

Derleme

Medya ve Gerçeklik İlişkisini Küresel Biyopolitik Dijital Çağda Yeniden Düşünmek

Murat Özdemir (Arş. Gör.)

Nişantaşı Üniversitesi İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi

muratozdemirmurat@gmail.com

ORCID: 0000-0003-0371-9128

Şeyma Yıldırım

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

seymayildirm@gmail.com

ORCID: 0000-0003-4483-9054



Başvuru Tarihi: 25.04.2019

Yayına Kabul Tarihi: 15.01.2020

Yayınlanma Tarihi: 24.01.2020

DOI: <http://10.17680/erciyesiletisim.541652>

Öz

Bu çalışma medya ve gerçeklik ilişkisine odaklanmakta, geleneksel medya sonrası yaygınlaşan dijitalleşmeyle beraber medya ve gerçeklik ilişkisinin dönüşümünü ele almaktadır. Geleneksel medyada iletişimin tek yönlü hiyerarşik olarak meydana gelmesi, medyanın toplum, kültür ve toplumsal yapılar üzerindeki etkisini tanımlamada iyimser (liberal), kötümser (Marksist), müzakereci (kültürel çalışmalar) yaklaşımları meydana getirirken, dijital çağla beraber içerik üreticisi olarak kullanıcının yükselişi medyanın toplumsal varlığını karmaşıklaştırmış, dijital çağda kullanıcı hem üretimin nesnesine hem öznesine indirgenmiştir. Dijitalleşmeyle beraber küresel bir kitle kültürü belirmiş, dijital medya alanı sadece ideolojik bir aygıt olmanın ötesine geçmiş, toplumsal iletişimin içine sızarak hem siber “panoptikon”u yaratmış, hem de yeni birikim oluşturma noktasında kullanıcıyı nesneye dönüştürerek kapitalist birikimin kapsamını genişletmiştir. Bu bakımdan dijital küresel çağda medya ile ilişkiye geçen kullanıcı iletişimin hem aktörü hem de nesnesine dönüşmüş, geleneksel medyanın manipülasyon işlevinin ötesine geçerek bizzat biyo-politik özneleşme sürecine tabi tutulmuştur. Çünkü artık küresel akışları yaratmıştır. Dijitalleşme kullanıcıyı da içerik üretimine dâhil etmiş, herkesin içerik üretimi yapabilmesinin yarattığı enformasyon patlaması, gerçekliğin sesini boğmuştur.

Anahtar Kelimeler: Medya, Gerçeklik, Dijital, İletişim.



Compilation

Rethinking the Relationship between Media and Reality in Global Biopolitic Digital Age

Murat Özdemir (Res. Asst.)

Nişantaşı Univ. Fac. of Economics, Administrative and Social Sciences

muratozdemirmurat@gmail.com

ORCID: 0000-0003-0371-9128

Şeyma Yıldırım

Hacettepe University Institute of Social Sciences

seymayildirm@gmail.com

ORCID: 0000-0003-4483-9054



Date Received: 25.04.2019

Date Accepted: 15.01.2020

Date Published: 24.01.2020

DOI: <http://10.17680/erciyesiletisim.541652>

Abstract

This study focuses on the relationship between media and reality, focuses on the transformation of the relationship between media and reality with the digitalization that has become widespread after the traditional media. While the unilateral hierarchical formation of communication in traditional media creates optimistic (liberal approaches), pessimistic (Marxist approaches) and negotiative (cultural studies) approaches in defining the effect of media on society, culture and social structures, the rise of the user as content producer with the digital age complicates the social presence of the media, in the digital age the object is reduced to both subject. Along with digitalization, a global mass culture has emerged, the field of digital media has gone beyond being just an ideological device, it has infiltrated into social communication, has created a cyber s panopticon dijital and has expanded the scope of capitalist accumulation by transforming the user into an object at the point of creating new accumulation. In this respect, the user, who has been in contact with the media in the digital global age, has been transformed into both the actor and the object of communication, and has undergone a process of bio-political subjectivity by going beyond the manipulation function of traditional media. For now, global communication has created global flows, which are not outside, by interlocking work and leisure, private and public space. Digitalization has included the user in the production of content, the information boom created by everyone's ability to produce content drowned the sound of reality.

Keywords: Media, Reality, Digital, Communication.

1. Giriş

Bu çalışma geleneksel medya ve gerçeklik ilişkisine odaklanmakla beraber, dijital medya ile medya ve gerçeklik ilişkisinin değişen doğasını analiz etmektedir. Bu bakımdan çalışma, literatür taraması kapsamında ilerlemekte, medya ve gerçeklik ilişkisinin tarihsel serüvenini ele almakta, medyanın toplumsal alan üzerinde gerçeklikle olan ilişkisine yönelik tanımlamaları öncelikle liberal ana paradigma ve Marksist paradigmlar etrafında incelemekte sonrasında medya ve gerçeklik ilişkisinin tarihsel serüveni içinde dijital mecralarla beraber kullanıcının aktif hale gelmesi sonucunda medya ve gerçeklik ilişkisinin dönüşüme uğradığını savlamakta ve bu dönüşümü Michel Foucault'nun kavramsal çalışması olan "biyopolitika" tanımlaması etrafında tartışmaktadır.

Toplumsal yaşamda medya olgusu hayatın ayrılmaz bir parçasına dönüşmüştür. Medyanın gündelik hayatın süreksiz bir fenomenine¹ dönüşmesi ve gündelik hayattaki anlamların üreticisi rolü nedeniyle medyanın kültürel üretici gücünü kavramamız noktasında farklı yaklaşımları meydana getirmiştir. Kuşkusuz medyanın kültür içindeki önemi çok boyutlu, dinamik ve çok katmanlıdır. Çünkü medya güncel yaşamda artık her an toplumsal öznenin yaşam pratiklerinde ilişkili olduğu olguya dönüşmüştür. Nasıl ki birey toplumsuz düşünülemez, toplumlar da artık medyasız düşünülemez duruma gelmiştir. Bu nedenle kültürün hem taşıyıcısı hem de üreticisi noktasında medyanın varlığı erk olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda medyanın erk rolü medyayı tanımlamada ve anlamada farklı yaklaşımları oluşturmuştur. Temelde medya alanına yapılan yaklaşımlar iki eksen üzerinde ele alınmaktadır: 1) Liberal düşünceden yola çıkılarak yapılan yaklaşımlar ve 2) Marx'ın açtığı yoldan ilerleyen eleştirel yaklaşımlar. Medyanın bu iki temel yaklaşım altında ele alınması kendi içinde de sınıflandırmalara ve çeşitliliğe sahiptir. Liberal bağlam çerçevesinde yapılan medya çalışmaları medya mesajının izleyici üzerindeki etkisini ölçmeye çalışır ve metodolojik kavramsal çerçevelerini bu doğrultuda oluşturur. Metodolojik mantık psikolojik davranışçı ya da sosyal işlevselcilik diyebileceğimiz bakışla hazırlanır. Liberal kapitalist üretim ilişkilerinin güç ve iktidarla olan bağıntısı, medyanın mülkiyet yapısı, sınıf olgusu, ideolojik olarak mesajın kurgu dili bu çalışmalarda ele alınmaz. Çünkü liberal kapitalist alanı tehdit edecek herhangi bir bakışın liberal medya çalışmalarında yer alması endüstrinin ihtiyaçlarına ve siyasal kampanyalara yönelik doğan ve gelişen liberal ana paradigma medya çalışmalarının tarihsel gerçekliğiyle uyumsuz. Diğer taraftan Marksist paradigmanın izi üzerinden ilerleyen çalışmalar, eleştirel ekonomi politik olarak medyanın mülkiyet yapısına odaklanır. Marksist geleneği kültür iktidar ilişkisi mecrasına taşıyan Frankfurt Okulu'nun bilinç ve bilinçdışı arasındaki bağı kültür endüstrisi ürünleri yoluyla anlamaya çalışması, Marksist geleneğin ekonomi politik yaklaşımına kültür sorunsalını dâhil ederek medya çalışmalarının kapsamını genişletmiştir. Hem Klasik Marksist gelenek hem de Frankfurt Okulu temsilcileri medyanın liberal kapitalist düzende toplum üzerindeki etkisine olumsuz bakmış ve medyanın toplumu manipüle eden sermaye ve siyaset iktidarlarının ideolojik aygıtı olarak yayın yaptığını tanımlamışlardır. Diğer taraftan Gramsci'yi takip eden İngiliz Kültürel Çalışmalar Okulu, kültürel üretimde egemen sınıf ve toplumsal sınıfların kültür üretimindeki aktifliğine; pop kültüre, sınıfsal direnişlerin eylemsel pratiklerine odaklanır. Dilsel ve gösterge bilimindeki yapısal ve post yapısal çalışmalar ise medyanın çok boyutlu anlam üretim yapısını ve bu anlamları alımlayan izleyicilerin dünyasını çözümlenmeye çalışmaktadır (Hall, 2005). Bu yaklaşımların dışında kalan "teknolojik determinist" yaklaşımlar (McLuhan, 2001), internetin yaygınlaşması neticesinde Manuel Castels'in (2013) "ağ toplumu" yaklaşımı, antropolog Arjun Appadurai'nin (1996) Modernity at

Large kitabında “akışlar ve manzaralar”, kavramsallaştırması gibi medya alanına yönelik birçok farklı çalışmalar da bulunmaktadır.

Medya olgusu toplum içinde, kültürlerde, ulusların sınırları içinde ve küresel ölçekte çok boyutlu olarak süregelen bir tarihe sahiptir. Bu tarih içinde medyanın gücü, işlevi, kültür içindeki varlığı coğrafyanın, teknolojinin, ekonomik politik yapıların gerçekliği doğrultusunda farklılık göstermiştir. Çünkü medya -ister olumlu anlamda isterse olumsuz anlamda değerlendirilsin- işlevsel olarak tarihsel dönemlere, toplumların sosyo-ekonomik yapısına, dönemin siyasal konjonktürüne, teknolojik altyapıya bağlı şekilde işlev görmüştür. Bu nedenle toplumsal ve kültürel bağlama ilişkin olarak medya mesajlarının okuyucu/izleyici tarafından alımlanmasının niteliği de tarihseldir. Medya tarihi içinde medyanın iletişimsel kökenleri en ilkel dönemdeki iletişim tekniklerine kadar dayandırılırken, modern ve kitlesel medya çağı yaklaşımı tarihsel olarak Gutenberg’in matbaasıyla başlatılır. Kitlesel medya çağı matbaa çağı, elektronik çağ ve dijital çağ olarak üç gruba ayrılmaktadır. Matbaa çağı olarak matbaa ve türevlerinin, elektronik çağ olarak radyo, televizyon ve sinemanın, dijital çağ olarak da internetin varlığı kitlesel medya çağını teknik olarak sınıflandırmayı sağlar. Öte yandan kitlesel medyanın teknik altyapı olarak tarihsel gelişimine paralel, üretilen mesaj dili ve mülkiyet altyapısı da değişmiştir. Mesajların dilsel ve göstergesel formatlarındaki değişim ideolojik çözümlenme olarak daha karmaşık hale gelmiştir. Özellikle post modern yaklaşımın gösteren ve gösterilen arasındaki ilişkinin kopuşunu savunarak gösterileninin ortadan kaybolduğunu ve hakikatin gösterenin içine hapsedildiğini tariflemesi dil ve göstergelere daha karmaşık bakmaya neden olmuştur. Mülkiyet yapısı olarak da medyanın küresel ölçekte genişlemesi, yeni iletişimsel emperyalizmin vurgusunu ön plana çıkarmıştır. Bu yeni iletişimsel emperyalizm “...tarihte herhangi bir despotun ya da diktatörün elinde bulundurduğundan çok daha fazla iletişim gücü sunmaktadır” (Bagdikian, 2016). Bu muazzam güç, küresel ölçekteki medya endüstrilerini elinde bulunduran uluslararası güçlerin hakimiyeti doğrultusunda yayın politikası yapmaktadır (Keane, 2015).

Toplumsal iletişimin dolayımlanması, medyatikleşen toplumlar olgusu ve kitle iletişimin gündelik hayatın bir ritüeline bürünmesi kitle iletişim alanını bütünlüklü tanımlamayı güçleştirmektedir. Dolayısıyla kitle iletişim mecrasına yapılacak herhangi bir tanımlama girişimi kısıtlı bir analize neden olacaktır. Günümüzde kitle iletişim mecrası sadece kültürü inşa etmiyor ya da Marksist bakışla kültürü manipüle etmiyor, gündelik ilişkilerin sürdürülmesinde, gerçekliğin algılanmasında vazgeçilmez araç olarak kendini gösteriyor. “İster yeni medya denilen bilgisayarlı ve mobil iletişimin sağladığı dolayım olmasın, isterse televizyon-radyo-gazete gibi geleneksel medyanın sağladığı dolayım olmasın, bütün medya türleri günümüz insanının gerçeklikle bağlantısını güçlü biçimde yapılandırmaktadır” (Dursun, 2013, s. 33). Medya, gerçeklik ilişkisinin ilk olarak gazeteci Walter Lippmann’ın Public Opinion (Kamuoyu) çalışmasıyla ele alınması, medyanın okuyucuların dış gerçekliği anlamadaki rolünü ilk tanımlama çabası olmuştur. Lippmann açısından dış dünya gelişen basın sayesinde artık daha geniş kapsamlı düşünülmekteydi. Lakin bu dış gerçeklik zihinsel örüntülere yerleşen resimli anlam çerçeveleriyle idrak edilmekteydi. Bu zihinsel örüntüleri de meydana getiren dönemin basınıydı. Çünkü hem dönemin basını hem de dünyayı tanımlamaya çalışan dönemin kitapları okuyucusuyla buluştuğunda okuyucunun kendi zihinsel dünyasında yarattığı anlam çerçeveleriyle gerçekliği yeniden inşa edilmekteydi. Okuyucu tarafından okunan metinlerin kendi betimsel şekli okuyucu tarafından dış gerçeklikle kurduğu ilişkiyi belirlemekteydi. Okuyucunun hiç görmediği ya da yaşamadığı deneyimler böylece metinlerde tasvir

edilen şekilde algılanmakta ve gerçeklik olarak kabul edilmekteydi. Okuyucu tarafından hissedilmemiş ya da deneyimlenmemiş olan olgular okuyucuya sunulan metnin gerçekliğinin dışına çıkmamaktaydı. Sonuç olarak Lippman'ın çalışmasında temel vurgu, dönemin basını ve kitaplarının okuyucu üzerinde dış gerçekliği belirlemedeki gücünü ortaya çıkarıyordu (Lippman, 1922).

