



Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi

Abant Journal of Cultural Studies

2023, 8(15): 6-22



Sosyal Ağlarda Aleniyetler: Kapitalist Paradigmaların Kendini Yeniden Tarif Etme Hali

Disclosure in Social Networks: The Self-Redefinition of Capitalist Paradigms

Işıl KESKİN ŞAHAN¹ 

Geliş Tarihi (Received): 11.08.2022

Kabul Tarihi (Accepted): 30.03.2023

Yayın Tarihi (Published): 30.04.2023

Öz: Modern dünyada aleniyetler sosyal ağlar üzerinden yeniden inşa edilmektedir. Sosyal ağların bir çeşit siber kamusal alan olduğu söylenebilir. Aleniyetler geleneksel dünyada şekillenmiştir ve modern dünyada kamusal alan olarak yeniden üretilmiştir. Modern dönemle birlikte özel ve kamusal alan ayrımı sermayenin tarihsel gelişim süreci içinde dönüşen üretim-tüketim ilişkilerinin bir sonucu olarak görülebilir. Günümüz kapitalizminin kültürel dünyası insanları aleniyete ve dışavuruma özendirir. Aleniyet fetişizminin yaygınlaşması ve çoğalarak genişlemesi iletişim teknolojilerinin sunmuş olduğu araçsal imkânlarla etkisini arttırmaktadır. Geleneksel dünyanın ve modern dünyanın yerleşik düzen kamusal alanlarının yerini internet üzerindeki kamusal alanlar almaktadır. Sosyal ağlarda aleniyetlerin fetişizminin giderek yaygınlaşması sermaye tarafından da desteklenmektedir. Böylelikle birey kendi tahayyüllerden oluşan gerçek dışılığa, bir fantazmaya dönüşmektedir. Sermaye tarihi içinde yer alan yeniden üretim süreçleri kültürel hayatı belirlemektedir. Kapitalizmin aleniyetleri kışkırtması sonucunda meydana gelen kültürel çıktılardan biri bireyin görünüş biçimini tasarlaması ve sergilemesidir. Bu tasarı ve sergileme biçimleri yeni bir kamusal alan olan sosyal ağlarda gerçekleştirilmektedir. Böylelikle aleniyet biçimleri de dönüşüme uğramaktadır.

Anahtar kelimeler: Sosyal ağ, aleniyet, kamusal alan, sermaye, meta fetişizmi

&

Abstract: In the modern world disclosure is reconstructed through social networks. It is said to be that social networks are a kind of cyber publicity. Disclosures have been shaped in the conventional world and they are remanufactured in modern times. Within the modern period, the distinction between private and public spheres can be seen as a result of the production-consumption relations transformed in the historical development process of capital. The contemporary capitalism and its cultural world encourage people to openness, expression, and disclosure. Disclosure fetishism and its multiple expansions are offered by the increased instrumental capabilities of communication technologies. Internet publicity takes the place of the settled publicities where it is seen in conventional and modern times. Disclosure fetishism in social networking is growing its popularity and it is supported by capital. Thus, an individual turns to be an unreality and a fantasy. Reproduction processes located in the capital history determines the cultural life. The disclosures provoked by capitalism resulted as a cultural output that is the individual's appearance design and demonstration. This appearance design and display is performed on social networks, which is a new public space. Thus, disclosure formats are also being transformed.

Keywords: social networks, disclosure, publicity, capital, commodity fetishism

Atf/Cite as Keskin Şahan, I. (2023). Sosyal Ağlarda Aleniyetler: Kapitalist Paradigmaların Kendini Yeniden Tarif Etme Hali, Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 8 (15): 6-22.

İntihal-Plagiarizm/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2016 – Bolu

¹ Araştırmacı, e-posta: keskin.isil@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1934-480X

Giriş

Kamusallıklar sosyal, kültürel ve ekonomik olguların ele alındığı bir bütünlük içinde temellenir. Bu bütünlük janusⁱ (çift) yüzlülük niteliği taşımaktadır ve tarihsel akış içinde gerçekleşmektedir. Tarihsel akışa yerleşmiş olan kamusalıklar kendini şekillendiren olguların benzerlik ve karşıtlık yönlerini ele alarak derinlemesine bir tahlile olanak tanımaktadır. Olgular kamusalıklardan bağımsız var olmamakta, kamusalıkların içinde nüvelenmekteⁱⁱ hatta sonsuza değin ilerleyen, birbirini besleyen, büyüten, geliştiren ve genişleten bir yapıyla süregelmektedir. Bundan dolayı, kamusalıklar gerek araçsal gerek içinde yaşadığı tüm sosyo-ekonomik ve kültürel bağlarıyla birlikte incelenmelidir. Tarihsel akış içinde yer alan kamusalığa ilişkin olgular sermaye ile asimptotⁱⁱⁱ bir biçimde sonsuza değin büyütme, genişlemekte, değişimler ve dönüşümler vasıtasıyla kitleselleşmektedir. Kapitalizmin temellendirdiği modern dönemin olguları, Baudelaire'nin (2003), "palimpsest"^{iv}ine atıfta bulunurcasına yazıldıkça silinmekte, silindikçe üzerine yeniden yazılmaktadır. Böylelikle, olgular tarihsel bir düzlemde çok katmanlı olarak birbirlerini öncüllemekte, çoğalmakta hem süreç hem de sonuç olmakta, benzerlikleri, karşıtlıkları ve çelişkilerine rağmen birbirlerini dönüştürmektedir. Hegel'in diyalektiğinde- daha öncesinde Sofistler'in diyalektik yönteminde -olduğu gibi her olgu başlangıcından itibaren, çelişki ve karşıtlıklarıyla beraber ele alınmaktadır (Ağaoğlu vd., 2011).

Modern öncesi dönemden modern zamana değin tarihsel akış içinde şekillenen çeşitli ekonomik ve kültürel yapılar ve bunlara paralel gelişen gündelik yaşam biçimleri ekonomik boyutu yüceltip derinleştirirken kültürel boyutu ödünlemekte^v ve sığlaştırmaktadır. Modern öncesi dönemin antagonist yapısıyla temellenen daha sonra modern ve post-modern çağda gündelik yaşamın ve kamusal hayatın sorunlarından biri haline gelen olgu "aleniyet" olgusudur. Modern öncesi dönemde aleniyet olgusu ve karşıtı mahremiyet olgusu birbirleri içinde geçişleri olan ve birbirleriyle örgütlendikleri bir durumu temsil etmektedir. Bu geçişlerin ve örgütlenmelerin temellendirmesi "servet" (wealth) ve "sermaye" (capital) arasındaki dualizmden hareketle oluşmaktadır. Servetin sermayeye dönüşmesi üretim biçimleri ve ilişkileri ile gerçekleşmektedir. Üretimin ve tüketimin olmadığı bir yapılanma içinde sermayenin varlığından söz etmek olanaksızlaşmaktadır. Temelini modern öncesi dönemin oluşturduğu ve nüvelerini modern çağa taşıdığı "aleni" olma durumu da üretim- tüketim ilişkileri içerisinde, tabanını sermayenin oluşturduğu bir yapılanma içinde örgütlenmektedir. Böylelikle sildikçe ve yeniden üzerine yazıldıkça öncelinde yer alan yazıların görüldüğü "palimpsest" gibi -çoğalarak ama hiçbir zaman tam anlamıyla silinmeyerek- yerini modern dünyanın yeni aleniyetlerine dönüştürmektedir. Kamusalığın modern zeminde "var olma şekli"nin ve "ifade ediliş biçimleri"nin en iyi tanımı "aleniyet olgusu" üzerinden yapılabilir. Birey, sermaye tarihi içindeki üretim-tüketim ilişkilerinde bu değişim ve dönüşümün öznesi olarak alenileşme çabası içine girmektedir. Bu duruma çaba demek yersiz olmayacaktır. Çünkü "aleniyetler" belirli bir uğraşın hem süreci hem de sonucu olmaktadır (Braudel, 1991).

O halde tüm bu uğraş "Neye hizmet etmektedir? Kim içindir? Amaçlanan nedir? Nasıl kitleselleşmektedir? ve Neden kitleselleşmektedir?" kamusal alana ilişkin referanslardan biri olarak kabul edilen Jürgen Habermas'ın *Kamusallığın Yapısal Dönüşümü* (2013) çalışmasında ele aldığı yönlendirici/manipülatif aleniyet konusunun çok katmanlı boyutu, günümüzde sosyal ağlar aracılığıyla gündelik yaşama dâhil edilmiştir.

Çalışma, modern öncesi dönemin antagonist (aleniyet-mahremiyet) yapısıyla temellenen sonrasında modern ve post-modern döneme uzanan "aleniyet" olgusunun izini sürmektedir. Bu kapsamda aleniyetlerin günlük hayatın pratikleri arasında nasıl yer aldığı ve bir tür toplumsal yaşam biçimi haline gelmesini ortaya çıkaran süreçleri tartışmanın gerekliliği ortaya konmuştur. Çalışmada kamusal alan-aleniyet ilişkisi modern dönemle birlikte üretilen teknolojiler bağlamında ilgili kuramsal literatür üzerinden teorik olarak eleştirel perspektiften ele alınacaktır. Bu doğrultuda çalışma sosyal ağlar ve aleniyet ilişkisini "post-kapital, neoliberal" dönemde eleştirel perspektiften ele alacak ve konuyu teorik çerçevede tartışılacaktır.

Kamusal alan ve aleniyetin tarihsel gelişimi

Aleniyet olgusunun mahremiyet ile olan ilişkisi birbiri içinde eriyen, dönüşen ve hatta birbirlerinden beslenen bir yapılanma içinde süregelmektedir. Modern öncesi çağlardan geç feodaliteye, geç feodaliteden modern çağı da kapsayan sürecin bütününde mahremiyet ve aleniyet kavramlarını “gündelik hayat tasarımının” yapıtaşları olarak değerlendirmek yanlış olmayacaktır. Aleniyet olgusu mahrem olanla bir bütünsellik içinde, kimi zaman mahrem olan genişleyip aleni olan daralarak, kimi zaman ise aleni olan ile mahrem olan arasında neredeyse keskin bir ayrımın olmadığı kamusal alanlar içinde var olmaktadır. Modern öncesi dönemlerde mahrem alanla kamusal alan birbirlerinin içinde eriyerek gündelik hayatta yerlerini almıştır. Böylelikle, mahrem olan ile “birbirleriyle doğrudan ilişkisi olmayan topluluklar içinde yer almak” arasındaki ayrım kesin sınırlar içinde gerçekleşmediğinden aleniyet olgusu mahremiyeti de kapsayan bütünsel bir özellik taşımıştır. Ancak; mahrem (intimacy) ile özel (privacy, private), kamusal (publicity) ile aleni arasındaki ilişkiler derinlemesine incelendiğinde etimolojik farklar var mıdır? şeklinde bazı sorular akla gelmektedir. Özel (privacy, private), en az iki kişinin dâhil olduğu bir dinamikte hayat bulmaktadır. Mahrem (intimacy) ise yalnızca kişinin kendi başına ve “iç benliğiyle” (inner-self) ilgili olan yani ikinci, üçüncü veya daha fazla kişinin dâhil olmadığı, çeperini bireyin iç dünyanın şekillendirdiği bir durumdur. Bundan dolayı, modern öncesi dönem aslında aleniyetin bir dış çember olduğu, özel olanın aleniyetlerin yanında yer alan ikinci bir çemberden ibaret sayılabileceği, mahremiyetin ise özeline içinde yer alan ve bireyin “iç benliği” (inner-self) ile ilintili insanlık durumlarından oluştuğunu söylemek yanlış olmayacaktır (Sennett, 2010b, s.48-50).

