, yüz milyonlarca insan sahnede az olanı görebildi, önce kamera yardımıyla olaydan sonra, ve daha yakın bir zamandan itibaren o noktada ve doğrudan. Televizyonda görünür olan kişiler yani sinoptik uzamda var olanlar özel bir öneme sahiptir. Onları sadece dekoratif figürler olarak anlamak onları hafife almaktır. Onlar aktif bir şekilde bilgiyi filtreler ve şekillendirirler” (Mathiesen, 1997: 226). Dolayısıyla görünmez, yani gözetleyen iktidarı, sinoptikonda görünür olanın, yani gözetlenenin eline geçer. “Sinoptikon evrenindeki iletişim, gözetim ve iktidarın tanımını değiştirmekle kalmamış, medyatik ‘görünürlüğün’ kendisini de iktidar ve güç kavramlarıyla ilişkili hâle getirmiştir” (Köse, 2011a:

199). Gözetleyenler görmekten ve bilmekten dolayı iktidara sahip olma hazzını yaşayanlar değil, sadece görme hazzını yaşayanlardır. İşte eğlence endüstrisi bilmenin iktidarını değil, görmenin ve gözetlemenin hazzını sunar. Bu nedenle eğlence endüstrisinde “yayınlanan tüm görüntüler, kendi dikizcisi tarafından görülmek için, tam olarak onun görme arzusunu, sınırlarını ve taleplerini tatmin etmek zorundadır” (Marion, 2012: 101). Ayrıca eğlence endüstrisinde “görüntülerin yayınlanmasının ve üretilmesinin amacı bir dünya açmak değil, dünyanın bir ekran tarafından kapatılmasıdır” (Marion, 2012: 106). Dolayısıyla çalışma hayatından bir kaçış olan eğlence, belirlenmiş sınırlar içerisinde yani yeni dünyalara açılmadan gerçekleşir.

Buraya kadar üzerinde durulan eğlence endüstrisi ürünlerinin ve gözetleme kesişiminin geleneksel kitle iletişim araçları aracılığıyla nasıl ulaştırıldığına ilişkinidir. Ancak günümüzde dikkat çeken bir diğer nokta ise yeni medya ve gözetleme bağlantısıdır. Özellikle artık bireylerin her boş anlarını değerlendirmek için kullandıkları sosyal ağlar, gözetlemenin hayatın merkezine ne kadar yerleştiğinin bir kanıtıdır. Sosyal ağlardaki gözetleme biçimi omniptiktir yani herkesin birbirini gözetleyebildiği *işteş gözetleme* biçimidir. Ayrıca sosyal ağ sitelerinin tüm kullanıcıları gözetlediğini de belirtmekte yarar vardır; ancak bu noktayı açmak çalışmanın sınırlarının dışına çıkmak anlamına gelir. Çünkü kullanılan bu gözetleme eğlence endüstrisi kapsamı içinde değerlendirilebilir değildir. Sosyal ağların eğlence endüstrisine katkısı bireylerin birbirlerini gözetleyebilmesidir.

Eğlence endüstrisi ve gözetleme ilişkisinin genel bir yaklaşım ile ele alınmaya çalışıldığı bu başlığın altında birer eğlence endüstrisi alanı olan sinema, televizyon ve sosyal ağlar tartışılmaya çalışılacak. Gözetlemenin sinema, televizyon ve sosyal ağların eğlence endüstrisi mecralarında nasıl kullanıldığı açıklanacaktır.

4.1. Sinema: Gözetleyeni Gözetleme ya da Gözetlemeyi Öğrenme

“Kültür endüstrisinin en karakteristik ürünü sayılan sesli film” (Adorno, 2011: 55-56) eğlence endüstrisinin vazgeçilmez ürünlerinden biridir. Boş zaman geçirmek, eğlenmek için yapılan aktivitelerden belki de en fazla tercih edileni film izlemektir. Ayrıca filmler, gözetlemenin çekiciliğini ilk fark eden eğlence endüstrisi ürünleridir de denebilir. Filmler ile gözetleme arasındaki bağlantı iki şekilde kurulur. Birincisi filmin içinde yer alan gözetlemelerdir. Bu tür gözetleme olgusu filmin konusunu oluşturabileceği gibi bazı sahnelerini de oluşturabilir. Ancak bu noktada şunu belirtmek gerekir: Filmler gözetleme ve gözetleme teknolojilerini sıklıkla konu edinirler, özellikle distopik filmlerde gözetleme ve gözetleme teknolojileri önemli yer kaplar. Fakat burada sınırlandırılan ve tartışılacak olan gözetleyen bakışın, daha direkt bir ifadeyle, dikizci (*voyeurist*) bakışın filmlerde

yer almasıdır. Filmler ve gözetleme bağlantısının ikincisi ise filmi izleyen kişinin perdeye ya da ekrana bakışı ile oluşturulan gözetleme atmosferidir.