Tarihsel süreçte medyanın hem teknik altyapı olarak muazzam büyümesi hem de devlet iktidarını elinde bulunduranlar açısından toplum üzerinde yönlendirici güçlü aygıt olarak belirmesi medyanın kültür ve yaşam üzerindeki etkisini daha da güçlendirdi. Propaganda aracı olarak devlet iktidarı açısından medyanın vazgeçilmez bir işleve dönüşmesi ve bunun meşruluğunu hızlandırmak için söylemde liberal bağlamın ideal toplum formasyonu için medyaya dördüncü güç rolü biçmesi medyanın hakikati yansıtan, kamusal söylemin dolaşımını sağlayan, iktidarı elinde bulunduranları denetleyen güç olarak tanımlanmasına neden oldu. Oysa liberal örgütlenmenin ve toplumsal alandaki eşitsiz çelişkilerin sürdürülmesinde medya tarihsel süreçte hep etkin rol oynamıştır. Diğer taraftan Marksist çizgi de medyayı liberal kapitalist düzlemde sömürenlerin egemen ideolojik aygıtı olarak benimsedi ve devrim sonrası da medyanın yeni toplumsal inşada sosyalist ideolojiyi egemen kılmaya yönelik çalışması gerektiği tezini savundu. Keza Ekim Devrimi sonrası da devrim ideologları Rus coğrafyasına Devrim'in ideolojisini yaymak için sinemanın gücünden yararlandı. En ücra yerlere sinema yoluyla sosyalist ideoloji taşındı (Clark, 2017).

Medyanın gerçeklikle olan bağlantısı, günümüz dünyasını ve bu dünyanın içinde insanın durumunu kavramak için en verimli ve bir o kadar da çetrefilli konuların başında gelmektedir. Gerçeklik söz konusu olunca, ideoloji, temsil ve anlam kavramları da kaçınılmaz olarak ve birbiriyle ilişkiye girer (Dursun, 2013, s. 33). Gerçekliğin ne olduğu nasıl tanımlandığı güçle ilişkilidir. Gerçeklik üzerindeki tanımlamalar beraberinde belirli iktidar alanları da yaratmaktadır. Çünkü gerçeklik, içinde egemen olmayı barındırmaktadır. Toplumsal gerçeklik üzerindeki savlar, belirlenimci eylemler iktidarın nasıl dağılacakını da belirler. "Toplumsal gerçekliğin oluşması ve bilinebilmesi, farklı yaklaşımlarda farklı terimlerle ifade edilir. Liberal çoğulcu toplum kuramında gerçekliğin yansıtılmasından söz edilir. Marksist eleştirel toplum kuramlarında, konu gerçekliğin üretimi ve yeniden üretimi meselesidir. Pozitivizm sonrası toplum kuramlarında ve özellikle fenomenolojide ise "gerçekliğin inşası" terimine ağırlık verilir" (Dursun, 2013, s. 34).

Mutlak, sabit değişmez gerçeklik, modernitenin vaadi olarak tarihsel izlekte savunulan bir arayış olsa da 20. yüzyıl ile başlayan modernitenin rasyonel projesine karşı yeni düşünce arayışları gerçeklik üzerinde görecelilik etkisini arttırmıştır. Gerçekliğin mutlak sabit olmaktan çıkıp şartlara ve toplumsal bağlamsal episteme algılarına göre boyut değiştirmesi çoklu gerçeklik yaklaşımlarını arttırmıştır. Kısaca gerçeklik öznenin bağımsız dışarda keşfedilmesi gereken bir şey olarak değil, üzerine düşünülüp inşa edilen bilgi yapısı olarak ele alınmıştır. Bu bağlamda özellikle post-yapısalcı çalışmaların gerçeklik olgularını güç ve iktidar temelli okumaları, toplumsallığın gerçeklik algısı üzerine eleştirel bakılmasını sağlamıştır. Çünkü gerçekliği yaratan bilginin olanaklılığı güç ve iktidardan bağımsız düşünülemez hale gelmiştir. "Bilginin olanaklılığı biçimsel bir yasa değildir; bilgi, olanaklılığını bir oyun alanının içerisinde bulur ve bu alanda kendisinden bambaşka bir şey söz konusudur, yani: Akıl, bilme [*savoir*] ya da deneyim değil itkiler; olumlama, kesinlik, istila ya da dinginlik değil şüphe, olumsuzlama, çözülme, erteleme" (Foucault, 2012, s. 204) olgularıyla ilerler. Bu bakımdan hem olgular hem de nesne ile olan ilişkisi bakımından bilgi nesnesiyle tam olarak örtüşmez. Çünkü bilgi, temsil, anlam

bağlamıyla ele alınır ve içinde iktidarın uzantılarını taşır. Bu nedenle, çağımız dünyasında anlamın ve temsilin alanı olarak medya da güç ve iktidar ilişkilerinin yansıması olarak işlev görür.

Doğa ve toplumsal olanla ilgili olarak medyanın bir haber kaynağı işlevi görmesi reel olarak bireyin deneyimlemediği olay ve olguları medya yoluyla öğrenmesi medya deneyimi ile gerçeklik deyimi arasında bir kopukluğa işaret eder. Bu nedenle medya ve toplumsal gerçeklik bağlamı farklı şekillerde ifade edilmiştir. Bu bağlamda liberalizme göre medya gerçekliği olduğu gibi yansıtır, yansıtabilir, Marksizme göre medya toplumsal gerçekliği güç ve iktidar yapıları nedeniyle çarpıtır, kültürelci yaklaşıma göre ise medya ve gerçeklik ilişkisi karmaşık, dinamiktir; medyanın mesajlarına karşı izleyici sanıldığı kadar pasif, dirençsiz değildir. Ona karşı direnir, kendi gerçekliği bağlamında medya mesajıyla ilişkiye girer ve onu yeniden yorumlar, inşa eder (Dyer-Witthoford, 2004; Maigret, 2014). Yeni enformasyon ve iletişim teknolojileri ile kapitalist bağlamda küreselleşen dünyada sınırların ortadan kalktığı, üretim ve tüketimin öznesi olarak kullanıcıların internet mecralarında aktif olarak bulunmaları gerçeklik ve medya ilişkisini daha karmaşık ve devingen hale sokmuştur (Dijk, 2018). Gerçekliğin üretiminde, medya mecralarında kullanıcıların da aktif hale gelmesi, gerçekliğin daha kaygan, dinamik hale bürünmesine yol açmıştır. Zaman ve mekan baskısını ortadan kaldıran yeni iletişim ve enformasyon teknolojileri enformasyon patlamasına sebep olurken, eş zamanlı olarak gerçekliğin de daha akışkanlaşmasına yol açmıştır.

2. Liberal Bakışa Göre Medya ve Toplumsal Gerçeklik

Liberalizmin temel nosyonu rasyonel özneye dayanmaktadır. Bu rasyonel özne, toplumsal yaşamda doğru ve iyi olanı inşa etme noktasında şaşmaz bir iradeye sahiptir. Önemli olan rasyonel tarafı devreye sokup onu meydana getirmektir. Çünkü liberalizm akılsallığına göre “birey, doğası gereği, “iyi”, siyasi tercihlerinde “özgür” ve ekonomik pazarda “rasyonel” olarak tanımlandı” (Tekelioğlu, 2003, s. 207). Böylece liberalizm açısından toplumsal gerçeklik akılla kavranacak niteliktedir. Liberalizme göre bireyin dışında cereyan eden bir dış gerçeklik mevcuttur ve bu gerçeklik bilinebilir, tanımlanabilir. Liberal mantığın rasyonel tarafa olan inancı Aydınlanma’nın ve pozitivist akımın etkisinin ortaya çıkardığı zihinsel örüntülere dayanır. Mistik olanı yıkmaya yönelik rasyonel aklın düşünsel alandaki hâkimiyetinin yarattığı etki, toplumsal hakikate ve dışta olana nasıl bakılması gerektiğini de belirlemiştir. Toplumsal gerçekliğin neden sonuç ilişkisi bağlamında meydana geldiğini savunur. Liberalizmin siyasal örgütlenme olarak hem Aydınlanma’yı hem de pozitivist akımı desteklemesi dönemin burjuva sınıfı açısından pragmatik yönelim olarak belirmiştir. Çünkü üretimde kapitalist süreçlerin gerçekleştirilmesi noktasında geleneksel olanın yıkılması için pozitivist, rasyonel ilerleme şarttı.

Medya açısından da liberalizme bakıldığında liberal mantık medyanın toplumsal gerçekliği aktarmada etkin güce sahip olduğuna inanır: *Medya toplum içinde cereyan eden olay ve olguları olduğu gibi yansıtır* denilmektedir. Liberal toplumsal formasyonun devamlılığı için medya dördüncü güçtür ve serbest piyasa ekonomisi bağlamında fikirlerin medya yoluyla serbestçe dolaşıma girdiği, birbiriyle rekabet ettiği alan olarak medya tasvir edilir, medyadan topluma akan haberler, mesajlar demokrasinin olmazsa olmazıdır. Liberalizme göre medyanın nesnel, tarafsız, dengeli yayın politikası gütmesi için medyanın iktidar ve iktidar ilişkilerinden, ideolojik yayın politikasından azad edilmesi gerekir ve bunun neticesinde medya çoğulcu demokrasinin garantörü olarak belirir. Kısaca medya “doğru, tarafsız, dengeli” kavramlar çerçevesinde işlediğinde toplum için gerçekliğin aynası olarak işlev görür. Buna karşın yapısalcı ve post yapısalcılık yaklaşımlarının ortaya çıkardığı

çok anlamlılık, metinlerarasılık olguları, medya haberini yapan medya profesyonelinin bağlamı, kurum kültürünün etkisi göz ardı edilir. Ayrıca yapılan medya çalışmalarında kavramsal çerçeveler yönetsel akıl metodolojilerine dayanır. Verili güç ve iktidar ilişkileri görmezden gelinir. Çalışmaların kavramsal iskeletleri “toplumsal alan, sınıfsal güç ilişkilerinden ve buna dayalı mücadelelerden muaf olarak tasarlanır” (Dursun, 2013, s. 39). Amaç etkinin şiddetini ölçmek ve etkiye sebep olan motivasyonları belirlemektir.

Mevcut verili düzenin kabul edilmesi, yapısal sorunların es geçilmesi eğilimi liberal medya çalışmalarının tarihinde egemen olan yaklaşımdır. Çünkü tarihsel olarak liberal medya çalışmaları hem şirketlerle hem de siyasal erk yapılarıyla ortaklık kurmuştur. Liberal mantık çerçevesinde yapılan medya çalışmalarına finansal kaynak sağlama noktasında piyasa şirketlerinin tarihsel bağlamdaki rolü, çalışmaların endüstri taleplerine yönelik yapıldığını kanıtlamaktadır. Çalışmalar neticesinde elde edilen veriler hem siyasal propagandalarda kullanılmış hem de endüstri kuruluşları için tüketicinin tüketim pratiklerini yönlendirme amacına hizmet etmiştir.

3. Marksist Bakışa Göre Medya ve Toplumsal Gerçeklik

Marx’ın genel iktisatın rant ve toprak teorileri üzerine geliştirdiği ücretli emek ve değer teorilerinin temel eleştirisi kapitalist üretimdeki çelişkilerin ortaya çıkardığı eşitsizlik ve bu eşitsizliğin insanın türsel potansiyelini ve varlığını gerçekleştirme engel teşkil ettiği savıdır. Marx açısından kapitalist düzen bir sömürü düzenidir. Egemen olan burjuvazi sınıfının işçi sınıfı üzerine uyguladığı tahakküm doğal değil, belirli koşullar altında burjuvazinin inşa ettiği ve sürdürülmesi için iktidar yapılarını kurumlaştırdığı bir düzendir. Toplumsal formasyonun ve iktidar analizinin Marx açısından tarihsel bir çatışma olarak ele alınması sınıflar arasındaki iktidar mücadelelerine gönderme yapar. Bu mücadelede toplumsal sınıflar açısından stratejiler uygulanır. Marx açısından da bu stratejiler içinde burjuvazi egemenliğini sağlamada ideolojik araçlardan yararlanır. Dolayısıyla dönemin basını, günümüzün medya mecrası Marksist bakış açısına göre ideolojik stratejilerin en etkin alanı olarak kendini gösterdiği yer olarak düşünülür. Bu bakımdan medya “toplumsal anlamın oluşturulmasında etkin bir biçimde rol oynamaktadır” (Dursun, 2014, s. 24). Bu nedenle Klasik Marksist yaklaşımlar medyanın mülkiyet yapısına, kültürel üstyapıya yönelik eleştirel göstere ve dil bilimsel yaklaşımlar da medyanın ideolojik mesajlarına odaklanarak medyanın toplumsal formasyonu inşa etmedeki rolüne odaklanmaktadır.

