

8. | 15. | 2023

cilt
volume

sayı
issue

nisan
april

ISSN: 2528-9403

Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi (AKAR)

Abant Journal of
Cultural Studies



Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi

AKAR

Cilt: 8 Sayı: 15
Nisan 2023
eISSN: 2528-9403

SAHİBİ

Prof. Dr. Mustafa ALIŞARLI

Rektör, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu-Türkiye

BİLİMSEL YAYIN VE DERGİLER KOORDİNATORLÜĞÜ

Doç. Dr. Mustafa YİĞİTOĞLU -mustafayigitoglu@ibu.edu.tr
Koordinatör, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu-Türkiye

Dr. Öğr. Üyesi Can DOĞAN-can.dogan@ibu.edu.tr
Koordinatör Yardımcısı, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu-Türkiye

Doç. Dr. Fatma DEMİRAY AKBULUT – demiray_f@ibu.edu.tr
Koordinatör Yardımcısı, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu-Türkiye

SORUMLU MÜDÜR

Prof. Dr. Samettin GÜNDÜZ- gunduz_s@ibu.edu.tr
Dekan V., Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye

BAŞ EDİTÖR

Prof. Dr. Selami ÖZSOY- ozsoy_s@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye

ALAN EDİTÖRLERİ

Doç. Dr. Hüsamettin AKAR - husamettinakar@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye

Doç. Dr. Ercan AKTAN- ercan.aktan@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye

Doç. Dr. Ahmet Tuncay ERDEM - ahmettuncayerdem@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye

Doç. Dr. Yaşar ZORLU – yasar.zorlu@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye

YAYIN KURULU

- Prof. Dr. Yusuf ADIGÜZEL** – yusufadiguzel@sakarya.edu.tr
Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi, Sakarya-Türkiye
- Prof. Dr. Ayşe CANATAN**– ayse.canatan@hbv.edu.tr
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Edebiyat Fakültesi, Ankara-Türkiye
- Prof. Dr. Samettin GÜNDÜZ**- gunduz_s@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye
- Prof. Dr. Muhsin HALİS** - muhsin.halis@kocaeli.edu.tr
Kocaeli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kocaeli-Türkiye
- Prof. Dr. Himmet HÜLÜR** - himmet.hulur@hbv.edu.tr
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi, Ankara-Türkiye
- Prof. Dr. Himmet KARADAL**- himmetkaradal@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye
- Prof. Dr. Ahmet OCAK**– ocak_a@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi, Bolu-Türkiye
- Prof. Dr. Aydemir OKAY**- aydemirokay@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye
- Prof. Dr. İbrahim SEZGÜL** – ibrahimsezgul@ybu.edu.tr
Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Ankara-Türkiye
- Prof. Dr. Hasan TUTAR** - hasantutar@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye
- Prof. Dr. Mithat YILMAZ** – mithat.yilmaz@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye

TEKNİK EDİTÖRLER

- Öğr. Gör. Bahar AKBULAK** – baharakbulak@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye
- Arş. Gör. Sadullah M. BAĞ**– sadullahbag@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye

Arş. Gör. Rifki ÜNAL– rifkiunal@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye

İLETİŞİM VE SEKRETERYA

Bilg. İřt. Özer Bayram - ozerbayram@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye

HAKEM KURULU


Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi [AKAR], en az iki hakemin görev aldığı çift taraflı kör hakemlik sistemi kullanmaktadır. Hakem isimleri gizli tutulmakta ve yayımlanmamaktadır. / **Bu konuda genel bilgi için:**
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader>

ADRES

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanlığı- Gölköy-Bolu
Telefon: 0 374 254 10 00 – 5401
0 374 254 56 56
e-posta: ilef@ibu.edu.tr

DİZİNLENME BİLGİLERİ

ASOS İndeks

 **Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi [AKAR]** yılda iki kez yayınlanan hakemli, akademik bir dergidir. AKAR'da yayınlanan yazıların bilimsel ve hukuki sorumluluğu yazarlarına aittir. Yayın dili Türkçe ve İngilizcedir. Yayınlanan yazıların bütün yayın hakları **AKAR'a** ait olup, yayıncının izni olmadan kısmen veya tamamen basılamaz, çoğaltılamaz ve elektronik ortama taşınamaz. Yazıların yayımlanıp yayımlanmamasından yayın kurulu sorumludur.

Abant Journal of Cultural Studies

AKAR

Volume: 8 Issue: 15 – April 2023

eISSN: 2528-9403

OWNER

Prof. Dr. Mustafa ALIŞARLI

President, Bolu Abant İzzet Baysal University, Bolu-Türkiye

SCIENTIFIC PUBLICATIONS AND JOURNALS COORDINATOR

Assoc. Prof. Dr. Mustafa YiğİTOĞLU -mustafayigitoglu@ibu.edu.tr

Coordinator, Bolu Abant İzzet Baysal University, Bolu-Türkiye

Assist. Prof. Dr. Can DOĞAN -can.dogan@ibu.edu.tr

Coordinator Assistant, Bolu Abant İzzet Baysal University, Bolu-Türkiye

Assoc. Prof. Dr. Fatma DEMİRAY AKBULUT - demiray_f@ibu.edu.tr

Coordinator Assistant, Bolu Abant İzzet Baysal University, Bolu-Türkiye

RESPONSIBLE MANAGING EDITOR

Prof. Dr. Samettin GÜNDÜZ - gunduz_s@ibu.edu.tr

Dean, Bolu Abant İzzet Baysal University, Faculty of Communication, Bolu-Türkiye

EDITOR IN CHIEF

Prof. Dr. Selami ÖZSOY - ozsoy_s@ibu.edu.tr

Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication, Bolu-Türkiye

FIELD EDITORS

Assoc. Prof. Dr. Hüsametdin AKAR - husametdinakar@ibu.edu.tr

Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication, Bolu-Türkiye

Assoc. Prof. Dr. Ercan AKTAN - ercan.aktan@ibu.edu.tr

Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication, Bolu-Türkiye

Assoc. Prof. Dr. Ahmet Tuncay ERDEM - ahmettuncayerdem@ibu.edu.tr

Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication, Bolu-Türkiye

Assoc. Prof. Dr. Yaşar ZORLU - yasar.zorlu@ibu.edu.tr

Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication, Bolu-Türkiye

Prof. Dr. Yusuf ADIGÜZEL - yusufadiguzel@sakarya.edu.tr

Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi, Sakarya-Türkiye

Prof. Dr. Ayşe CANATAN - ayse.canatan@hbv.edu.tr

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Edebiyat Fakültesi, Ankara-Türkiye