Sanayi devrimiyle başlayan modern dönemde ise aleniyet ve mahremiyet olgularının tamamıyla birbirinden ayrıştırıldığı adeta birbirinin asimptotları haline dönüştürüldüğü görülmektedir. Kapitalizmin tarihsel gelişim süreci incelendiğinde Avrupa’da Coğrafi Keşiflerle başlayan, Orta Çağ ve devamında modern dönem boyunca devam eden sosyo-ekonomik ve kültürel bir yapılanma olduğu görülmektedir. Kapitalizm 19. Yüzyılda Endüstri Devrimi ile olgunluğa ulaşmıştır. 19.yüzyıldan itibaren mahremiyet olgusuyla aleniyet olgusu birbirlerinden kopartılmış, sermaye tarihi içinde şekillenen üretim ve tüketim ilişkisi içine yeniden yerleştirilmiştir. Bu kopuş modern dönemin kamusal dünyasının sorunlarından birini de oluşturmaktadır. Bu sorun “bireyin estetize edilmiş aleniyetlerinin sosyal ağlar üzerinden kitleselleştirilmesi”dir. Benjamin’in (2008), “estetize edilmiş yaşam” yaklaşımından hareketle şu soruların da tartışma alanına taşınması amaçlanmaktadır. Birey alenileşerek neyi üretmekte, neyi tüketmektedir? Bir olgu olan aleniyetin “fetişleşmesi” nasıl gerçekleşmektedir? Birey sosyal ağları kullanarak alenileşmeyi, seyredilmeyi ve seyretmeyi neden istemektedir? Genel bağlamıyla dünyayı sermaye tarihi üzerinden okumak aleniyet olgusuyla ilgili tartışılacak sorunsalın temellendirmesini oluşturacaktır. Bundan dolayı, çalışmada “aleniyet” olgusu önceleri servet daha sonra sermaye üzerinden şekillenen, içinde tüm sosyo-ekonomik ve kültürel dokuları ve olguları da besleyen gündelik yaşamın tarihsel akış içindeki kamusal örüntüleri ekseninde ele alınacaktır.

Servet ile sermaye arasındaki farkı belirleyen öge üretimdir. Geç feodalite de dâhil olmak üzere modern öncesi dönemlerde toprak ve diğer metaller serveti ve servet sahipleri ekseninde ele alırken, 19. yüzyıl’a gelindiğinde sanayi devrimiyle paralel gelişen “örgütlenmiş ve kitleselleşmiş üretim biçimi” artık sermaye ve kapitalist süreçler ekseninde hayat bulmaktadır. Sermayenin ekseninde şekillenen kapitalist süreçler gündelik yaşamda bireyi mahrem dünyalarından koparıp aleni bir dünya içinde konumlandırmaktadır. Böylelikle kitleler halinde fabrikalarda çalıştırılan bireyler mahrem dünyalarından kopartılmıştır. Aleniyet olgusu ise 19. yüzyılda önce “kalabalıklar” halinde başlayan sonra “kitleselleşme” ile örgütlü bir şekilde devam ederek akışa yerleştirilmiştir. Sermayenin şekillendirdiği kitleselleşme kamusal dünyanın örüntüleri arasında yer almaktadır. Marx’ın, temellendirdiği ve “alt yapı oluşturur üst yapıyı” çıkarımında üç ana çerçeve söz konusudur. Bunların birincisi üreticiler ve bunların süreç içindeki değişimidir. İkincisi, üst yapı olarak tarif edilen- hükümet, kanun, politika, din, sanat, edebiyat ve felsefe bilimi gibi-tarihsel ve kurumsal yapılarıdır. Üçüncüsü ise üretimin yapılaş biçimi, bir başka ifadeyle üretim tarzıdır (Marx ve Engels, 2000). Böylelikle çalışmadaki tartışma alanlarının zeminini Marx’ın (1998) yukarıda yer alan çıkarımından hareketle gerek burjuva süreçleri gerek kırsal dünyanın bölünüp büyük nüfusları

proleterleştiren yapısı ile sermayenin oluşturduğu eksen ve yine bu eksenle paralel gelişen artık değer üretimi oluşturmaktadır.

Modern dünyada aleniyetler sosyal ağlar üzerinden yeniden inşa edilmektedir. Sosyal ağların bir çeşit siber kamusalılık olduğu söylenebilir. Aleniyetler geleneksel dünyada şekillenmiştir ve modern dünyada kamusalılık olarak yeniden üretilmiştir. Modern dünyanın kamusalılıkları tarihsel dizgede kent meydanı, cadde, sokak, park, café, pasaj gibi alan ve mekânla ilişkilendirilmektedir. Geleneksel dünyada aleniyetler bireylerin iletiştiği durumları nitelemiş, kavramsal inşası ise “kamusallık” olarak modern dünyada yapılmıştır. Önce siyasal ve daha sonra ekonomik nitelik taşıyan geleneksel dünyanın aleniyetleri ile ev yaşamına ve bireye ait olan mahremiyetler birbirinin içinden doğmaktadır. Sınırlılıkları olmasına rağmen yaşanan bu doğal geçişler modern dünyada keskin çizgilerle birbirinden ayrılmıştır. Modern dünya “aşkınlık” ile “içkinlik” arasındaki bağı kopartmıştır. Bu kopuş mahremiyetin yok edilmesi ve yerine “özel” ile “kamusal” ayrımının ikame edilmesi ile daha da pekişmiştir. Geleneksel dünyada insanların hayatları “özel hayat” ve “kamusal hayat” olarak kodlanmamaktadır (Sennett 2002, s. 32). Bunun yerine aleniyet ve mahremiyeti birleştiren ve dönüştüren geçişler yer almıştır. Modern dünyada özel ile kamusal arasındaki ayrım sermaye tarihi içinde şekillenen üretim-tüketim ilişkisinden doğmaktadır. Böylelikle kapitalizm bir üretim fetişizmi olarak başlamıştır. Burada fetiş kavramı ile tartışmanın odağını ürünlerin ne şekilde tüketileceğini ya da tüketilip tüketilmeyeceğini planlamadan üretmeyi yani üretimdeki “kült”leşme oluşturmaktadır. Günümüz dünyasında ise kapitalizmin fetiş karakteri aleniyetleri dönüştürmekte ve fetişleştirmektedir. “Aleniyetlerin fetişizmi” kapitalizmin bütün akılcı, akla uygun hale getirerek ortaya koyduğu yapılanması içinde örgütlenmektedir. Bu örgütlenmenin ekonomik düzlemi kültürel alanların dönüşümüne etki ederek standart bir kitle kültürünü popüler temelde yeniden yapılandırmak suretiyle derinliğini kaybettirmektedir. Günümüz kapitalizminin kültürel dünyası insanları aleniyete ve dışavuruma özendirilmektedir.

Odağına tüketimi almadan önce kapitalizm bir üretim fetişizmi olarak başlamıştır. Daha sonra tüketim fetişizmine dönüşmüştür. İnsanları ekonomik tür (homo economicus) olarak kamusalılaştıran kapitalizm sermayenin mantıksal çerçevesine uygun olarak ürünleştirdiği (metalaştırdığı) her şeyin kültürel ürünler dâhil olmak üzere hemen tüketilmesini ve yeniden üretilmesine zemin hazırlamaktadır. Buradan hareketle her şeyin önceden planlanabilir ve hesap edilebilir olması için kamusal bir değer kazanması, aleniyete kavuşturulması gerekmektedir. Günümüz modern dünyasında kamusalılık aleniyet fetişizmini ifade etmektedir. Aleniyet fetişizminin yaygınlaşması ve çoğalarak genişlemesi iletişim teknolojilerinin sunmuş olduğu araçsal imkânlarla etkisini arttırmakta, sınırlarını genişletmekte ve alternatif kamusal alanlar oluşturmaktadır. Böylesi kamusalılıklardan biri siber (cyber) kamusalılıklardır. Geleneksel dünyanın ve modern dünyanın yerleşik düzen kamusalılıklarının yerini internet üzerindeki kamusalılıklar almaktadır.

Sosyal ağlarda aleniyet bireyin “kendi görünürlüğü” üzerinden hareketle biçimlenmektedir. Birey, sosyal ağlarda “kendi görünürlüğünü tasarlamakta ve “tasarı görünürlüğün sunumunu” gerçekleştirdiği ölçüde değer kazanmaktadır. Birey böylece kendini ve yaşam biçimini sayısız tekrarlarla yeniden üretebilmektedir. Böylelikle birey sosyal ağlarda aleniyetleri fetişleştirmektedir. Sosyal ağlarda “görünürlük” üzerinden inşa edilen aleniyetlerin fetişizmi “görünür olma” ve “kendini gösterme (self-presentation) eylemi” ne duyulan hazzı (hedonism) artırmaktadır. Ben (self)’in tasarımı, “kendini soylulaştırmanın” arzusu, “kültürel lümpenlik”, “iyi yaşam”ın yeniden üretimi olarak değerlendirilebilir. Bu bağlamda aleniyetler birer tutkuya ve saplantıya dönüşmektedir. “Ben-tasarısı” (self-concept) yoluyla bireyin bedeni aşırı ilgi gören “kült bedenlere” dönüşmektedir. Diğer yandan başkalarının hayatına “sızmak (leaking) ve başkalarının kendi hayatına sızması bireyler tarafından tutkulu bir arzu haline gelmektedir. Böylelikle benliğin ve yaşam biçiminin tasarımı kendine dönük olan narsistik bireyler arasında kollektif ve kitleselleşmiş bir rekabet unsuru oluşturmaktadır (Sennett, 2010a). Sosyal ağlarda aleniyetlerin fetişizminin giderek yaygınlaşması sermaye tarafından da desteklenmektedir. Sosyal ağların oluşturduğu aleniyet biçimleri bireyin “idealize edilmiş benliğini” yüceltme eylemi olarak değerlendirilebilir. Kendi gerçek benlik algısından hoşnut olmayan birey “daha güzel olma”, “daha sosyal

olma”, başkalarının gözünde “daha ideal ve beğenilir görünme” gibi itkilere yönelmektedir. Böylelikle birey kendi tahayyüllerden oluşan gerçek dışılığa bir fantazmaya dönüşmektedir.

