

Refika, A. (2025). Dijital Panoptikonun Etkisinde Bir Bağımlılık Olarak Kendini Sergileme Kültürü, *Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi*, 7(1), 152-181.

Dijital Panoptikon'un Etkisinde Bir Bağımlılık Olarak Kendini Sergileme Kültürü

The Effect Of Digital Panopticon On Culture Of Self-Display As An Addiction

Amine REFİKA

Doi: 10.53281/kritik.1485771

Dr. Öğr. Üyes, Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi, Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Grafik Tasarım Bölümü, 0000-0002-4636-9909

MAKALE BİLGİLERİ

Makale:

Gönderim Tarihi	17.05.2024
Ön Değerlendirme.	22.05.2024
Kabul Tarihi	08.04.2025

Anahtar Kelimeler:

Dijital, Bağımlılık, Sergileme, Panoptikon, Özgürlük

Key Words:

Digital, Addiction, Exhibiting, Panopticon, Freedom

ÖZET

Bu çalışma, Michel Foucault'nun Panoptikon kavramı çerçevesinde, Chul Han tarafından "dijital panoptikon" olarak tanımlanan modern gözetim toplumunu incelemektedir. Dijital panoptikon, bireylerin birbirlerini gönüllü olarak gözetledikleri ve aynı zamanda gözetlendikleri bir yapıyı ifade eder. Özgürlük ve denetim kavramlarının iç içe geçtiği bu yapıda bireyler özgür olduklarını yanılsamasında iken aslında kendi gözetimlerinin nesnesi haline gelmişlerdir. Dijital dünyada kendini sergileme pratiği, gündelik bir norm haline gelmiş ve normalleşmiştir. Bu bağlamda, bireyler kendilerini teşhir ederken, özgürlük adı altında kalabalıklar tarafından izlenmenin hazzını yaşamakta, bu da onları gösteri toplumunun birer bağımlısı haline getirmektedir. Çalışma, bireyin sosyal medyada kendini sergileme davranışının, sürekli gözetlenme farkındalığı ile nasıl dijital bir bağımlılığa dönüştüğünü ele almaktadır. Ayrıca, sosyal medyanın bireylerin teşhirciliğini besleyen bir gözetim aracı olduğunu ve bu sergileme pratiğinin, kültürel bir norm olarak toplumsal bir bağımlılık şekline nasıl evrildiğini teorik bir çerçevede tartışmayı amaçlamaktadır.

ABSTRACT

This study examines the modern surveillance society, defined by Chul Han as the "digital panopticon," within the framework of Michel Foucault's concept of the Panopticon. The digital panopticon refers to a structure in which individuals voluntarily watch and are simultaneously watched by each other. In this structure, where the concepts of freedom and surveillance are intertwined, individuals believe they are free, while in reality, they have become the object of their own surveillance. The practice of self-exhibition in the digital world has become a daily norm and has been normalized. In this context, while individuals engage in self-exhibition, they experience the pleasure of being watched by crowds under the guise of freedom, which in turn makes them addicts of the society of spectacle. This study explores how the individual's behavior of self-exhibition on social media, driven by the awareness of constant surveillance, has transformed into a digital addiction. Furthermore, it aims to discuss, within a theoretical framework, how social media serves as a tool for surveillance, feeding individuals' exhibitionism, and how this practice of self-exhibition has evolved into a form of cultural and societal addiction.

© 2018- e-ISSN 2667-6850

GİRİŞ

İnternet ve sosyal medya platformları, insanların farklı kültürleri, fikirleri ve bakış açılarını keşfetmelerini sağlamakla beraber bireyi dış dünyadan soyutlayabilmektedir. Bireyler, sürekli dikkat dağıtıcı içeriklere maruz kaldıkça, derin düşünme ve içgörü elde etmek zorlaşır ve böylece zihinsel dinginlik yerine huzursuzluk ortaya çıkar. Teknolojiyle ilerleyen iletişim araçlarına hapsolmuş birey zihnini toparlayamaz, kendini idrak edemez ve yüzeyselleşir; yüzeyselleştikçe kendinden uzaklaşır, uzaklaştıkça daha çok tüketime yönelir. Tüketim kültürü, reklamlardan beslenir. Reklamlarda “salt maruz kalma etkisi” yöntemi kullanılarak birey ve topluma sürekli aynı ürün gösterilir, böylece o marka hakkında daha olumlu bir yargı oluşturulur. Reklamlar zamanla bir kültür haline gelmiştir. Bu konuda Baudrillard (2018b) “Reklamlar kaldırılacak olursa insanlar kendinin önemsenmediğini düşünecektir” şeklinde tüketim/reklam kültürünü açıklamaktadır. Kültür haline gelen reklam nesneyi ve nesneleşmeyi kutsamaktadır. Reklam kültürü içinde yaşayan birey kendini sergileyerek nesneleştirir ve nesneleşmeyi kutsamaya devam eder. Kendini teşhir ile nesneleşen insan nesneler dünyasındaki yerini sağlamlaştırmaktadır.

Günümüzde dijital medya ile artan tüketim kültürünün büyük ölçüde yaygınlaşması kitle iletişim araçları ile başlamıştır. Habermas’a (2002) göre, gözetim, hem kamusal hem de özel alanlarla derinden iç içe geçmiş bir olgudur ve bu süreç, kapitalist düzen içerisinde devletin ve sermaye çevrelerinin iktidar ilişkilerini güçlendirerek yeniden şekillendirmektedir. Gözetim toplumunda, mahremiyetin korunması ciddi bir tehdit altına girmiştir. Kamusal ya da özel fark etmeksizin, yaşamın her alanındaki bilgiler her an iktidarın erişimine sunulma riski taşımaktadır. Habermas, demokratik kamusal alanın çöküşünden kitle iletişim araçlarını sorumlu tutar. Habermas’ın (2002) ‘Kamusallığın Yapısal Dönüşümü’ adlı eserinde, kamusal tartışmaların yerini pazarlama, reklam ve eğlence odaklı içeriklerin aldığı bir medya ortamının oluştuğunu ifade eder. Bu durumda, kamuoyunun demokratik katılımını teşvik eden iletişim ortamı, yerini, kâr amaçlı yayınlarla dolu bir pazar haline gelen medyaya bırakmıştır. Habermas’a göre, bu tür bir ortamda, kamusal tartışmalar ve demokratik karar alma süreçleri yerine, reklamcılık ve tüketim kültürü ön plana çıkmaktadır.

Dijital medya teknolojisinin yükselişiyle birlikte bu eğilim daha da güçlenmiştir. İnternet ve dijital platformlar, reklam ve pazarlama için daha fazla fırsat sunmuş ve içeriklerin kişiselleştirilmesiyle tüketici odaklı bir medya ortamı oluşmuştur. Reklamcılık ve tüketim kültürü, içerik üreticileri ve platform sağlayıcıları için önemli gelir kaynakları haline gelmiştir. Sosyal medya platformları, çevrimiçi haber siteleri ve diğer dijital iletişim araçları, geniş kitlelere anında erişim ve içerik üretme imkanı sunarak, dijital medyanın etkisini daha da güçlendirmektedir. Ancak, bu durum aynı zamanda sınırsız

bir içerik bombardımanının içinde teşhiri normalleştirmektedir. Dolayısıyla Habermas'ın eleştirdiği medya odaklı popüler kültür ve eğlence etkileri, dijital medya tarafından da sürdürülmektedir.

“Kamusal alanın ortadan kaybolması, içine mahrem ve özel meselelerin döküldüğü bir boşluk oluşturur. Kamusal alanın yerini kişinin yayımlanması alır, böylece de kamusal alan bir teşhir mekanı haline gelir. Ortak eylemin alanı olmaktan giderek uzaklaşır” (Han, 2020a, s. 54). Teknolojinin gelişmesi ve dijital iletişimin yaygınlaşmasıyla birlikte, mahremiyetin ve özel alanın korunması giderek zorlaşmıştır.

Bireylerin özel yaşamlarının sosyal medya gibi platformlarda sergilenmesi ve kişisel bilgilerin kamuya açık hale gelmesi, mahremiyetin azalmasına ve bireylerin kendilerini teşhir etmeye yönelmelerine neden olur. Bu durumda sosyal medya hesapları adeta bir kamusal alana, bu alan ise bir teşhir mekanına dönüşür ve ortak eylemin alanı olmaktan uzaklaşır. Bireyler eylem halinden uzaklaşarak “gösterme, sergileme, herkese duyurma, dile düşürme” anlamına da gelen teşhir ile kendini nesneleştirerek varlığını ortaya koymaya çalışır. Sosyal medya ile günümüzde gözetleyen ve gözetlenen olarak iki bileşenden oluşan modern bir gözetleme sistemi oluşmuştur.

Bu çalışmada, bireylerin ve toplumun neden kendini sergilemeye yöneldiğini anlamak amacıyla öncelikle gözetim kavramı derinlemesine incelenmiştir. Geleneksel olarak baskı ve zorbalıkla disipline etmeye çalışan gözetim sistemlerinin, teknolojinin ilerlemesiyle birlikte nasıl haz ve gönüllülük odaklı bir gözetim biçimine dönüştüğü ele alınmıştır. Dijital çağda, herkesin birbirini haz odaklı bir gözetim sistemi içinde izlediği bir ortamda, mahrem olanın kamusal alana taşınmasıyla birlikte kendini sergileme ve teşhircilik toplumsal olarak onaylanan bir davranış haline gelmiştir. Bu bağlamda, onaylanma arzusu ile sergilenen benlikler, öznenen nesneye dönüşmekte ve özgürleştiği sanısıyla onaylanmanın bağımlısı haline gelmektedir. Böylece bireyler, birer gözetim bağımlısı olarak nesneleştikçe, teşhir eylemi kaçınılmaz bir sonuç olarak ortaya çıkmaktadır. Çalışmanın amacı, bu süreci toplumsal bir olgu olarak ele almak ve dijital çağda gözetim ve teşhircilik arasındaki ilişkiyi kuramsal bir çerçevede tartışmaktır. Yöntem olarak mevcut teoriler, kavramlar ve literatürün analizine odaklanarak nitel araştırma yöntemlerinden literatür taraması ile sınırlanmıştır. Çalışma, sosyal medya bağımlılığını klasik bağımlılık kavramlarının ötesine taşıyarak, bireylerin sürekli bir özgürlük sanrısı içerisinde gönüllü olarak gözetim ve teşhire katılmalarını analiz etmektedir. Özgün katkısı, bireylerin sosyal medya platformlarında sergileme davranışlarını kültürel bir norm ve dijital bağımlılık biçimi olarak ele alması, bu davranışların toplumsal ve bireysel düzeyde nasıl normalleştiğini bir teorik çerçeveye ortaya koymasıdır. Çalışmanın diğer bir özgün boyutu, bireylerin dijital dünyada teşhirci davranışlarının yalnızca izlenme arzusuna değil, aynı zamanda sürekli gözetlenme farkındalığına dayalı bir bağımlılık

haline gelmiş olduğunu tartışmasıdır.

1. Panoptikondan Omniptikon (Dijital Panoptikon) Gözetim Kültürüne Geçiş

Gözetim, özellikle ilerleyen teknolojiyle birlikte hayatımızın her alanını kuşatan, kaçınılması zor, kabul gören ve hatta onaylanan bir olgu haline gelmiştir. Teknolojik ilerlemelerle beraber daha da yaygınlaşmış ve sistematik bir yapı kazanmıştır. Modernizmin yükselişiyle birlikte sistematik gözetim pratikleri ortaya çıkmış ve gözetimle ilgili eleştirilerin temelleri de bu dönemde atılmıştır. Karl Marx, ardından Max Weber, Frederick W. Taylor ve Anthony Giddens gibi modernizmin önde gelen düşünürleri, gözetim pratiklerini modernizm çerçevesinde ele almış ve tartışmışlardır. Gözetim, Marx’a göre fabrikada işçilerin görevlerini yerine getirip getirmediğinin denetimiyle ilgiliyken, Weber açısından bürokrasinin temel unsurudur. Foucault ise gözetimi disiplin ve iktidarın merkezi bir unsuru olarak görür (Şener, 2016, s. 55). Ball ve Webster, gözetimin bir süreç olduğunu vurgulamıştır. Onlara göre, gözetim; bireyler, süreçler ve kurumlar hakkında bilginin toplanması, depolanması, değerlendirilmesi, kategorize edilmesi, izlenmesi, kaydedilmesi ve aktarılmasını kapsayan bir dizi aşamadan oluşur (Ball ve Webster, 2003, s. 1).