Prof. Dr. Samettin GÜNDÜZ - gunduz_s@ibu.edu.tr

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye

Prof. Dr. Muhsin HALİS - muhsin.halis@kocaeli.edu.tr

Kocaeli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kocaeli-Türkiye

Prof. Dr. Himmet HÜLÜR - himmet.hulur@hbv.edu.tr

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi, Ankara-Türkiye

Prof. Dr. Himmet KARADAL - himmetkaradal@ibu.edu.tr

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye

Prof. Dr. Ahmet OCAK - ocak_a@ibu.edu.tr

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi, Bolu-Türkiye

Prof. Dr. Aydemir OKAY - aydemirokay@ibu.edu.tr

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye

Prof. Dr. İbrahim SEZGÜL - ibrahimsezgul@ybu.edu.tr

Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Ankara-Türkiye

Prof. Dr. Hasan TUTAR - hasantutar@ibu.edu.tr

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye

Prof. Dr. Mithat YILMAZ - mithat.yilmaz@ibu.edu.tr

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi İletişim Fakültesi, Bolu-Türkiye

EDITORIAL BOARD

Prof. Dr. Yusuf ADIGÜZEL - yusufadiguzel@sakarya.edu.tr

Sakarya University Faculty of Communication, Sakarya-Türkiye

Prof. Dr. Ayşe CANATAN - ayse.canatan@hbv.edu.tr

Ankara Hacı Bayram Veli University Faculty of Literature, Ankara-Türkiye

Prof. Dr. Samettin GÜNDÜZ - gunduz_s@ibu.edu.tr

Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication, Bolu-Türkiye

Prof. Dr. Muhsin HALİS - muhsin.halis@kocaeli.edu.tr

Kocaeli University Faculty Economics and Administrative, Kocaeli-Türkiye

Prof. Dr. Himmet HÜLÜR - himmet.hulur@hbv.edu.tr

Ankara Hacı Bayram Veli University Faculty of Communication, Ankara-Türkiye

Prof. Dr. Himmet KARADAL - himmetkaradal@ibu.edu.tr

Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication, Bolu-Türkiye
Prof. Dr. Ahmet OCAK– ocak_a@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Arts and Sciences, Bolu-Türkiye
Prof. Dr. Aydemir OKAY- aydemirokay@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication, Bolu-Türkiye
Prof. Dr. İbrahim SEZGÜL – ibrahimsezgul@ybu.edu.tr
Ankara Yıldırım Beyazıt University Faculty of Humanities and Social Sciences, Ankara-Türkiye
Prof. Dr. Hasan TUTAR - hasantutar@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication, Bolu-Türkiye
Prof. Dr. Mithat YILMAZ – mithat.yilmaz@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication, Bolu-Türkiye

TECHNIC EDITORS

Lecturer Bahar AKBULAK – baharakbulak@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication, Bolu-Türkiye
Res. Assist. Sadullah M. BAĞ– sadullahbag@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication, Bolu-Türkiye
Res. Assist. Rifki ÜNAL– rifkiunal@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication, Bolu-Türkiye

CONTACT & SECRETARIAT

Özer Bayram - ozerbayram@ibu.edu.tr
Bolu Abant İzzet Baysal University Faculty of Communication, Bolu-Türkiye

REFEREE BOARD

Abant Journal of Cultural Studies [AKAR] uses double-blind review fulfilled by at least two reviewers. Referee names are kept strictly confidential. **For detailed information, please click here:** <http://akar.ibu.edu.tr/>

ADDRESS

Bolu Abant İzzet Baysal University, Faculty of Communication, Bolu-Türkiye

e-mail: ilef@ibu.edu.tr

INDEXING SERVICES

ASOS Index



Abant Journal of Cultural Studies [AKAR] is a peer-reviewed, journal published two times a year. The scientific and legal responsibility of the articles published in **AKAR Journal** belongs to the authors. Turkish and English articles are published. All publication rights of the published articles belong to **AKAR Journal** and cannot be printed, reproduced or transferred to the electronic media in whole or in part without the permission of the publisher. The editorial board is responsible for publishing the articles.

İçindekiler/Contents

1/5 | Jenerik/Generic

Makaleler/Articles

- 6-22 | Işıl KESKİN ŞAHAN
Sosyal Ağlarda Aleniyetler: Kapitalist Paradigmaların Kendini Yeniden Tarif Etme Hali
Disclosure in Social Networks: The Self-Redefinition of Capitalist Paradigms
- 23-33 | Serhat ÇEKMECİ
Stüdyo Ghibli Filmlerinde Auteur Vizyonu: Hikaye Anlatımının Sınırlarını Aşmak
Auteur Vision in Studio Ghibli Films: Breaking the Boundaries of Storytelling
- 34-43 | Adem YILMAZ, Elif HASANÇEBİ
Comparison of News Presentation Differences in Traditional and Internet Newspapers
Geleneksel ve İnternet Gazetelerinde Haber Sunum Farklılıklarının Karşılaştırılması