Marksizm açısından toplumun kurucu unsuru emektir ve liberal bakışta “emeğin toplumsal karakteri göz ardı edilir” (Dursun, 2014, s. 29). Marksist gelenek için kapitalist toplumsal formasyonu doğal ve verili değildir. Tarihsel olarak üretim ve üretim ilişkileri neticesinde oluşmuştur ve bu çelişkili, eşitsiz, sömürü ilişkilerini içinde barındıran burjuva-proletarya çatışmasında, sistemin sürdürülmesi için egemen olan burjuvazi sömürdüğü işçi sınıfının toplumsal gerçekliği algılamadaki sürecini çarpıtır, kendi çıkarları için işçi sınıfının zihinlerini manipüle eder. Çünkü burjuvazi için “verili, tahakküm ilişkilerinin sürdürülmesi için toplumsal gerçekliğin çarpıtılması gereklidir” (Dursun, 2013, s. 39). Bu manipülasyon teknikleri ideoloji kavramsallaştırması etrafında birleştirilir. İdeoloji kendini kültürel örüntülerde var eder. “Böylelikle egemenlik ilişkilerinin üretimi ve yeniden üretimi, ideolojik ve kültürel anlam sistemlerinin üretimiyle bağlantılıdır. Bunları sağladığı ölçüde medya, ideolojik işlevlerini yerine getirmektedir” (Dursun, 2013, s. 40). Böylece medya liberal bakışın aksine toplumsal olay ve olguları olduğu gibi yansıtmaz, egemen sermaye ve iktidarlar için toplumsal iletişim akışını çarpıtır ve bilinçler üzerinde yönlendirici olur.

Klasik Marksist tarzda ele alarak ideolojiyi yanlış bilinç olarak tasarlayan görüşler çerçevesinde medya tamamen ekonomik düzeydeki (altyapısal) sınıfsal çıkarların ve sahiplik/mülkiyet ilişkilerinin üstyapıya taşındığı veya yansıtıldığı, böylece işçi sınıfının devrimci potansiyelinin yok edildiği ideolojik egemenliğin/başatlığın bir kanalı olarak konumlandırılmaktadır (Dursun, 2014, s. 31). Diğer taraftan medyayı devletle bütünleştiren Althusser (2010) ve Poulantzas (2000) medya ve devlet arasındaki ilişkiye odaklanarak devletin ideolojik aygıtı bağlamında medyayı yapısal olarak ele alırlar. “Marksizmde, devlet, temelde, yönetici sınıf iktidarının bir aracıdır; fakat aynı zamanda, söz konusu sınıfın, kendi çıkarlarının en iyi şekilde yeşerebileceği genel konsensüsü oluşturmak için kullanılmak zorunda olduğu bir organdır” (Eagleton, 1996, s. 92). Böylece medyayı mülkiyet yapısı bağlamında şirketlere bağlayan ekonomik yaklaşımlar ile devlete bağlayan politik yaklaşımlar klasik Marksist ekonomi politik kapsamı çerçeveler.

Toplumsal gelişme ve değişmeyi denetim altında tutmak ve/veya ona yön vermek isteyen tüm toplumsal güçler medyaya özel önem vermişlerdir. Modern, karmaşık toplumda bu önem giderek artmaktadır. Medya, günümüzde tüm toplumsal güçlerin karşılaştığı ve temsil olanaklarını arttırmak istedikleri bir alandır (Kaya, 2016, s. 402). Marksist bakış açısına göre medya alanı iktidar mücadelesinin yürütüldüğü hem yerel hem de uluslararası ölçekte toplumların gerçekliği üzerinde egemen olmaya çalışan iktidar mekanizmalarının yönetim aracına dönüşmüştür. Çünkü toplum medya yoluyla alımladığı gerçeklikle ilişkiye girer. Böylece medyada yayınlanan programlardaki temsiller toplumsal alanda gerçeklik olarak belirir. Medya gerçekliğini toplumsal gerçeklik olarak algılayan okuyucu/izleyici de egemen güçlerin yayın politikasının aracına dönüşmüş, medya yoluyla manipüle edilmiş olur.

Marksist bakış açısı bireylerin dış dünyasında cereyan eden maddi gerçekliğin olduğunu savunur. Bu maddi gerçekliğin bilinebilmesi için bireylerin özgür ve tahakküm ilişkilerinden kurtulması gerektiğini belirtir. İnsanın hem toplumsal bütünleşmesini gerçekleştirmesi hem de bireysel türsel potansiyeline ulaşması için kapitalizmin tahakkümünden kurtulması gerekmektedir (Silier, 2016). Üretim sürecinde emeğine yabancılaşan, toplumsallaşmada toplumsal ilişkilere yabancılaşan ve kendi türsel potansiyelini gerçekleştirmede kendine yabancılaşan bireyler, özgür değillerdir ve bu eşitsiz durum sömürülmeye neden olur (Bonfeld, 2013). Bu bağlamda medya da eşitsiz sömürü düzenin sürdürülmesi için egemenler tarafından egemenlerin çıkarlarını gözeterek kullanılmakta, “toplumsal gerçeklik de ters yüz edilmektedir” (Dursun, 2013, s. 43) Bu nedenle bu eşitsiz durumun ortadan kaldırılması için zihinleri manipüle eden aygıtlarla mücadele etmek gerekmektedir. Dolayısıyla yapılması gereken egemen yapıları hizmet eden medyayı ortadan kaldırmak, temsil süreçlerini ideolojik, söylemsel olarak deşifre ederek sömürülenleri aydınlatmaktır.

Marx açısından gerçeklikle görünen arasında bir uyumsuzluk vardır. Çünkü dış gerçekliğin algılanmasında iktidar yapılarının rolünün manipülatif etkisi söz konusudur. Karl Marx, bir yazısında, “şayet şeylerin görüntüsü ile özü çakışsaydı, bilim gereksiz olurdu” (Marx, 2012, s. 11) tanımlamasıyla görünen gerçekliğin arkasında daha farklı bir gerçeklik olgusunun vurgusunu yapmaktadır. Dolayısıyla ideolojik iktidar güçlerinden arındırılmış bir gerçekliğe ulaşma mümkün görünmektedir. Bu bakımdan “genellikle, Marksizm için bilgi mutlak bir tanınmadır” (Hall, 2008, s. 92). Öznenin dışında doğal ve toplumsal gerçeklik vardır, bu gerçekliğin bilinebilmesi için bireylerin özgürlük alanını ve emeğini tahakkümü altına alan iktidar aygıtlarının ortadan kaldırılması gerekmektedir. Bunun için zihinsel bir aydınlamanın tarihsel zorunluluğu ortaya çıkmaktadır. Zihinsel

aydınlanmanın önünde medyanın ekonomi politik yapısı ideolojik bir aygıt olarak engel teşkil etmektedir. Çünkü “medya endüstrisinde bütün üretici güçler, teknolojiler ve uygulamalar hangi kültürel ürünlerin üretileceği ve bunların nasıl tüketileceğini belirleyen hâkim ilişkilere göre konumlandırılırlar” (Dursun, 2013, s. 44).

Klasik Marksist bakış açısından medyanın toplumsal gerçekliği manipüle ettiği, burjuvazinin ideolojik aygıtı olarak işlediği saptaması söz konusu iken (Wayne, 2003) ideolojik anlamın nasıl meydana geldiği, kültürel anlamların medya yoluyla nasıl inşa edildiği olgusu ele alınmaz. Ekonomi politik bağlamda, okuyucu/izleyiciler medya mesajları karşısında edilgen kitle olarak düşünülür ve direk manipülasyona açıktır. “Bu bakış açısı, metinleri ve izleyici/okurları, bir sömürü sistemi olarak kapitalizmin değerlerini ve anlamlarını üretmede edilgin ve bütünüyle kapitalizm tarafından belirlenmiş bir konuma yerleştirir” (Dursun, 2013, s. 44). Direniş, kaçış, karşı ideolojik bir okuma klasik Marksist anlayışta söz konusu değildir; söylem, dil, anlam yapıları üzerine eğilip sömürü dilinin nasıl inşa edildiğine bakılmaz.

4. Kültürel Çalışmalar Okulu Açısından Medya ve Gerçeklik

Kapitalist düzlemde güç ilişkilerinin ve mücadelenin çok boyutlu olarak cereyan etmesi ve kültürün anlam noktasındaki çeşitliliğinin Klasik Marksistler tarafından göz ardı edilmesi, tarihsel izlekte Marksizm içinde çatallaşan yaklaşımların ortaya çıkmasına neden olmuştur. İdeolojik söylemler ve toplumsal çıkar arasındaki ilişkinin nasıl inşa edildiğinin sorunsalı; göstergelerin dille, tarihle, gelenekle, inançla, mitle olan ilişkisinin ne olduğunun anlaşılmasının toplumsal çelişkileri çözümlemeye gerekli olduğu yaklaşımları yapısal ve post yapısal dil ve gösterge çalışmalarını meydana getirmiştir. Klasik Marksizmin ekonomik indirgemeci problematikliğinin toplumsal formasyonu çözümlemeye yetersiz kalması, İkinci Dünya Savaşı sonrası Keynesçi politikalar ile değişen liberal kapitalist düzenin işçi sınıfı ve toplumsal hareketlerin doğuşundaki belirleyici etkisi; ırk ve feminist hareketlerin, kimliğe yönelik yeni taleplerin ortaya çıkışının etkisi Klasik Marksist geleneğin boş bıraktığı üst yapının daha derinlikli ele alınmasının önünü açtı. Hem Marksizmi geliştirme hem de klasik Marksizmin yetersizliğini aşmaya yönelik dile, kültür ürünlerine, anlamın inşasındaki bağlama yönelen çalışmalar medya çalışmalarında da yeni paradigmaları meydana getirdi. Bu bağlamda İngiliz Kültürel Çalışmalar Okulu, bu problematikğin aşılması noktasında sömürünün, tahakkümün nasıl üretildiğine yönelik Hall’ın ifadesiyle “semiyotik bir oyunun kirliliği üzerinde” (Hall, 2008, s. 88) akademik çalışmalar geliştirdi. Bu kirliliğin incelenmesinde çoklu söylemleri geliştirdi ve bu çoklu söylemleri analiz etmede disiplinlerarası çalışmalar yürüttü. İngiliz Kültürel Çalışmalar Okulu, Gramsci’den, yükselen ırk ve feminist çalışmalardan, yapısalcilik ve post yapısalcilik dil teorilerinden beslendi. Hall’a göre İngiliz Kültürel Çalışmalar’ın odaklandığı nokta Marx’ın es geçtiği olgulardı ve bu olgular karmaşık kapitalist düzeni anlamada Klasik Marksizm’in yetersiz kaldığı yerleri doldurmaya yönelik olarak gelişti. Hall’ın ifadesiyle “Marx’ın hiç söz etmediği ya da anlamış görünmediği kültür, ideoloji, dil ve simgesel olan gibi bazı meseleler” (Hall, 2008, s. 89) Kültürel Çalışmalar Okulu’nun çalışma kapsamı altına alınmıştı. Çünkü Kültürel Çalışmalar Okulu’na göre köprünün altında çok sular akmış, toplumsal formasyon bütünüyle değişmişti. Ayrıca sömürünün olduğunu söylemek direnişi örgütlemeye yetersiz görünüyordu ve bu sömürünün üzerindeki perdeyi aralayıp çıplaklığını göstermek gerekiyordu. Bütünsel kolektif bir toplumsal beden öngörüsü Kültürel Çalışmalar Okulu’nun yaklaşımları içinde mümkün görünmüyordu. Toplum çok katmanlı, dinamik, etkileşimsel, kendi içinde yaratıcı olarak tanımlandı. Klasik Marksizm’in diyalektif pasif toplum öngörüsünün aksine, Kültürel

Çalışmalar Okulu açısından toplum daima canlı olarak düşünüldü ve burjuvazinin hegemonyayı örgütleyici ideolojik stratejilerinin düşünüldüğü kadar basit çizgisel olarak amaçlarına ulaşamadığı tespitlerinde bulunuldu (Turner, 2016).

Marksist teorinin Avrupa merkezliği (Hall, 2008, s. 89), iktidarın cinsiyet yapısı (Hall, 2008, s. 95) ırk ve feminist çalışmalarla anlaşılmaya çalışıldı. Toplumsal kültürel üretimin analizinde Gramsci'nin teorik mirası devralınarak karşı hegemonyanın oluşturulmasının yolları arandı. Ekonomik indirgemeci Marksizm anlayışını terk eden Kültürel Çalışmalar Okulu'nun metinde anlamın/hegemonyanın nasıl üretildiğini çözümlenmeye çalışması iktidarın dil ve göstergeler üzerindeki işleyiş pratiğini anlamayı sağladı. Hem metne odaklanma hem de metni alımlayan izleyicinin tepkisi arasındaki ilişkinin süreç odaklı analizi medya kuruluşlarından başlayarak dolaşıma giren medya mesajlarının izleyiciler tarafından alımlanmasının yarattığı değişimler anlaşılmaya çalışıldı (Hall, 1997) Kültürel Çalışmalar Okulu'na göre metni alımlayan okuyucu/izleyici kendi toplumsal bağlamı yoluyla ilişkiye girerek metni yeniden kurar; medya kuruluşunda kodlanan metin ile alımlanan metin arasında anlam farkı meydana gelir. "Ancak kültürel çalışmalar yaklaşımında metin, sonsuz sayıda anlamın üretimine açık bir ortam değildir. Çünkü metnin kodlanması sayılan anlamlandırma sürecinin başlangıç noktasında da bir güç/ iktidar işbaşındadır ve metni belirli anlamlara doğru kapatma amacıyla yerleştirilen öğeler görülebilir ve çözümlenebilir" (Dursun, 2014, s. 73).