Gözetimle ilgili ilk olarak “panopticon” kavramı ortaya atılmıştır. Panoptikon kavramı, 1785 yılında Samuel Bentham’ın tasarladığı ve İngiliz filozof Jeremy Bentham’ın ise düşünce sistemini temellendirdiği panoptikon mimarisinden esinlenerek, Foucault tarafından geliştirilmiş bir kavramdır. Bir merkezi gözetim kulesi etrafında dairesel olarak düzenlenmiş hücrelerden oluşan bir hapishane modelidir. Hücreler, mahkumların ne zaman izlendiğini bilemeyecekleri şekilde tasarlanmıştır, böylece sürekli gözetim altında hissederler. Kelime olarak incelendiğinde “Pan kelimesi bütün anlamına gelirken, opticon kelimesi ise gözlemlemek anlamına gelmektedir. Bu nedenle yapı yerine getireceği göreve uygun olarak ‘Bütünü Gözetlemek’ anlamına gelen Panoptikon adını alır (Özdel, 2021, s. 23).” Mitolojik olarak ise kavramın, aynı anda birçok şeyi görebilen ve bazen dört gözlü, bazen de vücudunun tamamı gözlerle kaplı olarak tasvir edilen Argus Panoptes adlı karakterden esinlenerek ortaya çıktığı düşünülmektedir. Panoptes'in en belirgin özelliği ise fark edilmeden görebilme yeteneğidir (Kaygısız, 2017, s. 2078). Panoptik yapıdaki sistem aynı bu şekilde düzenlenmiş bir mimaridir. Ortada duran bir kulede gözetleyenlerin kime baktığı, ne zaman gözetlediği belli olmadığı için mahkumlar her an gözetlendiğini hissiyle hareket etmektedir. Her daim gözetim altında olan mahkumlar için mahremiyet yoktur. Davranışları gözetleme tehdidi ile kontrol edilen mahkumlara bu yöntem ile bir disiplin oluşturulmaktadır. Jeremy Bentham (2008), bu yapının gözetim, tecrit, hapis, zorunlu çalışma, eğitim ve nezaret altında tutma gibi çeşitli amaçlar doğrultusunda kullanılabileceğini ve farklı ortamlara adapte edilebileceğini ifade etmiştir.

Panoptikon bir sistem olarak; George Orwell'in distopya romanı '1984'te (2000), tele ekranlar, totaliter gözetim devletinde büyük rol oynar. Tele ekranlar, hem televizyon hem de güvenlik kamerası gibi işlevlere sahip devasa ekranlardır. Bu tele ekranlar, her yerde bulunurlar ve insanların evlerine, işyerlerine, halka açık alanlara yerleştirilmişlerdir. Tele ekranlar devletin, vatandaşları sürekli olarak izlemesini sağlar. Bireyler sürekli olarak gözetlendiği ve hükümet tarafından izlendiği bilinci altında yaşarlar. Orwell, tele ekranları, birey özgürlüğüne ve mahremiyetine yönelik ciddi bir tehdit olarak tasvir eder ve kitabında bu distopik toplumu eleştirir. Bu eserde, devletin bireyleri mekanik gözlerle sürekli denetim altında tuttuğu, en ufak bir farklılığa ya da bireyselliğe yer vermediği ve resmi ideolojiyi kendi çıkarlarına göre yeniden şekillendirdiği bir toplumdan söz edilmektedir. Bu toplumda, insanları sürekli izleyen ve baskı altında tutan "Büyük Birader" adlı merkezi bir güçten bahsedilmektedir (Yıldırım, 2013, s. 60-61). Bu roman postmodern düşünceye önemli katkılarda bulunan Michel Foucault tarafından detaylı bir şekilde incelenmiş ve anlam kazanmıştır. Foucault, gözetim kavramını George Orwell'in "1984" kitabından hareketle ele alarak, gözetim toplumunun nasıl ortaya çıktığını ve iktidarla olan ilişkisini incelemiştir. Foucault'nun 1975 yılında yayımladığı 'Hapishanenin Doğuşu' isimli kitabında panoptikon metaforuna dayandırarak gözetim kavramını derinlemesine analiz etmiş ve ortaya koymuştur. Metafora göre kimin ne zaman gözetlendiğinin bilinmediği bu sistem, gözetimi daha etkili bir şekilde uygulayarak kapitalizmin gerektirdiği disiplini sağlama işlevini başarıyla yerine getirmektedir (Foucault, 2011, s. 14). İktidarın unutulmasına ya da tahakkümünden çıkılmasına izin vermeyen bir paradigma olarak panoptikon, disiplin toplumunun önemli katmanlarından birini oluşturmaktadır (Dalgaldere & Kılıç, 2015, s. 214). Foucault'nun derinleştirdiği metafor, günümüz iletişim teknolojileriyle çevrelenmiş toplumları anlamada işlevsel bir perspektif sunmaktadır. Kapitalist sistemin içinde hızla ilerleyen teknolojik gelişmeler, gözetim uygulamalarını daha erişilebilir hale getirmekte ve yaşamın her alanında kesintisiz denetimi mümkün kılmaktadır. Bugün, bireyler yalnızca iş yaşamlarında değil, kişisel hayatlarında da izlenebilmektedir. Veri bankaları aracılığıyla her şeyin kaydedildiği dijital izler, iktidarın "bilme arzusunu" yani görünmeden her şeyi görme isteğini sürekli olarak tatmin etmektedir (Okmeydan Bitirim, 2017, s. 57-58).

Panoptikonun bu zorlayıcı ve baskıcı yerel gözetim anlayışından, gönüllülük ve bireysel rızaya dayalı ve global olan elektronik gözetimi ifade eden sinoptikon ve omniptikon kavramlarına bir geçiş yaşanmıştır. Bu yeni kavramlar, gözetimin küresel boyutlarda ve bireylerin katılımıyla gerçekleştiğini vurgulamaktadır. Bugünün dünyası, zorlayıcı bir gözetim yerine, daha çok bireylerin gönüllü olarak katıldığı gözetim pratiklerine dayanmaktadır. Gözetim, artık bireylerin kendi isteğiyle katıldığı bir süreç haline gelmiştir. Bu süreçte 'sinoptikon' gözetleme modeli ortaya çıkmış ve bir kültür haline gelmiştir. 1997 yılında Thomas Mathiesen tarafından ortaya koyulan "Sinoptikon" kavramı "birlikte" veya "aynı"

anlamına gelen Yunanca “syn” sözcüğü ve “opticon” kelimesinin birleşiminden oluşmaktadır. Sinoptikonda ile çift yönlü bir izleme söz konusu olur. Sinoptikonda çoğunluk azınlığı gözetlemektedir, buna örnek olarak televizyon izlenmesi verilebilir. Sinoptikon modelinde, insanların fiziksel olarak bulundukları yerden ayrılmadan, sanal dünyaya yönelerek başkalarının hayatlarını izledikleri bir gözetim süreci yaşanmaktadır. Bu süreç, bireylerin siber alan aracılığıyla başkalarını gözetlemelerini mümkün kılmaktadır. (Toktaş vd., 2012, s. 33). Sinoptikon küresel bir yapıya sahiptir. İzlenen, gözetlenen bireyler artık izleyici ve gözetleyici konumuna gelmiştir. Çoğunluk, azınlığı izlemektedir. Panoptikon ise, insanları gözetlemek için kendi mekanlarını inşa eder ve bu süreçte kendisi izler. Buna karşılık, Sinoptikon baskıya ihtiyaç duymaz; insanları ve kitleleri izlemeye teşvik eder ve bu doğrultuda kışkırtır (Çakır, 2014, s. 396, 397).

Bununla beraber sinoptikon kavramı ilerleyen teknoloji ve sosyal medya ile birlikte günümüz gözetim pratiklerini açıklamakta yetersiz kalmıştır. Bu durum, hukuk profesörü 2004 tarihinde Jeffrey Rosen’ın ilk kez “Çıplak Kalabalık” isimli kitabında herkesin her an ve her yerde birbirini gözetlemesi anlamında tanımladığı omniptikon kavramını (Sprague, 2007, s. 2) ortaya çıkarmıştır. Omniptikon olarak adlandırılan dijital çağdaki gözetim toplumunu, Byung Chul Han, (2020a) panoptikonun dijital bir versiyonu “dijital panoptikon” olarak tanımlamaktadır. İnsanlar dijital panoptikonda devamlı olarak izlenirken, aynı zamanda gönüllü olarak kendilerini ifşa etmekte ve iletişim kurmaktadır. “Çoğunluğun birbirini gözetlediği sosyal ağlardaki gözetleme biçimi omniptikondur yani herkesin birbirini gözetleyebildiği işteş gözetleme biçimidir. Ayrıca sosyal ağ sitelerinin tüm kullanıcıları gözetlediğini de belirtmekte yarar vardır (Kocabay Şener, 2016, s. 60).” Omniptikon gözetim sürecine katılan kişiler kendi istekleriyle gözetleme eylemini gerçekleştirirler ve bundan keyif alırlar. “Artık çoğunluğun birbirini izlediği bir gözetim süreci söz konusudur. Burada da sosyal paylaşım ağları olan Facebook, Twitter gibi araçlar üzerinden insanların birbirlerinin yaşamlarını gözetim altında tuttuğu görülmektedir. (Arslandaş-Toktaş vd., 2012, s. 33).” Bu durumda, bireylerin özgürlüğü, dijital denetim altında şekillenmektedir. Dijital denetim toplumu, insanların kendi istekleriyle ifşa olması ve dijital iletişimi maksimize etmesi sonucunda özgürlükten yararlanır. Ancak, bu durumda özgürlük ile denetim arasında belirgin bir ayrım bulunmamaktadır. İnsanlar özel alanlarını terk etme korkusuyla ifşa olmakta ve özgürlükleri denetim altına alınmaktadır. Bu durumda, pornografik teşhircilik gibi unsurlarla dijital denetim ve panoptikon kesişir. Gözetim toplumunun en belirgin özelliklerinden biri olan süreklilik, mekân anlayışını da dönüştürmekte ve kentsel alanları geniş çaplı bir gözetim sistemine dönüştürmektedir. Bu değişim, mekânları sürekli gözetim süreçlerinin bir parçası hâline getirmektedir (Koskela, 2000, s. 243). “Günümüzde, panoptikon gözetlemedeki ‘Big Brother’in yerini ‘Big Data’ almaktadır. İtaat yoluyla değil, hoşlanma yoluyla yaptırmaktadır istediğini. Başka bir deyişle ihtiyaçları

bastırmamakta, tam tersine özendirmektedir. İletişim baskı altına alınmamakta, tam tersine maksimize edilmektedir. (Han, 2023, s. 39).”

Aynı Huxley'in (2003) "Cesur Yeni Dünya" romanındaki gibi insanlar bilinçli bir şekilde gerçeklikten uzaklaştırılıp, sürekli bir eğlenceye maruz bırakılarak kontrol altında tutulur. Bu, toplumun düşüncelerini manipüle etmeyi ve itaati sağlamayı amaçlayan bir propaganda aracıdır. Telefon ekranları bireylere sürekli olarak eğlence sunar. İnsanlar, kendi hayatları ve sorunları yerine birbirlerini izleyerek gerçeklikten kaçarlar ve içeriklerle sürekli olarak beslenirler. Chul Han (2022b) tarafından ortaya atılan bir kavram olan palyatif (acı) toplum, dijital platformlar üzerinden sürekli bağlantı ve iletişim halinde olarak aslında yoğun duygusal deneyimlere maruz kalmaktan uzaklaştırılmıştır. Ayrıca, kişiselleştirilmiş içerik ve hızlı tatmin beklentisi, bireylerin durmaksızın eğlence ve haz arayışına odaklanmalarına ve mutluluk baskısı altında yaşamalarına neden olmaktadır. İnsanlar gözetlenerek değil eğlendirilerek denetim altına alınır. Sosyal medya ile insanlar teşhir için gerçek dünyadaki tercihlerini değiştirmeye başlarlar. Adeta dijital dünyadaki kimlikleri için yeni bir yaşam sistemi oluştururlar. Gerçek dünyanın basit imajlara dönüştüğü yerde, basit imajlar gerçek varlıklar ve hipnotik bir davranışın etkili motivasyonları haline gelir (Debord, 2019, s. 38). Debord'a göre meta fetişizminin en uç noktası olan gösteride, gerçek dünyanın yerini seçilmiş görüntüler alır. Metalar bir kere gerçekliğin yerini aldıktan sonra gördüğümüz tek şey gösteridir. Metalaşma sosyal hayatımızı sömürgeleştirmektedir, Debord'un tanıdığı olan 'gösteri toplumu' ise özgürleşme gösterisinin ta kendisidir. Bu tüketimin içinde gösterinin içine çekilen çaresiz kitleler kültürel bir bayağılaşmanın piyonları olacaklardır. (Çoban, 2021, s. 217). Hâkim iktisadın imajı olan gösteride amaç hiçbir şey, gelişme ise her şeydir. Gösteri, kendinden başka hiçbir şeye varmak istemez (Debord, 2019, s. 37).