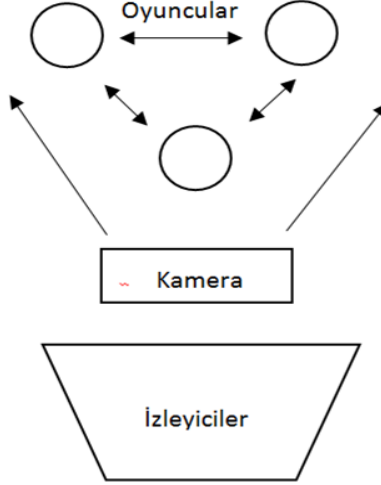
Öncelikle bir eğlence endüstrisi ürünü olan filmlerin içinde kullanılan gözetlemeyi tartışma ile başlayalım. Gözetleme yani burada ele alınacak şekli ile dikizci bakış bir filmin konusunu oluşturabileceği gibi sadece bazı sahnelerinde de yer alabilir. 1900 ve 1995 arasında Hollywood bir ya da daha fazla ana karakterin nedeni ya da nedensiz gözetlemeci faaliyetlerde bulunduğu en az 1200 film yaptı. Hollywood’da gözetlemecilik çeşitli şekillerde temsil edildi: gazeteci, dektif, casus, psikoanalist, cinsel sapık, psikopat, katil, tecavüzcü, fotoğrafçı, kameraman. Gözetlemeci hastalıklı, sıklıkla paranoid, günlük hayat normlarını bozan şiddet eğilimli birey olarak temsil edilir (Denzin, 1995: 1-3).

İzleyici hem gözetleyenin gözü ile görürken hem de gözetleyeni izleme hatta gözetleme imkânını bulur. Filmdeki gözetleyenin gözü ile çekilen planlar yani öznel kameranın kullanılması, izleyiciye direkt olarak gözetleyen deneyimi yaşattırırken, gözetleyenin nesnel kamera ile çekilen planları ise izleyiciye gözetleyeni gözlemleme imkânı sunar. Diğer yandan izleyici gözetlenenini de gözlemleyebilmeyi deneyimleyebilmektedir. Dolayısıyla bu durumda izleyici gözetlemenin her aşamasını risksiz bir şekilde deneyimleyebilme imkânına kavuşur. Sunulan bu deneyimi yaşayan izleyici ulaştığı deneyim nedeniyle mutludur, içten içe eğlenir.

Filmlerin içinde yer alan gözetlemelerin dışında film ve gözetleme bağlantısının ikincisi ise filmi izleyen kişinin perdeye ya da ekrana bakışı ile yaratılan gözetleme atmosferidir. Mulvey’e göre, sinemayla bağlantılı olan üç farklı bakış vardır: Filmleştirmeye (*profilmic*) yatkın olayları kaydeden kameranın, bitmiş ürünü seyreden izleyicinin ve perde yanılmasıdaki karakterlerin birbirine bakışları. Anlatısal filmin uzlaşmaları bunların ilk ikisini yalanlar ve üçüncüye bağımlı kılar, bunun bilinçli amacı, daima araya giren kameranın varlığını tasfiye etmek ve izleyicideki uzaklaştırıcı bir farkındalığı önlemektir (Mulvey, 2015).

İlk bakışta sinema, habersiz ve isteksiz bir kurbanın gizlice gözlenmesinin kapalılığı dünyasından uzak görülebilir. Perdede görülen çok açıkça gösterilir. Ama anadamar filmler yığını ve bu yığının içinde bilinçle evrilmiş olduğu uyuşmalar, izleyicinin varlığına ilgisiz, onlar için bir ayrılmışlık duygusu üreten ve onların voyoristik fantazisinden yararlanan, sihirli biçimde kendini ele veren, sıkı sıkıya mühürlenmiş bir dünyayı resmeder. Daha ötesi, izleyicileri bir diğerinden yalıtılan salonun karanlığıyla, perdedeki değişen ışık ve gölge kalıplarının parlaklığı arasındaki keskin zıtlık, voyoristik ayrılmışlık yanılması derecesini yükseltir. Her ne kadar film gerçekten gösterilmekte, görülmek üzere orada bulunmaktaysa da, projeksiyonun koşulları ve anlatısal uyuşmalar izleyiciye, özel bir dünyaya bakıyor olma yanılması verir. İzleyicilerin sinemadaki durumlarından

en aşikâr olanı, onların teşhirciliklerinin bastırılması ve bastırılmış arzunun oyuncuya yansıtılması hâlidir (Mulvey, 2015).