Kitap Değerlendirmeleri/Book Review

- 44-48 | Begüm AKDENİZ ADIYAMAN
Richard Sennett ve Yeni Kapitalizmin Kültürü: Bir Kitap İncelemesi
Sennett and the Culture of the New Capitalism: A Book Review

AKAR Journal

- 49/51 | Yayın Esasları/Writing and Publishing Policies
Publication Principles & Representation of Footnotes and Reference



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 kamusalık olduğu söylenebilir. Aleniyetler geleneksel dünyada şekillenmiştir ve modern dünyada kamusalık 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 özendirilmektedir. Aleniyet fetişizminin yaygınlaşması ve çoğalarak genişlemesi iletişim teknolojilerinin sunmuş olduğu araçsal imkânlarla etkisini arttırmaktadır. Geleneksel dünyanın ve modern dünyanın yerleşik düzen kamusalıklarının yerini internet üzerindeki kamusalıklar 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 tasarımı ve sergileme biçimleri yeni bir kamusal alan olan sosyal ağlarda gerçekleştirilmektedir. Böylelikle aleniyet biçimleri de dönüşüme uğramaktadır.

Anahtar kelimeler: Sosyal ağ, aleniyet, kamusalık, 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

Atıf/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-Ethik: 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

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, büyüyen, geliştiren

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

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 yazdıkça 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 *Kamusal Alanın 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, çerperini 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 tamimiyle 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 geldiğinde 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 yapılış 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 kamusal alan olduğu söylenebilir. Aleniyetler geleneksel dünyada şekillenmiştir ve modern dünyada kamusal alan olarak yeniden üretilmiştir. Modern dünyanın kamusal alanları tarihsel dizgede kent meydanı,

cadde, sokak, park, café, pasaj gibi alan ve mekânla ilişkilendirilmektedir. Geleneksel dünyada aleniyetler bireylerin iletiştiği durumları nitelmiş, 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” ayırımının 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 ayırım 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 kiteselleşmiş 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 üretilebilmekte 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. Alenileyetlerin 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 kendiyi meşgul olma durumuna büründürmektedir. Sennett’in (2010a, s.26-27), ifadesiyle “kendine dönüklük hali” kısacası kendiyi 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 görünürlüğüne tasarlayarak alenileşmesi ve sınırsızca sergilemesi durumu “akla uygun hale” getirilerek sosyal ağ kullanıcılarına sunulmaktadır.

Modern dünyada kamusalılığın 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 Rège’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. başarılarındaki İngiliz cafeleri bunun en çarpıcı örneğini teşkil etmektedir. Cafelerde farklı sınıflardan insanlar birbirlerini tanımasalarda 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 "birer 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 güçsüzlendirerek, 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 olmayı birbirinden belirgin bir sınırla ayırmaktadır. Parklar, meydanlar, pasajlar ve kafeler aleniyetlerin yaşandığı yerlerdir. Birinci kriter, "görünürlük"tür. Bu kriter, açık olanı, işa 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" ayırımı tanır 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 taşıırken 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 kafeleri 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 paradigmalar tarafından yeniden üretilmeye başlamaktadır.

Kapitalist paradigmlar 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 merkantalizme 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 güçsüzleştirilen 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 "kitleselleşme" 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 “yalnızlaşma, 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)’ın kavramlaştırmasıyla “bireysi” (individuation) leştirmiştir. Sanayi kapitalizminin ekseninde gündelik yaşam bu sığılıyla 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 kamusalıklardır. Sennett (2010a), bu durumu “görünürlük ve yalıtım 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 standartlaştırmıştır (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 ayrım 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 malların 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 görünüme” büründüğünü ifade eder (s.24-25).

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

Dünya fuarlarını, “mal denilen fetişin hac yerleri” olarak ifade eden Taine, fuarların malın kullanım değerinin arka plana itilmediğini 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 yakıştınması 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 değiştirmediyi 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 olmuşlardır 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 haline 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 mevzu bu süreçlerdeki dönüşümlerin bir yansımasıdır. Özellikle Konradieff beşinci dalga ile başlayan dönemi sosyal ağların kapitalist paradigmalara 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 varmaktadırlar. 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 hayatı 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 paradigmalara 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 yaklaşımla 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 eşi görülmemiş zenginlik, bilgi ve iktidar yoğunlaşmasıyla kapitalizmin bir mutasyonu" olarak tanımlamaktadır.

Yukarıda ele alınmaya çalışılan başlımlarıyla 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 yarışına 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 kısıktılarak 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 aşındırması 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 ayırmalara 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, gelinen 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” temeline 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 Arayışları)*. 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). *Kamusallığın Yapısal Dönüşümü*. Tanıl Bora, Mithat Sancar (Çev.). İstanbul: İletişim.
- Hobsbawm, E. (2006). *Geleniğin 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). *Transkritic (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) özellik 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 Köleliğe 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 çizgi sosyal refah devleti düzenini reddederek yeni liberal piyasa ekonomisinin hayata geçebilmesi için serbest rekabeti ve serbest dolaşımı engelleyen mevzuat, yasa ve standartların kısacası sermaye hareketliliğine ve yatırımlarına ilişkin sınırlamaları ortadan kaldıran nitelikte olmuştur.