Gönüllü gözetimin hakim olduğu bu enformasyon rejiminde, bilgiye olan sürekli erişim, bireylerin kendilerini sürekli bir iletişim çılgınlığı içinde bulmasına yol açar. Bu durum zamanla insanların bireysel düşünme ve refleks yapma yeteneklerini zayıflatır, kendi özgür iradeleri yerine nereye gittiğini bilmeden ve düşünmek istemeden sürekli bilgi akışının peşinden gitmeye başlarlar.

2. Kendini Sergileme ve Nesneleşme Kültürü

Günümüzde iletişim, bir bilgi ağı oluşturmuş şekilde toplumu sarmaktadır. Artan bilgi miktarı gerçeği yansıtmamakta ve bilgi bolluğu, anlamı artırmak yerine eksik bırakmaktadır. Bireyler, sadece bilgi yığınlarıyla dolu bir dünyada kaybolur ve gerçek anlamı bulmakta güçlük çekerler. Aşırı miktarda bilgi, gerçeğe ulaşmayı zorlaştırır; bu durum her şeyin birbirine karışmasına ve gerçeği anlamanın, doğru bir şekilde yorumlamanın güçleşmesine neden olur. Hakikat, yalnızca bilgi birikiminin değil, anlamın

ve anlamlandırmanın da bir sonucudur. Han'ın (2020) kitabında ifade ettiği gibi, şeffaflık toplumu, enformasyonun fazlalığıyla birlikte hakikat eksikliğini ve varlık eksikliğini artırır. Günümüzde aşırı miktarda bilgi ve iletişim olmasına rağmen, bu durum hakikatin ortaya çıkmasını değil, anlam eksikliğini ve varlık eksikliğini arttırmaktadır. Daha fazla enformasyonda “yön yani anlam eksiktir aşırı enformasyon, aşırı iletişim, hakikat eksikliğinin dahası varlık eksikliğinin belirtisidir (Han, 2020a, s. 23).”

Bilgi yığınlarının arttığı bir dünyada algılama süreci artık tamamen öznel olmaktan çıkıp, toplumsal olarak şekillendirilmiş bir dünyanın etkisi altına girer. Dijital iletişim araçlarının kullanımıyla hızla yayılan bilgiler, küresel olarak toplumları etkisi altına almaktadır ve bu da bireyin kuşatılmasına neden olur. Bu süreçte, algılar, nesneleri şekillendiren ve toplumsal normlarla örülü bir dünya tarafından filtrelenir, böylece insanlar dünyayı toplumun bakış açısıyla gözlemleyerek algırlar. Bu süreçte, bireysel algıların toplumsal normlar ve yapılar tarafından şekillendirilmesi, insanın dünyayı ortak bir anlam çerçevesi içinde deneyimlemesini sağlar. Bu durumda algılama süreci tamamen öznel değildir; bilimsel metinlerin düşüncenin somutlaşmış halleri olduğu gibi, algılar da somutlaşmış halleri olarak kabul edilebilecek nesneler aracılığıyla toplumsal olarak oluşturulmuş bir dünyanın özümsemesini içerir ve bu, algılama sürecine yön verir. İnsan, dünyayı toplumun perspektifinden görür (Lektorski, 2016, s. 199). Bir kültür endüstrisi hâline gelen bu sistem hayata ilişkin bir kalıp oluşturur ki bu kalıp tüketilebilir bir biçimdedir. Kolay anlaşılabilirlik ya da tüketilebilirlik içinde hayatın derinliği ve karmaşıklığı kaybolur. Tehlikeli olan ise tüm dünyanın kolay anlaşılabilen sığ kültür endüstrisi filtresinden geçirilerek anlamlandırılması ve anlaşılmasıdır (Adorno ve Horkheimer, 2002, s. 99).

Hayat, kültür endüstrisinin sığ ve keskin köşeleri tarafından yeniden biçimlendirilir. Bu süreç, bilgi bombardımanı altında gerçekten ihtiyaç duyulan bilgilerin kaybolmasına yol açar, bireyde bilgi arama arzusunu azaltır, çünkü bilgi zaten bir yerlerde mevcuttur. Oysa gerçek anlamın derinliği, arayış sürecinde keşfetmekle kazanılır. Anlam, arama sürecinde derinleşir, çünkü bireylerin algılarına göre anlam değişir, bu nedenle özgün ve kişiseldir. İnsanın anlam arayışı, içgüdüsel dürtülerin ‘ikincil bir akıl yürütmesi’ değil, yaşamındaki temel bir güdüdür. Anlam, sadece bireyin kendisi tarafından keşfedilebilecek ve bu şekilde var olmasına ihtiyaç duyan eşsiz ve özel bir yapıya sahiptir; ancak bu şekilde kişinin kendi anlam arayışını tatmin eden bir önem kazanabilir (Frankl, 2019, s. 113). Ancak günümüzde, arayış ile elde edilebilecek özgün ve derin anlamlar, içsel bir mesele olmaktan çıkmış; bunun yerine, bir tüketim aracı olarak nesnelerin kişiselleştirilmesiyle doldurulmaya çalışılmaktadır. İnsanlar, özlerini ve değerlerini anlamlandırarak özgünlük arayışına girmek yerine, kişiye özel üretimler ve paylaşımlar aracılığıyla bir özgünlük yarışına katılmaktadır. Bu kişiselleştirilmiş ürünlere sahip olma

arzusu, bireylerin tüketimini artırarak tüketim toplumunu güçlendirmektedir. Birey, yalnızca tüketen değil, aynı zamanda tüketilen bir nesneye dönüşmektedir.

Tüketim toplumunda bireyler, bireyselliklerini yitirip kitlenin bir parçası haline gelir. Eğer durup düşünmeden sadece akışa kapılırsanız, kapitalizm, bürokrasi ve tüketim üçlüsü sizi tüketim çılgınlığına sürükleyip boğabilir. Bu durumda, Marcuse'un (1996) "tek boyutlu insan" olarak tanımladığı, benzer şeyleri tüketen ve aynı şekilde düşünen bireylerden oluşan bir kalabalık ortaya çıkar. Herbert Marcuse, 'Tek Boyutlu İnsan' (1996) adlı eserinde modern toplumlarda bireyin eleştirel düşünme yetisini kaybederek tek boyutlu hale geldiğini savunur. Marcuse'a göre, kapitalist sistemin üretim, tüketim ve teknoloji süreçleri, bireyi sisteme uyumlu ve sorgulamayan bir varlık haline getirmiştir. Bu durum, bireyin çok boyutlu ve özgür bir varlık olma kapasitesini bastırmakta, eleştirel düşünme ve toplumsal muhalefet olanaklarını sınırlamaktadır. Birey, sistemin sunduğu ihtiyaçlar ve hazlar dünyası içinde hapsedilerek, gerçek ihtiyaçlarını sorgulama yetisini kaybetmiştir. Böylece birey hem zihinsel hem de toplumsal olarak tek boyutlu bir yaşam tarzına mahkûm edilmiştir. Marcuse, bu tek boyutlu insan tanımını, bireyin hem toplumsal hem de politik anlamda manipüle edilmesine dayandırır. Bireyin özgürlüğü, tüketim odaklı sahte ihtiyaçlarla doldurulmuş, eleştirel düşünme yeteneği de kapitalist sistem tarafından zayıflatılmıştır. Bu bağlamda, tek boyutlu insan, yalnızca var olan duruma uyum sağlayan, statükoyu sorgulamayan ve bireysel özgürlüklerini gerçekleştiremeyen bir varlığa dönüşmüştür.

Adorno'ya (2007) göre, kültür endüstrisinin çağında bireyin var oluşu bir yanılsamadan ibarettir. Bu yanılsama, üretim araçlarının standartlaşmasının yanı sıra, bireylerin sorgulama kapasitesinin sistematik olarak sınırlandırılmasından kaynaklanmaktadır. Kültür endüstrisi, bireyler mevcut durumu olması gereken durum olarak sorgulamadıkları sürece onlara tahammül etmektedir. Bu durum, bireylerin sorgulama özgürlüklerinin kısıtlanmasına ve gerçek birey olma özelliklerini yitirmesine neden olmaktadır. Modern birey, kültür endüstrisinin etkisi altında, sürekli olarak yeniden üretilen bir meta haline indirgenmiştir. Bu süreçte, kültür ürünlerinin standartlaşması ve reklam teknikleriyle rasyonelleştirilen dağıtımı, belirleyici unsurlar arasında yer almaktadır. Birey, bu sistem içinde özgün bir varlık olmaktan uzaklaşarak, kültür endüstrisinin üretim ve dağıtım mekanizmalarının bir parçası haline gelmektedir. Sonuç olarak, bireyin varlığı ve özgürlüğü, kültür endüstrisinin sınırları içinde yeniden şekillendirilmekte ve tüketim toplumunun bir ürünü olarak yeniden üretilmektedir. Bu bulgular, Adorno'nun kültür endüstrisi eleştirisi çerçevesinde, bireyin özgünlük ve özgürlük kaybının kapitalist üretim süreçleriyle nasıl iç içe geçtiğini göstermektedir.

Kendini özne olarak gören bireyler, sistem tarafından araçsallaştırılmakta ve giderek nesneleşmektedir. Marksizmin önemli düşünürlerinden biri olan Georg Lukács (1971), şeyleşme

kavramını yalnızca materyal bir durum olarak değil, aynı zamanda kapsamlı bir kültürel sorun olarak ele alır. Lukács'a göre şeyleşme, sadece nesnelerin maddi hale gelmesiyle sınırlı kalmaz; insanların birbirlerini ve sosyal dünyayı algılama biçimlerini de etkiler. Bu süreçte, sosyal dünya ve insan ilişkileri, piyasa ilişkilerine tabi olarak birer meta haline gelir. Lukács, şeyleşmenin toplumsal yaşamın tüm alanlarına nüfuz ettiğini ve bireylerin sosyal etkileşimlerini nesneleştirerek kendi özlerine yabancılaşmalarına yol açtığını vurgulamaktadır.

Baudrillard (2018b) kişiselleştirme kavramından şöyle bahseder: Tüketim, kişisel ihtiyaçları sadece bir grup içinde prestij ya da uzlaşma aracı olarak görmekten ziyade, bireyleri farklılaştıran yapısal bir mantıkla şekillenir. Bireyler arasındaki bu farklılık, her biri özgün olsa da, genel kabul görmüş kodlar ve modeller çerçevesinde gerçekleşir. Baudrillard, 2018b, s. 109). Kendilerini kişiselleştirdiklerini düşünen bireyler, aslında hazır bir sistemin tekrarlayan öğelerinin bir parçasıdır. Sosyal medyada ortaya çıkan bir trendi takip ederek görünür olmaya çalışırlar, sadece sistemin istediği bir parçaya dönüşürler. Bireyler sistemin bir parçası olduklarında kendilerini güvende hissederler. Gerçek dünyadan kopmuş bireyler ise sosyal medya trendlerine katılarak güven ararlar. Bireylerin kendi kişiselliğini sunabildiği hissi yanıltıcıdır. Sistem tarafından benzersiz bireyler olarak hissederler; ancak özgünlük kavramı da sistem tarafından belirlenir. Hayatın hemen her alanında sunulan çeşitli veya alışılmadık moda trendleri, bireyler tarafından özgünlük olarak benimsenen bir yanılsamadır. Ancak kültür endüstrisi ürünleri içerisinde kendini özgün olarak tanımlayan ve yaşam tarzlarını buna göre belirleyen bireyler, aslında sadece genel moda eğilimlerini yansıtan ve kâr amacı güden tasarımlar ile sistemin bir parçası haline gelmektedir (Kurt, 2009, s. 53). Kültür endüstrisi, bireyleri birer nesne olarak algılamakta ve onları nesneleştirmektedir. Özel üretimlere sahip olan bireyler, bu nesneleri sergileme ihtiyacı hissederler ve bu sergileme ile biricikliklerini kanıtlamaya çalışırlar. Ancak bu süreçte, insanlar yalnızca sahip oldukları nesneleri değil, kendilerini de sergilemekte, böylece yüzeyselleşerek bir "yüzey nesnesi" haline gelmektedir. Herkesin kendi biricik hayatını sergilediği platformlarda, bu aşırı sergileme ışığı altında biriciklik kavramı kaybolmaktadır. Aslında bu kaybolma, bilinçli bir tercihin sonucudur. İnsanlar, asıl ihtiyaçları olan anlam arayışından kaçmayı tercih etmekte ve teşhir, eylemden çok daha kolay bir seçenek olarak görünmektedir. “Görünür şeyler karanlık ya da sessizlik içinde kaybolmaz, görünürden daha görünür olanda yitip giderler: Müstehcenlikte (Han, 2020a, s. 28).” Şeffaflık ve teşhirin aşırı olduğu bir toplumda şeyler, aşırı ışık altında kaybolma tehlikesiyle karşı karşıya kalır. Yani, teşhir edilen şeyler, asıl özlerini ve değerlerini kaybederek tüketilen birer yüzey nesnesine dönüşürler.