Aleniyetlerin fetişizmi sosyal ağlarda Facebook, Instagram, Wynn, Myspace, Youtube, Foursquare gibi çok sayıda sosyal ağ üzerinden yeniden üretilmektedir. Selfie, Wefie, Belfie gibi fotoğraf çekim biçimleri ile bireylerin ve yaşam biçimlerinin kurgusal temsilleri sembolleştirilmektedir. Böylelikle bireyler kendilerini ve yaşam biçimlerini “göstermek istedikleri”, “olmak istedikleri” biçimde tasarlayabilmekte ve sunabilmektedirler. Bu tasarıları yapmaktan, sergilemekten ve paylaşmaktan takıntılı bir biçimde haz duymaktadırlar. Semboller ve sembolize edilenler arasındaki ayırım kolaylıkla yapılamamaktadır. Semboller sosyal ağlarda kendilerini temsil etmektedir. Çünkü birey başkaları tarafından olumlu olarak onaylanacağı kendisinin oluşturduğu verili (granted) sembollerle alenileşmekte ve siber (cyber) kamusalılıkta yer almaktadır. Siber kamusalılıklar bireylere bu bağlamda esneklik tanımaktadır. İdealize edilen kimlikler ve yaşam biçimleri sınırsızca yeniden üretilmekte ve tarzını değiştirerek (modality switching) çoğalmaktadır (Jarvis, 2012).

Kapitalizmin aleniyeti kışkırtması sonucunda meydana gelen kültürel çıktılardan biri bireyin görünüş biçimini tasarlaması ve sergilemesidir. Bu tasarı ve sergileme biçimleri yeni bir kamusal mekânda gerçekleştirilmektedir. Böylelikle aleniyet durumu da dönüşüme uğramaktadır. Aleniyetin yeni ontolojisi “fetişizm” dir. Aleniyetlerin fetişizmi modernitede sosyal ağlar üzerinden yapılmaktadır. Bu bağlamda sosyal ağların bireyin görünüş biçimini tasarladığı ve sergilediği kamusalılıklara dönüştüğü söylenebilir. Bu dönüşüm aynı zamanda sosyal ağları enformasyonun paylaşıldığı, kolektif hareketlerin örgütlendiği, eski arkadaşların bulunduğu araçsal işlevlerinin çok ötesine taşımaktadır. Sosyal ağlar postmodern dönemin sanal mekânıdır. Birey burada kendini üretmekte ve sergilemektedir.

Kapitalist ekonomik sistemin sürdürülebilirliği yeniden üretim biçimlerindeki çeşitlilik ve daha fazla sayıdaki kullanıcıya erişimle doğru orantılıdır. Kapitalist ekonomik sistem bireylerin arzularını hedef almaktadır. Bu arzular çerçevesinde birey “Ben neyim?” sorusunu sormak yerine “Ben kimim ve kim olmayı arzuluyorum?” sorusunu sormaktadır. “Ben kim olmayı arzuluyorum?” sorusu bireyi devamlı kendisiyle meşgul olma durumuna büründürmektedir. Sennett’in (2010a, s.26-27), ifadesiyle “kendine dönüklük hali” kısacası kendisiyle meşgul olma eylemi narsistik bir durumu ifade etmektedir^{vi}.

Bireyler sosyal ağlarda kurdukları ilişkileri “sosyal sermaye” (social capital) olarak algılamaktadır. Sosyal sermayeyi; toplumu oluşturan bireylerin, sivil toplum örgütleri ile kamu kurumları arasındaki örgütlenme faaliyetlerini kolaylaştıran güven ve iletişim ağı özellikleri olarak ifade etmek mümkündür (Fine, 2011, s. 96). Sosyal sermaye; ilişkiler, ağlar (networks), normlar, değerler ve enformel yaptırımlardan oluşmaktadır. Sosyal sermaye aynı zamanda bireyin toplumsal ve psikolojik olarak iletişime geçtiği kişilerle karşılıklı fayda elde edeceği yaklaşımını da kapsamakta ve bu yaklaşım günümüzde ağırlık kazanmaktadır. Toplumsal ve psikolojik faydalar; toplum normlarına uygun davranarak takdir görmek, statüsünden dolayı onay almak, onay aldığı için mutlu olmak, herkes tarafından beğenilmek, kendisini beğenen insanların bireyde güzel, başarılı olduğu yolunda duygulanımlar uyandırması sayesinde kendini iyi hissetmek, gittiği, gezdiği yerler ve yaşadığı mekânların birer statü sembolü olarak takdir edilmesi şeklinde sayılabilir. Modern dünyada yeniden üretim süreçleri sosyal sermaye algısını oluşturarak bireyi “imaj-merkezli üretim biçimleri” ne özendirilmektedir. Böylece, bireyin kendi görünürlüğünü tasarlayarak alenileşmesi ve sınırsızca sergilemesi durumu “akla uygun hale” getirilerek sosyal ağ kullanıcılarına sunulmaktadır.

Modern dünyada kamusalığın dönüşümü

Geleneksel dünyada birey pazar, agora, forum, dinsel törenler gibi ekonomik, siyasi ve teolojik amaçlar için kamusal hayatta yer almıştır. Modern zeminde ise 17. yüzyıl’ın sonlarında gazetenin ortaya çıkmasıyla başlayan süreçlerde bireyler söylem üzerinden alenileşmeye başlamışlardır. Ancien Règime’in Fransız cafelerinde İngiliz cafelerinde olduğu gibi bireyler serbestçe tartışabilmektedirler. Hatta Fransız

Devrimi'nden önceki yıllarda bu tartışmalar ve biraraya gelmeler siyasi grupların oluşumuna da zemin teşkil etmiştir. 18. yüzyılda da bireylerin kamusal hayatta birbirleriyle konuşmaları beklenmektedir. 18.yy. başlarındaki İngiliz cafeleri bunun en çarpıcı örneğini teşkil etmektedir. Cafelerde farklı sınıflardan insanlar birbirlerini tanınmasalarda günlük hayata dair konuları konuşup tartışmaktadırlar. "Sokak bir buluşma mekânıdır ve o olmadan café, tiyatro, salon gibi yerlerde buluşmak mümkün değildir" (Lefebvre, 1998, s. 22). Aydınlanma çağı filozoflarından olan F. M. Grimm, tiyatro seyircisi hakkında görüşleri: "Tiyatro seyircisi bizim partnerimizden daha adil, daha kesin ve daha dakik"tir; Alexander Pope ise, tiyatro seyircisi için "çukurun çok başlı canavarı" benzetmesini yapmaktadır. Gazeteci J. Pezzl, Viyana birahanelerini "siyasal dedikodu tapınakları" olarak tanımlar; eleştirmen Th. J.Quistrop ise, "kafeler siyasetin borsasıdır...en saklı hakikatleri gün ışığına çıkarmaktadır" şeklindedir (Aktaran: Melton, 2011, s. 184-185, 262 ve 274). İletişimin mekânları sayılan café, tiyatro meyhane, birahane gibi yerler Lefebvre tarafından "birey iletişim mekânı olan sokaktan geçiş hem zorunludur hem de baskı altında tutulur, diğer yandan, yine "sokak, tüketim için/tüketim tarafından organize edilen bir şebekeye dönüşmüştür...tüketimin neokapitalist tarzda örgütlenmesi, gücünü sokakta gösterir" şeklinde yorumlanmıştır (Lefebvre, 2000, s. 24).

Sanayi devrimi aleniyetleri ise geleneksel dünyanın aleniyetlerinden farklı olarak örgütlü ve disiplinli bir deneyim sunmuştur. Bu dönüşümün temeli 19. yüzyılda uluslararası ticaretin gelişmesiyle başlayan merkantalizme dayanmaktadır. Bu dönüşümler iki boyutuyla ele alınabilir. İlk olarak, sanayi kapitalizmin geç feodaliteden devraldığı sermayeye özgü ticari iş ve eylemlerin rasyonel akışını sağlayarak örgütlenmeyi amaç edinmiştir. İkinci olarak, periferideki yaşamların merkeze doğru kayarak kent yaşamını dönüştürmesi ve bireyleri kitleler halinde fabrikalarda çalıştırarak disipline etmek istemesidir. Sennett (2010b), 18. ve 19. yüzyıllarda yaşanan kamusal alandaki dönüşümleri kapitalizm ve yeni sekülerizm yaklaşımı çerçevesinde ele almıştır. Bu durum şu sözlerle ifade etmiştir:

Sanayi kapitalizminin kamusal yaşama etkisi onu ahlaki anlamda meşru bir alan sayan anlayışı zayıflatmıştır. Yeni sekülerizmin anlayışı bu alanı güçsüzleştirerek, insanların karşısına duygu, şaşkınlık ya da başkaca ilgi yaratan şeylerin kişinin özel yaşam alanından "a priori" dışlanamayacağını ve keşfedilmeye değer belli bir psikolojik niteliği hep taşıyacağını ortaya koymuştur. Kapitalizm ve sekülerizm bir arada incelediğinde de değişim faktörlerinin kamusal alandaki etkisinin ne olduğuna ilişkin eksik bir bakış açısı ve çarpıtılmış bir tablo ortaya koymaktadır (s.40).

19.yüzyılın kamusal alanı kamusal olanla kamusal olmayanı birbirinden belirgin bir sınırla ayırmaktadır. Parklar, meydanlar, pasajlar ve cafeler aleniyetlerin yaşandığı yerlerdir. Birinci kriter, "görünürlük"tür. Bu kriter, açık olanı, ifşa edilmiş olanı ya da erişilebilir olanı birbirlerinden ayırt etmektedir (s.44). Sanayi kapitalizminin meydana getirdiği aleni olanla mahrem olan Antik polis'te, civitas'ta rastlanmış bir durum değildir. Sınırlılıkları oldukları söylenebilir ancak kesin çizgilerle ayrıştırılmamıştır. Antik polis, "idion" ile "koinon" ayırımını tanıır ancak keskin bir biçimde ayırım yapılmamıştır. Roma'nın civitas'ın da bu ayırım biraz daha belirgindir, fakat imparatorluk olmanın gerekliliği olarak görülen statü ayırımı olarak ortaya çıkmaktadır.

19. yüzyılda aleniyet sözel iletişimden uzak sadece "görünür olma" üzerine inşa edilmiştir. Metroların kitleleri merkezin dışından merkeze taşırken bilinen durumda bireyler arasında herhangi bir insani temasın olmadığıdır. Fabrikalarda çalışan bireyler işe gidip gelmekte, alışveriş yapmakta ve evlerine dönmektedirler. Sokaklar ise Kumar'ın (1999, s. 13) ifade ettiği gibi "yalnız kalabalıklar"dan oluşmaktadır. Sessizliğin, içe kapanmanın ve yalnızlaşmanın 19. yüzyılın kamusal hayatının en belirgin özelliklerinden olduğu söylenebilir.