Stüdyo Ghibli Filmlerinde Auteur Vizyonu: Hikaye Anlatımının Sınırlarını Aşmak

"Auteur Vision in Studio Ghibli Films: Breaking the Boundaries of Storytelling"

Serhat ÇEKMECİ¹ 

Geliş Tarihi (Received): 28.02.2023

Kabul Tarihi (Accepted): 28.04.2023

Yayın Tarihi (Published): 30.04.2023

Öz: Bu çalışma, Studio Ghibli'nin üç farklı yönetmeni Hayao Miyazaki, Hiromasa Yonebayashi ve Isao Takahata'nın Spirited Away (2001), When Marnie Was There (2014) ve Grave of the Fireflies (1988) adlı animasyon filmlerinin auteur kuramı bağlamında analizine dayanmaktadır. Anime, akademisyenler ve eleştirmenler için çeşitli bileşenlerini, kurumlarını, estetiğini, kültürel geçmişini ve popüler kabulü anlamaya zorlayan karmaşık bir sanat biçimidir. Anime'nin postmodern durumu, geleneksel kültür biçimleri arasında yer aldığı ve farklı kültürleri kapsadığı için benzersiz zorluklar sunar. Bu çalışma, genellikle yönetmenlere uygulanan auteur teorisinin yapım şirketlerine de uygulanabileceğini göstermektedir. Temel öncül, yönetmenlik stillerini ve tekniklerini değerlendirmek ve analiz etmek için kullanılan aynı ilkelerin, yapım şirketi uygulamalarının değerlendirilmesine ve analizine genişletilebileceğidir. Filmler analiz edilirken auteur kuramının geliştiricilerinden Andrew Sarris'in "Üç Halka" modelinin en derininde yer alan, "İçsel Anlam" ismini verdiği ve bir dünya görüşü, bir felsefe ya da vizyon olarak adlandırdığı halkaya odaklanılmış ve beraberinde Peter Wollen'in "Yapısal Auteur" kuramı kullanılmıştır. Filmler, auteur kuramı kullanılarak sistematik bir şekilde analiz edilmiş ve belirli başlıklar altında tanımlanmış, ardından destekleyici düşünceler yardımıyla çözümlenmiştir. Bu makalede, bir Japon animasyon stüdyosu olan Studio Ghibli'nin auteur stüdyo olarak kabul edilebileceğini, çünkü filmlerinin farklı kişiler tarafından yönetilmesine rağmen ortak temaları ve stilistik unsurları paylaştığı görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Auteur, anime, manga, animasyon, Studio Ghibli.

&

Abstract: This study is based on an analysis of the animated films Spirited Away (2001), When Marnie Was There (2014), and Grave of the Fireflies (1988) by three directors of Studio Ghibli, Hayao Miyazaki, Hiromasa Yonebayashi and Isao Takahata, upon Auteur theory. Anime is a complex art form challenging scholars and critics to understand its various components, institutions, aesthetics, cultural background, and popularity. Anime's postmodern condition presents unique challenges as it sits between traditional forms of culture and spans different cultures. This study shows that auteur theory, usually applied to directors, can be applied to production companies. The basic premise is the same principles used to evaluate and analyze directorial styles and techniques can be extended to the evaluation and analysis of production company practices. In our analysis of the films, we focused on the "Interior Meaning" of Andrew Sarris's "Three Premises" model, a framework developed by Sarris and other proponents of the auteur theory. To Sarris, this aspect of a film encompasses its underlying worldview, philosophy, or vision. We finish our analysis with the "Structural Auteur" theory by Peter Wollen. The films were systematically analyzed using the auteur theory and defined under certain headings and then analyzed with supporting ideas. This article argues that Studio Ghibli, a Japanese animation studio, can be considered an auteur studio because its films share common themes and stylistic elements despite being directed by different people.

Keywords: Auteur, anime, manga, animation, Studio Ghibli.

Atıf/Cite as Çekmecı, S. (2023). Stüdyo Ghibli Filmlerinde Auteur Vizyonu: Hikaye Anlatımının Sınırlarını Aşmak, Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 8 (15): 23-33.

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

Giriş

Manga ve anime, Uzakdoğu kültürünü, tarihini, dini ve felsefi konularının bu eserler üzerindeki yansımaları ayrıca Batı çizgi romanları ve animasyonlarından ayrılan değişik biçimleriyle araştırılması ve bilinmesi gereken özellikler taşımaktadır. Japonya'daki animasyon sanatı, Batı'daki Disney ile

¹ Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Radyo, Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı e-posta: serhatcekmeci@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1902-8727

karşılaştırıldığında, çizer ve yönetmenlerin özgün ve başarılı işler yapmasının nedeni, kültürleri, tarihleri, felsefi değerleri kadar, doğu-batı ilişkilerinden kaynaklanan geçmişleri ve gelecekleri de içermesidir. Manga, Japonya ile özdeşleşmiş bir çizim sanatıdır; anime ise genellikle mangalardan uyarlanmış uzun veya kısa metrajlı filmler ve dizilerdir. Manga ve animeler, Japonya'nın en değerli popüler kültür ürünleri olmasının yanı sıra, dünya genelinde de büyük bir izleyici kitlesi ve büyük bir pazara sahiptir.

Auteur kuramı 1950'li ve 60'lı yıllarda, bir grup genç film eleştirmeni ve sinefil tarafından, Fransız Yeni Dalgası (nouvelle vague) olarak bilinen sinema tarihinin en etkili akımlarından biriyle ortaya çıkmıştır. Bu akımın temel fikri, André Bazin ve Alexandre Astruc tarafından 1940'lar ve 50'lerde ortaya atılan ve yönetmenin filmin auteur'ü (yazarı) olduğunu savunan "auteur teorisi" idi (Sarris, 1963). Teoriye göre, bir auteur, filmi bireysel yaratıcı vizyonunu yansıtmak için bir araç olarak kullanır. Dolayısıyla bir auteur'ün filmleri, tema, ışık, kamera, ses ve kurgu gibi stilistik unsurlara kadar yaratıcının belirgin imzalarıyla tanınabilir. Aslında hemen hemen tüm yaratıcı faaliyetler auteur teorisi ile tanımlanabilir, zira ister müzisyen ister ressam, isterse romancı olsun, bir yaratıcının nihai amacı kendi entelektüel kimliğini eserlerine yansıtmaktır.