“Gösteri kendini tartışılmaz ve erişilmez devasa bir olumluluk olarak sunar. Görünen şey iyidir, iyi olan şey görünür (Debord, 2019, s. 37).” Debord'a göre, gösteri toplumunda, görünen şeyler iyi ve

değerliymiş gibi sunulur ve insanlar bu görüntülere kolayca inanır. Ancak bu sahte görüntülerin ardında, gerçeklikten kopuş ve derin bir yabancılaşma bulunmaktadır. İnsanlar, sürekli izleyici konumunda oldukları için gerçek yaşamdan uzaklaşır, kendi varoluşlarını anlamlandırmakta ve arzularını keşfetmekte güçlük çekerler. Gösteri toplumunda bireylerin davranışları, artık kendilerine ait olmaktan çıkar; bunun yerine, başkalarının sunduğu imajlar aracılığıyla birer nesneye dönüşür.

Gösteriş kültürü, bireyler üzerinde sergileme ve performans gösterme baskısı oluşturarak, onların sürekli olarak kendilerini başkalarına göstermeye ve bu şekilde ilgi toplamaya çalışmasına neden olur. Bu durum, bireylerin kişisel huzurunu ve içsel dengesini tehdit eder. Sürekli sergileme zorunluluğu, bireylerin gerçek benliklerini gizlemelerine veya bastırmalarına yol açabilir. Sergileme, bir tür sömürüdür ve bu zorunluluk, bireyin "ikamet etme" yani kendi benliğiyle uyum içinde olma halini ortadan kaldırır. "İkamet etmek kökeninde huzurlu olmak, huzura kavuşmak, huzur içinde kalmak anlamına gelir. Sürekli teşhir etme ve performans gösterme zorlaması bu huzuru tehdit eder (Han, 2020a, s. 28)." Bu bağlamda İkamet etmek, bireyin kendi öz benliğiyle uyum içinde olması ve iç huzuru yakalaması anlamına gelir. Ancak, günümüzün sergileme kültürü, bireyleri sürekli performans sergilemeye zorlayarak bu huzuru bozmakta ve onları gerçek anlamda yaşamaktan uzaklaştırmaktadır. İnsanlar, yaşamak yerine, kendilerini sergilemek, performans göstermek ve dikkat çekmek zorunda hissederek, içsel dengelerini kaybetmektedir.

İzleyici ne kadar çok seyrederse o kadar az yaşar; Kendisini egemen ihtiyaç imajlarını bulmayı ne kadar kabul ederse kendi varoluşunu kendi arzularını o kadar a z anlar, işte bu yüzden izleyici hiçbir yerde kendini evinde hissetmez çünkü gösteri her yerdedir (Debord, 2019, s. 44). Bu bağlamda insanlar sürekli olarak tüketim kültürü tarafından kuşatılır. İnsanlar, gerçeklik yerine gösterinin oluşturduğu imajlarla yaşarlar ve bu imajlar tarafından yönlendirilirler. Kendi arzularını ve gerçek özbenliklerini kaybederler ve bunun yerine sürekli olarak tüketim ve gösteriye odaklanırlar.

Sosyal medya, çevrimiçi haber siteleri, uygulamalar ve diğer dijital platformlar, kullanıcıların dikkatini çekmek ve uzun süre meşgul etmek için tasarlanmıştır. Böylece, bireylerin daha fazla zaman harcaması ve daha fazla reklam veya içerik tüketmesi sağlanarak, reklam gelirleri ve kullanıcı bağımlılığı elde edilir.

Modern toplumda bireyler, benliklerini yeniden inşa etme arayışında tüketim kültürü ve popüler kültürün güçlü etkisi altında kalmaktadır. Reklam ve propaganda, yalnızca teknolojik araçların gelişimiyle değil, aynı zamanda bireylerin "dikizlenme" fikrine alıştırılmasını sağlayan sosyal baskının bir sonucu olarak daha görünür hale gelmiştir. Özellikle ünlülerin yaşam tarzları, bireyler için birer rol

model haline gelmiş ve geniş bir izleyici kitlesine ulaşma arzusu yaygınlaşmıştır. Bu durumun temelinde, bireylerin başkalarının gözleri üzerinde olduğunda kendilerini daha güvende hissedeceklerine dair bir inanç yatmaktadır (Niedzwiecki, 2019, s. 29).

Sezai Karakoç (2022), bu durumu "ruhta kaybedileni kitlede arayış" şeklinde nitelendirmektedir. Buradaki kitle, bilinçli bir topluluk olmaktan ziyade, içgüdüsel bir şekilde hareket eden bir "kalabalık sürüsü"dür. Reklamın görünürlüğü, başlangıçta bir araç olarak tasarlanmışken zamanla bir amaca dönüşmüş, bireylerin özünden uzaklaşmasına ve kendilerini sürekli bir reklam nesnesi olarak teşhir etme ihtiyacı duymasına yol açmıştır. Bu bağlamda, reklam ve propaganda, insanlığın hızla şekillenen modern medeniyet algısının kaçınılmaz bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır. Kaynaktan uzaklaştıkça araç ve amaç arasındaki sınırlar silikleşmiş ve reklam, kendi başına bir değer haline gelmiştir (Karakoç, 2022, s. 66, 67).

Modern bireyin yaşamında sosyal medya, öznel deneyimlerin paylaşılmadığı sürece eksik sayıldığı bir platforma dönüşmüştür. Yemeklerden seyahatlere, duygusal anlardan gündelik yaşama kadar birçok deneyim, sosyal medyada paylaşılmadığında yarım kabul edilmektedir. Bu durum, bireylerin onay ve beğeniye duyduğu ihtiyacı artırarak, onları kendi duygusal dünyalarından uzaklaştırmaktadır. Böylece birey, içsel tatminsizliğini dışsal onay mekanizmalarıyla gidermeye çalışmakta ve bu süreçte kendi varoluşsal özüne yabancılaşmaktadır. Kendi sorunlarıyla yüzleşmekten kaçınan birey, duygularını, özel hayatını ve gündelik eylemlerini paylaşarak kendini putlaştırma eğilimi sergiler. Bu durum, bireyin yüzeysel bir benlik inşasıyla kendini tamamlanmış hissetme çabasını doğurur.

Sosyal medya platformları, bireyleri her anlarını paylaşmaya teşvik ederek dijital dünyada kalıcı bir varlık oluşturmaya zorlamaktadır. Bu durum, bireylerin sürekli olarak başkalarıyla karşılaştırmalar yapmasına ve takipçi sayılarına odaklanmasına neden olur. Takipçi sayıları ve beğeni oranlarına odaklanan bireyler, sosyal medya etkileşimlerinden kaynaklanan tatminsizlik, mutsuzluk ve sosyal baskıyla karşı karşıya kalmaktadır. Bu da tatminsizlik, mutsuzluk ve sosyal baskının artışına yol açmaktadır. Niedzwiecki (2019) bireylerin, bireyselleşme iddiasının altında toplumsal beklentilere daha fazla uyum sağlama arayışına girdiğini belirtir. Benzersiz olma ihtiyacıyla hareket eden bireyler, toplum tarafından tanınma arzusuyla dijital platformlarda nesneleşmektedir. Görünür olma arzusu ile sürekli sergileme ve teşhir halinde bulunmak için sadece o andan ibaret bir yaşam sürmek gerekmektedir. Günümüz reklamlarında sürekli aşılacak istenen ise "anı yaşa" mottosuyla düşünmeden uzak, görünür olma telaşı içerisinde bireyin ana kapılmasıdır. Kişinin kendini sürekli teşhir halinde olması bir şuur bilincinden çok topluluğun peşinden giden bir dürtü ile meydana gelmektedir. Bireyler kendinden

uzaklaşır, kalabalıkların içinde kaybolur. İnsanlar, adeta bir "şimdi" döngüsünün içine hapsolmuş durumdadır. Zaman, parçalanmış ve geçici anlardan ibaret hale gelmiştir. Her yeni an, bir öncekinin yerini alırken, bu anlar tıpkı tüketim nesneleri gibi hızla tüketilip yenileriyle değiştirilir. Böylece, süreklilik duygusu kaybolur ve hayat bütünselliğini yitiren bir parçalar yığına dönüşür.

Like toplumunda beğeni için paylaşım, kişilerin onay ve dikkat çekme isteğiyle sürekli içerik üretmeye ve bu içerikleri yüzeyde, popüler ve paylaşılabılır hale getirmeye çalışmalarını ifade eder. Bu durum, kullanıcıların içeriklerini kaliteli ve düşündürücü olmaktan çok, ilgi çekici ve beğeni toplayacak şekilde yönlendirir. Bu da kullanıcıların kendi kişisel değerlerini, ilgi alanlarını veya fikirlerini özgürce ifade etmek yerine, genellikle toplumun onayladığı veya popüler olan içeriklere yönelmelerine sebep olur. Kişilerin özgünlükten uzaklaşmasına ve içeriklerin standartlaşmasına neden olur. Sosyal Hızlanma Teoremini ortaya koyan Hartmut Rosa, Yabancılaşma ve Hızlanma Kitabında Herman Lübbe tarafından geliştirilen “Şimdinin Daralması” kavramını ele alır: Ona göre şimdinin daralması, “sosyal hızlanma deneyim ve beklentilerimizin, güvenilirliklerindeki bozulma oranının artması ve şimdi olarak adlandırılabilen zaman aralığının daralmasıdır (Rosa, 2022, s. 19).” Şimdi daraldıkça yaşam temposu hızlanır. Bu hızlanan tempoda Weber ve Marx’ın işaret ettiği gibi sabit kalmak, geri düşmektir.” Hatta “koş yoksa düşersin” reklam sloganı tüketim hızını artırmayı amaçlayan reklamlarda her ne kadar bir ayakkabı markasına ait olsa da günümüz rekabet ortamını anlatmaktadır. Bu durumu Rosa “kaygan zemin fenomeni” olarak adlandırır, bireyler her zaman kaygan zemin üzerindeymiş gibi davranırlar, miadını doldurmamak için ara veremezler, sürekli aktif olmak zorundadırlar. Sosyal medyada paylaşım yapmayan kullanıcılar takipçi kaybedebilir. Bu nedenle aynı yerde kalabilmek için bir tekerleğin içindeki hamster gibi koşabildiği kadar hızlı koşmalıdır. Bu durumda dijital kullanıcılar içeriklerinin ne kadar çok beğenildiğine veya paylaşıldığına odaklanır. Beğeni sayısının ve takipçi sayısının artması, kullanıcılara bir tür "doğrulama" hissi vererek yerini korumasını ve statüsünün sabitliğini sağlar. Ancak, bu tür davranışlar, kişilerin kendilerini değerlendirmelerini ve kendine güvenlerini bu beğenilere endekslemelerine yol açar.

“Hız ve performans insan olmaktan çok kıymetli değildir (Karataş, 2021, s. 578).” Tim Wu tarafından yazılan “Dikkat Tacirleri” isimli eserden de bahsedilerek insanların dikkatini çekmenin önemli bir sektör oluşturduğundan ve sosyal medya mecralarının da bu sektöre hizmet ettiğinden bahsedilmektedir. Günümüzde internetin kullanımının artık bir zorunluluk olarak kabul edildiğini ve sürekli olarak çevrimiçi olmamızın beklenen bir norm haline geldiğini belirtir. Bu nedenle, insanların neredeyse her an internete bağlı olmaları ve dijital platformlarda etkileşimde bulunmaları beklenir. Bu durum, "avamlaşma" olarak adlandırılan bir olguyu tetikler. Avamlaşma, insanların eğitilmiş ve düşünceli

bir şekilde hareket etmek yerine, genellikle toplumun alışlageldik veya basit düşüncelerine ve eğilimlerine uymaları anlamına gelir. Avamlaşma beraberinde sürekli olarak kendini sergileme kültürünü beslemektedir. Sergileme kültürü artık dikizleme toplumu içerisinde kendini besleyen bir döngünün kırılmayan bir parçasıdır.

Günümüzde insanlar, kendi beskeyen bu döngüde oluşturdukları sistemlere ve ürettikleri eşyalara hizmet etmektedirler. Bazıları, fenomenler gibi kendi övdükleri figürlere taparak, aslında kendilerine tapmaya çalışıyor gibi dolaylı bir yoldan kendilerini tanrılaştırmaktadır. Esasında, putlar, kaçınılmak istenen gerçeklerin üstünü örtmek için bir tür maske işlevi görmektedir. Fani olduğumuz gerçeğini kabullenmek yerine, kendimizi putlaştırarak örtmeye çalışmak, bizi sonsuzluk örtüsüne büründüğümüze inandırmak için bir çaba olarak sunulmaktadır (Karakoç, 2022, s. 97, 98).