19. yüzyılın cafeleri fiyatları sebebiyle yoksullara imkân tanımamakta, orta ve üst sınıfa hizmet etmektedir. Café'ye gelen bireyler sessizce oturup gelip geçen kalabalığı izlemekte, kendi düşünceleri ile yalnız kalmaktadırlar. Dıştaki kalabalık "seyirlik nesne" haline dönüşmüş, gelip geçen, hareket halindeki insanlardan ve etrafı seyreden bireylerden oluşan kamusal alan artık siyasi bir alanı temsil etmemektedir. Modern kentli kentleşmeyle beraber suskunlaşmıştır. Sokak, café, mağaza, trenler ve metro konuşmaktan

çok bakışmaların olduğu seyirlik yerler haline gelmişlerdir. Görünürlük üzerine kurulan aleniyetler Bauman'ın (2003, s.75) çoğunluğun az kişiyi izlemesi halini tarif ettiği sinoptik (synoptic) bir biçimde sürecelecektir. Böylelikle birey kendini söylemlere göre uyarlamakta ve disipline etmektedir. Çoğunluğun etkisinde kalarak, uyma davranışı göstermesi aleniyetlerin kapitalist paradigmalardan tarafından yeniden üretimiyle dönüşmeye başlamaktadır.

Kapitalist paradigmalardan odağına kültürü yerleştirerek aleniyetleri yeniden üretmektedir. Bu dönüşümün 18. yüzyıl sonunda merkantilizme tepki olarak gelişen sanayi kapitalizmiyle ortaya çıktığı söylenebilir. Merkantalist dönemdeki ticari sınırlamalar, ayrıcalıklar, soyluların toprak mülkiyetinden doğan güçleri ve devlet otoritesi merkantilizme karşı sanayi kapitalizmini savunan yeni bir tüccar sınıfını ortaya çıkartmıştır. Sanayi kapitalizminin tüccar sınıfı çıkar için, bireyciliğe dayalı, ekonomik ve siyasal alandaki özgürlükleri güvence altına alan, piyasa ekonomisinin doğal işleyişine dayalı, devletin ekonomiye müdahalesinin minimum olduğu bir görüşü temsil etmektedir. Bu görüşün temelleri ise klasik liberal iktisatçılar olarak da adlandırabileceğimiz fizyokratlar, klasikler ve neoklasikler tarafından atılmıştır (Gorz, 1993). Böylelikle iktisadi koşullar da kamusal çıkarın konusu haline gelmiştir (Touraine, 2004). Böylelikle, toplum insanların birbirlerine olan bağımlılıklarından oluşan ve bundan dolayı da kamusal alanın zeminini belirleyebildiği birlikte yaşama biçimidir (Arendt, 2008, s. 43).

Liberal iktisadi düşünce doğrultusunda şekillenen sanayi kapitalizmi bireyi temel alan bir anlayışı savunarak bireyci yaklaşımı benimsemektedir. Bireycilik, bireyin kendi amaçlarını serbestçe seçebilmesini ve bunları gerçekleştirmek için gerekli eylemleri özgürce yapabilmesini gerektirmektedir. Buna paralel olarak bireyin kimsenin müdahale edemeyeceği özel hayat alanı bulunmaktadır. Kitleler halinde fabrikalarda çalıştırılan bireyler ev içi mahrem dünyalarından kopartılmış yerine özel hayat alanları ikame edilmiştir. Böylelikle kitlesel, hareketli, örgütlü ve disiplinli kamusal deneyimi aleniyetlerin içindeki mahremiyetleri bertaraf etmiştir. Sennett'in ifade ettiği gibi kamusal alanın aşınması mahremiyeti deforme etmiştir (2010a, s.20). Kültürel bağlamda bireyciliğin ilerlemesini gözlemleyen Tocqueville (2016) de bireycilik ile materyalizmi kendi sözleriyle "ruhu bozmayan ama güçsüzleştiren ve ruhtaki eylem kaynaklarını sessizce kurutan erdemli bir materyalizm" arasındaki derin bağı görmüştür (s.65).

Kapitalizm'in doğuşu tarihin farklı dönemleri ele alınarak tartışılıyor olsa da kapitalizm olgunluğuna 19. yüzyılda eriştiği bir önceki bölümlerde ifade edilmiştir. Bu bağlamda, 19.yüzyılın tarihsel zemini gündelik yaşamdaki "mahremiyetleri" ve "aleniyetleri" birbirlerinden koparmış, sermaye tarihi içinde şekillenen üretim ve tüketim ilişkisi içine Giddens'in (1994) ifadesiyle "yeniden yerleştirmiştir". Geç feodalite de dâhil olmak üzere modern öncesi dönemlerde toprak ve diğer metalar serveti ve servet sahipleri ekseninde ele alırken, 19. yüzyıl'a gelindiğinde Sanayi devrimiyle paralel gelişen "örgütlenmiş ve kitleselleşmiş üretim biçimi" artık sermaye ve kapitalist süreçler ekseninde hayat bulmaktadır. Sermayenin dinamikleriyle şekillenen kapitalist süreçler bundan dolayı gündelik yaşamda bireyi hane içi mahrem dünyalarından koparıp evlerin dışına çıkararak aleniyetleri kamusal olarak yeniden üretmiştir.

Sanayileşme deneyimi yaşayan merkez kapitalist toplumlarda 'bireyselleşme', 'yalnızlaşma' ile birlikte oluşmaya başlamıştır. Bu durumu köksüzleşme ile anılan burjuva süreçlerle hem de kırsal nüfusun merkeze kaymasıyla büyüyen proleterya ile açıklamak mümkün olmaktadır. Bireyselleşme kopma, ayrışma ve parçalanmayı ifade eden bir insanlık durumudur. Bu durum sadece kültürel dönüşümlerin bir sonucu olarak değil aksine kapitalist süreçlerin bir sonucu olarak ele alınarak değerlendirilmelidir. Kapitalizmin en iyi şekillendirebileceği türdeki bireycilik ekonomik bireyciliktir. Çünkü fizyokrasi gibi geç feodalitenin izlerini taşıyan yaklaşımların ekonomik girişimciliği desteklediğini ifade etmek yanlış olmayacaktır. Kapitalizm geç feodalitenin ürünü olan bireyselleşme bireyin özel mülkiyet, girişimcilik gibi boyutlarını derinleştirmesine de olanak sağlamıştır. Böylelikle homo economicus bireyler kendi çıkarlarına göre hareket ederken, elde edecekleri faydaları maksimize etmektedirler. Lefebvre (1998, s.45), özel mülkiyet fetişizmini toplum içinde ekonomik olanın en tepeye vardırılmasının sonuçlarından biri olarak cemaatin dağılması ve bireyciliği temel alan burjuvazinin yüceltilmesi olarak değerlendirmektedir.

Aleniyetler, 19. yüzyılda önce “kalabalıklar” halinde başlayarak sonra “kitleleşme” ile örgütlü bir şekilde devam ederek gündelik hayatın akışına yerleştirilmiştir. Gerek burjuva süreçleri gerek kırsal dünyanın bölünüp büyük nüfusları proleterleştirmesi gibi süreçlerde sermaye aleniyetlerdeki dönüşümün temelini oluşturmuştur. Araçsal bir göreve sahip olan birey artık “eylem” odaklı davranış ve tutumlar sergileyebilmekte kendini seyirlik bir nesneye dönüştürmekte ve kitlelerle paylaşmaktadır. Birey, böylelikle kendini, davranışlarını ve tutumlarını alenileştirerek kamusal hayatı biçimlendirmektedir. Birey alenileşerek bir meta gibi kendini üretmeye başlamıştır.

Skolastik doktrinin temellendirdiği derinleşmek, sığılı bertaraf etmek yaklaşımı yerini ekonomik ve kültürel alanda yaşanan değişimler ve dönüşümlerde “yanlılaşma, derinliği yitirme, sığılı yüceltme, genişletme ve hatta konsantre hale getirerek çoğaltmaya” bırakmıştır.

Birey, feodal dönemden günümüze pazar arayışlarının ve oluşumunun en önemli nesnesi olarak toplumsalın yeniden üretiminde yerini alarak alenileşmiştir. Birey, bir nesne, bir “meta olarak” başka bir ifadeyle bir mübadele aracı olarak tarihsel süreçte yer almaktadır. Geç feodaliteden modern çağı da içine alan tarihi-ekonomik dizgede birey önceleri edilgen daha sonraları da etken kılınmıştır. Bireyin edilgenlikten etkenliğe geçişi, “bireyin sözde yükselişi”, “pazar” için hedef olma görevini taşımaktadır. Rönesansın derinlikçi bireyleri Sanayi Devrimi ile birlikte yerini B.Turner (2001)’in kavramlaştırmasıyla “bireysi” (individuation) leştirmiştir. Sanayi kapitalizminin ekseninde gündelik yaşam bu sığılıkla şekillenmekte, birey “birey olma” derinliğinden uzaklaşmaktadır. Tocqueville (2016, s.78) belirttiği gibi 19. yüzyıl bireycilik çağı olarak adlandırılmıştır. Tocqueville bu durumu bir tür “sivil yalnızlık” olarak değerlendirmektedir.

Sanayi kapitalizmi maddi yaşamı da dönüştürmede doğrudan etkilidir. Marx’ın “meta fetişizimi” olarak ele aldığı üretim odaklı kapitalist süreçler, makine ile seri üretim tarzında üretilen malların ticari amaçlarla büyük satış yerlerinde insani nitelikleri ön plana çıkarılarak reklamı yapılmakta ve sahip olunması gereken bir meta olarak sunulmaktadır. Kapitalizm bu bağlamda kamusalıklar üzerinde iki yönlü etki bırakmıştır. İlki; kamusalıktan aileye çekilme, ikincisi ise; yalnız, pasif, edilgen bir katılım olan bir çeşit gözlemlemeye dayalı dikizleme biçimiyle alenileşen bireylerden oluşan kamusalıklarlardır. Sennett (2010a), bu durumu “görünürlük ve yalnızlık paradoksu” olarak açıklamaktadır.

Anatoliy Gruzd ve Ángel Hernández-García (2018)’nın 1.500 Kanadalı ile yürütmüş olduğu *Privacy Concerns and Self-Disclosure in Private and Public Uses of Social Media* başlıklı uluslararası çalışmada kendini ifşa etmenin beş boyutu olduğuna vurgu yapılmaktadır. Bu beş boyut miktar, derinlik, polarite, doğruluk, niyet ve gizlilik olarak ele alınır. Toplanan veriler incelendiğinde örgütsel ve sosyal tehditlerden kaynaklanan gizlilik kaygıları ile kendini ifşa etmenin çoğu boyutu (ilişki zayıf olsa bile) arasında bir ilişki bulunduğundan araştırmanın bir gizlilik paradoksunun varlığını desteklemediğine vurgu yapar. Çalışma özel ve kamu hesaplarında kendini ifşa etme modelleri arasında hiçbir fark olmadığını belirtmektedir. Bununla birlikte kurumsal tehditlerle ilgili endişelerin, miktarı ve derinliği azaltırken farkındalığı ve doğruluğu artırdığı, sosyal tehditlerle ilgili endişelerin ise miktarı ve derinliği artırırken doğruluğu ve farkındalığı azalttığı ortaya konmuştur^{vii}.