Şekil 1: Sinemada Bakış

Dolayısıyla sinema aslında seyirlik bir nesne olarak hazırlanmış olan görüntüleri izleyiciye sunarken aynı zamanda izleyiciyi gözetlemeye de davet eder. İzleyici film boyunca bilmediği bir olayın, hayatın içinde kendini bulur ve gözlerini keşfetmek için perdeye ya da ekrana diker. Perdeye ya da ekrana dikilen gözler merakla ve keşfetmek için bakar; bilinmeyen ve merak edilene olan bu bakış bir tür gözetlemeciliktir, gözün gözetleme için terbiyesidir. Filmler gözetlemeyi ve bakışın sınırlarını belirler. Bu terbiye ve sınırlandırma işlemi eğlence endüstrisi ile harmanlanarak izleyiciye sunulur. Mulvey, bunu şöyle ifade eder: “Bir kadının bakılabilirliğini aydınlatmanın çok ötesine geçerek sinema kadına temaşa olarak nasıl bakılacağına yolunu inşa etmektedir” (Mulvey, 2015). Filmler bakma arzusunu tatmin eden hareketli görüntülerdir.

Filmler bir yandan izleyicisini öznel kamera ile birebir gözetleyen rolüne yerleştirirken ayrıca nesnel kameranın sunduğu açıyla bir hayatı ve olayı uzaktan gözleyen konumuna koyar. Filmler nasıl gözetleneceğini hem gözetlemeye izleyiciyi dâhil ederek hem de gözetleyeni izleyiciye göstererek gözetleme olgusunu eğlence endüstrisi ürünü içinde sunmayı amaçlar.

4.2. Televizyon: Tele-Gözetlemeciler Dünyası

Televizyon girdiği her evde ve toplumda her yeni teknolojik gelişme gibi farklılıklara neden olmuştur. Birey, aile ve toplumsal hayatı derinden etkileyen iletişim teknolojilerinden biridir televizyon. Elbette televizyonun toplumsal etkileri

bu çalışmanın konusu değil, çalışmayı ilgilendiren nokta, televizyonun en ulaşılır ve en ucuz eğlence içeriğine ulaşılabilir bir mecra olması. Televizyon izleyicisine pek çok içerik sunar, bu içerikler eğlence içerebileceği gibi aynı zamanda farklı konuları da içerebilir. Ancak televizyon yayınlarının içeriğine ilişkin çalışan Postman’a göre televizyon, sadece eğlence sunmakla kalmaz, bütün temaları bir eğlence hâline dönüştürür. Eğlence, televizyondaki her türlü söylemin üst-ideolojisidir. Neyin gösterildiğinin ya da hangi bakış açısının yansıtıldığına hiçbir önemi yoktur; her şeyin üstünde tutulan varsayım hepsinin bizim eğlenmemiz ve haz almamız gözetilerek sunulmasıdır (Postman, 2004: 102).

Televizyon programcıları televizyonun doğasına uygun olan eğlence ile insanların merakını cezbeden gözetlemeyi bir araya getirmeyi ihmal etmemişlerdir ve ortaya gözetleme içerikli programlar çıkarmışlardır; çünkü gözetlemenin olduğu programlar gerçekliğin⁴ olduğu programlar olarak düşünülür. Distopyanın en önemli örneklerinden biri olan George Orwell’in 1984 romanında yer alan Big Brother olgusu ise bu programlara belli ki ilham kaynağı olmuş ve adını vermiştir. Fakat 1984’te zorunlu olarak devlet gözetlemesine maruz kalan bireylerin yerini, gözetlemeye dayalı programlarda yer alabilmek için âdeta birbiriyle yarışan gönüllü kitleler almıştır. Bu gönüllü kitleler gözetlenmek ve mahremiyetlerini ortaya dökerek şöhret peşine düşerken izleyenler ise merak içinde ekranlardan onları gözetlemeyi kendilerine görev edinmişlerdir. Lakin gözetleyen konumunda olan izleyiciler de aslında gözetlenen toplumun bireyleridir.

Gözetleme programları izleyici bireylere evlerinin konforunda başka dünyalar, başka hayatlar aralar. Bu bir *tele-gözetleme*dir.⁵ Tele-gözetleme kavramı iki anlam alanını içinde barındırır. Birincisi *tele* kelimesinin yerleşik anlamıyla kullanılmasıdır. Yunanca uzak anlamına gelen *tele* ile kullanılan gözetleme, uzaktan gözetlemeyi imlemektedir. *Tele-gözetleme* yapanların yukarıda anılan gözetleme biçiminde olduğu gibi görünmezliklerinin görünür hâle gelebilmeleri mümkün değildir, mümkün olsa da görünür olmaları mühim değildir. Çünkü onlar sadece izleyenlerdir, gözetlemeden gelen iktidarı elinde bulundurmayanlardır. *Tele-gözetleme* kavramının kullanılmasındaki bir diğer neden ise Türkiye’de