Gerçekleştirilmemiş tüketimlerimizi alışveriş yaparak ve bu yaptığımız alışverişleri sahip olduklarımızı sergileyerek telafi etmeye çalışıyoruz. Bu sindirememişlik hali kendimize yabancılaşmamızı sağlıyor, yabancılaştıkça sahip olduklarımızın teşhiri artıyor. Kendimiz bir araştırma bile yapmadan kendi ihtiyaçlarımızı tespit etmeden fenomenlerin önerdiği “sahte ihtiyaçlar”ı yöneliyoruz. Dijital dünyada etrafımızı saran sanal ihtiyaçlar fiziksel olarak gereksinimlerimizi karşılayacak gerçek ihtiyaçların yerini almıştır. Yapılan araştırmalar, insanların yürüyüş yapmak, arkadaş ziyaretlerinde bulunmak ya da keman çalmak gibi etkinliklere katıldıklarında daha fazla keyif aldıklarını açıkça ortaya koymaktadır. Buna karşın, televizyon izlemenin eğlenme ve tatmin düzeyi şaşırtıcı derecede düşük kalmaktadır. Ancak ilginç bir şekilde, insanlar genellikle fazla sevmedikleri bu tür aktivitelerle vakit geçirirler. Bu durum, yabancılaşma kavramının bir yansımasıdır ve rekabet ile hızın yarattığı baskının bir sonucudur. Hızın egemen olduğu bir dünyada, kısa vadeli arzularımız (örneğin televizyon izlemek), uzun vadeli tatmin sağlayan etkinlikler (keman çalmak gibi) yerine geçmemelidir. Bugün, geçmişte olduğundan daha fazla kitaba ve müzik aletine sahip olmamıza rağmen, onları tam anlamıyla içselleştiremiyoruz; çünkü bu, zaman gerektiren bir süreçtir ve biz, sürekli artan bir şekilde zamana yetişme telaşı içindeyiz. (Rosa, 2022, s. 92) Hıza yetişme telaşı içinde kendimizi gerçekleştirme hedeflerimize ve ihtiyaçlarımıza adım adım zamana yayarak ulaşma olgusundan uzaklaşmış bulunuyoruz. Çünkü sindirmek için zaman gerekir. Deneyimleyerek sindirmek yerine sahip olarak gösterme telaşı günümüz bireylerinin gerçeği haline gelmiştir. Bununla beraber sahip olunan değerini yitirir, birey yeni sahip olacağı tüketim nesnesine yönelir. Tüketim döngüsü içinde anın hızına kapılan birey şimdinin daralmasından çıkmak için kendini sergilemeye ihtiyaç duyar. Tüketim nesneleri ve nesneşelen birey arasındaki bu döngü devam eder durur.

3. Bir Özgürlük Sanrısı Olarak Dijital Bağımlılık ve Teşhir

Bağımlılık genelde fiziksel olarak bir maddeye bağlanmayı ifade eder. Courtwright'ın (2021) 'Bağımlılık Çağı Kötü Alışkanlıklar Nasıl Büyük Bir Sektöre Dönüştü?' kitabında bağımlılık tanımlamasını ele alacak olursak: Borçluyu alacaklıya devretmek anlamındaki Latince bir terimden türeyen "bağımlılık" (addiction), aynı zamanda yataklık etme anlamına da gelir. 18. yüzyılda ise bir davranışa veya maddeye teslim olma anlamını da taşımaktaydı.

Kuss ve Griffiths (2020) toplumda internetin yaygın olarak kabul görmesi, onun bağımlılık yapıcı bir davranış olarak kolayca algılanmamasından kaynaklandığını belirtir. Bu durumda, bazı kişiler arasında normal kullanım ile potansiyel olarak patolojik ve zararlı düzey arasındaki ayrımı yapmak güç olabilir. Teknoloji bağımlılığı da bir tür davranış bağımlılığıdır. Esrar ve internet kullanımının her ikisi de başlangıçta haz verici ve fayda sağlayan şeyler gibi gözükmemektedir; Uyuşturucu kullanımı ve internet alışkanlıkları, başlangıçta zevkli ve yararlı gibi görünse de gençlerin sosyal bağımlılık hissettiği ve onlarla entoksikasyon (madde alımı nedeniyle ortaya çıkan uyum bozucu davranışlar) deneyimlerini paylaştığı ortamlar olarak görülmektedir. Bu iki tür bağımlılık, benzer olumsuz sonuçlara yol açabilir ve gerçek dünya ilişkilerinin zarar görmesiyle diğer yaşam alanlarının ihmal edilmesine sebep olabilir. Erken çocukluk döneminde aşırı internet kullanımının bir sonucu olarak, algılanan benlikten bir boşluk olduğunu gösterir. Aşırı derecede internet kullanımı olan kişiler, yaşamlarından daha çok tatminsiz olma ve daha yüksek depresyon düzeylerine sahip olma eğilimindedir.

Kuss & Griffiths'e (2020)'e göre, şu anda, bağımlılık terimi değişime uğramış görünüyor. Dijital bağımlılık artık yaygın bir davranış olarak kabul ediliyor. İzolasyon ve zarar boyutuna ulaşmadan önce, dijital bağımlılık genellikle zararlı olarak algılanmıyor. Bağımlılık artık günlük yaşamın normal bir parçası haline gelmiş durumda. Turkle (2017) 'Yeniden Konuşalım' kitabında, adlı eseri, dijital teknolojilerin insan iletişimi üzerindeki dönüştürücü etkilerini incelemektedir. Turkle, özellikle akıllı telefonlar, sosyal medya ve anlık mesajlaşma araçlarının yaygın kullanımının, bireylerin yüz yüze iletişim becerilerini zayıflattığını ve derinlemesine, empatik sohbetlerin yerini yüzeysel dijital etkileşimlerin aldığını savunmaktadır. Turkle'a göre teknolojiye bağımlılığın bireylerin yalnızca kişisel ilişkileri değil, aynı zamanda toplumun genel empati kapasitesini de olumsuz etkiler. Turkle, dijital etkileşimlerin insanların duygusal bağlantılarını ve sosyal bağlarını zayıflattığını, bunun sonucunda bireylerin kendilerini yalnız hissettiğini ve anlamlı ilişkiler kurmakta güçlük çektiğini vurgulamaktadır.

Dijital medya ve sosyal ağlar, insanların iletişim kurma, bilgi edinme ve eğlenceye erişme biçimlerini köklü bir şekilde değiştirmiştir. Ancak, bu platformlar aynı zamanda kişisel verilerin

toplanması, gözetim, manipülasyon ve bağımlılık gibi sorunlara da yol açmıştır. Fazla internet kullanımı sadece o anki düşünceyi etkilemekle kalmaz, gelecek üzerinde de etkisi olabilir. İnternet bağımlılığından muzdarip olan bazı insanlar, hayatlarında hedeflerine ve isteklerine tahammül edemez hale gelirler, bu da onların çaba sarf edecek bir amaç bulamamalarına neden olur. Onların yaşamları sadece mevcut anda gerçekleşir ve bu anlar genellikle ekran başında geçirilir. Zihinsel gelişim açısından, aşırı internet kullanımı, beyinde yapısal değişikliklere neden olur ve sonuç olarak oyunlar ve internetle ilgili aktiviteler arasında güçlü bağlantılar oluşturur (Kuss & Griffiths, 2020, s. 89).

Dijital teknoloji kullanımında, bilgi arama ve ödül alma hissiyatıyla ilişkilendirilen dopamin devreye girer. Teknolojiyi kullandığımızda ve bu bize iyi hissettirdiğinde, tekrar tekrar kullanma eğilimimizi artırır. Dopamin üretimini artıran etkinlikler, bizi bunları tekrar yapmaya yönlendirir, böylece beyin ve vücut üzerinde olumlu duygular yayılır ve tekrarlanır (Chayko, 2018, s. 208).

Sosyal ilişkilerin zayıf olduğu ortamlarda soğuk iletişim yöntemi olarak internet sosyal bir bağımlılık hissi oluşturmaktadır; onay alma ihtiyacı duyan birey onaylandığı yerde bulunur ve kendini buraya ait hisseder. Sıcak etkileşimin gerçekleşmediği yerde iletişim kurmak bir ihtiyaçtır ve bireyler soğuk bağlantı kurmaya yönelir. Soğuk bağlantı risksiz bölgedir. Olumsuzluk durumunda bağlantı kesilir, engellenir. Olumsuz duygulara soğuk iletişimde yer yoktur. Soğuk bağlantı bu yönüyle özgürlük alanı gibi hissedilir. Aslında en ufak bir olumsuzlukta bağlantı kesebilme özgürlüğü acıdan kaçış yöntemidir. Acıyla yüzleşmeden kaçma durumu acıyı içselleştirme ve derinlemesine hissetmeyi engeller. Derin acıyı yaşamama hali derin mutluluğu yaşamaya da engeldir. İlişkiler mutluluktan çok haz hissine dayanır. Bu durum palyatif toplumun özelliğidir. Palyatif toplumda sıcak iletişimden kaçılrsa da onay alma ihtiyacı devam ettiğinden kendini sergileyerek bu ihtiyacı karşılama eğilimi devam eder. Bu bir iletişim yöntemi değil, bir onay alma bağımlılığıdır. İnsan iletişimden uzaklaştıkça kendini tanımaktan uzaklaşır. Yankı odalarında iletişim eksikliğinin getirmiş olduğu aidiyet hissedememe, ait olmama boşluğu büyür. Boşluk büyüdükçe birey onay almaya ve kendini sergilemeye daha çok yönelir.

Baudrillard'a (1994) göre, teknolojinin gelişimi ve medyanın yaygınlaşması, eylemlerin ve olayların sürekli olarak fotoğraflandığı, kaydedildiği ve yeniden üretildiği bir dünyaya yol açmıştır. Artık her eylem ve olay, teknik bir görüntü içinde veya bir ekran üzerinde yansıtılıyor ve kaydediliyor. Bu durumda, herhangi bir eylemin gerçekleşmesi, bellekte saklanması ve sonsuza dek çoğaltılabilir olması gerekmektedir. Bunun sonucu olarak dijital platformlar, özellikle sosyal medya, insanların sürekli olarak bilgi tüketmesini, iletişim kurmasını ve eğlenceye erişmesini sağlamaktadır. Ancak, bu iletişim çılgınlığı, insanları pasif tüketici olmaktan çok aktif yayıncılar haline getirmiştir. Bireyler artık kendi yaşamlarını dijital platformlarda sürekli paylaşıırken, içerik üretme ve paylaşma baskısı altında da

olurlar. Eylemlerin bu kadar kolay fotoğraflandığı ve çoğaltılabildiği bir ortamda paylaşım yapmak ve teşhir kaçınılmaz olur. Sonsuza dek çoğaltılabilme kolaylığı ve özgürlüğü olan imajlar görünür olması kendiliğinden gelişir. Bu imajları paylaşanlar nesneleşir, tüketim kültürü ile özdeşleşen nesne tüketilmek için teşhir edilir. Görüldükçe tüketimi artan nesne gibi, imaj haline gelen özneler sistemdeki yerini almak için teşhir edilen nesneye dönüşür. Bu teşhir bağımlılığı sistemin çarkları içinde bağımlılığa dönüştüğü anlaşılmadan gelişir. Byung Chul Han’a göre akıllı iktidar şöyle işler: Sınırsız özgürlük ve iletişim, zamanla tam bir gözetim ve kontrol mekanizmasına evrilir. Sosyal medya da toplumu disipline eden ve sömüren dijital panoptikona dönüşmeye başlar. Akıllı iktidar, ruhu baskı altına almak ya da kontrol etmek yerine, onun duygularını okşar. Bu güç, bize sessizliği empoze etmez; aksine, bizi sürekli olarak paylaşmaya, katılmaya, düşüncelerimizi, isteklerimizi, arzularımızı ve eğilimlerimizi iletişim ağına sunmaya ve hatta hayatımızı sergilemeye yönlendirir. (Alper, 2022, s. 333) Bauman “Benlik Pratikleri” (2022) kitabında kendisinden örnek göstererek bir süreliğine dijital dünyadan uzak olan insanın dini ritüellerini yerine getirmekten mahrum bırakılan insanların hissettiği varoluşsal yalnızlık, huzursuzluk ve boşluk duygularına benzer duygular yaşamasından bahseder. Sanki parçası olması gereken bireylerin internete bağlanılmadığı sırada yaşanmasından duyulan bir tür boşluk ve belirsizlik hissi gibi bir histir bu.

“Artık bağımlılık ve zorlama biçimine bürünen iletişim çılgınlığı, insanları yeni bir ergin olmama/reşit olmama hali içinde bir arada tutmaktadır. Enformasyon rejiminin teslimiyet formülü şudur: Ölümüne iletişim kuruyoruz (Han, 2022, s. 21).” Bu sürekli bilgi akışı ve iletişim çılgınlığı, insanları bir arada tutan bir bağımlılık ve baskı haline gelmiştir.