Bu kuram kendi kültürel öge ve geleneklerini Batı'nın beğeneceği tarzda hazırlayan ve sunan Akira Kurosawa, Kaneto Shindo ve Kon Ichikawa gibi Japon yönetmenler için de kullanıldı. Manga ve animeler için kullanılmaya başlanması da Studio Ghibli'nin kurucusu Hayao Miyazaki ile gerçekleşmiştir. Hayao Miyazaki'nin eserleri, Batılı kaynak ve mekânları içerirken aynı zamanda Japon tarihini ve geleneklerini de yansıtmaktadır. Miyazaki, bu iki öğeyi ustalıkla birleştirerek hikayelerinde, karakterlerinde ve anlatım dilinde farklılık yaratmıştır. Böylece manga ve animelerinde, Batılı izleyicilere popüler kültürün klişelerinin yanı sıra farklı bir bakış açısı sunarken evrensel tema ve imgeleri de oldukça başarılı bir şekilde yansıtmıştır. Miyazaki'nin bu yaklaşımı, dünya genelinde okuyucu ve izleyicilerin dikkatini çekmiştir. Bu özellikleri ve üstün başarıları sayesinde anime ve mangaların Auteur yönetmeni olarak kabul edilmiştir. Bu başarıları arasında Altın Ayı Onur Ödülü(2001), Venedik Film Festivali Altın Aslan Onur Ödülü (2005), Akademi Onur Ödülü (2014), Akademi En iyi Animasyon Ödülü (2001) gibi birçok ödül kazanmıştır. (Hayao Miyazaki - Vikipedi, n.d.)

Manga ve animeler, Hayao Miyazaki ve Isao Takahata'nın kurmuş olduğu, birçok prestijli animasyon ödülüne aday gösterilen yapımların sahibi olan ve 2002 yılında En İyi Animasyon Film Akademi Ödülü'nü kazanan ilk ve tek anime olan Sprited Away (2001)'in de çıkmış olduğu Studio Ghibli ile dünya genelinde daha da tanınmaya başlamıştır. "Anime, Japonya'nın yerel film pazarının sadece bir bölümünü oluşturmasına rağmen DVD ve Blu-ray satışlarının çoğunu oluşturmaktadır. 2016 yılı itibarıyla animeler, dünyanın animasyonlu televizyon şovlarının %60'ını oluşturmaktadır" (Napier, 2016, s. 10).

Ortaya çıkan eserlerin yaratıcısı olarak mangakaların (yönetmen ve manga yazarı) ünlenmesi ya da değer kazanması gerekirken, eserin başlangıcı, eserin sonu hatta çerçevenin kenarlarına yerleştirilen yapımcı şirket logoları bunu engellemektedir. Zamanla yönetmenin yaptığı işler değerini daha da kaybetmekte ve stüdyonun çizim şekli, kullandıkları renk paletleri, paylaştıkları platformlar, yönetmenin tarih, din sanat ve felsefi görüşüne karşı ağır basmaktadır. Genel olarak anime ve manga yapımları incelendiğinde ayırt edici özelliklere sahip olan içerikler yönetmenin değil şirketin bir ürünü olarak nitelendirilmekte ve şirketin pazardaki ürünleri bu duruma göre daha az ya da daha çok izlenmektedir.

Bu makale, Auteur kuramının animasyonlar için yönetmenden çok stüdyoya, yapımcı şirkete hitap ettiği ve Auteur kuramının anime bağlamında stüdyolara doğru yavaş yavaş şekillendiği üzerine araştırmalar ve çalışmalar içermektedir. Bir Auteur olan Hayao Miyazaki ve kurmuş olduğu Studio Ghibli çalışmada ele alınan yapımcı şirkettir. Studio Ghibli bünyesindeki farklı yönetmenlerin farklı filmlerinin ele alındığı bu çalışmada Ghibli Studio'nun felsefi altyapısı ve eserler arasındaki uyum incelenecektir. Bu sayede, yönetmen sineması için kullanılan Auteur kuramının, animasyon film bağlamında şirketler üzerinden kullanımı ortaya çıkarılacaktır.

Manga ve Anime Kavramının Gelişimi

Genel anlamda bakıldığında Japon çizgi romanı anlamına gelmekte olan "manga"nın tarihteki ilk kullanımları 1700'lü yıllarda görünmeye başlamıştır.

"19. yüzyıl boyunca manga kelimesi özel olarak, üzerinde karikatürler bulunan odun bloklarını (Hyakumensho), özellikle de Hokusai Katsushika'nın(1760-1849) 1819'da yayınlanmış olan ve öğrencilerinin kullanması için kendisinin çizdiği skeç, çizim ve karikatürlerini adlandırmakta kullanılmıştır. Hokusai çizdiği skeçleri iki Çince yazı karakterinin ["man" (rasgele) ve "ga"(resim)] birleşiminden oluşan Manga kelimesiyle tanımlamıştır" (Öztekin, 2008: 34-35).

İlk örnekleri 12.yy'a kadar uzanmakta olan manga, Budist rahiplerin tapınaklardaki duvar çizimleri ve parşömenlerinde görünmektedir.

Manganın bugüne gelmesinin en büyük sebeplerinden birisi batı ile olan etkileşiminden kaynaklanmaktadır. Limanlarını batıya açan Japonya aynı zamanda kültürünün de batıya açılmasını sağlamıştır. 1862 yılında İngiliz Charles Wirgman, Japonya'da Japan Punch adlı bir dergi çıkarmıştır ve karikatürlerinde gölgelendirme, perspektif ve konuşma balonu gibi teknikleri kullanmıştır. Bu tarz Avrupalı karikatürcülerin örneklerini izleyen Japon sanatçılar, fırçalar yerine kalem kullanarak "düzeni eleştirmeme" yargısını yıkmışlardır. Daha sonrasında Japan Punch dergisi tercüme edilip Japonya'da yayınlanmaya başlamış ve diğer hiciv dergileri de bu oluşumun izinden gitmiştir. Bu dönemden günümüze miras kalan önemli bir özellik de mangalarda "İngilizce" kelimelerin sık kullanılmasıdır. (Anime Manga Türkiye : Geçmişten Günümüze Manga Tarihi, n.d.)