Geleneksel Marksist görüşte, siyasi çıkarlar, kişinin sınıflı toplumdaki toplumsal ilişkiler içindeki konumundan doğar; ama bu, post-Marksistlere göre, siyasi söylemlerimizin başka bir şeyi "yansıttığı" veya başka bir şeye "karşılık geldiği" şeklindeki Saussurecü-olmayan varsayımı gerektirir görünecektir (Eagleton, 1996, s. 285). Toplumsal alanda eşitsizliğe ve sömürüye açık olmak sadece sınıfsal bir durum değildir. Irk, cinsiyet de örtük sömürünün uygulanmasında merkezi konumdadır. Bu nedenle Klasik Marksizmin ırk ve cinsiyeti es geçmiş olması Kültürel Çalışmalar Okulu'nun yörüngesini değiştirmiştir; Klasik Marksizm içinden ilerleyerek hegemonik söylemler bağlamıyla ideolojinin üretimi ve tüketimindeki egemen dilsel kurguların iktidar odaklı gücünün deşifre edilmesini sağlamıştır.

İkinci Dünya Savaşı sonrası Avrupa'da üretim ve üretim ilişkilerinde köklü değişimler meydana gelmişti. Kamusal alanda ve iş piyasasında kadınların niceliksel artışıyla paralel, örgütlü siyasi taleplerinin varlığı, yeni iletişim teknolojilerinde televizyonun toplumun dünyayı algılamadaki belirgin rolünün ortaya çıkması toplumsal olana dair düşüncelerin çeşitlenmesine sebep olmuştur (Fiske, 1987). İşte bu noktada Kültürel Çalışmalar Okulu, bu ihtiyacı gidermeye yönelik ortaya çıkmıştı. Kültürel Çalışmalar Okulu, ana paradigma iletişim çalışmalarında psiko-davranışçı "etki" nosyonunu ideoloji alanına dönüştürerek hem hegemonyanın üretimindeki tahakkümcü bağlantıları güç ve iktidar ilişkilerine dayandırmış hem de izleyicinin medya mesajlarını alımlama pratiklerini etnografik çalışmalarla incelemiştir. Kültürel Çalışmalar Okulu'nun yaptığı etnografik çalışmalarda kitle iletişiminin kültürel işlevlerinde "kitle iletişim araçları gündelik gerçekliği günü gününe zevklerle beslemek için, aile ocağında uyumu artırmak için kullanılırlar" (Maigret, 2014, s. 188) saptamasını yapmıştır. Kültürel üretim ve tüketim süreçlerinde "çıklarlar maskesi" (Maigret, 2014, s. 189) mefhumlarını ideolojik stratejilerle ele alarak çözümlenmiştir. Klasik Marksist geleneğe ideoloji manipülasyonu gerçekleştirmek için bir strateji iken, Kültürel Çalışmalar Okulu'nda ideoloji dinamik bir hal alır ve "ideoloji yalnızca bir strateji, aldananları aldatmaya yönelik bir kurnazlık değil, bir toplumsal grubun değerlerini dile getiren anlamlandırma ve pratiklerdir" (Maigret, 2014, s. 190). Kısaca ideoloji, kültürü

anlamlandırılan maddi nesnelere ve maddi olmayan anlamlar, temsiller bütünü dinamiksel işleyişine gönderme yapmaktadır.

Klasik Marksist gelenekte egemen tek boyutludur. Sömüren ve sömürülen iki sınıf arasındaki iktidar mücadelesinde burjuvazi egemen sınıfı teşkil eder. Oysa Kültürel Çalışmalar Okulu'nun tespitlerine göre, hem egemenler hem de tahakküm altında bulunanlar içinde çeşitlilik ve farklılıklar vardır. "Egemenlerin evreni bileşik değil, çatışmalıdır, sınıf bölünmelerinin dönemseller durumlarının bir araya gelmesine dayanır" (Maigret, 2014, s. 190). Tarihsel süreçte bu sınıf bölünmelerinin örtük çıkar birlikteliği paralel hareket etmelerine sebep olur. Ayrıca bu farklı egemen sınıf örgütlenmelerin birlikteliği yeni sınıflı ittifaklarla çoğalabilir ya da azalabilir. Toplumsal uzamda sömürü çeşitlilik gösterir, kimlikler, cinsiyetler, ırklar sömürünün niteliğini oluşturmada etkilidir. "Erk yalnızca sınıf kavgasına değil, yaş, cinsiyet rollerine vb. bağlıdır, toplumsal kitlede göreceli yaygındır" (Maigret, 2014, s. 192). Dolayısıyla üretim ve üretim ilişkilerini aşan sömürü türleri vardır ve bu sömürü en mahrem yerlerde, özel alanda da kendini gösterir. Bu bağlamda kitle iletişim araçlarının rolü bu sömürü ilişkilerinin ideolojik aracı olarak işlev görmesinde aracıdır ve temsil süreçleriyle sistematik olarak işler. Kültürel çalışmaların, iktidar ve sömürü türlerini tanımlamada, dönemin siyaset felsefesinde çığır açan post yapısalcı çalışmalar etkili olmuştur. Özellikle Foucault'nun iktidar analizine yönelik çalışmaları iktidar mefhumuna çok boyutlu heterojen bakılması gerekliliğini ortaya koymuştur (Foucault: 2003; Foucault, 2007; Foucault, 2013; Foucault, 1992; Foucault, 2002).

Kültürel Çalışmalar Okulu, medya iletişim ve kültür arasındaki ilişkiyi analizinde semiyotik hegemonyanın temsil kodlarını çözümlenme gayreti göstermiş, toplumsal kültürel sınıfların temsil üzerindeki mücadele stratejilerini ele almıştır. Kültürel Çalışmalar Okulu açısından hegemonyaya karşı çoğulcu bir yaklaşım sergilemek gerekmektedir. Bütünsel işçi sınıfının uyanışı ve homojen hale gelmesi olası görünmemektedir; çünkü toplumsal uzamda kültür ve sınıf çeşitliliği Klasik Marksizm'in göremediği kadar karmaşık ve devingendir. Toplumsal sınıflar ve gruplar arasında cereyan eden mücadele stratejileri durağan değil, sürekli kendini yenilemekte ve geliştirmektedir. Baskı altındaki gruplar sanıldığı kadar pasif değildir; hegemonyaya karşı stratejiler geliştirmektedirler; hegemonyanın söylem yapılarını yapıbozuma uğratmaktadır. Yozlaştırıcı ideolojik pop kültürü tersine çevirerek karşı pop kültür yaratmaktadırlar (Turner, 2016). Bu bağlamda medya mesajlarının ideolojik yapısı ve okuyucu/izleyicinin alımlama pratiği de birbiriyle örtüşmemektedir. Dolayısıyla "metin ve okura ilişkin kültürelci yaklaşımların vurguladığı nokta, anlamın bir işaret ya da metin içinde olmadığı ve metin ile okuyucu/izleyici arasındaki diyalojik etkileşimin bir ürünü olduğudur. Dolayısıyla her metin ya a ifade, tamamlanmamış ancak dilin yaratıcı süreci içindeki bir an olarak değerlendirilmektedir" (Dursun, 2014, s. 79). Böylece Kültürel Çalışmalar Okulu "izlerkitle üyelerini başat bir üretim sisteminin edilgin nesnelere ziyade kendi durumlarını anlamlı hale getirmek için sürekli mücadele eden etkin özneler olarak görür" (Golding & Murdock, 2014, s. 51).

Klasik Marksizm ve Eleştirel Teori için medyanın doğrudan uyuşturucu etkisi bulunmakta, okuyucu/izleyici hipnotize edilmeye karşı kaçınılmaz olarak çaresiz durumdadır. Bu nedenle bu yaklaşımlar açısından okuyucu/izleyici yoktur, telkine ve manipülasyonu doğrudan açık kitleler vardır. Medyanın iktidar çıkarlarını güden metinsel ürünleri de kendini popüler kültür üzerinde gösterir. Kısaca popüler kültür ve kültür ürünleri egemen iktidar güçleri tarafından üretilmekte ve topluma empoze etmektedir. Bu nedenle popüler kültüre bütünsel olumsuz bir bakış bulunmaktadır. Diğer taraftan İngiliz Kültürel

Çalışmalar Okulu, popüler kültür ve kültür ürünlerine daha derinlikli ve seçici bakılması gerektiğini savunmaktadır. “Popüler kültürü, söylemi otoriter olan medya üzerinden eleştirmek, onu, yalnızca egemen söylemde ilişkilendirmeye yol açabilir. Onun dinamik yapısını kavramak için medya dışında gündelik hayatta yaşayan muhalefet biçimlerine, popüler kültür pratiklerine de bakılmalıdır” (Çakır, 2014, s. 264). Medya metinlerini alımlayan okuyucu/izleyici, metni yeniden kurar. Böylece medyadan alımlanan metnin çerçevesi, içeriği değişime uğrar. Kısaca, metinler, gösterler üzerinde bir mücadele cereyan eder. Cinsel, sınıfsal, sosyo-kültürel, ırksal etkenler, bu mücadelede etkilidir. “Volosinov’a göre “Göstergeler toplumu, yani mit-tüketicileri toplumu, türdeş bir bütün değildir. Sınıflar ile bölünmüştür.” Sınıf, gösterge toplumu ile uyumsuz. Yani çeşitli farklı sınıflar aynı dili kullanabilir. Farklı aksanlar her ideolojik göstergede kesişir. “Gösterge sınıf çatışmasının arenası olur” (Çakır, 2014, s. 278-279). Dolayısıyla ideolojileri meydana getiren göstergeler üzerindeki çıkar savaşı, medya metinleri üzerinde de vardır. Yapılması gereken, medya metinlerini okuyucu/izleyicinin alımlaması öncesi ve sonrası irdelemektir: Üretim, tüketim, yeniden üretim aşaması bu sürecin basamaklarını meydana getirir.

Kültürel Çalışmalar Okulu, tahakküm/hegemonya stratejilerinin meşruluğunu ve sürekliliğini sağlamada toplumsalın farklı alanlarında kendisini yenileyerek, başkalaştırarak kurduğunu söyler. “Hegemonya verili ve sürekli değildir” (Çakır, 2014, s. 288), kendini sürekli kurmak zorundadır. Toplumsalın üzerinde en belirleyici güç olan kitle medyasında, dil ve göstergeler dünyasında kendini gizleyerek amacını gerçekleştirmeye çalışır. Yalnız medya göstergeler imparatorluğunun ulaştığı okuluyu/izleyici üzerinde doğrudan bütünsel etki yapma durumu söz konusu değildir. Okuyucu/izleyici bağlamından bağımsız değildir, dolayısıyla hem hegemonya kurmak isteyen, hem de buna maruz kalanlar açısından bir mücadele söz konusudur. Göstergeler üzerinde cereyan eden mücadeleler yönetenlerin ve tabi olanların karşılaşmalarına, çekişmelerine, birbiri üstünde egemenlik kurmalarına gönderme yapmaktadır. Kısaca medya bir mücadele sahnesi olarak belirir.

Toplumda güçsüz olanların, kadınların ve beyaz olmayanların tarihi yakın geçmişe kadar sanki onlar yokmuş gibi genelde hasıraltı ediliyordu. Ancak, çoğunluğu oluşturan bu toplulukların verdiği mücadeleler sonucu onların görünürlükleri mümkün hale geldi (Çakır, 2014, s. 135). Bu doğrultuda medya çalışmaları da kapsam olarak genişledi ve çeşitlendi. Toplumsal yapıya kitlesel, bütünlüklü bakan Klasik Marksist paradigmanın aksine, Kültürel Çalışmalar Okulu baskı altında olanların iletişim üretim ve tüketim pratiklerine odaklanarak amprik etnografik medya çalışmalarını da meydana getirdi. “Bu paradigma değişikliğinin merkezinde ideolojinin, dilin toplumsal ve siyasal öneminin, göstergenin ve söylemin siyasetinin yeniden keşfi yer almaktaydı. Daha uygun bir şekilde söylendikte, ideolojinin yeniden keşfi – baskı altında tutulmanın geri dönüşü” (Hall, 2005, s. 119) rol oynadı.