Fetişizmin inşası ve fantazmagori

Görünürlüğün gündelik hayat içindeki pratiği kamusal alanlarda pasif gözlemcilik niteliği ile ön plana çıkmaktadır. Bireyin edilgen ve pasif gözlemciliği üzerinden ele alınan bu nitelik 19. yüzyıldaki ekonomi-pratiği de belirlemiştir. 19. yüzyılın gözlem yapmak, pasif ve suskun kalmak olarak sayılabilecek aleniyet biçimleri bireylerin tüketim ilişkilerine de yansımaktadır. Oysa 19. yüzyıl’ın tersine 18.yüzyılda pazarlık etmek ve aktif olarak alışveriş ritüellerine katılmak alenileşen bireyin tüketim ritüellerini ortaya koymaktadır. Üretimin ve tüketimin eksenine pasif gözlemci olarak yerleştirilen birey artık sosyal bir katılımcı olarak değil satın almak isteyen, sadece onaylanmak istediği için kendini ifade eden bir bireye dönüşmüştür. Böylelikle satıcı sabit fiyat ve yüksek satış hacmi anlayışının yerleşmesi ile 18. yüzyılın

“teatral davranış kodlarından ve zorunluluklarından kurtulmuştur” (Sennett, 2010’a, s.191). 18.yüzyılda bu kodlar değişken fiyat anlayışı, satıcılar ve alıcılar arasında yapılan pazarlıklar, kamusal alanın Sennett’in ifade ettiği gibi “aktif bir alışveriş alanı” (2010’a, s.190) olarak ve sosyal bir kamusal deneyimin paylaşıldığı alan olarak görülmesi şeklinde açıklanabilir. Üretim sistemindeki değişimler, çok miktarda makine üretimi, malların hızlı bir biçimde üretilmesi malların yüksek hacim-düşük kar ilkesiyle satılması adına önemli rol oynamıştır.

Mağazalar “sessiz görünürlüklerin” deneyimlendiği bir alenileşme biçimi olarak 19. yüzyılda önemli etkiye sahip olmuşlardır. Fabrikada üretilen ürünlerin düşük kar ve yüksek hacim ilkesiyle satışlarının yapıldığı mağazaların alıcı kitlesi Paris’e gelen büyük nüfustur. Mağazaların yüksek satış hacmine ulaşmaları için şehrin her yerinden müşteri mağazalara getirmek gerekmektedir. Toplu taşımacılık böylelikle proleter sınıfı fabrikalara çalışmaya götürmek ve mağazalara alışverişe taşımak için gelişmiştir. Orta sınıf ve proleter sınıfın üst kesimi için tüketim düzeyinde artış olmuştur (Simmel, 2005, s. 87). Yeni üretim biçimi birbirine çok benzer ve makine yapımı olan giyim ürünlerini üreterek önce fiziksel mallar, eş anlamlı olarak da bireylerin mağazalardan satın aldıkları ürünlerle fiziksel görüntüleri standartlaşmıştır (Benjamin, 2008, s. 56).

Üretim ve tüketim zinciri içinde birey eskisinden daha çok mala sahip olmak için daha önce sahip olmayı hiç düşünmediği malları satın almıştır. Ürünün özelliklerinin veya kullanım kolaylıklarının bertaraf edildiği, bunun yerine mallara kullanım değerlerinin üzerinde anlamlar yüklenerek üretimin ve tüketimin kitleselleştiği yeni ticari ve kültürel kodlar geliştirilmiştir. Böylece bir yandan ekonomik sistem içinde kişinin duygularına yönelik bir yaklaşım sergilenirken diğer yandan “pasif gözlem” bir tür alenileşme biçimine dönüşmüştür (Benjamin, 2008).

Genel kullanımları dışında mallara yüklenen bireylerin kendilerinde bulmak istedikleri veya görmek istedikleri gizli çağrışımlarla, sembollerle nesnelere cazip hale getirmektedir. Sembollerle sembolize edilenler arasında bir ayırım oluşmaya başlamıştır. Sermaye tarihi içinde biçimlenen üretim-tüketim ilişkileri ile malların metalaşması temsil eden ve edilen arasındaki ilişkiye yeni bir boyut kazandırmıştır. Temsil eden çoğunlukla, temsil ettiklerinden fazladır. Aynı zamanda sembollerin kullanım şekilleri de üretilmektedir. Teknolojik gelişmeler bu türden üretim biçimini desteklemektedir. Teknolojik gelişmelerin sonucu ortaya çıkan seri üretim biçimleri malların metalaşmasını ve üretim fetişizmini beslemektedir. Bir plan dâhilinde olmayan, nerede ve kimler tarafından tüketileceği belli olmayan, büyük ölçekli üretimleri en doğru şekilde ifade eden kavram üretim fetişizmidir.

19.yy’da seri üretim sonucu şekillenen üretim-tüketim ilişkileri aleniyetleri Antikite, Ortaçağ ve Rönesans döneminden çok farklı bir yere taşımaktadır. Bireyler büyük satış yerleri olan mağazalarda suskun, edilgen, pasif bir gözlemci olarak alışverişe dayalı aleniyetler yaşamaya başlamıştır.

Üretilen mallar kullanım amaçlarıyla hiçbir ilgisi olmayan çağrışımlara sahiptir. Böylelikle bireyler “statü” kazanmak veya kendilerini “etkileyici” kılarak kendi gerçek rolleri ötesinde bir gerçekliğe büründürülmektedir. Burjuva aileleri dış dünyanın sarsıntılarından korunmak için ve duygularının irade dışı olarak yansımaması için başkalarıyla olan iletişimlerinde gerçek dışı rollere bürünmektedir. Bundan dolayı, 19. yüzyılın kültürel kodlarından birinin “zoraki samimiyet” olduğu söylenebilir (Adorno, 2009).

19.yüzyıl Benjamin’in (2008) ifadesiyle “fantazmagori” niteliğiyle sergilendiği dönemdir. Fantazmagori, malın kullanım değerini yok ederek mala “aldatıcı görüntü” yüklemektir. Fantazmagoriz kavramı Marx’ın, “malın fetiş karakteri” olarak kullanılan kavramdan farklı değildir. Marx Kapital’in fetişizm bölümünde, “nesnelere ilişkisinin fantazmagorik bir görünümüne” büründüğünü ifade eder (s.24-25).

Mal üretiminden kaynaklanan yaratılar ve yaşam biçimleri... Fantazmagorik olan, “mal üreten toplumun büründüğü parlıtydı”- bu parlıty, aslında hem idealist estetiğin “güzel görünüşüyle, hem de malın fetişlik öz yapısıyla bir bağlam içersinde bulunmaktaydı. Fantazmagoriler, “yüzyılın sihirli görüntüleridir”; fantazmagoriler, bu yüzyılın toplumunun “idealleridir” sözü edilen toplum, bu ideallerin yardımıyla “gerek toplumsal ürünün eksikliklerini gerekse toplumsal üretiminin aksayan yanlarını hem gidermeye, hem de yüceltmeye” çalışmıştır (Benjamin 2008, s.25).

Dünya fuarlarını, “mal denen fetişin hac yerleri” olarak ifade eden Taine, fuarların malın kullanım değerinin arka plana itilmeekte olduğunu vurgulamaktadır (Aktaran: Benjamin, s.94). Böylece teatral bir aleniyet ve bireylerin içerisinde gezindiği bir fantazmagori oluşmaktadır. Mal denilen fetiş, beden ile dünya arasında bir tür iletişim kurmaktadır. Marx, “meta fetişizmi” ni seri üretim patlamasından, görünümünün türdeşleşmesinden ve maddi nesnelere mahrem kişiliğin özellik ya da sıfatlarının yakıştınlması olarak ifade etmektedir (Marx & Engels, 1976).

Dijital kapitalizm döneminde sosyal ağlarda aleniyetlerin metalaşması

Birey sosyal ağlarda alenileşerek kendisi için sağlanan toplumsal ödüllerin farkına varmaktadır. Bu ödüller ekonominin ve toplumun yeniden düzenlenme şeklinin özünde yatmaktadır. Jeff Jarvis’in (2012, s.30) *E-Sosyal Toplum: Dijital Çağda Sosyal Medyanın İş ve Gündelik Hayata Etkisi* adlı kitabında Facebook’un kurucusu Zuckerberg ile yapmış olduğu söyleşilerde Zuckerberg, insanların daha önce doğal bir içgüdüyle yapmak istediği ama yapamadığı şeyleri gerçekleştirmeye yardımcı olan araçlar yarattığını ortaya koymuştur. Bu araçların insan doğasını değiştirmede aksine “insanın doğasını yaşamaya” fırsat tanıdığını ifade etmektedir. Oysa insanın doğasını yaşama yaklaşımının aksine Facebook, Instagram, Flickr gibi sosyal ağlar aleniyetleri özendirilen motivasyonları sağlayarak “tekno-insan” hedefi oluşturmayı amaçlamaktadır. Böylelikle tekno-insanların yapmış olduğu paylaşımlardan ve aleniyet biçimlerinden yola çıkarak içerikler, hizmetler ve reklamları bu yönde tasarlanabilmektedir.

Sosyal ağlarda alenileşen birey kendini yeniden üretmektedir. Aleniyetler başkaları tarafından seyirlik hale geldiği zaman bu iki yönlü bir motivasyon sağlamaktadır: Birincisi, etkileyecek bir şeye sahip olmayan bireylerin seyredilebilecek her şeyden hoşlanmaları ve kendi etkileme alanlarını kurgulamaya başlamaları, ikincisi ise; bireylerin hayatlarında baş rolü oynamak istemeleri, dolayısıyla kendilerini üretmeleridir. Her iki durumda da bireyler hayatlarının filmini kurgulayarak ve sonrasında kurgulanan senaryoyu oynayarak alenileşmektedirler.

Sosyal ağlarda aleniyetler nasıl metalaşmaktadır? Sorunun cevabını sermaye tarihi içinde yer alan kapitalist birikim süreci ve yaşanan dönüşümler üzerinden incelemek doğru bir yaklaşım olacaktır. Çünkü bu yaklaşımın günümüze en yakın izdüşümünü 1945 yılı itibariyle Keynesyen istihdam politikası, tam istihdama dayalı politikanın ortaya koyulmasıyla oluşturmaktadır. Böylesi bir büyüme ve kalkınma yaklaşımı kapitalist yollarla pazarı genişletme arzusu taşımaktadır. Buna paralel olarak altına endeksi mevduat sistemi olan Bretton Woods sisteminin 2. Dünya savaşı sonrası kaldırılmasıyla kapitalist merkez ülkesi olan ABD dolar üretmeye, basmaya ve satmaya başlamıştır. Kapitalizmin zaaf noktası yeni pazarlar bulmaktır. Dolayısıyla yeniden üretim tarihi içindeki pazar meselesi metayı satılabilir kılmak meselesidir (Wallerstein, 2012, s.20). 2. Dünya savaşı sonrasında bu mesele savaşız olarak nasıl çözüme kavuşturulmuştur? Keynesyen yaklaşım dikkatleri transfer harcamalarına yöneltmiştir. Yukarıdan aşağı doğru inen bir politikayla proleter sınıf daha nitelikli iş gücüne dönüştürülmüş, daha fazla kazanmaya başlamış ve böylelikle daha fazla alım gücüne sahip olmuştur. Proleter sınıfın alım gücü artırılarak pazar için yeni tüketici kitleleri oluşturulmaya başlanmıştır. Kojin Karatani’nin (2008) ifade ettiği şekilde tek bir sınıf vardır, o da proleter sınıftır. İnsanlar kişiliklerini dış görünüşlerinde aramaya başlamışlardır. Kişi giysilerinin ilan ettiği kişi olmasada ilan edilen net bir biçimde görülmektedir.