Japon çizimler 1900'lerin başında Amerikan gazetelerinde popüler olan çizgi bant ve çizgi romanların etkisi altında kalmıştır. Rakuten Kitazawa ise bu etkiyle birlikte ilk sürekli karakterli Japon çizgi roman dizisini oluşturmuş ve "Togosaku to Mokube no Tokyo Kembutsu" adlı eserleri Birleşik Devletler'deki benzerlerini örnek almıştır. Japonya'da çizgi roman, Kitazawa ve Okamoto'nun ortaya çıkışına kadar sadece sanatçıların ek bir görevi olarak görülmüştür. Amerikan etkisi, müzikten moda ve dekorasyona kadar güncel olan her şeyde kendisini göstermeye başlamış; bu dönemde çizgi roman sanatçıları, yozlaşma eğiliminde olan Japon toplumunu resmetmişlerdir (lambiek.net, 2018). Bu dönemde birçok genç manga sanatçısı ile birlikte, ince ciltli ve kırmızı mürekkep ile basılan "akabon" adındaki mangalar ortaya çıkmıştır. Diğer baskı yöntemlerinden daha ucuz olan bu baskı türü "kırmızı kitaplar" anlamına gelmektedir.

Çizgi film ve animasyon için kullanılan Japonca kelime "anime", tür, stil veya menşei ne olursa olsun her türlü animasyon veya çizgi film anlamına gelmektedir. Japonya dışında "anime" kelimesi, özellikle Japon kökenli animasyonlara veya belirli bir stilin animasyonuna atıfta bulunmak için kullanılmaktadır. Bu nedenle Japonca olarak "a-nee-may" şeklinde telaffuz edilir. Anime kelimesinin batılı bir terimden geldiği açık olsa da tam kökeni konusunda bazı tartışmalar oluşmuştur. Aralarındaki en kabul edilebilir seçenek ise, Japoncanın İngilizce kelimeleri diğer batı dillerinden çok daha sık bir şekilde kendi dillerine dahil etme alışkanlığına sahip olması göz önünde bulundurulduğunda, "anime" kelimesinin aslında İngilizce "animasyon" kelimesinin Japonlaşmasının kısa bir biçimi olduğudur (Shōnen - Anime News Networkfr-FR, n.d.).

Animeler, küresel kültürden etkilenmişlerse de özellikle Japon kültüründen beslenerek ve Japon animasyon filmlerinin farklı adlandırılmasıyla özgün olabilmişlerdir. Animeler, genel bir kanı olan çocuklar için algısını yıkıp korku, aşk, gerilim, geçmiş ve gelecek gibi konuları ele alarak çizgi film anlayışını farklı bir boyuta da getirmiştir ve batıdaki animasyonların aksine Japonya için yapılmışlardır. Bu sebeple animeler de Japon kültürüne ait esintiler hissetmek olasıdır ve Japon animasyonları konu, işleyiş, çizimler ve teknik yönleri bakımından batılı animasyonlardan ayırt edilebilir.

Anime araştırmacısı Frederick Litten'e göre anime kültürünün temelleri 1917 yıllarına dayanmaktadır. Litten'in araştırmalarına göre Oten Shimokawa'nın Imokawa Muzoku (1917) filmi ilk anime olarak kabul edilmektedir fakat ticari amaçlar ile çekilmemiş ve film olarak kabul edilmeyen daha eski bir anime daha

bulunmaktadır. Bu anime Imokawa Muzoku (1917) isimli karakter tahtaya “Katsudō Shashin” yazıp ardından arkasını dönüp ekranı selamlamaktadır. Bu örnek Oten Shimokawa’nın animesinden önce 1903 ya da 1905 yılında çekilmiştir. (Litten, 2014: 13) İlk batı animasyonu olarak kabul edilen Fantasmagorie 1908 yılında çekilmiştir. Buradan da anlaşılacağı üzere anime örneği batı animasyonundan daha önce ortaya çıkmıştır. İlk renkli anime ise, Toei Company animasyon stüdyosu tarafından 1958 yılında yapılan ve yönetmenliklerini Taiji Yabushita ve Kazuhiko Okabe’nin yaptıkları White Snake Legend isimli anime olmuştur (Hoka Hoka Kazoku (TV) - Anime News Networkfr-FR, n.d.)).

İlerleyen dönemlerde Japonya’da TV dizisi olarak başlayan, OLM Inc. Stüdyosu tarafından yapılan ve Kunihiko Yuyama’nın yönetmenliğini yaptığı Pokemon (1997) yayına başlamıştır. 22 Kasım 1999 yılında “TIME” dergisine kapak olması animelerin ne denli bir üne ulaştığının da göstergesidir. 2001 yılında ise izleyicileri televizyon başından sinemaya taşıyan Hayao Miyazaki’nin yönetmenliğini yaptığı Stüdyo Ghibli yapımı Ruhların Kaçışı (Sprited Away, 2002) En İyi Animasyon Filmi Akademi Ödülü’ne layık görülmüştür (The 75th Academy Awards, 2003). Japonya’da güncel olarak eserler yayınlayan Stüdyo Ghibli, A-1 Pictures, J.C. Staff, Doga Koba, Kyoto Animation, Bones, White Fox, Production I.G., Sunrise ve Aniplex gibi 500’den fazla yapımcı şirket, anime kültürünün hangi seviyede olduğunu göstermektedir.

Bu verilerden yola çıkarak, anime ve manga kavramlarının evrensel kodlar olmadığı, pratik hayatta kültür aktarımının bir aracı olarak kullanıldığı kabul edilmelidir. Bu durum, Ghibli Sineması'nın sorunlarına ve auteur kuramının oluşumundaki etkisine dikkat çekmektedir. Bu nedenle, Ghibli filmlerindeki alt metin ve metinler arasındaki ilişkilerin incelenmesi önemlidir. Auteur kuramı, yönetmen sineması algısını oluştururken; Ghibli filmlerindeki auteur'lük sorgusu, şirketin auteur olması durumunu güçlendiren gösterge bilimsel teknik ve metinsel unsurlar da içermektedir.