⁴ Realty show olarak adlandırılan bu programların Türkçesi düşünüldüğünde “gerçeğin gösterisi” anlamına geliyor. Rigel’e göre, Türkçe çevirisindeki ‘gerçeğin gösterisi’ ismi bile bu programlarda bir mantık hatası yapıldığını gösteriyor. Çünkü gerçek hiçbir zaman gösteriye çevrilemez. Doğaldır, kurgu kabul etmez. Eğer kurgulanır, oynanırsa, artık gerçek özelliği kalmamıştır (Rigel, 2002: 157).

⁵ *Telesurveillance* kavramı güvenlik kameraları aracılığıyla yapılan gözetleme için de kullanılmaktadır. Ancak burada tele-gözetleme metin içinde açıklandığı gibi hem uzaktan yapılan gözetlemeyi hem de televizyon aracılığıyla yapılan gözetlemeyi ifade eder.

televole kültürü⁶ olarak adlandırılan ve 1990'lı yılları kapsayan bir döneme tanıklık edilmiş olmasıdır. Aslında adını bir televizyon programından alan bu kültür dönemi, ünlülerin hayatlarını televizyon ekranlarına taşıyan, onların ne yaptıklarını görünür kılarken izleyiciyi de gözetleyen olarak konumlandırılan bir dönemdir. Tele-gözetleme kavramı hem uzaktan gözetlemeyi tanımlarken aynı zamanda ünlü olarak tanımlanan insanların hayatlarına açılan bir penceredir. Bu açıdan bakıldığında tele-gözetleme daha çok televizyon programları aracılığıyla yapılan bir gözetleme biçimini tanımlamaktadır.

İzleyicilerin *tele-gözetleme* ile sızdıkları hayatlar televizyonun sunabileceği tüm içerikleri bünyesinde toplar. Yeşilçam filmlerinden kalma bir deyişle aşk, entrika, dram, işte hepsi bu programlardır. Gözetleme programları hayatta olabilecek her şeyi izleyiciye sunar, gözyaşı da kahkaha da aynı yapımın içindedir, hem de “gerçek” ve “gerçek” kişilerce. Tüm bu ilgi çekici unsurların üzerine gözetlemeden kaynaklı olarak mahremiyet ihlallerinin eklenmesi ise çekiciliği daha da artırır elbette. Gözetlemenin olduğu yerde mahremiyet ihlalden söz etmemek mümkün değildir, ancak gözetlenenlerin buna razı olduğu düşünüldüğünde bunun bir ihlal mi olduğu sorusu tartışmalı hâle gelir.

Yeni iletişim ve gözetleme teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte yaygınlaşan panoptik/sinoptik güç kullanımı, yaşamın her alanında mahremiyetin geri dönüşsüz biçimde parçalanması ve gaspıyla sonuçlanan ölümcül örnekler ortaya koyarken; söz konusu süreç, neyin toplum yaşamıyla, neyin bireysel yaşam alanıyla ilgili olduğuna ilişkin de can alıcı sorular ortaya koyar. Bu yönüyle, mahremiyetini, özneliğini ve özgürlüğünü televizyon ekranı adlı kansız sunakta sırayan bireylerin âdeta görünmez bir iktidarın ıslahevlerine dönüşmüş olan yaşamları da artık geleceğe ilişkin hiçbir anlamlı vaat sunamaz (Köse, 2011b: 11). Bu tür programlara katılan yarışmacıların bazılarının psikolojilerinin bozulması, programın bitmesinden sonra bazı sorunlar yaşamaları sunulan anlamsız vaatlerle örnektir. Kısa dönemlik şöhretlere kavuşan yarışmacılar parlayıp sönen yıldızlar gibidir. “Ekranlarda doğup yaşamlarını yine ekranlarda sonlandırmanın büyümlü çekiciliğine kapılmış olan bir avuç talihli medyatik seçkinin kendi ‘yalnız bırakılma’ haklarını edebiyen yitirdiği ve ortada sığınabilecek güvenli hiçbir sığınağın olmadığı bir yoksunlaştırma sürecidir burada söz konusu olan” (Köse, 2011a: 220).