Keynes iki tür ekonomiden bahsetmektedir. Birincisi, üretim kaynaklı sermayenin desteklediği reel ekonomi; ikincisi ise karşılığı olmayan paranın dünyada dolaşıma sokulmasından kaynaklanan gölge ekonomidir. Gölge ekonomi 1990’larda ortaya çıkmaya başlamıştır ve karşılığı olmayan “köpüklü kapitalizm” kendi kendini büyütme yoluna gitmiştir. Finansal dünya reel ekonomiden koparak kendini köpürtmektedir. Gölge ekonomi bireyleri kredi ile borçlandırmakta ve online teknoloji ile işler kolaylaştırılmaktadır. Köpürtülmüş kapitalizmin yakın tarihte tıkanıdığı nokta Amerika’da Mortgage Krizi ile ortaya çıkmıştır. Köpürtülmüş kapitalizm Mortgage krizi öncesinde de pek çok dalgalanmalar yaşamıştır. Bu krizler Kondratieff dalgaları ile açıklanmaktadır (Wallerstein, 2012).

Marksist ekonomist olan Nikolay Kondratieff'in "kondratieff dalgaları" olarak iktisadi literatüre kazandırdığı kavram seti, kapitalist ekonominin dönemsel olarak dalgalanmalar gösterdiğini ve her bir dalgalanmanın yaklaşık 45-55 yıl aralığında devam ettiğini ortaya koymaktadır. Dalgalanmanın ilk yarısında ekonomik büyüme gerçekleşmekte diğer yarısında ise ekonomik küçülme ve hatta krizler ortaya çıkmaktadır. Bu doğrultuda, ilki 1789 yılında başladığı ileri sürülen kondratieff dalgaları günümüze gelene kadar beş dalga, kısacası beş egemen paradigma şeklinde meydana gelmektedir (Şimşek, 2013).

Kondratieff birinci dalga; 1789 ile 1848 yılları arasında oluşmuştur. Bu yıllar kapitalist sistemin Sanayi Devrimi ile olgunlaşmaya başladığı yıllardır. Birinci dalga dönemi kapitalizmin üretim fetişizmi niteliği taşıdığı zaman dilimidir. Sanayileşen yerleşim birimlerine doğru kırsaldan kente göçler başlamıştır ve göç edenler sanayi bölgelerinin yakınlarına yerleşmiştir. Birinci ve ikinci dalgalarda kapitalizmin yayılmasındaki en temel nedenlerden biri olarak İngiltere'nin sömürgelerinin bulunması ve sömürgeleri vasıtasıyla İngiltere'nin Dünya'ya yayılması gösterilebilir. Bu gelişmelere paralel olarak Fransız Devrimi'yle ivme kazanan ulusalcılık yaklaşımı feodal yapıya-ki tarım toplulukları şeklinde biçimlenmiştir-sahip imparatorlukların da ulus devletlere dönüşümü gerçekleşmiştir (Şimşek, 2013).

İkinci dalga; kapitalist sistemin olgunlaştığı ve dünyaya yayıldığı periyottur. İkinci dalga "serbest kapitalist sistem" olarak bilinmektedir ve sanayicilerin, sanayi işletmelerinin birleşmesiyle veya üreticinin, aracının ve satıcının iş birliğiyle denetim altına alınan bir nevi tekelci bir sisteme dönüştüğü dönemdir. Marx'ın Kapital'in ilk bölümlerini ikinci dalgaya denk gelen 1867 yılında yayımlanmıştır. Çalışmanın bu döneme denk gelmesi bir tesadüf değildir çünkü Marx kapitalizmin kuralsız ve vahşi yapısından insanların gitgide yoksullaştığını ve yoksulların sayılarında artış olduğunu gözlemlemiştir. Bu duruma paralel olarak da toplumdaki gelir dağılımı arasında çok büyük farklar olduğunu tespit etmiştir. Ekonomik bağlamda bu dönüşümler yaşanırken seküler bağlamda da gelişmelere açık bir dönemdir. Bu dönem aynı zamanda bilime ve insan aklına olan inancın arttığı dönem olarak bilinmektedir (Şimşek, 2013).

Üçüncü dalga dönemi; bir önceki dönemde vahşi kapitalizm olarak tanımlanan kapitalizmin vahşi yönünün bertaraf edildiği sosyalist hareketlerin ön plana geçtiği dönemdir. İkinci dalgada olgunluğa ulaşan vahşi kapitalizm teknolojiye yeni yenilikler aracılığıyla 1930'lı yıllara değin ayakta kalabilmiştir. 19. yüzyılın son çeyreğinde 1890'lara denk gelen tarihlerde vahşi ve tekelci kapitalizm süresini doldurmuştur. Ancak, yerine gelebilecek bir başka ekonomik paradigma olmadığından 1930'lara kadar hakimiyetini sürdürebilmiştir. Bu noktada elektrik, kimyasallar, motor üretimleri, otomobil, telefon ve radyo gibi çeşitli yeni teknolojik buluşlar ve gelişmelerde sürecin 20. yüzyılın ilk çeyreğine kadar taşınmasını olanaklı hale getirmiştir (Şimşek, 2013). Üçüncü dalga 1920'li yıllarda gerilemeye başlamıştır. Bu gerilemeyle birlikte Amerika'da ve Avrupa'da yoksullar ve çalışan sınıflar arasında hareketlenme başlamıştır. Bu hareketlenme neticesinde sosyalist ideolojiyi temel alan sendikalaşma ve sendikal işçi hareketleri oluşmaya başlamıştır. Goldstein'in (1988, s.332) ifadesiyle "çalışan sınıflar huzursuz olmuşturlar ve bu huzursuzluğun birikimi 1930'larda eylemliliğe dönüşerek en üst noktaya ulaşmıştır." viii

Dördüncü dalga; sosyal refah devleti yaklaşımının benimsendiği periyot olarak değerlendirilebilir. Bu bağlamda sosyal adaletsizlik, eşitsizlik ve yoksullaşmayı arttıran nedenlerin önüne geçilmesi için atılan adımların en yoğun dönemini dördüncü dalgada yaşanmıştır. Çünkü 1929 yılında burjuva liberal kapitalist düzen tüm yapı ve kurumlarıyla çökmüştür. Lenin başta olmak üzere Marksistlerin kapitalizmin geleceği konusunda ortaya koymuş oldukları tahayyüller gerçekleşmiştir. Lenin'in çalışmalarında ortaya koyduğu gibi kapitalizmin kendi iç çelişkilerini çözümleyemeyerek çöküşe gideceği yönündeki yaklaşımı bu dönemde geçerlik kazanmıştır. Planlı devlet düzeni 1917 yılında Rus Devrimi ile ortaya çıkmıştır ve bu yeni ekonomik model çöküş yaşayan liberal kapitalist sistemin yeniden toparlanması için önemli olmuştur. Böylelikle sosyalist ekonomik modelin yeni paradigması Sosyal Refah Devlet olarak adlandırılarak kapitalizmin vahşi yönlerini rafine etmiştir (Hobsbawm, 2006, s. 105). Sosyalist ekonomik modelden hareketle İngiliz iktisatçı John Maynard Keynes (2008), ilk baskısını 1936 yılında yayınladığı Genel Kuram (General Theory) adlı çalışmasında makroekonomik analizlerle kapitalist devlet tanımına yeni bir bakış açısı getirmiştir.

1930'ların sonlarından başlayarak özellikle 2. Dünya Savaşı'ndan sonra gösterdiği hızlı yükselişe Keynesyen Sosyal Refah Devleti Batı'da egemen ekonomik model haine gelmiştir. Serbest piyasa ekonomisine dayalı domestik hale getirilmiş ve sosyalleştirilmiş yeni kapitalizm modeli 2. Dünya Savaşı sonlarından 1970'li yılların ortalarına değin egemen sosyo-ekonomik paradigma olarak devam etmiştir^{ix}.

Konradieff beşinci dalga ise; 1980 yıllarından başlayarak devam eden yeni liberal piyasa kapitalizmidir^x. 1980'lerde yükselişe başlayan "yeni liberal piyasa ekonomisi" "tüketim, bireycilik, rekabet" gibi paradigmaları yüceltirken toplumun her alanında bu paradigmalara uyum sağlayan yeni bir kültürün şekillenmesine de olanak sağlamıştır. Bunun giderek köpüren yüzü ise lükse olan aşırı düşkünlük, kısa zamanda zengin olma isteği, iyi ve lüks bir yaşam için değerlerden ödün verme, ahlaki standartların içinin boşaltılması gibi bireye ve topluma yönelik durumlar meydana gelmeye başlamıştır.

Kondratieff dalgalar ve izlediği süreçler kapitalizmin ekonomik ve kültürel paradigmasını anlamak adına önemli bir yere sahiptir. Öyle ki çalışmanın bu bölümünde tartışılan sosyal ağlarda aleniyetlerin metalaşması mevzuu bu süreçlerdeki dönüşümlerin bir yansımasıdır. Özellikle Konradieff beşinci dalga ile başlayan dönemi sosyal ağların kapitalist paradigmalar çerçevesinde kendini yeniden tanımlamaya başladığı dönem olarak ele almak yanlış olmayacaktır. Sosyal ağlarda aleniyetler "Sen bunları haketmiyor musun? Akıllı evler, güvenlik elemanlı siteler, statüyü temsil eden eşyalar, prestijli yaşam idealleri vurguları üzerinden metalaşmaktadır. Tüketici olmanın önündeki ahlaki değerler ve kaynaklar bertaraf edilmektedir. Eksik kalmamak, herşeye sahip olmak ve "tam tüketici" olmak için aleniyetler devreye girmektedir. Belirli günler ve etkinliklerle, sürpriz hediyelerle bireyler anlık da olsa hissettikleri duygu yoğunluğu ile yaşadıklarının farkına varmaktadır. Bu anlardan görüntüler ve fotoğraflar sosyal ağlarda paylaşarak alenileştirilmektedir. Bu durumu Amerikan orta sınıf dünyasının yeniden inşası şeklinde yorumlamak yanlış olmayacaktır. Böylelikle kondratieff 'in birinci dalgasında yer alan "saf üretim fetişizmi" "köpürtülmüş aleniyet fetişizmi"ne dönüşerek gündelik hayati kışkırtmaktadır.