Auteur kuramı

Auteur; Latince de temeli atan, değerini arttıran anlamındaki “auctor” kelimesinden gelir. Sinema açısından bakıldığında ise filmin yaratıcısı olarak kabul edilen yönetmen için kullanılmaktadır. Kelime kökenini ele aldığımızda bütün yazarlar ve yönetmenler auteur tanımına uygundur denebilir.

“Sinemanın kitlelere ulaşması onu bir endüstri haline dönüştürmüştür. Dolayısıyla birbirine benzer tek tip filmler söz konusu olmuştur. Böylece bir kişilikten veya kimlikten söz etmek güçleşmiştir. Bu tip yönetmenler birinci türde yer alan zanaatkar yönetmenlerdir. İkinci türe dahil olanlar ise sanatçının yaratıcılığı bağlamında roman yazarıyla karşılaştırılmış, yaratıcı, özgür ve özgün bir kişilik olarak değerlendiren auteur kavramını ortaya çıkarmıştır (Güngör, 2019: 191).

Auteur kuramının temelleri, İtalyan Umberto Barbaro'nun 1947'de Soggetto e Seneggiatura adlı eserinde yer alan bir açıklama ile atılmıştır. Barbaro, sinemanın yapımında kullanılan araçların insana bağlı olduğunu ve seyircinin de yontucunun yontma kalem veya ressamın fırçasına benzediğini ifade etmiştir. (Aşçı, 2019: 6). Alexandre Astruc'un 1948'de yayınlanan "Le Camera-Stylo" makalesinde, sinemanın diğer sanat dalları gibi düşünceleri doğrudan ifade edebilecek bir anlatım aracı olması gerektiği vurgulanmıştır. Astruc'a göre, sinema artık sanatçının en soyut düşüncelerini ve saplantılarını biçimsel bir şekilde ifade edebileceği bir "Kalem-Kamera Çağı"na girmiştir. (Mirza, 2016: 45). Makale, sinemanın sadece eğlence amaçlı değil, aynı zamanda düşünsel bir sanat formu olarak kabul edilmesi gerektiğine dikkat çekmiştir. Ardından bir grup sinema tutkunu Cahiers du Cinema adlı dergide (1951) Andre Bazin liderliğinde toplanıp, filmlerin bir yönetmenin kişisel vizyonunu yansıtması gerektiğini savunmuşlardır. Genellikle Amerikan sinemasını takip eden yazarlar Bazin'den de etkilenerek kendi anlatım türlerini keşfetmişlerdir. Fransız "Yeni Dalga" akımının temellerini atan ve sürekli gelişen genç sinemacılar, Bazin'in önderlik ettiği manifesto ile yönetmenin egemenliğini savunmuştur. Bu görüşe göre, film senaryo aşamasından çekim ve sonrası süreçlerine kadar tamamen yönetmenin kişisel üslubunu yansıtmalıdır ve filmdeki tüm süreçlerde yönetmenin söz sahibi olması gerekmektedir (Uğur, 2017: 229). Ayrıca her ne kadar Traffaut'un yazdığı makale ile hazırlanmış olsa da adını Andrew Sarris koymuştur. Sarris'in Auteur teorisi, estetik açıdan önemli filmlerin bir auteur'un ürünü olduğunu iddia etmektedir. Auteur aynı zamanda bir müzikaldeki şef yerine bir edebiyat eserinde veya müzik bestesinde yazar anlamına da gelmektedir. Sinemada ise

genellikle o kişi yönetmendir. Filmin kalitesi, o yönetmenin kişiliğini filmde ifade etme yeteneği, teknik uzmanlığı, kültürel yapısı, tüm ekiple olan ilişkisi ve oyuncuların başarıları ile olan şartlar arasındaki gerilimlerle auteur yönetmen doğrudan ilişkilendirilebilir.

Auteur kuramı; 1940'ların sonunda temelleri atılan ve 1950'li yıllarda Chaiers du Cinema dergisinin yazarları tarafından yazılan ve Auteur kuramının film yönetmenleri içinde kullanılması gerektiğini savunan makaleler sayesinde tüm dünyada kullanılmaya başlanmıştır. Film tarihçisi ve akademisyen Andrew Sarris, sinema tarihindeki en önemli eleştirel yöntemlerden biri olan "Auteurler Politikası"nı Amerika'ya taşımış ve üniversitelerde "Auteur Kuramı" olarak tanıtmıştır. Sarris'in auteur teorisi büyük ilgi görmüş ve sinema eleştirisinde önemli bir yer edinmiştir. Sarris, (Sarris, 1963) yönetmenlerin tarzı ve kişisel vizyonunun bir filmin yorumlanması ve değerlendirilmesinde merkezi olduğunu savunur. Sarris, auteur teorisinin yönetmenleri analiz ettiği üç ana başlık belirlemiştir. Bunlar dıştan içe doğru ele alındığında dış halka 'teknik anlatı', yani yönetmenin teknik yeterliliğidir. Bu başlık, yönetmenin kamera açıları, ışıklandırma, kurgu, ses gibi teknik öğelerini, hatta tema ve tekrarlayan motiflerini film diline uygulayabilmesidir. Ortadaki halka olan 'kişisel anlatı' ise, yönetmenin genel olarak filmlerinde görülen ortak özellikler ve anlatılardır. Son halka olan 'içsel anlatı' ise yönetmenin kişisel vizyonu ve sanatsal ifadesine önem verir. Yönetmenin konuya ilişkin benzersiz perspektifi ve bakış açısı da dahil olmak üzere yönetmenin özgün görüşünü içerir. Robert Kolker, Film, Form and Culture adlı kitabında Sarris'in en önem verdiği halkanın, çalışmanın devamında odaklanılacak nokta olan ve en derinde yer alan "içsel anlam" olduğunu söylemiştir. "Sarris buna "içsel anlam" ya da vizyon diyor, ancak buna bir dünya görüşü, bir felsefe, ya belirli bir yönetmene özgü olan ya da John Ford'un Western türüne dönüşleri gibi daha büyük anlatı geleneklerinin büyük ve tutarlı bir varyasyonu olan bir tür kişisel anlatı da denebilir." (Kolker, 2015: 152)