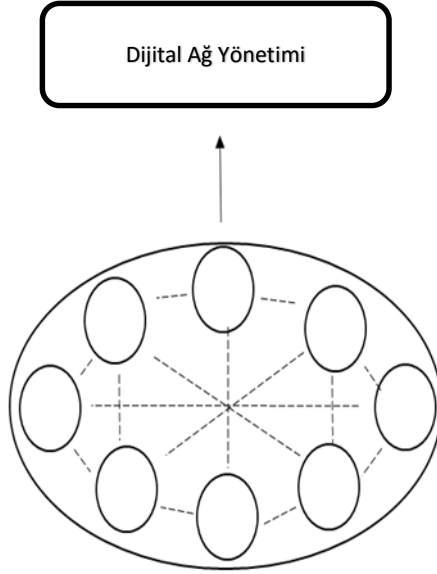
⁶ Televoleler, Türkiye’deki medya ortamında 1990’lı yılların ortalarında ticari televizyon kanallarında yayınlanan ve izleyicileri eğlendirmeye yönelik bir formatta hazırlanan bir program türü olarak yaygınlık kazanmıştır. Televole programlarının önemli özelliklerinden biri, insanların duygularına seslenmesi ve eğlence dünyasını izleyicilerin evlerine taşımasıdır. Televolelerin içeriğinden dolayı, bugün itibarıyla, televoleleşme olgusundan söz edildiğinde; aslında vurgulanan medya içeriklerinde yaşanan magazinleşmedir (Dağtaş, 2005: 126).

Eğlenmek, ünlenmek ve eğlendirmek için çıkılan gözetlenme yolundaki “gerçeklik programları banyo ve yatak odasının kutsal özel alanlar olduğu yönündeki geleneksel düşünceyi de tersine çevirmiştir; buralar artık sıradan, olağan, dünyevi ihtişamıyla kamusaldır” (Lyon, 2013: 219). Zira izleyicilere tüm kapılar açıktır, kabullenilmiş bir gözetlenmedir söz konusu olan. İzleyici ise başkalarının hayatlarına sızmış olmaktan, “gerçek” zamanlı “gerçek” hikâyeler izlemekten memnundur. İzleyicinin içindeki röntgenci, yarışmacıların içindeki teşhirci ortadadır artık.

4.3. Sosyal Ağlar: Hem Teşhirci Hem Gözetlenen Olmak

İletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte gözetleme teknolojileri de artış ve yaygınlık gösterir. İnternetin hayatımıza girmesi, taşınabilir aygıtlarla internete bağlı kalma ve “online” ya da “mobil” yaşama ile birlikte, belki de hiç olmadığı kadar teknoloji bireylerin birer uzantısı hâline geldi. Web 2.0 teknolojisiyle internet kullanıcılarının aynı zamanda içerik üreticisi olabilmeleri farklı bir dünyanın kapılarını araladı. Önce magazin sayfalarında ardından televizyonlarda görülen ünlüler, sonrasında gerçeklik programlarıyla hayatlarımıza giren *ünlü ünsüzlerin* şöhret olma imkânını yakalayabildiği gibi sosyal ağlarla birlikte artık herkes kendi dünyasının ünlüsü, takip edileni ve başkalarının takip edeni yani gözetleyeni ve gözetleneni olma “fırsat”ını yakaladı.

Günümüzde internetin yaygınlaşmasıyla birlikte, panoptikon ve sinoptikon yerini omniptikon’a bıraktı. Artık çoğunluğun birbirini izlediği bir gözetim süreci söz konusudur. Burada da sosyal paylaşım ağları olan Facebook, Twitter gibi araçlar üzerinden insanların birbirlerinin yaşamlarını gözetledikleri görülür (Arslantaş-Toktaş vd., 2012: 33). Hem bir iletişim aracı hem de bir eğlence aracı olan sosyal ağlar *işteş gözetlemenin* kapılarını araladı (Bkz. Şekil 2: Sosyal Ağlarda İşteş Gözetleme). Karşılıklılık esasına dayanan *işteş gözetlemede* kullanıcılar birbirlerinin paylaşımlarını, diğer kullanıcılara açtıkları kişisel bilgilerini takip ederler. İşteş gözetleme, karşılıklılık esasına dayandığı gibi aynı zamanda gönüllülük esasına da dayanır. Çünkü sosyal ağlarda bulunan, paylaşımlar yapan kişiler gözetlenmeyi ve burada var olmayı isterler, hatta bazen kendilerini olmadıkları şekilde var ederler.



Şekil 2: Sosyal Ağlarda İşteş Gözetleme (Kocabay-Şener, 2015: 199)

Görünür olma talebiyle birlikte gözetlenmeye izin verme bireyin yaşamını kendi talebiyle kamusal alana açması ve bu da sosyalleşme, sosyal sermaye gibi gururla (!) taşıyor olması yaşamımıza sosyal medya ile yoğun bir şekilde yer alır (Rigel, 2014: 891). Kullanıcılar burada gözetlenmek ve gözetlemek için yer alırlar. Yaptıkları “paylaşım”ların “beğen”i alması, “yorum yap”ılması, “retweet” edilmesi ya da “favorilere ekle”nmesi kullanıcıyı memnun eder, görünür olduğunu ve onaylandığını hissettirir, yani gözetleniyor olmak arzu edilen bir şeydir. Arzu edilen bu gözetleme aynı zamanda eğlenciyi de beraberinde getirir.