5. Küresel İletişimin Yarattığı Yeni Gerçeklik

Sosyal refah devleti uygulamalarının batı toplumlarında yarattığı bolluk, savaş sonrası iş piyasasında ve kamusal alanda niceliksel olarak kadınların genişleyen özgürlük sahaları, anti kolonyal hareketler, sömürge altındaki ülkelerdeki direniş mücadeleleri 60’lı ve 70’li yıllarda gelecek tahayyülü olarak iyimser tabloların çizilmesine neden olurken; teknolojik gelişmelerle ortaya çıkan enformasyon toplumu, post-Fordist toplum (Bell, 1999), biyopolitik üretim (Hardt ve Negri, 2011a), ağ toplumu (Castells, 2013) yaklaşımları yeni bir dünyanın habercisi oldu. Liberal kapitalist tabanda yeni teknolojik gelişmelerin

varlığı dünya için olumlu olarak kucaklanırken, eleştirel ve Marksist tabanda ise emeğin üzerinde daha da şiddetlenecek bir sömürünün meydana geleceği düşüncesini yarattı. Nihayetinde 80’li yıllarda başlayan sermayenin genişlemesine engel olarak görülen devlet kontrollü Keynesçi ekonomik politikadan rekabetçi, tekelci neoliberal ekonomiye geçiş medya alanında da köklü değişiklikleri meydana getirdi. Bölgesel medya işletmelerinin küreselleşmesi, küresel düzlemde genişleyen iletişim ağlarının egemen ülkeler tarafından denetim altına alınması ve kontrol edilmesi, ülkelerarası demokratik eşit işlemeyen küresel bir medyanın doğuşuna yol açtı (Bagdikian, 2016). Böylece tekelleşmiş küresel medya yoluyla türdeş kültürlerin yaratılması olanaklı hale geldi. Birbirine benzeyen kültürlerin yaratılmasında liberal kapitalist ve burjuva değerlerinin meşrulaştırılması ile küresel kitle kültürü olgusu belirdi. Kitle kültürü tartışmalarına yeni bir boyut katan küresel kitle kültürü olgusu küresel pazarın değerlerini yerleştirmeye yönelik olarak işlemekte ve “aynı yaşam koşullarını, değerler ve öncelikler, zevkler ve normlar sistemini paylaşan bireylerin oluşturduğu dünya piyasaları yaratmak amaçlanmaktadır” (Aktaran Chevron, 2014, s. 29).

Küresel kitle kültürü yaklaşımı Amerikanlaşan öteki kültürleri tanımlarken, yeni bir Pazar mantığına da gönderme yapar. Bu yeni Pazar mantığında küresel iletişim ağları yoluyla Amerikan meşeyi yaşam stillerinin teşviki söz konusudur. Küreselleşmenin yarattığı yeni bir dünyada yaşamın tüm alanı sermaye mantığı altına alınmaya çalışılmaktadır. Küresel kitle kültürünün yaratılmasındaki temel hedef yaşamı liberal kapitalist üretim ve tüketimin buyruğuna sokmak, yaşamı bütünsel sömürüye açmaktır. “Küreselleşme süreçleri aracılığıyla, sermaye sadece tüm dünyayı buyruğu altında bir araya toplamakla kalmaz, ayrıca hayatı ekonomik değer hiyerarşisine göre düzenleyerek toplumsal yaşamı bir bütün olarak yaratır, ona yatırım yapar ve onu sömürür” (Hardt ve Negri, 2011b, s. 11). Yaşamı kendi buyruğu doğrultusunda inşa etmeye ve sömürmeye yönelik çabada küreselleşme kendini medya ve iletişim ağları yoluyla gerçekleştirmektedir.

Toplumsal kültür üzerindeki kültürel hegemonik baskının yerleştirilmesinde medyanın iktidar buyruğundaki rolünün deşifre edilmesindeki erken çalışmalarda Frankfurt Okulu’nun medya yolu ile yaratılan reklam, eğlence kültürünün toplumsallığı yıkararak kitleliliği yarattığı tespiti küresel kitle kültürünün habercisi olarak belirmişti. Klasik Marksizmin üretim ve üretim ilişkileri üzerine yoğunlaşmasına karşın Frankfurt Okulu’nun kültür alanına yönelerek kapitalist üretim mantığının kültürel yaşam üzerindeki yozlaştırıcı etkisinin bilinçleri siyasal eleştiriden uzaklaştırarak körelttiğini vurgulaması, toplumsal yaşamın niteliğini tehdit eden kontrollü kültür mühendisliği uygulamalarının ideolojik mantığının deşifre edilmesi hedeflenmişti (Kulak, 2018). Kısaca kapitalist mantık sadece üretim ve üretim ilişkilerinin insancıl doğasını tehdit etmiyordu; tüm yaşamı tehdit eden örtük baskıcı yöntemlerle amacını gerçekleştiriyordu. Amaç kitlesele üretimle beraber kitlesele tüketimi teşvik etmek için gerekli olan kitle toplumunu yaratmaktı. Kitle kültürü gündelik yaşamda sığılığı, banelliği, estetik beğeniden yoksunluğu, anlam dünyasının katılmış tek düzeliğini yansıtmaktaydı. Kitle toplumu yaratılmasında başat ülke olarak Amerika bulunmaktaydı. “Kitlesele yeniden üretimin kitleleri yeniden üretimini de beraberinde getirdiğini düşünen Benjamin’e göre, endüstriyel teknik ve yöntemlerle üretilen ve piyasa mekanizmalarıyla ihraç edilen kültür modelinin, Amerika’nın politik ve ekonomik hegemonya aygıtı olacağından çok az kişi bahseder” (Aktaran Chevron, 2014, s. 30). Neticede Amerikan merkezli küresel ölçekte yayılan kültür endüstrileri, ekonomi politik bağlamda diğer ülkeleri Amerika’ya bağımlı hale sokmuştur.

Frankfurt Okulu'nun medya yolu ile yaratılan kitle kültürü saptaması küresel kitle kültürünün habercisi iken, okulun tespitlerinde teknolojik ilerlemenin yerleşik iktidar yapılarının çıkarlarını gözettiği vurgulanmaktaydı; üretim alanındaki teknolojik gelişme sermaye emek çatışmasında emeğin daha değersizleşmesine ve üretim alanından dışlanmasına yol açmaktaydı. Emeğin yerini makinelerin alması, sermayeye karşı emeğin güçsüzleşmesine neden olurken, üretimdeki zamansal fayda üretim araçlarına sahip burjuva için sermayenin daha da artması anlamına gelmekteydi (Bottomore, 2016). Teknolojik ilerlemenin mekanik alandan dijital alana genişlemesi sermayenin hem emek üzerinde hem de kültür üzerindeki gücünü arttırdı. Kapitalist üretimin kültür üzerindeki sömürücü etkisinin, internet yolu ile dijitalleşmesi dünya ölçeğini saran küresel kitle kültürünün yaratılmasının aracına dönüştü. Böylece Frankfurt Okulu'nun kötümser kehaneti dijital ağ toplumunda daha da belirgin hale geldi. "Bu anlamda çağımızın simgesi artık atom değildir. Bu ayrıcalıklı simge işlevini "ağ" üstlenmiştir" (Chevron, 2014, s. 41). Böylece enformasyon ve iletişim teknolojilerinin dünyayı kuşatan ağ şebekeleri kapitalist tüketimin kapsamını genişletmiş, bu yeni durum liberaller tarafından iyimser süreç olarak kucaklanarak, daha şeffaf, dengeli, adil bir toplumun oluşmasının süreci olarak savunulmuştur (Pavlik, 2013). Diğer taraftan ise eleştirel bakış açısından dijitalleşen yeni dünya düzeninde sömürünün daha belirsizleşeceği ve sömürüye karşı direnişin daha zor şartlarla oluşacağı ifade edilmiştir (Fuchs, 2014).

Kapitalist sistemin Fordist üretimin krizini aşmaya yönelik, enformasyon ve iletişim teknolojilerine devlet destekli yoğunluklu yatırımları teşvik ederek krizden çıkış reçetesi olarak yeni birikim alanları yaratma çabası Castells'in ifadesiyle "ağ toplumu"nun yükselmesini hızlandırdı. Özellikle Sovyet Rusya ile Amerika arasındaki teknolojik rekabette askeri yatırımların enformasyon ağını oluşturmayı teşvik etmesinin itici gücü zamanla şirketler tarafından kontrol altına alınan küresel teknolojik iletişim ağlarının meydana gelmesine sebep olur. "Bu teknolojiler, 80'li yıllarda teknik-finansal sistemin fikir dünyasında egemenliği ele geçirmesiyle birlikte piyasa güçlerinin küreselleşme ideolojisinin temel taşına dönüşür. Küresel enformasyon toplumu, şeffaflığın ve eşitliğe dayalı mübadelelerin uzamı olarak tanımlanmaya başlanır" (Chevron, 2014, s. 45). Enformasyon ağları ile şeffaflık toplumu vurgusunun ön plana çıkması, küresel kamusal alan olgusu, demokrasi anlayışının enformasyon ağları ile daha da yayılacağı inancı, ilerleyen zaman dilimi içinde gerçekleşmeyince, teknolojiye olan inancı sarsmıştır. "Kültürel bütünleşme ve parçalanma süreçlerinden" (Lundby ve Ronning, 2014, s. 20) küresel iletişim ağının sorumlu tutulması küresel ölçekte tekelleşen medya mecrasını kültürleri yönlendirici işlevini güçlendirmiş, küresel ölçekte tekelleşen medya şirketleri yolu ile suni küresel kitle kültürü tartışmalarını daha da alevlendirmiştir.

Enformasyon teknolojileri yolu ile küresel kitle kültürünün yaratılması, "küresel ölçekte işlemekte ve ulus ötesi medya holdingleri tarafından üretilmektedir. Medya mantığı ulus ötesi sermayenin mantığıyla birleşmiştir. Ama medya kültürü içsel çelişkilerle ve hegemonyacı medya kültürüyle çeşitli alt kültürler arasındaki çatışmalarla doludur" (Lundby ve Ronning, 2014, s. 20). Egemen sermaye ideolojisinin medya yolu ile toplumlara enjekte edilmesi, doğrusal, kırılansız işlememekte, dönüşüm ve değişime karşı direniş kültürlerinin oluşmasına da neden olmaktadır. Kültürel çalışmaların içeriği, seyri ideolojik manipülasyona karşı direnç gösteren alt kültürlerin, öteki olarak damgalanan, toplumdaki dışlanan azgınlıkların, dezavantajlı grupların farklı mücadele stratejileri geliştirerek, hegemonik saldırıya karşı mücadele ettiğini ortaya koymuştur. Lakin her geçen gün yönetici sınıflar açısından daha da işlevsel ve kontrol edici hale gelen

dijital iletişim sistemleri gözetimin aracına dönüşmekle kalmamış, biyopolitik² üretim aracının merkezsiz, duvarsız aygıtına dönüşmüştür.

Medya yolu ile kültürlerin küreseleşmesinde televizyonun öncül etkisinin duyguları ve hazları türdeştiirdiği, yaşam stillerini pazar mantığının gerekliliğine göre şekillendirdiği eleştirel kuramcılar tarafından ifade edilirken (Fiske, 2014)), kapitalist liberaller tarafından batı değerleri olarak demokrasi, özgürlük, eşitlikçi toplum olgularının üçüncü dünya ülkelerine ithal edilmesinde televizyonun işlevsel bir araç olarak önemli olduğu savunuldu (Oskay, 2014). Televizyon kamerası yolu ile yaratılan gerçekliğin güncel yaşamda kamusal ilişkilerin ortak paydasını oluşturması, spordan magazine, siyasetten kültüre toplumsal iletişimin sınırlarını belirleme ve yönlendirmede zamanla kendini ideolojik aygıt olarak güçlendirdi. Fiske'nin ifadesiyle:

“Televizyon kamerası ve mikrofonu gerçekliği kaydetmez, onu kodlar: kodlama ideolojik olan bir gerçeklik *duygusu* yaratır. Dolayısıyla yeniden-sunulan gerçeklik değil ideolojidir ve bu ideolojinin etkililiği televizyonun görselliğiyle sağlanır. Böylelikle doğruluk iddiasını gerçeğin nesneliliği içinde konumlandırmaya çalışır ve dolayısıyla ürettiği her “doğrunun” gerçeklik değil ideoloji olduğu gerçeğini gizler” (Fiske, 2014, s. 30).

Televizyondaki imgeler şeyleri temsil etmekten çok, zamanı tüketir. Televizyon zaman satın alır, satar ve zamanı öldürür. Gerçek zamanı taklit eder ve bu zamanı “canlı” olarak kaydeder, zamanı anlara böler ve sözde gerçekçi betimlemelerle uzunluklara ayırır; izleyiciler ise kanal değiştirir ve hiçbir algı kuramının açıklayamacağı bir şekilde zamanı keser ve yeniden keser (Aktaran Chevron, 2014, s. 196). Dolayısıyla televizyon “nesnel gerçekliği değil kapitalizmi yeniden üretir” (Fiske, 2014, s. 30). Diğer taraftan yerleşik iktidar yapıları için mitsel derecede güçlü bir hegemonik araç haline gelen televizyona ağ tabanlı yeni teknolojiler de eklenince iktidar yapılarının karmaşıklığı Foucault'nun tanımladığı iktidar ve iktidar ilişkilerinin daha derinlikli ve rizomik hale gelmesine neden oldu. İnternet tabanlı yeni teknolojiler, üretici ve tüketici arasındaki sınırların kalkmasına yol açarken, biyopolitik üretimin yeni özneleri olan kullanıcıların özgürlük yanılsamaları algısıyla internet otobanlarında yerleşik iktidarların üretici “sanal proleterya”sına (Dyer-Witthoford, 2004) dönüşmesine yol açtı. “Ekonomik üretim, kapitalist üretimin sonuçlarının giderek toplumsal ilişkiler ve yaşam biçimleri olduğu bir süreçten geçiyor. Bir başka deyişle kapitalist üretim biyo-politik hale geliyor” (Hardt ve Negri, 2011b, s. 141). Klasik Fordist üretimde emek – zaman üretim mantığı yeni teknolojik araçlarla imaj, değer üretimi haline geldi. Sembolik, maddi olmayan üretimin önemi arttı. Üretim bandı mantığı, bilişsel kapital mantığına dönüşerek enformatik, simgesel olanın gücünü arttırdı. “Emeğin geçirdiği mevcut dönüşüm” (Hardt ve Negri, 2011b, s. 141) karşı yeni bir direniş gücü oluşturma noktasında olumlu karşılanırken, üretimin ve tüketimin aynı öznelik üzerinden meydana gelmesinin yarattığı iktidarın belirsizliği ise gelecek için daha olumsuz senaryoları ortaya koymaktadır. Çünkü, “günümüz dünyasında iktidar çok daha görünmez patikalara sahiptir. Mimari yapının yerini elektronik mimari almıştır. Hemen her köşe başına konulan kameralardan edinilen görüntü kayıtları, cep telefonlarının yaydığı sinyaller, bilgisayar IP numaraları, e-posta takip sistemleri, ilerisi, uzaya fırlatılan uydular aracılığıyla tüm dünya gözetim altında tutulmaktadır” (Toprak ve diğerleri, 2014, s. 146-147).