Aleniyetler sosyal ağlarda hem bireyin bedeni üzerinden, doğum günü kutlamaları, baby-shower (bebek doğmadan önce yapılan doğum öncesi partiler), evlenme teklifi seremonileri, evlilik törenleri ve düğün gibi özel gün organizasyonları ve kutlamaları, eve alınan yeni bir eşya veya aksesuar, gidilen tatil mekânları, arkadaşlarla buluşulan café ve restoranlar, cenaze törenleri gibi sınırsız sayıdaki insana ve hayata ilişkin pek çok sınırsız durum üzerinden metalaşmakta ve alenileşmektedir. Burada aleniyetlerin metalaşması ve mataların alenileşmesi bağlamında iki yönlü bir değiş-tokuş söz konusudur. Hangi yönüyle olursa olsun tahayyül gücü kaybolmuş, fantazmagorik bireyler ve hayat biçimleri alenileşmektedir. Sosyal ağlarda aleniyet artık herkesin boy gösterebildiği, boy göstermek için tutku duyduğu bir veçheye dönüşmüştür. Aleniyetler, Keynesyen bir dünyanın-miskin, emeklilik hesabı yapan, ev almak isteyen, araba alan orta sınıf- yansımalarını 1990'lara kadar sürdürmüştür. Nevarki 1945'li yıllarda başlayan ve 1990'lı yıllara değin egemenliğini sürdüren "orta sınıf yansımaları" günümüzde "iyi yaşam ülküsü" yaklaşımıyla devam etmektedir (Wallerstein, 2012, s.110).

Günümüz kapitalist paradigmanın yeni özünü oluşturan bu nitelikler artık-değer üretmeleri ve "kutsanmaları" adına sermaye tarafından teşvik edilmektedir. Yeni paradigmalara uyumlu bir kültürün biçimlenmesi, lüks düşkünlüğü, kısa zamanda ve kısa yoldan zengin olma fantazması, iyi ve lüks yaşam için değerleri bertaraf etme, ahlaki değerlerdeki kopuş kültürel hayata yansımaktadır. Karlılık motifinin maddi imkânlarla sahip olmayanlara hizmet edebilmesi için tanınma ve takdir edilme mekanizması devreye sokulmaktadır. Sosyal ağlarda aleniyetler bu mekanizmayı beslemektedir.

Kapitalizmin diğer temel paradigmaları arasında yer alan özgürce hareket edebilme, sahip olma, sermaye birikimine özendirmek ve teşvik etmek, bireylere servet biriktirmenin yollarının açılması kapitalist ekonomik sistemin istediği insan modelini üretmektedir. Bu "insanlık modeli" farklı araçlarla teşvik edilmekte, zihinler ve algılar bu veçhelerde sosyal ağlar aracılığıyla inşa edilmektedir. Kapitalist sistemin temeli Adam Smith'in (aktaran Braudel, 1991) ifade ettiği gibi "kişisel menfaatler" (self-interest) üzerine tasarlanmıştır. Wallerstein'in (2012) Dünya-Sistemi Kuramı kapitalizmin özelliklerini ters yüz eden bir

yaklaşımına kapitalizmin savunduğu gibi serbestlikten yana olmadığını, kapitalistlerin tam rekabetçi değil rekabetle tekelin uyum içinde olduğunu hem kar hem de zarar edebilen bir pazar arzusunda bulunduğunu vurgulamaktadır.

Shoshana Zuboff'un, *The Age of Surveillance Capitalism (Gözetim Kapitalizmi Çağı)* (2019, s. 14-15) adlı çalışmasında farklı bir yaklaşımı ortaya koymaktadır. Zuboff, gözetim kapitalizmini "insan deneyimini gizli ticari çıkar olarak gören bunun tahminleme ve satış uygulamaları için bedava ham madde olduğunu iddia eden yeni bir ekonomik düzen, mal ve hizmet üretiminin yeni bir küresel davranış değişikliği mimarisine tabi olduğu bir ekonomik mantık, insanlık tarihinde eş görülmemiş zenginlik, bilgi ve iktidar yoğunlaşmasıyla kapitalizmin bir mutasyonu" olarak tanımlamaktadır.

Yukarıda ele alınmaya çalışılan başlıklarıyla değerlendirildiğinde aleniyetler, kendini büyütme tutkusunu beslemektedir. Aleniyet nasıl ki sermayeyi köpürtüyorsa kültürü de köpürtmektedir. Bu çerçevede Maurice Duverger'in (1998) siyâseti "iki yüzlü" mitolojik bir tanrı olan Janus'a benzetmesinden hareketle aleniyetlerde kapitalist paradigmalardan ekonomik ve kültürel yansımaları olan iki yüzlü tanrısı gibidir.

Günümüzde aleniyetler adeta herkesin yarıştığı bir kamusal alanda, sosyal ağlarda gerçekleşmektedir. Sosyal ağlarda bireyler adeta aleniyet yarışı içine girmektedirler.

Sonuç

Günümüzde sosyal ağlarda aleniyetler gündelik hayatın bütün evrelerini kapitalist paradigmalardan yoğun baskısı tarafından metalaştırarak yeni yaşam stratejilerinden birine dönüştürmüştür. Böylelikle sosyal ağlarda aleniyetler kapitalist paradigmalardan kendini yeniden tarif etme halindedir. Sosyal ağlarda aleniyetlerin mülkiyeti sermayeye aittir. Aleniyetler, onu temellendiren tarihsel ve ekonomik olgular içinde evrilen asimptotik süreçlerden ibarettir. Bu süreçler Konratieff dalgalarında ifade edildiği gibi 3. Dalga Kapital Dünyanın temel ekonomik çelişkisi olarak arz ve talep dengesizliği, günümüzde aleniyetler ekseninde tüketim kışkırtılarak aşımaya çalışılmaktadır. Bundan dolayı Kapital Dünya, başlangıçta taşıdığı "üretim" fetişizmini bir başka fetişizmle; "aleniyet fetişizmi" ile devam ettirmektedir.

Tüketim olgusu, Kıta Avrupası'nın tarihsel temelini feodalitede oluşturduğu "sınıfsal" ve "kurumsal" yapıyı aşındırmış ve kültürel derinliği bertaraf etmiştir. Kıta Avrupası sanayi kapitalizminin merkezi olmakla birlikte kültürel olarak sanayi kapitalizmiyle her zaman uyumlu olmayan entelektüel dirençler oluşturmuştur. Örneğin; Kıta Avrupası'nın Katolik geçmişi ve oradan türettiği Püritan Devrim bu konudaki en etkili dirençler arasındadır. Modern zamanlarda Avrupa orta sınıf entelektüalizmi bütün ideolojik ayrımlara ve çatışmalara rağmen ortak bir paydaya sahiptir. Bu büyük ölçüde "adanmışlık" ve "girişimcilik" değerleriyle bilinen bir orta sınıf ahlakıdır. Tahayyül ettiği ideal dünya ise bu değerlerin toplumsallaştığı bir dünyadan ibarettir. Kapitalist paradigmalardan kendine yeni enstrümanlar bularak köpürmeye başlama noktası bu noktada ortaya çıkmaktadır. Bir taraftan üretim fetişizmi derinleşirken, bir taraftan da düşük alım gücüne sahip işçi sınıfı ve orta sınıfının ürünler dünyasının sunduğu "arz" ve "talep" arasındaki uçurum büyümektedir. Böylelikle günümüzün kapital dünyası "üretim fetişizmi"ni köpürtebilmek için "aleniyet"leri kendini yeniden tarif etmek için kullanmaktadır.

Yeni Dünya'nın kuruluşundaki ve birikimindeki Kıta Avrupası'nın izlerini taşıyan püritan etkiler yadsınmaz olsada Yeni Dünya, tüketimin önüne konulmuş olan bütün kültürel ambargoları aşarak tüketimin küresel örgütlenmesini oluşturan yeni bir orta sınıf kültürünü meydana getirmiştir. II. Dünya Savaşından güçlenmiş olarak çıkan A.B.D, yeni dünya iş bölümünün üretim kısmını savaşın mağlupları olan Almanya ve Japonya'ya bırakmıştır. A.B.D, kendisini bir tüketim imparatorluğu haline getirmiştir. "Amerikan tarzı hayat" ya da "Amerikan Rüyası" olarak anılan bir dünyanın önce kültürel endüstrilerini ve buna paralel olarak da yaratıcı endüstrilerini oluşturmuştur. II. Dünya Savaşı sonrasında Kıta Avrupası'ndaki işçi sınıfını da büyük ölçüde içine alan orta sınıf hayatlar, Keynesyen yeniden bölüşüm üzerinden göreceli bir ekonomik ve sosyal refah artışı sağlamıştır. Ancak, geline aşamanın ve

standartların istenen boyutta olmaması “yeniden bölüşüm” yaklaşımının ardından gelen yeni dalgada “tüketim fetişizmi” küresel olarak pazarlanarak bütün dünyada hâkim olmaya başlamıştır. Böylelikle, tüketimin önündeki bütün engeller kaldırılmıştır.

Günümüzde itibar görmenin ve statü sahibi olmanın tek bir ölçütü bulunmaktadır. Bu ölçüt, alenileşerek eksik tüketici olmaktan kurtulmak ve tüketimde üst sıralarda olmak için çaba göstermektir. Bu çabaya en kolay ve en hızlı destek veren ve sonuçlarının en hızlı görülebildiği araç ise sosyal ağlardır.

Kapitalizmin kendini yeniden tarif etme hali olan aleniyetler sosyal ağlarda küresel bir orta sınıf kültürünü yaygınlaştırmaktadır. Bu kültüre sahip olmak için orta sınıf içinde yer almak da gerekmemektedir. Aleniyetlerin sosyal ağlar aracılığıyla fetişleşmesi büyük çoğunluğu bu kültürel iklime dâhil etmektedir. Kültür üzerinden temellendirilen yaratıcı endüstriler bireyler için aynı ürünü kişilerin karakterlerine, inanç yapılarına ve davranış biçimlerine uygun hale getirerek sunmaktadır. Bundan dolayı, sosyal ağlarda aleniyetler “karşılıklılık” temelinde dayalı bir nevi “iletişimsel hediyeleşme”nin olduğu kamusal bir gösteridir. Sosyal ağlarda aleniyetlerin fetişleştiği, kapitalist üretim-tüketim ilişkisiyle daha da yaygınlaşarak sadece içinde bulunduğumuz dönemin değil daha sonraki dönemlerde de tahakkümünü sürdüreceği yeni bir ekonomik anlayışın arzuları hakkında ipuçları barındırdığı görülmektedir.