Yukarıda anmış olduğumuz sinema ve televizyonda izlenenlere gözetleyen olarak dâhil olmanın verdiği hazzı, sosyal ağlarda gözetlenen olmak alır. Yani sosyal ağlar bireye hem gözetlemenin hem de gözetlenmenin, hem bakmanın hem de bakılmanın hazzını yaşatır. Sosyal ağlarda bireyler hem teşhir eden, hem de gözetlenendir, en önemlisi bunların gönüllü olarak yapılmasıdır. Kişi kendini sunarak, teşhir ederek var eder ve bireyin kendini var edebilmesi “öteki”ni tanıyabilmesi ile mümkündür; ötekini ise gözetleyerek tanır.

Kişinin kendini var etmek için, görünür kılma ve göstermeye olan yatkınlığını Hal Niedzviecki, “Dikizleme Kültürü” olarak adlandırıyor, “dikizleme kültürü”nün miladını 2008 yılı olarak belirliyor ve şöyle tanımlıyor (Niedzviecki, 2010: 7-8): “Dikizleme kültürü bir realty şovdur; YouTube, Twitter, Flickr, MySpace ve Facebook’tur. Bloglar, chat odaları, amatör porno siteleri, kendisini Jedi Şövalyesi sanan şişman bir çocuğun virüs gibi yayılan videosu, eski sevgilisiyle sevişen

sarhoş arkadaşınızın cep telefonu ile çekilen fotoğrafları –elbette hemen çevrimiçi paylaşılır– ve sivil denetimdir. Dikizlemek Web 2.0’in belkemiği, kurumsal ve siyasi veri tabanlarının lokomotifidir. Pornografi için derler ya: Görmeden bilemezsiniz! İşte şimdi görüyorsunuz; her an, her gün, her yerde.”

Dikizlemek, herkes hakkında her şeyi bilme ve öğrenme arzudur. Bu arzuyu tatmin karşılığında, herkesin sizin hakkınızdaki her şeyi öğrenmesine de izin vermiş olursunuz. Diğer tüm özellikleri bir yana bıraksak bile, dikizlemenin bağımlılık yaptığı gerçeğini görmezden gelemeyiz. Sadece tek bir tık’la yeni arkadaşlar edinmeyi kim istemez ki? Parkların yerine apartmanların dikildiği ve komşularımızı gittikçe daha az umursadığımız bir çağda, kafa dengi insan arayışı şüphesiz son derece meşrudur ve giderek de güçlenecektir (Niedzviecki, 2010: 15).

Artık ünlülerin televizyonlara, gazetelere yansıyan hayatlarına ya da ünlü ünsüzlerin hayatlarına televizyon ekranlarından sızmaya gerek kalmamıştır. Çünkü artık aslında tanımadığımız, görmediğimiz ve belki de hiç göremeyeceğimiz ünlülerin yerine kendi çevremizin ünlülerini izleyebilme, onları gözetleyebilme imkânımız var, hem de bizler için kendilerinin hazırladıkları içeriklerle. Sosyal ağlarda bireylerin yaptıkları paylaşımlar hem hazırlayan olarak gözetlenenler için bir eğlence iken aynı zamanda onları gözetleyenler için de birer eğlence unsurudur. Ayrıca bireylerin yaptıkları paylaşımlar kendilerini keşfetmelerini de sağlar; ancak bireylerin kendilerini keşfi başkalarının onları keşfi ile mümkün.

5. SONUÇ

Modern dünyadaki bireylerin çalışma dışı zamanlarını değerlendirdikleri en önemli alanlardan biri eğlencedir. Eğlence, bireyleri rahatlatıp çalışma zamanı için yenilerken aynı zamanda da boş zamanlarında ya da çalışma dışı zamanlarında onları özellikle siyaset ya da ekonomi gibi konuları düşünmekten uzak tutar. Eğlence sırasında duyguların yoğun olması nedeniyle bireyler kendilerini düşünmeye ve sorgulamaya kapatırlar. Bu nedenle eğlence, hem bireylerin rahatlamasını sağlar hem de var olan düzeni korur. Zira ancak bireylerin sorgulamadığı ve değiştirmeye çalışmadığı bir düzen stabil kalabilir. Dolayısıyla eğlence aslında eğlenceden çok daha fazlasıdır ve mevcut düzen içinde vazgeçilmez bir araçtır.