Küresel kamusal alan tartışmaları için bir zemin oluşturan internet ortamının interaktiviteyi olumlayıcı, teşvik edici özelliği zaman zaman direniş örgütlenmelerinde işlevsel olarak karşımıza çıkmaktadır (Baley ve diğerleri, 2015). Diğer taraftan. biyopolitik kapitalist üretim mantığının toplumsal ilişkileri ele geçirme ve yönetmede

öznelerin internet ortamı üzerinden oluşturdukları yaratıcı pratikleri yoluyla kendini yeniden kurguladığını da görmekteyiz. İnternetin algoritmatic takip sistemleri, öznenin sanal ağ üzerinden her adımını takip ederek, kullanım pratiklerini saptarken, dijital izlerini de iktidarının gözetim nesnesi haline getirir. Dolayısıyla internet ortamı üzerinde dile getiren özgürlükçü kamusal alan tartışmalarına karşı internet mülkiyetinin kamusal olana ait olmadığı, devlet ve şirket iktidarları tarafından kontrol edildiği, sınırlarının saptandığı Marksist kanat tarafından şiddetle dile getirilmektedir (Fuchs, 2015). Bu bakımdan, “medya mülkiyeti, yöneten sınıfın medya kurumlarını denetleyebilmesinin temel aracı olarak düşünülür. Ekonomi-politik yaklaşım en sonunda bizi, kapitalistlerin sahip olduğu medya kararlarının ve medya içeriğinin ekonomik iktidara sahip olanları kayıracağı beklentisine iter” (Shoemaker ve Rees, 2014, s. 106).

6. Modern Biyo-Politika’dan Post-Modern Biyo-Politika’ya

Siyaset bilimi ve felsefesinin temel sorunsallarından biri de biyo-politika kavramıdır. Bir iktidar mefhumu olarak Michel Foucault tarafından siyaset felsefesinde kullanımı genişleyen biyo-politika kavramı toplumsalın içinde cereyan eden iktidar tanımlamasına gönderme yapar. Foucault açısından biyo-politika 17. yüzyılla başlayan ve geleneksel iktidar (krallık, derebeylik dönemi feodal sistemler) sonrası ortaya çıkan modern iktidarın akılsallığının tanımlayıcı kavramı olarak ele alınır. Biyo-politika modern devletlerin kurulmasıyla beraber liberal kapitalist yönetim teknolojilerinin toplumsalı kurma ve onu yönetme stratejilerini içinde barındırır. Aydınlanma sonrası batıda gerçekleşen köklü ekonomik, sosyal, kültürel değişimler nüfuslar üzerinde yeni yönetim teknolojilerinin de değişimini meydana getirmiş, özellikle toplumsal emeğin hem kontrolü hem de yönetimi bağlamında yeni yönetimsellik aklını geliştirmiştir. Bu bakımdan Foucault’nun *College de France*’da “Güvenlik, Toprak, Nüfus” başlığı altında ele aldığı ders sunumlarında bu değişim tarihsel olarak ele alınmış ve iktidarın tarihsel dönüşümü analiz edilmiştir (Foucault, 2013). Biyo-politika bir iktidar fenomenine gönderme yapar ve modern yönetim teknolojilerinin hem özne hem de toplum üzerindeki yönetim aklını tanımlar. Foucault açısından 17. yüzyılda başlayan yeni yönetim teknolojileri tüm toplumsalı kendi boyunduruğu altına alacak şekilde inşa ettiği söylemsel yapılarla yeniden kurmuştur. Tarihsel süreçte bu yönetim teknolojileri öznelerin bedenlerine yerleşmiş ve öznenin varlığı devletlerin yönetim aklıyla bütünleşmiştir. Dolayısıyla biyo-politika bir öznellik projesi olarak belirmiş, bedenin kurulumunu ve yönetişimini amaç edinmiştir. Foucault açısından modern iktidar teknolojilerinin yaşam üzerindeki yönetsel aklı, üretimin ve verimliliğin güvenliğine dayanmaktadır (Foucault, 2015a). Yani temel amaç biyo-politik süreçte emeğin yönetimine dayanır. Bu bakımdan biyo-politik tasarı, gücünü öznenin kurulumundan alır. Çünkü biyo-politika bedenlerin yönetişimini merkeze alır ve değerler, inançlar, arzular üzerinde belirlenimci olarak kendini gerçekleştirir. “Foucault’ya göre disipline edici olmayan ancak onu aşan bu biyo-politikanın uygulandığı yer, bedenle ilgilenen disiplinden farklı olarak, insanların yaşamlarıdır; başka deyişle, anatomo-politika beden-insan ile ilgilenirken biyo-politika yaşayan yani canlı bir varlık olan tür-insan ile ilgilenir” (Koloş, 2015, s. 273).

Biyo-politika bir bütün olarak toplumsal hayata yönelir, ancak aynı zamanda bireylerin gündelik hayatlarının en mahrem detaylarını da kapsar (Lemke, 2013, s. 95). Bu nedenle modernliğin cinselliği ve hazların kurulumu da biyo-politik aklın yönetimselliği tarafından kontrol edilir ve denetlenir. Kısaca biyo-politika, öznenin başlayıp toplumsalın tüm bedenini saran yönetim teknolojilerinin bütünselliğini tanımlarken, Deleuze tarafından da bu yaklaşım “kontrol toplumu” (Deleuze, 2013). kavramsallaştırmasıyla ifade edilir.

Toplumsal kontrol aracı olarak biyo-politika, modern devletin yönetim teknolojileriyle karmaşıklaşan iktidarın doğası ile toplumsal ilişkilere sızmış ağlar düzeyinde kendini gösteren iktidar ilişkilerini tanımlar. Liberal kapitalist sistemin yönetim sanatı olarak ortaya çıkan ve tarihsel süreçte söylemsel yapılarla hakikatin kurulumunu yaratan stratejilerde liberal özgürlüğün esasları biyo-politik aklı meydana getirmiştir. Liberalizmin özgürlük tahayyülünde verimliliğin selameti için yaşama sürekli müdahale edilir, yaşam yönetim teknolojileri ile kontrol edilir. Çünkü liberal mantık özgürlüğü üretimin esaslarına göre düzenler ve inşa eder. “Liberalizm özgürlüğü kabul eden değildir. Onu her an inşa etmeye, ortaya çıkarmaya, üretmeye niyet edendir” (Foucault, 2015a, s. 55-56). Özgürlüğü inşa süreçleri, gözetlemeyi, denetlemeyi, yasaklamayı, normalleştirmeyi, anormalleştirmeyi yaratarak neyin değerli neyin değersiz olduğunu belirler. Foucault açısından da bu süreç “panoptikon” kavramsallaştırması adını verdiği gözetim tekniğidir. Yani, hem özne hem toplumsal beden yönetim teknolojilerinin süreksiz gözetimi altındadır. “Panoptikon, liberal bir yönetimin esas formülüdür” (Foucault, 2015a, s. 58). Amaç öznenin başlayıp toplumsal bedenin tamamını kuşatmak ve yönetmektir.

Modern iktidarın gözetim ve denetleme mantığına işaret eden “panoptikon” kavramı, “yönetimsel akılsallığın temel ilkesi” (Foucault, 2015a, s. 6) olarak 18. yüzyılda doğmuştur. Toplumsal ıslahı ve yönetimi gerçekleştirme olarak genişleyen “panoptikon” aklı, internet çağıyla yeni bir döneme geçer. Geleneksel “panoptikon” süreçlerinde mekan içinde özne gözetilir ve disipline edinilir. İnternetle beraber, mekana hapsedilen, yatay uzamda mekan tanımlayan disiplin ve kontrol mekanizmaları sanal ortama taşınır ve mekan-zaman baskısını ortadan kaldıran yeni bir sürece geçilir. İnternetle beraber, biyo-politik akıl modern dönemden post-modern döneme evrilerek gözetlemeyi zamansızlaştırır. Özne ve toplumsal beden yeni enformasyon ve iletişim teknolojileriyle sürekli kontrol ve denetim altına alır. İnternetin yarattığı yeni medya ortamlarının iktidar yapılarına sağladığı gözetleme, denetleme ve elde ettiği veriler üzerinden stratejiler geliştirme eleştirel yaklaşımlar tarafından yeni bir “panoptikon” çağı olarak ifade edilir: “dataveillance” (Clarke, 2015), “süperpanoptikon” (Poster, 2007), “panoptikon sörf” (Gandy, 1993), “elektronik panoptikon” (Lyon, 2006). Yeni “panoptikon” (gözetleme, denetleme) çağında internet alanı Foucault’nun “panoptikon” kavramsallaştırmasından farklı olarak tanımlanır. Çünkü gözetleme belirsiz ve süreksizdir. Yeni “panoptikon”un öznesi de modern biyo-politik öznenin farklıdır. İnternetin yarattığı sosyalleşme süreçleri özneye daha özgürlük alanları yaratarak, yeni bir öznellik ekonomisini meydana getirmektedir. Çünkü bu yeni biyopolitik süreçte, asıl gözetlemenin niteliğini belirleyen üretim ve emeğin yeni formülasyonudur. Emeğin yeni formülasyonunda kullanıcının internet mecralarındaki varlığı iktisadi değer yaratma olarak belirmiş, iletişim eş zamanlı olarak üretime dönüşmüştür. Dolayısıyla özgürlük pratiği içinde kendine yer bulan iktidarların sömürü mantığı yeni medya ile toplumsal ilişkileri kendine mal ederek, özgürlük/tahakküm ayrımını daha da iç içe geçirmektedir. Bu bağlamda Negri’nin saptaması, siber alan üzerinde iletişimin özgürlükçü pratiğine daha eleştirel bakmamızı zorunlu kılıyor:

Deleuze ve Guattari’nin dediği gibi, “siyaset felsefesinin temel sorunu hala Spinoza’nın tüm çıplaklığıyla gördüğü (ve Wilhem Reich’in yeniden keşfettiği) bir sorundur. İnsanlar neden kölelikleri için sanki kurtuluşlarıymış gibi canla başka savaşıyor?” Bugün siyaset felsefesinin ilk sorusu direniş ve isyanın olup olmayacağı ya da niçin olacağı değil, isyan edilecek düşmanın nasıl belirleneceğidir. Gerçekten de düşmanı tayin edememek direniş iradesini sıklıkla paradoksal döngülere sokan şeydir. Bununla birlikte sömürünün artık

özel bir yerinin olmadığı ve artık özel farkı ya da ölçüleri belirlenemeyeceğimiz kadar derin ve karmaşık bir iktidar sistemine gömüldüğümüz düşünülürse, düşmanı tayin etmek hiç de azımsanacak bir iş değildir. Düşmanlarımız olan sömürü, yabancılaştırma ve ast-üst ilişkilerinin yol açtığı sıkıntıyı yaşıyoruz ama baskı üretiminin konumunu bilmiyoruz. Ve buna rağmen hala direniyor hala mücadele ediyoruz (Hardt & Negri, 2015, s. 218)

Emeğin yaratıcı ve iletişimsel pratiklerinin küresel iletişim ağında kapitalizmin toplumsala dair olana yönelik genişlemesi çağdaş medyanın sınırlarını daha belirsiz hale getirirken, iktidar ekonomisinin daha heterojen yapısına gönderme yapmaktadır. “Ağ tabanlı *biyoiktidar* ilişkileri ile” (Cote & Pybus, 2014, s. 248) iktidar daha belirsiz hale gelirken, değişken ve esnek kimliklerin içine sızarak toplumsal yarar/politik bilincin karşısına narsist, tekil bireyci kimliklerin oluşmasına neden olmaktadır. Kısaca özgürlük kırıntılarına karşın, internet ortamı toplumsal fabrika³ olarak işliyor ve sermayenin çağdaş hammaddesi olarak toplumsal kültürün sosyal ve politik ilişkilerinin içine sızmaktadır. Dolayısıyla yeni medya ile ortaya çıkan interaktivite, kontrol, gözetim, özgürlük paradoksu internetin hem ekonomi-politik hem de kültürel işlevi olarak çok yönlü ele alınmasını gerektirmektedir. Çünkü “gözetleme ve teşhir küresel ölçekte gerçekleşmekte, herkes görünür kılınmakta, denetim küresel düzeyde olmaktadır. Denetim artık bir devlet egemenliği değil, küresel güçlerin dezenformasyon da yapabilme gücüdür” (Çakır, 2014, s. 332). Ulusal sınırları aşan internetin karakteristik doğasına bu nedenle çok boyutlu eleştirel düzlemde ele alınmalı. “Kimlerin elinde olduğuna, kimlerin denetlediğine, kimler için kullanıldığına bakılmalıdır” (Çakır, 2014, s. 368).