Zygmunt Bauman yine ‘Benlik Pratikleri’ kitabında; kişinin özgür ve güvende hissettiğini zannettiği çevrimiçi ortamı yankı odaları ve aynalı salonlara benzetir, aynı zamanda sadece çevrimiçi dünyada yaşamadığımızdan bir de çevrimdışı olmak üzere aynı anda iki evrende birden ikame ettiğimizden, her gün iş ve ev arasında gidip gelir gibi yorulmadan evrenler arası sürekli yolculuk yaptığımızdan bahseder. Halbuki bu evrenlerin birbiriyle çelişen davranış kodları, kuralları ve tercih dizileri vardır. Bu da kendimizi ıssız bir adada kalakalmış hissi uyandırır: Bir evrenin taleplerini diğer evrenin talepleriyle karıştırmaktan doğan hatalar kaçınılmazdır ve bu durum, genellikle hem özgüvenimize hem de başkalarıyla olan ilişkilerimize, kişinin kendine bakışına ve toplumun onu nasıl algılayıp değerlendirdiğine zarar verir. (Bauman, 2022, s. 75)” Bauman’la röportaj yapan Rein Raud ise; “her yeni icat ile birlikte çevrim içi ve çevrim dışı hayatlar arasında sınırların giderek bulanıklıklaştığını böylece ne çevrim için ne çevrim dışı bir dünyada bulunduğumuzu belirtmektedir (Bauman, 2022, s. 76).” Dünyalar arasında denge kuramayan birey sanal alem için gerçek hayatını yaşamaya başlar. Dijital

dünyada vermek istediği mesaja bağlı olarak bir kimlik oluşturmak için fotoğrafladığı hayatı gerçek hayatın kesitlerinden bir parça olmaktan çok sosyal medyada oluşturduğu kimliğin parçası haline gelir. Bu sistemde yaşamaya çalışırken gerçek hayatını düzenini kendisi farketmeden değiştirmektedir.

Bağımlılığın imgelemi ile tüketicilik arasında kendiliğinden ve sağduyulu bir bağlantı vardır. Aşırı olan tüketim biçimlerinde önemli olan gerçeklik duygusunun yitirilmiş olmasıdır. “Uyuşturucu madde deneyimleri ile duygularımızı ve düşüncelerimizi bastıran veya yükselten diğer teknolojik deneyim biçimleri arasındaki sınırı denetim altında tutmak giderek daha da zorlaştırmaktadır. (Derrida akt Robins, 2020, s. 193). Baudrillard, bu süreçte özgünlük ve özgürlük kaybının olduğunu savunur. Teknolojinin ve medyanın baskısı altında, eylemler ve olaylar yapay belleklerde geçici bir sonsuzlukta kaybolur ve sanal bir sonsuzluk içinde kendini aşma arzusu ortadan kalkar.

Bauman'ın Akışkan Modernitesi (2017), artık üretim değil tüketim ideali üzerine kurulmuştur. Toplamlar, tüketime bağımlı hale gelmiştir. Tüketim, sınıfsal konumun belirleyici göstergesi haline gelmiş, bir kimlik ve sınıfsal aidiyet ifadesidir. Yeni vatandaşlık, tüketim odaklı olarak tanımlanırken, tüketim bireylerin yaşamlarında temel bir rol oynamaktadır.

Marcuse (1996), tüketicilerin toplumsal düzenin devamını sağlamada en sinsice kullanılan araçlardan biri olduğunu öne sürmekteydi. Ona göre, ürünler insanların düşüncelerini etkiliyor ve manipüle ederek, kendi hatalı yapılarını haklı çıkaran bir tür yanıltıcı model oluşturuyordu. Bu ürünler, yaygınlaştıkça ve daha geniş toplumsal sınıflara ulaştıkça, yaydıkları ideolojiler toplumda ortak bir yaşam tarzı olarak benimseniyordu.

Baudrillard, ‘Kötülüğün Şeffaflığı’ (2018) kitabında, medya, temsil ve gerçeklikle ilgili toplum üzerindeki etkilerini özgürlükler bağlamında şu şekilde ele alır; bilgisayar ağları, ekranlar, bilgi ve iletişim teknolojileri merkezi bir rol oynar. Bilgisayarın işleyişi, kısmi kararların ardışık olarak bir araya gelmesiyle oluşan mikroskobik bir seri olarak tanımlanır. Bu süreçte belirsizlik ve kara kutunun sarhoşluğu, hayranlığı oluştururken özgürlüğü de sınırlar.

Kültür endüstrisi, birbirinin kopyası olan ancak çeşitlilik izlenimi veren seçeneklerle bir özgür seçim yanılsaması oluşturur ve bu sahte özgürlük içinde bizi tamamen pasifleştirir. Tüketicie dönüşen özgür iradelerin kültürel açıdan körelmesinin sebebi de budur (Çoban, 2021, s. 210). Özgürleştirilmiş keyif kavramı ile sekülerleşme, bireyciliği, eşitlikçiliği ve tüketiciliği de içeren çağdaşlaşmanın diğer niteliklerinin iç içe geçmesi, ototropik (kendibeslek) olarak reforme edilmiş bir inancın yeni dağıtımı olarak şekillenir (Courtwright, 2021, s. 119).

Baudrilard özgürlük olarak sunulanın sadece birbirine benzer seçenekler olduğunu öne sürer. Bireyler bu birbirine benzer seçenekler arasında seçim yaptığını zannederek özgürlük sanrısına kapılır. Aslında sistemin sunduğu ekrandaki ardışık tekrarlardan başka bir şey değildir. Özgürlük hiçbir yerde değildir. Ne kesin bir seçim ne de nihai bir karar mevcuttur. Bilgisayar ağları, ekranlar, bilgi ve iletişim alanındaki her karar, sıralı, parçalara bölünmüş, kısmi ve fraktal yapıdadır. Bilgisayar, sadece birbirini izleyen kısmi kararlar ve küçük nesneler ile sekanslardan oluşan mikroskobik bir seri sunar (Baudrillard, 2018, s. 62).

“Belli bir üretim düzeyinden itibaren insanın kendini sömürmesi, özgürlük duygusuyla el ele gittiği için, bir başkasını sömürmekten çok daha randımanlı ve başarılıdır. Başarı ve performans toplumu bir kendini sömürme toplumdur (Han, 2020b, s. 20).” Geç modernite döneminde bireyler artık sadece dışsal zorluklara maruz kalmamakta, aynı zamanda içsel bir baskı altında da hissederler. Özne, başarıya ulaşma ve performans gösterme hedefleri doğrultusunda özgürlüğünü kısıtlamakta ve kendini bir projeye dönüştürmektedir. Ancak, bu süreç şiddeti ortadan kaldırmamaktadır, aksine farklı bir tür içsel şiddetin ortaya çıkmasına neden olur. Kapitalist üretim ilişkileri de bu sürecin merkezinde yer alır. Bireyler, başarıya ve performansa olan vurgu nedeniyle kendilerini sömürmekte ve başkalarını sömürmekten daha fazla önemsemektedirler.

Özgürlük adı altında yapılan teşhir ile kendini sömürme bir kültür haline gelmiştir. “Kültür, biyolojiyi veya en etkili olacak oranda biyolojiyi, bilinç ve duyguları yönelten nörotransmitterlerin akışını belirler (Courtwright, 2021, s. 114).” Kendini sergileme kültürü duyguları besleyen ve sömüren bir yapıya dönüşmüştür. Dikizleme kültürü, bulaşıcı bir olgu olarak karşımıza çıkar. İlk temas sonrasında, diğer insanların yaşamlarını görmeye olan isteğimiz doruk noktasına ulaşır. Bunun karşılığında, kendi yaşamlarımızın da görünür olmasını isteriz. Dikizleme alışkanlığını benimsediğimizden beri, özel hayat, bireysellik ve hatta toplum gibi kavramları sürekli olarak yeniden tanımlıyoruz. Dikizleme kültürü, insan yaşamının dijitalleşmesi ve elektronik platformlara kayması anlamına gelir. Bu nedenle, bizi izleyenlere tamamen açık olma vaadiyle, gerçek anlamda ilişki kurmakta güçlük çeker hale geliriz. Gözlerimiz etrafımızdakilere dönük olsa da, aslında kimseyi gerçekten görmüyoruz. Dikizleme kültürüne hızla kaptırıldık, anında bağımlılık geliştirdik ve hoşumuza gitsin ya da gitmesin, artık hepimiz onun bir parçasıyız. (Niedzviecki, 2019, s. 30). Dikizleme ve dikizlenmenin esiri olmaktan haz almakta ve bu bağımlılığı normalleştirerek aslında biyolojik olarak da kendimizi değiştirmekteyiz ve bunları özgürlük adı altında yapmaktayız. Günümüzde teknolojinin ve sosyal medyanın sunduklarının ve yönlendirmesinin esiri olmak özgürlük kavramıyla bütünleşmiştir. “Kavramların birbirinin yerine alış genel bir kaymayı gösterir bir uygarlığın temel felsefesinin

aydınlığını yitirmeye başlaması bulanıklaşması dağılmaya yüz tutması olayı baş göstermiş demektir (Karakoç, 2022, s. 45).”

Bauman, avarelik ve zapping yapmak terimlerini neredeyse eş anlamlı kullanılır. İnsanlar rahat rahat gezinmek yerine bir olaydan diğerine, bir enformasyondan diğerine, bir imgeden diğerine hızla ilerliyor. Bu acele ve huzursuzluk ne avareliğin ne de aylaklığın belirleyici özellikleridir. Özgürlük, bağlanmamak veya bağlayıcı olmamak demek değildir. Bağları koparmak veya bağlılık ilişkilerinden çıkmak değil, içinde yer almak ve bağlanmak bizi özgür kılar. “Özgür” kelimesinin gerçek anlamı, arkadaşlara veya sevilen kişilere bağlı olmaktır. İnsanlar, sevgi ve dostluk ilişkilerinde kendilerini özgür hissederler. Bizi özgür yapan şey, bağların olmaması değil, bağlılık duygusudur. Özgürlük, en iyi şekilde, ilişkilere özgü bir kavramdır. Dayanak olmadan, özgürlük mümkün değildir (Han, 2020c, s. 42).

Dikizleme kültürü, insanlığını yitirmiş bir soruna getirilmiş yanlış bir çözümdür. Kendimizi izlenir hissettiğimizde, insanların bize yönelik yorum yapmasına olanak tanıdığımızda, ironik olarak birey olduğumuzun da farkına varırız. Dikizlenerek ne kadar özel ve farklı olduğumuzu başkalarına göstermek istiyoruz. Ancak bu aynı zamanda, son derece sıradan ve normal insanlar olduğumuz anlamına gelir, çünkü hepimizin bir başkasına ihtiyacı vardır. Başka bir deyişle, şu anda olduğumuz gibi bir insan olma arzusu taşırız. Bu perspektiften bakıldığında, dikizleme, teknolojinin yaygın olarak kullanıldığı, sürekli alışveriş yapılan ve küresel moda trendlerinin doğal bir sonucu olarak ve aynı zamanda bu eğilimlere karşı bir tepki olarak ortaya çıkar. (Niedzviecki, 2019, s. 41). Aslında sürekli başkalarının onayına ihtiyaç duymak bir bağımlılıktır. Bireyin kendi olamamasının bağımlılığıdır. Dikizleme de bir teknoloji bağımlılığı olarak kendini göstermektedir.

SONUÇ

Dijital panoptikon, bireylerin sürekli gözetim ve denetim altında hissetmesine neden olan dijital ortamlardır. Dijital çağın getirdiği teknolojik imkanlar, bireylerin her hareketinin, internet tarama alışkanlıklarının, sosyal medya etkileşimlerinin ve alışveriş tercihlerinin dijital izler aracılığıyla takip edilmesine olanak tanımaktadır (Lyon, 2018). Bu gözetim durumu, "omniptikon gözetimi" olarak adlandırılan, sürekli bir izlenme hissi yaratır. Sosyal medya ve dijital teknolojilerin etkisiyle bireylerin mahremiyet algısı değişmiş ve kişisel alanlar şeffaf hale gelmiştir. Han'ın 'Şeffaflık Toplumu' (2020a) kitabında ortaya koyduğu gibi Bu "şeffaflık kültürü"nde bireyler, hayatlarının birçok yönünü sosyal medya platformlarında açıkça paylaşmayı tercih etmektedirler. Özel anlarını, duygusal durumlarını, seyahatlerini ve yeme-içme alışkanlıklarını paylaşarak kendilerini ifade ederler. Ancak bu açıklık, mahremiyetin kaybolmasına ve kişisel sınırların bulanıklaşmasına yol açmaktadır.