Sanayi ile birlikte çalışma saatlerinin belirlenmesi, ev ve üretim mekânının ayrılmasıyla birlikte bireylerin boş zaman olgusu oluşmuştur ve bu zamanı dolduracak başka bir endüstri olan eğlence endüstrisinin temelleri de atılmaya başlanmıştır. Ancak eğlence endüstrisinin yaygın hâle gelmesi, toplumdaki neredeyse herkesin hayatının bir parçası hâline gelmesinde medyanın önemli bir rolü vardır. Çünkü kitle iletişim araçları en rahat ve en ucuz olarak ulaşılabilecek

eğlence endüstrisi ürünleridir. Medyanın sunduğu içerikler evlerin orta yerine kurulan eğlence mekânları hâline gelir.

Medya eğlence içeriklerini üretirken aslına bakıldığında toplum tarafından çok da hoş karşılanmayan gözetlemeciliği içeriklerine yerleştirir. Gözetlemenin toplumsal normların dışında kaldığı, gözetlenmenin ise bir bilinmez bakışıyla bireyi karşı karşıya bırakmasının rahatsız ediciliği medya içeriklerinde yerini almaya başlar. Hatta medya içerikleri gözetleyen ve gözetlenen ilişkisini yeni den kurgular: Gözetlenmek artık rahatsız edici bir olgudan ziyade, arzu edilen bir durum hâline gelir.

Çalışma kapsamında eğlence endüstrisi ürünlerinden olan medyanın gözetleme ile kesişimi sinema, televizyon ve sosyal ağlar perspektifinde sorgulandı. Sinemada gözetleme, seyircinin perdede olanlara gözetlemeci bir bakış ile yaklaşımını kapsarken aynı zamanda da senaryonun içeriğinden kaynaklı olan gözetlemeciliğin içinde seyircinin yer alması sağlanır. Sinema izleyicinin gözünü bir gözetlemeci bakışa çevirir ve gözetlemeci bakış pratiklerini izleyicinin kanıksamasını sağlar.

Her evin neredeyse vazgeçilmezi hâline gelmiş olan televizyon ise gözetleme içerikli programlarıyla izleyiciyi resmen gözetlemeci ilan eder ve gözetlemeciliğe meşruiyet kazandırır. Gözetleme içerikli programlarda sadece gözetleyen konumu değil, gözetlenenin de konumu değişir. Bu programlarda gözetlenme rahatsız olunan bir olgu değil, aksine arzu edilendir, teşhir olunmak ve teşhir etmek olması gerekendir. Gözetleyenler de gözetlenenler de hâllerinden memnundur. Hem gözetlemek hem de gözetlenmek eğlencenin bir parçasıdır. Ayrıca bu tür programlar “sıradan” insanların ünlü olabileceklerini, “sıradan” insanların hayatlarının da merak edilebilir ve izlenebilir olabileceğinin kanıtıdır. Magazin programlarıyla ünlülerin hayatlarını teşhir etmesine alışık olan izleyiciler gözetleme programlarıyla hiç tanımadıkları kişileri izlemeye başlarlar. Elbette bu kadar insanın gözü önünde olan “sıradan” bireyler zamanla ünlü hâline dönüşür, zira ünlü olmanın yolu medyada ve/veya medyanın eğlence içeriklerinde görünür olmaktan geçer.

Medyada olmak ve görünür olmak kavramları sosyal ağları neden bu kadar sevdiğimiz birer göstergesi aslında. Önce ünlüleri ardından “sıradan” insanların hayatlarını televizyondan gözetledikten sonra artık herkes kendi çevresinin ünlülerini gözetliyor ve herkes kendi çevresinin ünlüsü hâline gelerek gözetleniyor. Sosyal ağlar, gözetlemek ve gözetlenmek için var. Elbette birer iletişim ağı sosyal ağlar ama işleyişi kullanıcıların birbirlerini gözetlemelerine yani *işteş gözetlemeye* bağlı olarak çalışıyor. Sosyal ağlardaki gözetleme bireylere kendilerini önemli ve özel hissettiriyor. Belki de reel hayatta toplumdaki bireylerden göremediği ilgiyi ve önemi sosyal ağlarda yani sanal dünyada buluyor bireyler.

Aynı zamanda sosyal ağlar eğlence ihtiyacını karşılıyor, hem de sinema ya da televizyon gibi çalışma dışı zamanda değil, her zaman. Çünkü sosyal ağlara bağlanma özellikle mobil teknolojilerle her zaman ulaşılır durumda, çalışma dışı zamanda değil, çalışma zamanında hem de bu zamanın tam da ortasında sosyal ağlarda gezerek eğlenebilmek mümkün.