7. Küresel Biyo-Politik Çağda Değişen Medya ve Gerçeklik İlişkisi

Yeni medya ile birlikte üretim-tüketim ve yeniden-üretim süreçleri değişmiş, izleyiciden kullanıcıya, tüketiciden üreten tüketicilere doğru önemli bir dönüşüm geçirmiştir (Çakır, 2014, s. 382). Böylece dijital teknolojiler yoluyla “emek ve yaşam arasındaki, üretim ve yeniden üretim arasındaki sınırların giderek bulanıklaştığını” (Hardt ve Negri, 2011b, s. 144) görmekteyiz. Üretim alanının maddi olandan enformatik sembolik olana doğru evrim geçirmesi, maddi üretimin emek-zaman ölçümünü yerinden etmesi klasik iktisadın üretim ve tüketim formülasyonlarının sınırlarını da aşındırmaktadır. Arz talep dengesinin niceliksel formunun imaj tüketimiyle nitelik alanına kayması belirsiz emek formülasyonlarının ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Çünkü kapitalizmin değer üretici mantığının gündelik yaşamın içine sızması, en sıradan ilişkilerde bile yer edinmeye çalışması yaşamın değersel anlamının sermayenin çıkarlarını güçlendiren şekilde evrilmesine neden olmaktadır. Kapitalist sermaye mantığının bireyin kişiliğine doğru sızmasının ortaya çıkardığı yeni kesit kapitalist küreselleşmeyle hızlanmış, gerçeklik giderek imajların içine yerleştirilmiş, küresel ölçekte dolaşan sembolik göstergeler, gerçekliğin yerine geçerek kendilerini kişilik performanslarına yerleştirmiştir.

Geleneksel medya döneminde güç ve iktidar dolaylı medya mesajları okuyucu/izleyici üzerinde doğrusal bir etkide bulunma gücünü taşıırken, küresel biyo-politik çağla beraber özneler de siber alanlarda içerik üretimi yapabilme potansiyeline ulaşmış ve oluşturdukları enformasyon ile toplumsala yaratan gerçeklik üzerinde belirleyici konuma gelmiştir. Geleneksel medya döneminde eleştirel/Marksist yaklaşımların iktidar güdümlü “çarpıtılmış iletişim” (Baker, 2015, s. 41) eksenini etrafından medya mesajlarını analiz etmelerine karşın, siber alanlarda her öznenin kendi gerçekliğini yaratma gücüne ulaşması, medya/gerçeklik ilişkisini yeni bir evreye sokmuş ve gerçekliğin ne olduğunu anlamayı güçleştirmiştir. Bu bakımdan küresel boyutta her öznenin siber alanlarda yeni bir gerçeklik yaratma gücü, medya/gerçeklik ilişkisini akışkan,

belirsiz ve sınırsızlaştırmıştır. Siber uzamın küresel biyo-politik iktidar gücü olarak işlev görmesinin yanında, kullanıcıların ağ tabanları üzerinde gönüllü katılım ile kendi gerçekliklerini yaratarak oluşturdukları enformasyon ile aynı zamanda ağ şirketlerine iktisadi değer kazandırmaktadırlar. Bu bakımdan, küresel ölçekteki ağ tabanları yeni bir yönetim akılsallığı bağlamıyla var olurken, kullanıcının yarattığı enformasyon içeriğinin oluşturduğu yeni gerçeklik olgusu, geleneksel medya/izleyici ilişkisini yerinden ederken ağ üzerinde enformasyonun aynı zamanda birikim değerine de dönüşmesine yol açmaktadır. Dolayısıyla, geleneksel biyo-politik dönemde emeğin kontrolü ve yönetimi için oluşturulmuş yönetim teknolojileri -bu yönetim teknolojileri mekânlar ve yasalar bağlamıyla Foucault tarafından söylemsel yapılar adı altında ifade edilir - dijital çağda, bedenleri, yaşamı kuşatmaz bizzat onu siber alanlarda iktisadi değer oluşturma bağlamıyla serbest bırakır ve katılım için ağ mimarisi sık sık yenilenerek kullanıcının katılımı için cazip hale getirilir. Kullanıcı açısından siber alanın hem toplumsal iletişim hem de sosyal sermayenin inşa edildiği alan olarak kavranması ve bu doğrultuda kullanıcının enformasyon oluşturarak kendi gerçekliğini yaratması mümkün iken, ağ içinde iletişimin niteliğini belirleyen ağ mimarisi ise kullanıcıyı kendi boyunduruğu altına alarak onun oluşturduğu içerik üzerinde sömürücü etkiyi yaratmaktadır.

Geleneksel kitle medyasında iletişimin tek yönlü olarak meydana gelmesi, izleyici üzerinde ideoloji, manipülasyon, dezenformasyon olgularını yaratmaktaydı. Yeni dijital teknolojilerle beraber kullanıcının da içerik üretimi yapabilmesi hem enformasyon üzerinde kullanıcının yükselişini olanaklı kılmış hem de kullanıcının da manipülasyon/dezenformasyon yaratmasının önünü açmıştır. Bu bakımdan medya ve gerçeklik ilişkisi de yeni medya teknolojileriyle büsbütün değişmiştir. Geleneksel medyanın egemen olduğu tarihsellikte medya ve kitle arasındaki ilişkinin hiyerarşik tek yönlü meydana gelmesi, medyanın gerçeklik üzerindeki belirleyici etkisini analiz etmede ideolojik/metinsel analizler ile mümkün iken, güncel dünyada iktidar fenomenlerinin birer ajanına dönüşmüş kullanıcının internet mecrasındaki pratikleri de bizzat gerçekliğin yeniden inşası üzerinde belirleyicidir. Dolayısıyla dijital teknolojilerle içerik üretimine dâhil olan toplumsal öznelerin sosyal mecra pratikleri, gerçeklik ve medya ilişkisini tanımlamada geleneksel anlayışı daha da karmaşık, devingen hale sokmuştur. Bir taraftan gözetleme ile kullanıcı pratiklerini kendi çıkarları doğrultusunda telkine sevk etmeye çalışan dijital mecra iktidarları, diğer taraftan süreksiz içerik üretimin gücüne sahip olan kullanıcı yığınları, gerçekliğin ne olduğunu anlamayı büsbütün zorlaştırmaktadır. Virilio'nun alegorik ifadesiyle çağdaş dijital küresel çağda "dünyanın sonu su baskınlarıyla değil, ses ve görüntü dalgalarıyla gelecektir belki de" (Virilio, 2003, s. 30). Çünkü herkesin sosyal mecralarda konuşması gerçekliğin sesinin boğulmasına yol açmakta, "gerçek enformasyon devriminin aslında sanal dezenformasyonu devrimi (Virilio, 2003, s. 105) yarattığı olgusunu meydana getirmektedir.

Sonuç

Medyanın tarihsel serüveni, ideolojik bağlamda güç ve iktidar ile ilişkisi gerçeklik üzerinde belirleyici erk olarak işlev görürken bu olgu dijital çağda büsbütün dönüşüme uğramıştır. Artık gerçeklik, sadece geleneksel medya yoluyla yukardan doğrusal, kitlelere doğru hareket etmemekte, sanal mecralar yoluyla karmaşık, heterojen, akışkan bağlamda toplumla ilişkiye geçmektedir. Geleneksel medya yolu ile gerçeklik ve kültür üzerinde yönlendirici etki yaratan medya iktidarlarına dijital kullanıcılar da eklenmiştir. Dijital alanlarla kullanıcının yükselişi, enformasyon üretim ve tüketimin sınırlarını süreksizleştirmiş, gerçekliğin zemin kaymasını daha da şiddetlendirmiştir. Küresel

ölçekte hem gerçeklik üzerinde belirleyici olan hem de küresel biyo-politik toplum yaratma işlevi olarak yeni dijital alanlar, kullanıcıya içerik üretim sahası açmış, diğer taraftan kullanıcının ağ pratikleri, ağ şirketlerinin birer hammaddesine dönüşmüştür. Bu nedenle dijital alanlar alternatif sesler için bir alan yaratmış olsa da gerçek yaşamdaki çelişkilerin devamlılığını sürdürmede iktidar yapıları için işlevsel bir araca dönüşmüş, gerçekliğin enformasyon patlamasıyla dijital alanlarda can çekişmesine yol açmıştır.

Her kullanıcının siber uzamlarda kendi gerçekliğini yaratabilme gücü, medya/gerçeklik ilişkisini yeni bir boyuta taşımış, medya yolu ile oluşturulan gerçekliğin ne olduğu sorunsalını daha çetrefilli hale getirmiştir. Bunun yanında, siber alanlarda özel alan ile kamusal alan, iletişim ile üretimin de iç içe geçmesi, enformasyonun birikime, iletişimin üretime dönüşmesine yol açmış, emek üzerinde yeni bir biyo-politik aklın oluşmasına sebep olmuştur. Dijital dünyada üretilen her simgesel pratiğinin toplumsallaşan sermayeye değer kazandırdığı güncel yaşamda, siber alanda dolaşımda olan her sembolik gösterge meta değeri taşımaktadır. Çünkü, “emek ve değer artık biyopolitiktir, çünkü yaşamak ve üretmek birbirinden neredeyse ayırt edilemez hale gelmiştir. Yaşamın tamamı üretim ve yeniden üretimle dolu hale geldikçe, toplumsal yaşamın kendisi bir üretici makine haline geliyor” (Hardt & Negri, 2011a, s. 164). Bu bakımdan siber uzamlarda mikro alanlarda kendi gerçekliklerini yaratan kullanıcıların yaşam pratikleri toplumsal uzamın yeni gerçeklik imgelerini oluştururken siber alanın kolektif enformasyonu da ağ şirketleri için biyo-politik güç oluşturarak toplumsallığın iletişimsel boyutunu sermaye aklına dönüştürmektedir.

Notlar

1 Fenomen (Fransızca: phénomène kelimesinden, Yunanca: phainomena, İngilizce: phenomenon) veya görüngü, duyularla algılanabilen şey. Fenomen kelimesi, bazılarınca sadece şaşırtıcı şeyler için kullanılsa da, genel kullanımda böyle bir anlamı bulunmamaktadır.

Felsefede somut, algılanabilir ve denenebilir olay ve nesne demektir. Bir nesne, olay ya da sürecin nesnel gerçekliğini vurgulayan bir ifadedir. Fenomenoloji terimi ilk kez 1764’de J.H.Lambert tarafından, Yeni Organon (Neues Organon) adlı eserinin dördüncü bölümü Nesnel Görünüşlerin Teorisi’nde ileri sürdüğü görüşü belirtmek için kullanıldı. Kant, fenomeni, 1786 yılında Doğa Biliminin Metafizik Başlangıç Temelleri adlı eserinde, duyularla algılanamayan mutlak gerçek anlamında kullandığı numen terimine karşıt olarak, duyularla algılanabilen şeyler için kullanmıştır.

(<http://www.fenomen.org/fenomenoloji.html>)

2 Burada biyo-politikayı Foucault’dan referansla kullanıyoruz. 17. yüzyılla beraber kentleşmenin meydana gelmesi kent yaşamının sürekliliği ve verimliliği için bir dizi yapısal dönüşümleri zorunlu kılmaktaydı. Veba hastalığına karşı oluşturulan hastanelerin zamanla kurumsallaşması, hijyen ve sağlığa verilen önemin bir tıp dili yaratması, kentin güvenliği için polis teşkilatının kurulması, suçluların kent güvenliğini tehdit etmesine karşın hapishanelerin kurulmasıyla kriminoloji biliminin gelişmesi, verimliliğin artırılması ve sürekliliği için uygunsuz ve sağlıksız olanların iyileştirilmesi için psikiyatri biliminin ortaya çıkması temelde liberal iktisat mantığının sürekliliği için oluşturulmuş kurumsal yapılarıdır. Bu doğrultuda kurumlar aracılığıyla liberal akılsallığı sürdürmek için öznenin kurumsal mekanizmalarla ve yaratılan hakikat söylemleriyle kontrol altına alınması, denetlenmesi, ıslah edilmesi “hakikat rejimlerinin” yaratılmasına sebep oldu. İşte bu doğrultuda bu hakikat rejimleriyle örülen ve kurulan özneler üzerinde meydana gelen iktidar yönetimselliğine Foucault “biyopolitika” adını vermiştir. Ayrıntılı bilgi için bkz. Foucault, Biyopolitikanın Doğuşu, 2015

3 Toplumsal fabrika, liberal kapitalist üretim aklının toplumsala doğru genişlemesine gönderme yapan kavramsal çerçeveyi tanımlar. İlk olarak Mario Tronti tarafından kullanılmıştır.

Kaynakça

Althusser, L. (2010). *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları* (Cilt 4. Baskı). (A. Tümertekin, Çev.) İstanbul: İthaki.

Appadurai, A. (1996). *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minnesota : University of Minnesota Press.