Turkle’ın (2017) ifade ettiği gibi sosyal medya üzerinden yapılan paylaşımlar, bireyler arasında toplumsal bir performans kültürü yaratabilir ve bu durum bireylerin gerçek kimliklerini ve düşüncelerini gizlemesine sebep olabilir. Hakikati ve anlamı yeniden kazanabilmek için yalnızca bilgi akışına değil, aynı zamanda derin düşünme, yavaşlık ve içsel deneyimlere yönelmek gerekmektedir.

Dijital bağımlılık, tıpkı madde bağımlılığı gibi bireyde haz uyandıran bir süreçtir ve başlangıçta kullanıcılar tarafından faydalı bir alışkanlık olarak görülebilir. Ancak teknolojiyle birlikte gelişen kendini sergileme ve dikizleme gibi dijital bağımlılık davranışları, bireyler tarafından genellikle bağımlılık olarak algılanmamaktadır. Bu davranışlar, sosyal çevreden belirgin bir şekilde soyutlanma aşamasına gelmediği sürece, günümüz teknolojik yaşamının birer rutini olarak değerlendirilmektedir. Hatta, günümüz toplumunda kendini sergilemeyen dijital kullanıcılar sıklıkla sorgulanmakta ve kınanmaktadır. Bu durumda, toplum içinde bağımlılığın tanımı değişiklik göstermiştir. Sosyal medya ve diğer teknolojik araçları kullanan bireyler arasında, hafif veya orta dereceli bağımlılık düzeyinde olan pek çok kişi kendisini bağımlı olarak görmemektedir. Ancak dijital bağımlılık ile madde bağımlılığı arasındaki benzerlikler dikkat çekicidir. Her iki bağımlılık türü de bireylerin gerçek hayattaki kazanımlarını azaltmakta ve hayatın diğer yönlerinin ihmal edilmesine yol açmaktadır (Kuss & Griffiths, 2015, s. 118).

Bir yandan “değerlendirildiğinde gözetim sadece paranoyak panoptik değil, meyvesi olan gözetim bilgisiyle, tüketici tercihlerini üretim sürecine dâhil eden üretken bir güç olarak görülebilir (Lyon 1996, s. 178).” Sergileme yoluyla çoğunluk tarafından tüketilen ürün, hizmet ve nesneleşen davranışlar gelecekte trend olacak tüketim nesneleri için birer veri arşivi de oluşturmaktadır.

Modern toplumda bireyler, farklılaşma olanakları bulamadan, hayatlarını çoğunluğun isteklerine uygun şekilde, homojenleşerek sürdürmektedirler. Bu durum, bireylerin kendi hayatlarının öznesi olmalarını engellerken, onları başkalarının (ki bu başkaları da çoğunluğun tercihlerine uygun hareket edenlerdir) hayatlarının nesnesi haline getirmektedir (Sönmez, 2016, s. 276). Günümüzde standartlaştırılmış tüketim ürünleri, çoğunluğun gözetimine dayalı bilgilerle geliştirilmektedir ve bu ürünler, yaşamın her alanında kendine yer bulmaktadır. Örneğin, herkesin aynı yerlerde yemek yemesi, aynı tarzda giyinmesi ve aynı ürünleri kullanması, sergileme kültürünün doğrudan bir sonucudur. Bu kültür, çoğunluğun tercihleri doğrultusunda yeni tüketim ihtiyaçları yaratmış ve toplumsal bir norm haline gelmiştir.

Dijital panoptikon altında gelişen sergileme kültürü, çoğunluğun dışında kalan tercihleri özgürlükten yoksun gibi göstermekte, özgün olmayan bireylerin özgür olmadıkları algısını oluşturmaktadır. Bu bağlamda özgürlük kavramı, dijital panoptikonun sergileme kültürü aracılığıyla

baskılanmakta ve bireylere toplumun kararlarına uyum sağlama zorunluluğu bir özgürlük yanılsaması olarak dayatılmaktadır. Dijital panoptikonun şekillendirdiği bu sergileme kültürü, kendisini özgürlük dünyası gibi sunarken bireylerin düşünce biçimlerini değiştirmekte ve zihinlere derinlemesine işlemektedir. Günümüz insanı, yaşamın her anına sızan dikizleme ve dikizlenme dürtüsü ile bağımlı hale gelmiş, bu bağımlılığı ise normalliğin bir parçası olarak kabul etmiştir. Sonuç olarak, bireyler kendilerini idrak edemeden, özgürlük sanrısı içinde sergilemenin bağımlısı olmuştur.

Foucault'nun (2020) belirttiği gibi, panoptikon modelinin bireyler üzerindeki etkisi, denetim altında olan insanların içsel bir otokontrol mekanizması geliştirmesine neden olur. Bu yapı bireyleri sürekli gözlem altında tutarak onların davranışlarını standartlaştırır ve homojenleştirir. Bu durum, bireylerin özgün özelliklerinden uzaklaşmalarına ve toplumsal normlara göre şekillenen birer nesneye dönüşmelerine neden olur.

Sergileme kültürünün yaygınlaştığı günümüzde bireyler, bu gözlemlenme olgusunun bir devamı olarak kendilerini sürekli sergileme ihtiyacı hissetmektedirler. Sergileme eylemi arttıkça, birey kendini daha fazla nesneleştirir ve öznelik kaybına uğrar. Bu süreç, bireyin kendisinden uzaklaşmasına yol açar. Uzaklaştıkça ise, bu boşluğu doldurmak için daha fazla teşhir etmeye yönelir. Baudrillard'ın (1994) ifade ettiği imajların sonsuz bir döngüde yeniden üretmeye zorlandığı bu kültürde kendini sergileyen bireyler birer nesneye indirgenirler.

Bireyin, kendini teşhir ederek arayışı bu döngüyü besler ve sergileme kültürünün bir parçası haline getirir. Sonuç olarak, Panoptikon'un birey üzerindeki bu etkisi, yalnızca fiziksel denetimle sınırlı kalmaz, aynı zamanda bireyin iç dünyasında da bir dönüşüm yaratarak sergileme bağımlılığı ile birleşen bir nesneleşme sürecine neden olur.

Kendimizi içinde görmesek de aslında dijital dünyadaki teşhircilik ve dikizcilik döngüsünün bir parçası haline gelmiş durumdayız. Sosyal medyada sergileme ve izlenme davranışları öylesine yaygınlaştı ki, bu durum zamanla normalleşti ve bireyler için sıradan bir kültürel pratik haline geldi. Dijital bağımlılıkların bu kadar yaygınlaşması, bireylerin kendi bağımlılıklarını fark edememelerine yol açmaktadır. Artık kendini sergilemek, günlük bir alışkanlık, bir rutin haline dönüşmüştür ve bu eğilim, özellikle son yıllarda, bireylerin içinde soluduğu bir atmosfer gibi hayatın her alanını kaplamıştır.

Bu atmosferde bireyler, kendilerini değil, başkalarını bağımlı ya da teşhirci olarak görmeye eğilimlidirler. Bu durum, bireyin kendi davranışlarını sorgulamamasına ve sergileme davranışının bir norm haline gelmesine neden olmaktadır. Teşhircilik, bir davranış bağımlılığı olarak toplumsal bir norm haline geldiğinde, bu normlar bir kültür ya da gelenek gibi kabul görmektedir. Bu tür normları sorgulamak ve aşmak ise ancak bireylerin özlerine dönmeleri, içsel farkındalık geliştirmeleri ve

düşünme bilincine ulaşmalarıyla mümkündür. Ancak günümüzde, bireyler için oyun, eğlence ve dikkat dağıtıcı unsurlar, hakikat ile meşgul olmaktan daha cazip ve kolay bir yol olarak görülmektedir.

Bu nedenle, dijital çağın sergileme kültürü ancak bireylerin kendilerini sorgulamaları, eleştirel düşünme ve öz farkındalık geliştirme süreçlerine girmeleri ile değişebilir. Toplumda yaygınlaşan bu tür davranışların yerine, yeni bir kültür oluşturulabilmesi, bireylerin bu farkındalık seviyesine ulaşmalarına bağlıdır.

Emek verilerek ortaya konulan işler, bireyin derin bir tatmin yaşamasını sağlar. İnsanlar genellikle kolay yolu seçmek yerine, daha zorlu ve uzun süreçleri tercih ettiklerinde, elde ettikleri deneyimler daha kalıcı ve anlamlı hale gelir. Bu tür süreçler bireyin gelişimine katkıda bulunarak, onu sanal dünyanın sunduğu geçici ve yüzeysel tatminler yerine, gerçek hayata yönlendirir. Çünkü kişisel tatmin ve özgüven geliştiren bireyler, anlık onaylara ve sosyal medya beğenilerine olan ihtiyaçlarını yitirirler.

Teknolojik araçlarla sağlanan iletişim, bireyler arasında soğuk ve mesafeli bir etkileşim yaratırken, yüz yüze sıcak iletişimin yerini tutamaz. Soğuk iletişimde yaşanan doyum eksikliği geçici olarak kapatılsa da tam anlamıyla bir tatmin sağlanamaz ve bu eksiklik sürekli olarak daha fazlasını talep eden bir sürece dönüşür. Bu durum, bireylerin iletişim ihtiyaçlarının tam olarak karşılanamadığı, sürekli bir yetersizlik hissi ve daha fazlasını arzulama döngüsüne kapılmasına yol açar. Sonuç olarak, teknolojinin sağladığı hızlı ve kolay iletişim biçimleri, yüz yüze kurulan derin bağların yerine geçemediği için bireyler arasında daha büyük bir boşluk oluşturmaktadır.

Bu makale, dijital dünyada kendini sergilemenin bir norm haline gelerek bir kültüre dönüştüğünü vurgulamaktadır. Kendini sergileme eylemi, bireyler için tehlikesiz görülen bir dijital bağımlılık türü haline gelmiştir. Ancak bu tür davranışsal bağımlılıklar, bireyin sadece dijital dünyadaki değil, aynı zamanda gerçek hayattaki davranışlarını da etkilemektedir. Tıpkı diğer davranışsal bağımlılıklarda olduğu gibi, bireylerin dijital dünyadaki sergileme alışkanlıkları, öznel hayatlarını dönüştürmekte ve bu değişim, bireylerden oluşan toplumu da adım adım etkilemektedir. Toplumun sosyolojisi, birey davranışlarını şekillendirirken, bireylerin davranışları da toplum sosyolojisini inşa etmektedir. Bu karşılıklı beslenme sürecinde dijital bağımlılık çoğunlukla fark edilmemektedir.

Bu makale, dijital panoptikon ve sergileme kültürü arasındaki ilişkiyi teorik bir çerçevede ele alarak önemli bir katkı sağlamaktadır. Gelecek çalışmalarda, bireylerin dijital bağımlılık ve sergileme davranışlarını farklı kültürler, yaş grupları ve sosyoekonomik düzeyler açısından karşılaştırmalı bir yaklaşımla incelemek faydalı olacaktır. Bunun yanı sıra, sosyal medya platformlarının algoritmalarının

bireylerin sergileme alışkanlıklarını nasıl şekillendirdiğini ve bu süreçte oluşan dijital bağımlılık döngüsünü analiz eden deneysel çalışmalar yapılması önerilmektedir.

Makale, dijital panoptikon kavramını, sergileme kültürü ve dijital bağımlılık ekseninde ele alarak literatüre özgün bir katkı sunmaktadır. Dijital dünyada teşhircilik ve dikizleme davranışlarının, bireylerin özgürlük algısını nasıl dönüştürdüğünü ve kültürel bir norm haline geldiğini tartışarak alandaki teorik bilgi birikimini derinleştirmektedir. Özellikle, dijital bağımlılığın yalnızca bireysel bir sorun değil, toplumsal bir norm haline geldiğini vurgulayarak bu alandaki farkındalığı artırmaktadır. Ayrıca, makale, dijital platformların bireyleri nasıl nesneleştirdiği ve özgünlük arayışını bir tüketim nesnesine dönüştürdüğü konusundaki analizleriyle hem sosyal medya hem de dijital iletişim araştırmalarına önemli bir bakış açısı sunmaktadır. Bu kapsamda, sosyal medya bağımlılığını klasik bağımlılık tanımlarının ötesine taşıyarak kültürel ve sosyolojik bir perspektif kazandırmaktadır.