Hem eğlence endüstrisi hem de eğlence tüketicileri gözetlemenin eğlence endüstrisi ürünlerinde kullanılmasından hoşnut gibi duruyor. Gözetleme biçimleri mecraya göre farklılıklar gösteriyor olsa da gözetleme ve eğlence arasında doğru orantı olduğu ortada. Gözetleme eğlenceyi getiriyor, aynı şekilde gözetlenmek de bir eğlence biçimine dönüşüyor. Bireyler görmek ve görülmek istiyor. Gözetlenen toplumun gözetilmeyen ama gözetlenen yurttaşları olmak istiyor. Eğlence, görünür ve gören olarak hayat buluyor.

Kaynakça

- Adorno, T. W. (2011). *Kültür Endüstrisi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Arslantaş-Toktaş, S., vd. (2012). *Türkiye’de Dijital Gözetim*. İstanbul: Alternatif Bilişim Derneği Yayınları.
- Aydoğan, F. (2004). *Medya ve Popüler Kültür*. İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Aytaç, Ö. (2002). “Boş Zaman Üzerine Kuramsal Yaklaşımlar”, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 12(1), 231-260.
- Ayverdi, İ. (2006). *Misalli Büyük Türkçe Sözlük 1. Cilt*. İstanbul: Kubbealtı Neşriyat.
- Bachelard, G. (1999). *Bir Kandilin Alevi*. (Çev. F. Arslan). İstanbul: Yedi Gece Kitapları.
- Çamdereli, M. (2012). <http://metecamdereli.blogspot.com.tr/search/label/medyatik%20te%C5%9Fhir>, 25 Temmuz 2015.
- Dağtaş, E. (2005). “Magazin Eklerinde Tüketim Kültürünün İzdüşümleri”, *İletişim*. 21, 125-168.
- Debord, G. (2010). *Gösteri Toplumu*. (Çev. A. Ekmekçi, & O. Taşkent). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Denzin, N. K. (1995). *The Cinematic Society: The Voyeur’s Gaze*. London: Sage.
- Foucault, M. (2005). *Büyük Kapatılma*. (Çev. I. Ergüden & F. Keskin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- (2007). *İktidarın Gözü*. (Çev. I. Ergüden). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- (2013). *Hapishanenin Doğuşu*. (Çev. M. A. Kılıçbay). Ankara: İmge Kitabevi.
- Giddens, A. (1998). *Modernliğin Sonuçları*. (Çev. E. Kuşdil). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Köse, H. (2011a). “Synoptikon Evresindeki İletişim ya da Küresel Gözetim Toplumunda İktidar Görünmezliği’nin Sonu”, *Medya Mahrem* içinde. (dü. H. Köse). İstanbul: Ayrıntı Yayınları. ss. 199-222.
- (2011b). “Önsöz”, *Medya Mahrem* içinde. (dü. H. Köse). İstanbul: Ayrıntı Yayınları. ss. 9-19.
- Lefebvre, H. (2013). *Gündelik Hayatın Eleştirisi I*. (Çev. I. Ergüden). İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Lyon, D. (2013). *Gözetim Çalışmaları*. İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.
- Kocabay-Şener, N. (2015). *Dijital Medya Teknolojilerinin Tekno-Sosyoloji Bağlamında İncelenmesi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- MacBride, S. (1993). *Bir Çok Ses Tek Bir Dünya*. (Çev. E. Özkök). Ankara: Unesco Türkiye Milli Komisyonu.
- Marion, J.-L. (2012). *Görünürün Kesişimi*. (Çev. M. Erşen). İstanbul: Monokl Yayınları.
- Mathiesen, T. (1997). "The Viewer Society: Michel Foucault's Panopticon Revisited", *Theoretical Criminology*. 1(2), 215-234.
- Mulvey, L. (2015). "Görsel Haz ve Anlatı Sineması". <http://sinematek.tv/25-kareden-eg-berenselin-yaptigi-secki/>: <http://sinematek.tv/25-kareden-eg-berenselin-yaptigi-secki/>, 20 Temmuz 2015.
- Niedzviecki, H. (2010). *Dikizleme Günlüğü*. (Çev. G. Gündüç). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Niedzviecki, H. (2011). *Ben Özelim*. (Çev. S. Erduman). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Özdemir, N. (2005). *Türk Eğlence Kültürü*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Postman, N. (2004). *Televizyon Öldüren Eğlence*. (Çev. O. Akınhay). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Rigel, N. (2002). *Rüya Körleşmesi*. İstanbul: Der Yayınları.
- Rigel, N. (2014). "İkinci El Yaşam: E-Hayat", *Yeni Türkiye Dergisi Özel Sayısı*. 10, 890-893.
- Sayre, S., & C. King (2010). *Entertainment and Society: Influences, Impacts and Innervations*. New York: Routledge.