- Bagdikian, B. H. (2016). *Yeni Medya Tekeli*. (E. Eminel, Çev.) Ankara: Akılçelen .
- Baley, O. G., Cammaerts, B., & Carpender, N. (2015). *Alternatif Medyayı Anlamak*. (Ç. Öztürk, Çev.) İstanbul: Kafka.
- Bell, D. (1999). *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*. New York: Basic Books.
- Bonefeld, W. (2013). *Yıkıcı Akıl ve Olumsuzlama*. (Ö. Yalçın, Çev.) İstanbul: Otonom.
- Bottomore, T. (2016). *Frankfurt Okulu ve Eleştirisi*. (Ü. H. Yolsal, Çev.) İstanbul: Say.
- Castells, M. (2013). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür*. (E. Kılıç, Çev.) İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Chevron, N. T. (2014). *Küresel İletişim*. İstanbul: Ekslibris Yayıncılık.
- Clark, T. (2017). *Sanat ve Propaganda*. (E. Hoşsucu, Çev.) İstanbul: Ayrıntı.
- Clarke, R. (2015). *Information Technology and Dataveillance*. Canberra: Ashgate Library .
- Cote, M., & Pybus, J. (2014). Maddi Olmayan Emek 2.0'ı Öğrenme. M. Peters, & E. Bulut içinde, *Bilişsel Kapitalizm, Eğitim ve Dijital Emek2014* (D. Öz, Çev., s. 240-270). Ankara: NotaBene.
- Çakır, M. (2014). *Görsel Kültür ve Küresel Kitle Kültürü*. Ankara: Ütopya.
- Deleuze, G. (2013). *Foucault*. (B. Yalım, & E. Koyuncu, Çev.) İstanbul: Norgunk Yayıncılık.
- Dijk, J. V. (2018). *Ağ Toplum*. (Ö. Sakin, Çev.) İstanbul: Kafka.
- Dursun, Ç. (2013). *İletişim Kuram Kritik*. Ankara: İmge.
- Dursun, Ç. (2014). *TV Haberlerinde İdeoloji*. Ankara: İmge.
- Dyer-Witheford, N. (2004). *Siber Marx, Yüksek Teknoloji Çağında Sınıf Mücadelesi*. İstanbul: Aykırı.
- Eagleton, T. (1996). *İdeoloji*. İstanbul: Ayrıntı.
- Fiske, J. (1987). *Television Culture: Popular Pleasures and Politics*. Padstow, Cornwall: TJ International Ltd.
- Fiske, J. (2014). Postmodernizm ve Televizyon. S. İrvan (Dü.) içinde, *Medya, Kültür, Siyaset* (N. Gürkan, Çev., s. 29-48). Ankara: Pharmakon.
- Foucault, M. (1992). *Hapishanenin Doğuşu*. (M. A. Kılıçbay, Çev.) Ankara: İmge.
- Foucault, M. (2002). *Toplum Savunmak Gerekir*. (O. Türkay, Dü., & Ş. Aktaş, Çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Foucault, M. (2003). *Abnormal, Lectures at the College de France 1974...1975*. (G. Burchell, Çev.) London: Verso.
- Foucault, M. (2007). *Cinselliğin Tarihi*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Foucault, M. (2012). *Bilme İstenci Üzerine Dersler*. (K. Eksen, Çev.) İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Foucault, M. (2013). *Güvenlik, Toprak, Nüfus*. (F. Taylan, Çev.) İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Foucault, M. (2015a). *Biyopolitikanın Doğuşu*. (A. Tayla, Çev.) İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

- Fuchs, C. (2014). *Social Media a critical introduction*. London: SAGE Publications.
- Fuchs, C. (2015). *Dijital Emek ve Karl Marx*. (T. Kalaycı, & S. Oğuz, Çev.) Ankara: NotaBene.
- Gandy, O. H. (1993). *The Panoptic Sort: A Political Economy Of Personal Information*. Boulder, Colorado: Westview Press.
- Golding, P., & Murdock, G. (2014). Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik. S. İrvan (Dü.) içinde, *Medya, Kültür, Siyaset* (N. Gürkan, Çev., s. 49-75). Ankara: Pharmakon.
- Hall, S. (1997). The Work of Representation. S. Hall (Dü.) içinde, *Representation* (s. 13-75). London: Sage Publication.
- Hall, S. (2005). İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulanın Geri Dönüşü. M. Küçük (Dü.) içinde, *Medya, İktidar, İdeoloji* (M. Küçük, Çev., s. 73-122). Ankara: Bilim ve Sanat.
- Hall, S. (2008). Kültürel Çalışmalar ve Teorik Mirası. S. Çelenk (Dü.) içinde, *İletişim Çalışmalarında Kırılmalar Uzlaşmalar* (S. Çelenk, & A. Arslan, Çev., s. 85-114). Ankara: DeKi.
- Hardt, M., & Negri, A. (2011a). *Çokluk*. (B. Yıldırım, Çev.) İstanbul: Ayrıntı.
- Hardt, M., & Negri, A. (2011a). *Çokluk*. (B. Yıldırım, Çev.) İstanbul: Ayrıntı.
- Hardt, M., & Negri, A. (2011b). *Ortak Zenginlik*. İstanbul: Ayrıntı.
- Hardt, M., & Negri, A. (2015). *İmparatorluk*. (A. Yılmaz, Çev.) İstanbul: Ayrıntı.
- Kaya, R. (2016). *İktidar Yumağı ve Medya-Devlet-Sermaye*. Ankara: İmge.
- Keane, J. (2015). *Medya ve Demokrasi*. (H. Şahin, Çev.) İstanbul: Ayrıntı.
- Koloş, U. (2015). *Foucault, İktidar ve Hukuk*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Kulak, Ö. (2018). *Theodor Adorno: Kültür Endüstrisinin Kıskaçında Kültür*. İstanbul: İthakki.
- Lemke, T. (2013). *Biyopolitika*. (U. Özmakas, Çev.) İstanbul: İletişim.
- Lippman, W. (1922). *Public Opinion*. New York: Macmillan.
- Lundby, K., & Ronning, H. (2014). Medya, Kültür, İletişim: Medya Kültürü Aracılığıyla Modernliğin Yorumlanması. S. İrvan (Dü.) içinde, *Medya, Kültür, Siyaset* (N. Gürkan, Çev., s. 13-27). Ankara: Pharmakon.
- Lyon, D. (2006). *An Electronic Panopticon? A Sociological Critique of Surveillance Theory*. Oxfordshire England: Willan Publishing.
- Maigret, E. (2014). *Medya ve İletişim Sosyolojisi*. İstanbul: İletişim.
- Marx, K. (2012). *Basın Özgürlüğü Üzerine*. (Ö. Kulak, & K. Gülenç, Çev.) Ankara: Dipnot.
- McLuhan, M. (2001). *Gutenberg Glaksisi*. (G. Ç. Güven, Çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Oranlı, İ. (2012). Biyopolitikanın Doğuşu ve Foucaultcu Eleştiri. *Cogito*(70-71), 39-51.
- Oskay, Ü. (2014). *Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri*. İstanbul: İnkılap.
- Özden, Ö. (2016). Biyolojik Ufka Karşı İki Modern: Agnes Heller Ferenc Feher. O. Kartal içinde, *Biyopolitika, Foucault'dan Günümüze Biyopolitikanın İzdüşümleri* (Cilt 2, s. 87-108). Ankara: NotaBene.
- Pavlik, J. V. (2013). *Yeni Medya ve Gazetecilik*. (M. Demir, & B. Kalsın, Çev.) İstanbul: PHOENIX YAYINEVİ.

- Poster, M. (2007). *The Mode of Information: Poststructuralism and Social Context*. Cambridge: Politty Press.
- Poulantzas, N. A. (2000). *State, Power, Socialism*. London: Verso.
- Shoemaker, P., & Rees, S. (2014). İdeolojinin Medya İçeriği Üzerindeki Etkisi. S. İrvan (Dü.) içinde, *Medya, Kültür, Siyaset* (S. İrvan, Çev., s. 97-132). Ankara: Pharmakon.
- Silier, Y. (2016). *Özgürlük Yanılsaması, Marx ve Rousseau* (5. Basım b.). İstanbul: Yordam Kitap.
- Tekelioğlu, O. (2003). *Foucault Sosyolojisi*. Bursa: Alfa Aktüel.
- Toprak, A., Yıldırım, A., Aygül, E., Binark, M., Börekçi, S., & Çomu, T. (2014). *Toplumsal Paylaşım Ağı facebook*. İstanbul: Kalkedon.
- Tujan Jr., A. (2017). *Lenin's Imperialism in the 21st Century*. Quezon City: Institute of Political Economy.
- Turner, G. (2003). *British Cultural Studies*. London: Routledge.
- Turner, G. (2016). *İngiliz Kültürel Çalışmaları*. (B. Özçetin, & D. Özçetin, Çev.) İstanbul: Heretik Yayıncılık.
- Virilio, P. (2003). *Enformasyon Bombası*. (K. Şahin, Çev.) İstanbul: Metis.
- Wayne, M. (2003). *Marxism And Media Studies*. London: Pluto Press.

Rethinking the Relationship Between Media and Reality in Global Biopolitic Digital Age

Murat Özdemir (Res. Asst.)
Şeyma Yıldırım

Extended Abstract

This study focuses on the relationship between media and reality, focuses on the transformation of the relationship between media and reality with the digitalization that has become widespread after the traditional media. While the unilateral hierarchical formation of communication in traditional media creates optimistic (liberal approaches), pessimistic (Marxist approaches) and negotiative (cultural studies) approaches in defining the effect of media on society, culture and social structures, the rise of the user as content producer with the digital age complicates the social presence of the media, in the digital age the object is reduced to both subject. Along with digitalization, a global mass culture has emerged, the field of digital media has gone beyond being just an ideological device, it has infiltrated into social communication, has created a cyber s panopticon dijital and has expanded the scope of capitalist accumulation by transforming the user into an object at the point of creating new accumulation. In this respect, the user, who has been in contact with the media in the digital global age, has been transformed into both the actor and the object of communication, and has undergone a process of bio-political subjectivity by going beyond the manipulation function of traditional media. For now, global communication has created global flows, which are not outside, by interlocking work and leisure, private and public space. Digitalization has included the user in the production of content, the information boom created by everyone's ability to produce content drowned the sound of reality.

The transformation of the media into an integral part of daily life in the social sphere has led to different approaches in defining the relationship of the media with reality. In liberal capitalist history, the liberal main paradigm, in which media is an indispensable institution for social democracy, has been defended by media studies, whereas in Marxist and critical studies, media has been described as an ideological device for the continuity of class society and the continuity of social contradictions. From the point of view of the School of Cultural Studies, the field of media is considered dialectic, and it is expressed as a field of struggle for both the ruling classes and the oppressed groups. In this respect, the relationship between media and reality has been handled in a multi-dimensional context within the context of different studies. On the other hand, with the rise of digital media, the media space has turned into micro production areas, and the user's ability to actively produce content in the media has severed the relationship between media and reality from traditional understanding and has led to the construction of reality both from top to bottom and from bottom to top. The user can no longer be treated as a passive consumer consuming media commodities. The user has also reached the potential to create his own reality and transformed the media-reality relationship into fluidity. Especially with the rise of global communication through digital media, we witness the creation of a global reality and consequently a global culture. Global communication created through digital media has reduced the barriers to communication by eliminating the pressure of time and space. Global communication created through digital media has alleviated the pressure of time and space by reducing the barriers to communication, while the global

dimension threatened local cultures and led to the rebirth of cultural imperialism. In this respect, it has become inevitable to include a global mass culture in the discussions. In addition, the re-emergence of “panopticon” debates through digital media has created a global surveillance phenomenon created by digital media and made the relationship between media and reality more complicated. In the global digital fields, both the introduction of new surveillance techniques and the functionalization of the channels in the context of production and consumption as new areas of accumulation appear as new management devices. In addition to this, the fact that the user becomes active in the channels to produce information has created a three-dimensional problem in digital fields. On the one hand, digital fields, which have become functional for surveillance powers, have emerged as new intangible labor fields of industrial production. On the other hand, users become active by creating their own realities, and the user is able to circulate reality. However, the use of digital fields by the powers of power as a means of management and the functioning of them as a factory without walls as new production areas undermines the user’s activity, and the activity turns into invisible exploitation for the powers. For this reason, the activation of the user in digital fields has made the problem of media-reality more complex and put digital media into the service of the powers of power in the context of management-production. Therefore, the existence of digital fields should be considered as a problematic which needs to be analyzed in many ways. Because digital fields are seen as the channels where production and consumption occur simultaneously, the boundary between production and consumption, the difference between work and leisure time disappear, and the user becomes active and included in information production. In this respect, the ideological context of the media has changed with the existence of digital fields as an industrial production network, and the viewer has become the user, the consumer is the individual who produces and consumes at the same time. In short, users in digital spaces actively create their own realities, leading to the circulation of multidimensional heterogeneous realities, while network practices are transformed into objects of production by digital powers, creating new fields of accumulation in the name of capital. On the one hand, the use of new digital fields by the surveillance authorities in the context of new management techniques, on the other hand, the existence of digital fields as new fields of accumulation in terms of capital powers, undermines the social benefit of digital fields that appear as public spheres. Furthermore, the fact that the user becomes active and causes information explosion has eliminated the fact of a process constructed from top to bottom of reality, causing the ground to shift the reality and causing the uncertainty of reality.

Keywords: Media, Reality, Digital, Communication.