Kaynakça

- Adorno, Theodor W. (2009). *Kültür Endüstrisi*. N. Ülner & M. Tüzel, E. Gen (Çev.), İstanbul: İletişim Yayınları
- Ağaoğlu, M.A., Türk, D., Yalçınkaya, A., Yılmaz, Z., Zabcı, F. (2011). *Batıda Siyasal Düşünceler*. İstanbul: İletişim Yayınları
- Arendt, H. (2008). *İnsanlık Durumu*. Bahadır Sina Şener (Çev.). İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Baudelaire, C. (2003). *Modern Hayatın Ressamı*. Ali Berktaş (Çev.). İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Benjamin, W. (2008). *Pasajlar*. Ahmet Cemal (Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Braudel, F. (1991). *Maddi Medeniyet ve Kapitalizm*. İstanbul: Ağaç Yayıncılık.
- Duvarger, M. (1998). *Siyaset Sosyolojisi*. İstanbul: Varlık Yayınları.
- Fine, B. (2011). *Sosyal Sermaye Sosyal Bilime Karşı: Bin Yılın Eşiğinde Ekonomi Politik ve Sosyal Bilimler*. Ayşegül Kars (Çeviri). İstanbul: Yordam Kitap.
- Giddens, A. (1994). *Modernliğin Sonuçları*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Gorz, A. (1993). *Kapitalizm Sosyalizm Ekoloji (Yönelim Bozuklukları Arayışlar)*. I.Ergüden (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Griffiths, J. (2003). *Tik Tak Zamana Kaçamak Bir Bakış*. Ertuğ Altınay (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Gruzd, A. and Hernández-García, A. (2018). “Privacy Concerns and Self-Disclosure in Private and Public Uses of Social Media”. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. Vol. 21, No. 7. <https://www.liebertpub.com/doi/full/10.1089/cyber.2017.0709>. 09 Şubat 2021.
- Habermas, J. (2013). *Kamusalın Yapısal Dönüşümü*. Tanıl Bora, Mithat Sancar (Çev.). İstanbul: İletişim.

- Hobsbawm, E. (2006). *Geleneğin İcadı*. T. Ranger (Der.). M. Murat Şahin (Çev.), İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Jarvis, J. (2012). *Dijital Çağda Sosyal Medyanın İş ve Gündelik Hayata Etkisi*. İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Karatani, K. (2008). *Transkritik (Kant ve Marx Üzerine)*. İstanbul: Metis Yayıncılık.
- Keynes, J.M. (2008). *Genel Kuram*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Kumar, K. (1999). *Sanayi Sonrası Toplumdan Postmodern Topluma Çağdaş Dünyanın Yeni Kuramları*. M.Küçük (Çev.). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Lefebvre, H (1998). *Modern Dünyada Gündelik Hayat*. Işın Gürbüz (Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Lefebvre, H (2000). *The Production of Space* (13. Baskı). Donald Nicholson-Smith (İngilizce'ye çev.). Oxford: Blackwell Publishers.
- Marx, K., 1998. *Artı Değer Teorileri, Birinci Kitap*. Y. Fincancı (Çev.). Ankara: Şahin Matbaası, Sol Yayınları.
- Marx, K. & Engels, F. (2000). *Komünist Parti Manifestosu*. Dünya Armağan (Çev.), İstanbul: Dünya Yayıncılık, 2000.
- Melton, J.V.H. (2011). *Aydınlanma Avrupasında Kamunun Yükselişi*. Ferit Burak Aydar (Çev.). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- Sennett, R. (1999). *Yeni Kapitalizmin Kültürü*. M. Gökşen (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sennett, R. (2002). *Ten ve Taş*. Tuncay Birkan (Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Sennett, R. (2010a). *Kamusal İnsanın Çöküşü*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sennett, R. (2010b). *Karakter Aşınması*. B. Yıldırım (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Simmel, G. (2005). *Metropol ve Zihinsel Yaşam, Şehir ve Cemiyet*. A. Aydoğan (Haz.), İstanbul: İz Yayıncılık.
- Şimşek, H. (2013). *Paradigmalar Savaşı ve Beşinci Dalga (Sosyal Devlet'in ve Yeni Liberalizm'in Öyküsü)*. İstanbul: İmge Kitabevi.
- Tocqueville, A. (2016). *Amerika'da Demokrasi*. İstanbul: İletişim Yayıncılık, (Özgün eser 1831 tarihlidir).
- Touraine, A. (2004). *Modernliğin Eleştirisi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Turner, B. (2001). *Marx ve Oryantalizmin Sonu*. H. Çağatay Keskinok (Çev.). İstanbul: Kaynak Yayınları.
- Wallerstein, I. (2012). *Tarihsel Kapitalizm* (6.Baskı). İstanbul: Metis Yayıncılık.
- Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism*. New York: PublicAffairs Hachette Book Group.

ⁱ Janus mitolojide kapıların, eşiklerin, başlangıçların ve bitişlerin tanrısıdır. İngilizce'de yılın ilk ayı da adını buradan alır: January (Ocak). Kökeninde kargaşayı temsil eden Janus, biri öne diğeri arkaya bakan yüzleriyle güneşi ve ayı, bitiş ve başlangıcı, doğumu ve ölümü temsil eder. Ayrıntılı bilgi için bkz. Jay Griffiths (2003). *Tik Tak Zamana Kaçamak Bir Bakış*. Ertuğ Altınay (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları, s. 91.

ii Oluşmaya başlamak

iii İlerlendikçe mesafelerin giderek birbirine yaklaşması ve belirli bir noktada birbirleriyle örtüşecek kadar yakın hale gelmeleri

iv Orta Çağlarda kâğıt çok zor bulunduğundan eski papirüslerdeki gibi yazıların silinip yerine yenilerinin yazılmasıyla ortaya çıkan üst üste bindirilmiş metinler ve aralarındaki ilişkiyi anlatan bir kavramdır.

v Ödünlemek, bir şeyi birebir karşılığı ile değil başka bir anlamıyla ve başka kanallarla ikame etmeye çalışmak anlamında kullanılmıştır.

vi Modernitede kendini gösterme arzusunun zeminini narsizim oluşturmaktadır. Kapitalist süreçlerin iletişim tarihine olan kültürel etkileri bugüne kadar pek çok açıdan ele alınmıştır. Bu çalışma sosyal ağların paylaşım, örgütlenme ve iletişime geçme gibi araçsal-işlevsel yönünün, günümüzde idealize kimliklerin sınırsızca yeniden üretilebildiği ve alenileştirildiği bir mekânsal-kültürel niteliğe evrildiği yaklaşımı üzerine tasarlanmıştır. Aleniyetler fetişleştiği ölçüde “phatic” (refleksif kanıksama) özelliğe taşımaya başlamaktadır.

Phatic kavramsal bağlamda “her zaman gerçeği yansıtmayan, derinlik içermeyen, sığ ilişkileri ve iletişim biçimleri”ni ifade etmektedir. Böylelikle birbirlerinin yaşamlarına sızan “tasarı ben, ideal ben” ile “tasarı yaşamlar ve idealize edilmiş yaşamlar”ın büyük çoğunluğunun gerçekliği yansıtmaması, manipülatif olması, sentetikleşmesi, asılsızlaşması ve bütün bunların “sergilendiği çoklukta bireye değer kazandırması” “imaj-merkezli üretim” biçiminin kültürel çıktıları olarak değerlendirilebilir.

vii Privacy Concerns and Self-Disclosure in Private and Public Uses of Social Media (2018).

<https://www.liebertpub.com/doi/full/10.1089/cyber.2017.0709>. 09 Şubat 2021.

viii Üçüncü Kondratieff dönemine denk düşen dört aşama bulunmaktadır. Bu aşamalardan ilki; “Belle Epoque” olarak bilinen kültürel iklimin meydana gelmesidir. Belle Epoque Osmanlı İmparatorluğu tarihinde yer alan “Lale Devri”ne benzer bir dönemdir. İkincisi; 1914-1918 yılları arasında devam eden 1. Dünya Savaşıdır. Üçüncüsü; 1929 Büyük Ekonomik Buhran ve dördüncüsü ise; 20.yüzyılın ulus devletlerinin temelini oluşturacak ulusalcı akımlardır. Ancak, bu ulusalcı akımlar aynı zamanda 1930’lı yılların sonunda faşist rejimlerin de meydana gelmesine zemin hazırlayan etkenler arasındadır (s. 101).

ix İkinci Dünya Savaşı sonrasında dünyada hâkim olan barış ve özgürlük yaklaşımları Batılı ülkelerde azınlıkların ve gençlerin içinde olduğu toplumsal devrim hareketlerini oluşturmuştur. 1960’lı yıllarda gelişen bu toplumsal devrim hareketleri sömürge altında olan ülkelerde ise ulusalcı bağımsızlık hareketlerinin ortaya çıkmasıyla yansıma bulmuştur. 1960’lı yılların liberal özgürlükçü dinamiği 1970’lerde Yeni Sağ’ın güçlendiği siyasal bir zemine doğru evrilmiştir (Şimşek, 2013). 1970’li yıllarda Japonya, Hong Kong, Güney Kore, Singapur ve Tayvan en avantajlı ülkeler arasında yer almışlardır. Çin ise bu dönemde ekonomi-politikasını sosyalist modelden liberal modele taşıyarak karma bir yapıya dönüşmüştür. Ve böylelikle Çin 1978’den sonra dünyanın en hızlı büyüyen ekonomisi olarak tarihsel dizgede yer almaya başlamıştır. Hong Kong’un ekonomik dönüşümü ise ucuz iş gücü kaynakları ile bu iş gücünü dünyanın en üretken nüfusu haline getirecek eğitim yatırımlarının yer aldığı siyasal ve ekonomik stratejileri oluşturmak suretiyle gerçekleştirmiştir.

x Sosyal Refah Devlet anlayışının 1960’ların sonuna dek süren yükselişine rağmen Keynesyen Sosyal Refah Devleti paradigmasının yoğun bir biçimde yaşandığı 1950’li ve 1960’lı yıllar bazı ülkeleri tatmin ve ikna edememiştir. Bu durumu temel alan Avusturyalı iktisatçı Frederick Von Hayek “yeni serbest piyasa ekonomisi”, “neo-kapitalist”, “neo-klasik ekonomi” gibi isimlerle ortaya koyduğu yeni bir

ekonomi ekolü geliştirmiştir. Von Hayek'in 1944 yılında yayımlanan Kölelięe Giden Yol (Road to Serfdom) adlı kitabında sosyal refah devleti paradigmasının çıkar bir yol olamayacağını ifade etmektedir (aktaran Şimşek, 2013). Hayek'in temellendirdiği neo-klasik ekonomi, neo-kapitalist ekonomi paradigması 1980'li yılların ortalarında İngiltere'de Margaret Thatcher ve ABD'de Ronald Reagan tarafından yeni bir liberal çizgiye oturtulmuştur. Bu izgi sosyal refah devleti düzenini reddederek yeni liberal piyasa ekonomisinin hayata geçebilmesi için serbest rekabeti ve serbest dolaŐımı engelleyen mevzuat, yasa ve standartların kısacası sermaye hareketliliğine ve yatırımlarına ilişkin sınırlamaları ortadan kaldıran nitelikte olmuştur.