KAYNAKÇA

- Adorno, T., *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi*, (Çev: Nihat Ülner, Mustafa Tüzel, Elçin Gen), İletişim Yayınları, İstanbul 2007.
- Alper, H., (2022). Psikopolitika ve Özgürlüğün Krizi, TRT Akademi, 7(14), 325-338.
- Arsıantaş-Toktaş, S., vd. (2012). Türkiye’de Dijital Gözetim T.C. Kimlik Numarasından E-Kimlik Kartlarına Yurttaşın Sayısal Bedenlenişi. İstanbul: Alternatif Bilişim Derneği Yayınları.
- Ball, Kirstie, Webster, Frank. (2003). “The Intensification of Surveillance”, *The Intensification of Surveillance*, (Ed. Kirstie Ball, Frank Webster). London: Pluto Press.
- Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and Simulation*. United States: University of Michigan Press.
- Bentham, J. (2008). Panoptikon ya da Gözetim Evi. Barış Çoban ve Zeynep Özarslan (der), *Panoptikon Gözün İktidarı içinde* (9-77), İstanbul: Su Yayınları.
- Baudrillard, J., (2018). *Kötülüğün Şeffaflığı Aşırı Fenomenler Üzerine Bir Deneme*, 7. Baskı, (Çev.: I. Ergüden), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Baudrillard, J., (2018b). *Tüketim Toplumu*, 11. Baskı, (Çev.: Nilgöl Tural, Firdal Keskin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z., Raud, R., (2022). *Benlik Pratikleri*, 2. Baskı, (Çev.: M. Ekinci), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z., (2017). *Akışkan Modernite*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Chayko, M., (2018). *Süper Bağlantılı İnternet, Dijital Medya ve Teknoloji – Sosyal Hayat*, (Çev.: Berkan Bayındır, Deniz Yengin, Tamer Bayrak), İstanbul: Der Yayınları.
- Courtwright, D. T. (2021). *Bağımlılık Çağı Kötü Alışkanlıklar Nasıl Büyük Bir Sektöre Dönüştü?* (F. C. Arı), İstanbul: Albaraka Yayınları.
- Çakır, M. (2014). *Görsel Kültür ve Küresel Kitle Kültürü*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Çoban, S., (2021). *Özne, Dil, Kültür ve Tüketim Tartışmaları Ekseninde Gündelik Yaşam*, Ankara: Siyasal Kitabevi.

- Çolak, K., (2022) Sosyal Ağlarda Görünür Olma Biçimlerinin Benlik Sunumu ve Kimlik Oluşturma Üzerindeki Rolü, Sosyal Sağlık Dergisi
- Dalgalıdere, S., & Kılıç, E. (2015). Büyük Veri ve Mahremiyet Sorununa Eleştirel Bir Bakış. R. Çelik & S. Dalgalıdere (Edt.), Yeni ve Geleneksel Medya Okumaları İçinde (s. 201-219). İstanbul: İskenderiye Kitap-41.
- Debord, G., (2019). Gösteri Toplumu ve Yorumlar, 9. Baskı, (Çev.: Ayşen Ekmekçi & Okşan Taşkent), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Foucault, M. (2011). Büyük Kapatılma. (Çev.: Işık Ergüden ve Ferda Keskin), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Foucault, M. (2020). Discipline and Punish: The Birth of the Prison. Londra: Penguin Classics.
- Frankl, V. E., (2019). İnsanın Anlam Arayışı, 51. Baskı, (Çev.: Selçuk Budak), İstanbul: Okuyan Us Yayınları.
- Habermas, J. (2002). Kamusallığın Yapısal Dönüşümü (T. Bora & M. Sancar, Çev.), İstanbul: İletişim Yayınevi.
- Han, B. C., (2020a). Şeffaflık Toplumu, 5. Baskı, (Çev.: H. Barışcan), İstanbul: Metis Yayınları.
- Han, B. C., (2020b). Şiddetin Topolojisi, 4. Baskı, (Çev.: D. Zaptçıoğlu), İstanbul: Metis Yayınları.
- Han, B. C., (2020c). Zamanın Kokusu Bulunma Sanatı Üzerine Felsefi Bir Deneme, 4. Baskı, (Çev.: Ş. Öztürk), İstanbul: Metis Yayınları.
- Han, B. C. (2022b). Palyatif Toplum: Günümüzde Acı, (Çev.: H. Barışcan), İstanbul: Metis Yayınları.
- Han, B. C., (2022). Enfokrazi Dijitalleşme ve Demokrasinin Krizi, (Çev.: M. Özdemir), İstanbul: Ketebe Yayınları.
- Han, B. C., (2023). Kapitalizm ve Ölüm Dürtüsü, 3. Baskı, (Çev.: Ç. Tanyeri), İstanbul: İnka Kitap.
- Karakoç, S., (2022). İnsanlığın Dirilişi, 47. Baskı, İstanbul: Diriliş Yayınları.
- Karataş, Y. C., (2021). Dijital Etik ve Dijital Çağda "İnsan Doğası", Röportaj: Doç. Dr. Mehmet Emin Babacan, Dijital Hayat ve Etik, TRT Akademi, 6(12), 570-579.
- Kaygısız, Ü. (2017). Panoptikon: Demokrasi Ekseninde Realiteden Kurgusala Doğru Bir Bakış. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt: 22, 2073-2094.
- Kocabay Şener, N. (2016). Eğlencenin Gözetleme Hali Ya Da Eğlence Endüstrisinde Görünen Ya Da Gören Olmak. TRT Akademi, 1 (1) , 50-70. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/trta/issue/22014/236075>
- Koskela, H. (2000). 'The Gaze Without Eyes': Video-Surveillance and The Chancing Nature of Urban Space. *Progress In Human Geography*, 24 (2), 243-265.
- Kurt, A. Y., (2009). Adorno ve Horkheimer'in Kültür Endüstrisi Eleştirisi Üzerine Bir İnceleme, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Kuss, D. J., Griffiths, M. D., (2015). Psikoterapide İnternet Bağımlılığı, (Çev.: A. Koruyucu), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Letorski, V.A., (2016). Özne, Nesne, Biliş, (Çev.: Şükrü Alpagut), İstanbul: Yordam Kitap.
- Lukács, G. (1971). History and Class Consciousness: Studies in Marxist Dialectics. Cambridge: MIT Press.
- Lyon, D., (1996). Elektronik Göz, (Çev.: Dilek Hattatoğlu), İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- Lyon, D. (2018). The Culture of Surveillance: Watching as a Way of Life. Cambridge: Polity Press.
- Marcuse, H., (1996). Tek Boyutlu İnsan, (Çev.: Aziz Yardımlı), İstanbul: İdea Yayınevi.

- Niedzwiecki, H., (2019)., Dikizleme Günlüğü, 2. Baskı, (Çev.: Gökçe Gündüç). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Okmeydan Bitirim, S. (2017). Postmodern Kültürde Gözetim Toplumunun Dönüşümü: ‘Panoptikon’dan ‘Sinoptikon’ ve ‘Omnipoptikon’a. AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology, 8 (30), 46-69.
- Orwel, G. (2000). 1984, İstanbul: Can Yayınları.
- Özdel, G. (2012). Foucault Bağlamında İktidarın Görünmezliği ve ‘Panoptikon’ ile ‘İktidarın Gözü’ Göstergeleri. The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication (TOJDAC), 2 (1), 22-29.
- Robins, K., (2020). İmaj Görmenin Kültür ve Politikası, 3. Baskı, (Çev.: Nurçay Türkoğlu), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Rosa, H., (2022). Yabancılaşma ve Hızlanma, Geç Modern Zamansallığa Dair Bir Eleştirel Teori’ye Doğru, (Çev.:Beyza Konuk), İstanbul: Albaraka Yayınları.
- Sprague, R. D. (2007). From Taylorism to the omnipopticon: expanding employee surveillance beyond the workplace. *Journal of Computer & Information Law*, 25 (1), 1-35.
- Sönmez, B., (2016). Gözetim Toplumunun Günümüz Tüketim Dinamikleri Bağlamında Yorumlanması, Selçuk İletişim Dergisi, 9 (2): 262-284. <Doi: 10.18094/si.53498.
- Toktaş, S. A., vd. (2012). Türkiye’de Dijital Gözetim: T.C. Kimlik Numarasından E-Kimlik Kartlarına Yurttaşın Sayısal Bedenlenişi. İstanbul: Alternatif Bilişim Derneği.
- Turkle, S. (2017). Reclaiming Conversation: The Power of Talk in a Digital Age. Londra: Penguin Books.
- Yıldırım, İlknur (2013). Halkla İlişkiler ve Panoptikon. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

EXTENDED ABSTRACT

Panopticon, which means "Surveilling the Whole", refers to the surveillance society. Panopticon is an environment where the minority watches and controls the majority. Today, the surveillance society, called the "digital panopticon" by Chul Han, is a digital platform where everyone watches and is watched over each other at their own will. However, this state of surveillance on the digital platform is not disturbing but enjoyable and directs our decisions and behaviors in real life. The digital panopticon has evolved into a spectacle. Exposure in the digital world has become a daily practice and has become normal. Voluntarily exposed people in the digital surveillance society enjoy freedoms. The concepts of control and freedom are intertwined; freedoms are taken under control. The self-display actions of individuals who try to reveal their subjectivity and difference under the name of freedom objectify them. The individual, who has the delusion that he is free to navigate among existing trends and options, is actually forced to choose between the restrictions presented to him by the culture industry. The individual, who is in constant contact with the consumption objects offered by the culture industry, sanctifies the object. It focuses on form, abandoning the essence that is reality. It moves away from the essence by transforming things from being tools to ends. Sanctifying things is a kind of escape from oneself. In fact, people cover up the facts by serving the system they create and the goods they produce. This attitude, which acts as a mask, causes people to become superficial and deify themselves. The

human being now becomes a surface object. The individual who advertises himself through self-exposure is incomplete without propaganda and promotion. Because he is looking for in the crowds what he has lost in his soul. He tries to fill the existential gaps left unfinished within himself with the approval of the crowd. Even the fact that he idolizes himself while doing this is proof that he needs others. He has become addicted to exposing himself and enjoying the observation of crowds. This society of spectacle is also a society of pleasure. In fact, a society that is condemned to live a pleasure-oriented life, dependent on spectacle, is a palliative society.

In a consumer society, a person who goes with the flow without stopping to think becomes part of a mass that consumes and thinks about the same things offered by the culture industry. Marcuse defines this situation as "one-dimensional human". Crowds consist of masses of "one-dimensional people" coming together. Meaning is not important for a one-dimensional person; it is necessary to constantly produce content. If he does not produce content constantly, he will not be able to hold on where he is. Therefore, it is forced to produce standard content that is approved by society. According to Rosa's "social acceleration" theorem, the "contraction of the present" is taking place. As time gets shorter, speed becomes even more important, and on this slippery ground, only exposure can survive.

In the consumer society, communication madness is an addiction. When using digital technologies is good, being in the flow of information is associated with the feeling of receiving rewards. It increases the tendency to use repeatedly by causing dopamine secretion. Thus, the use of technology evokes positive emotions in the brain and body. In direct proportion to this instant pleasure, the individual feels obliged to stay in the flow of information. He communicates almost to death. Afterwards, when you stay away from the digital world, there is a feeling of emptiness and uncertainty. Because in the digital world, there is a constant need for approval. The individual feels that he belongs to this environment where he receives approval and develops a sense of belonging. Thus, users who move away from warm communication tend to communicate within the framework of applications created by digital technologies, which are cold communication methods. There is no room for negativity in these types of methods; in case of any negativity, the connection is cut off. In this respect, although technological communication methods are seen as freedom, lack of communication emerges as the need for approval. The need for approval is expressed through self-exposure. Technology use has now turned into an addiction to approval. As communication decreases, exposure and approval through self-display increases. In the echo chamber, this cycle continues and addiction increases. However, this addiction is accepted in society because internet use is widespread. Technology addiction is a behavioral addiction. Just like substance use, it initially feels pleasurable and seems beneficial. In later stages, it turns into a

break in relations with the real world or an addiction to approval in the name of communication. Addiction, unlike other addictions, does not cause any visible physical discomfort, but excessive internet use causes structural changes in the brain. Along with exhibitionism, voyeurism has become a culture. Even though we do not see ourselves in this cycle, we are actually all in this cycle. Since we are slaves to voyeurism and being stared at, exhibitionism has become normal for us. Addiction to exhibition has become a culture. Exhibition culture, which is an addiction to pleasure, actually changes us biologically.

Digital culture is a culture shaped by the widespread use of digital technologies and increased interaction on digital platforms. This culture significantly affects individuals' communication styles, habits and social relationships.

We feel the sense of belonging where we are approved, therefore we exist where we are approved. Communication is a need of human beings. To communicate where there is no warm interaction, individuals tend to make cold connections. Cold connection is a risk-free zone. In case of failure, the connection is interrupted and blocked. In this respect, the cold connection feels like a space of freedom. The freedom to cut off communication at any time actually leads to loneliness. Since the lonely person's need for approval continues, he continues to tend to meet this need by exhibiting himself. This is not a method of communication, but an addiction to approval. As people move away from communication, they move away from knowing themselves. In echo chambers, the gap of not feeling belonging and not belonging, caused by lack of communication, grows. As the gap grows, the individual becomes more inclined to seek approval and exhibit himself according