Sarris'in bu tanımına Peter Wollen ve Andre Bazin gibi isimler daha farklı şekillerde yaklaşmışlardır. Bu görüşlerden biri yapısalcılıktır. Bu görüş filmi anlamak için yapısının ve bileşenlerinin analiz edilmesi gerektiğini savunur. Bir filmin anlamının, karakterlerin davranışları, diyalogları, sahnelerin kompozisyonu ve diğer unsurlarının nasıl bir araya geldiğine bağlı olduğunu düşünür. Yapısalcılık, bir filmin bütünüyle bağlantılı bir dizi işaret, anlam ve sembollerden oluştuğunu savunur. Yönetmen sinemasına bu kuram ile yaklaşan Peter Wollen, kuramı "yapı" başlığı altında ele alıp, bu konuda yönetmenin fazla etkisi olamayacağını öne sürmüştür. Wollen'a göre (Wollen, 2004) yönetmenin etkisi sadece filmin yapısında belirlenen sınırlar içerisinde kalabilir ve "filmsel yapı" tarafından belirlenir. Ancak diğer bir görüşe göre, yönetmenin özgür iradesi ve yaratıcılığı, filmin içerisinde yer alan karşıtlıkların ilkesine uygun olarak ortaya çıkabilir ve motiflerde kendini gösterebilir. Bu görüş, yönetmenin sadece "filmsel yapı"ya bağlı olmadığını ve belirleyici bir etken olarak da görülebileceğini savunur. Filmde görsel anlamının oluşturulması için tempo, tekrar eden motifler ve tematik kaygıların ele alınması gerektiği vurgulanmaktadır. Bu yeni yaklaşımla Wollen, film analizini mecranın dolaysız özelliklerinden -stilsel ve tematik özelliklerinden- soyut bir kavramsal düzeye kaydırmış ve sonuçta akademisyenlerin daha geniş bir dizi sosyal ve ideolojik değerlendirmeye ilgilenmesine olanak sağlamıştır. Bu amaçla, filmde yer alan ilişkisel boyuttaki karşıtlıkların analizi yapılmalıdır. Bu analiz, görsel anlamın ortaya çıkarılmasında önemli bir rol oynar ve film metninin yapısını daha iyi anlamamıza yardımcı olur.

Sonuç olarak Auteur Kuramı, dönemin egemen ideolojiye hizmet eden sinema anlayışına bir tepki ve alternatif olarak doğmuş ve yayılmıştır. Bürokratik bir kısım zorunlulukları egale ederek kendi dillerini oluşturan ve yapımcı sineması mantığını yıkan auteur yönetmenler sayesinde günümüzde gerçekleşen ve sinema yapmaya yeni başlamış her genç için önemli cesaret kaynağı olagelmışlerdir (Karatay, 2015: 121).

Bulgular

Studio Ghibli Filmleri ve Auteur Kuramı Bağlamında İçsel Anlatı ile Süreklilik

Studio Ghibli filmleri, yalnızca felsefi bir bakış açısı sunmakla kalmayıp aynı zamanda derin içerikleri ve akıcı kurguları ile üst düzey bir sinematik dil kullanmaktadır. Auteur kuramı bağlamında incelendiğinde

süreklilik ve kendini yineleme daha sonrasında Wollen'in yapı ve karşıtlıkların bu kuramda ele alınabileceği düşüncesi, genel anlamda bütünlük içinde ilerleyen bir dil kullanmaları, Ghibli filmlerini özel kılan unsurlardır ve şirketin auteur olarak gözlemlenebileceği açısından bizlere önemli fikirler verir. Ghibli yönetmenleri, ele aldıkları konuları şekillendirirken genellikle kendi sinema dilini kullanırlar ve onu senaryoya veya yönetim biçimine entegre ederler. Böylece filmlerde herhangi bir yapaylık veya kurgusal bir düzenleme hissi uyandırmazlar. Ancak bu çalışma, Studio Ghibli'nin ortak kültürel ve felsefi temalarının bir auteur imzası olarak incelenmesini ve farklı şirketler için bu yöntemin kullanılabilmesini amaçlamaktadır. Ghibli filmlerinde sıklıkla aile, doğa, hayvanlar, kültür, miras ve toplumsal bellek gibi temalar ele alınır. Bu temalar, farklı yönetmenlerin filmlerinde de belirgin bir şekilde yer almaktadır ve bu da Studio Ghibli'nin auteur kuramı bağlamında ele alınabilecek ortak bir imzası olduğunu göstermektedir. Umut kavramı, Studio Ghibli filmlerinde önemli bir tema olarak ortaya çıkar ve kadın karakterlerin felsefi ve kültürel bir yansıması olarak işlenir; aile kavramı ve ilişkisel karşıtlıklar da bu filmlerde sıkça görülmektedir.

Studio Ghibli'nin sineması farklı açılardan ele alınırsa ilk olarak, toplumsal bellek ve kültürel kodları Japon tarih felsefesiyle birleştirdiği ve bu etmenleri filmlerinde ustalıklı sunarak ortaya koyduğu bir sanat eseri olarak görülebilir. Bir diğer süreçte ise, şirketin teknik, görsel ve estetik açılardan önemli unsurları filmlerinde başarılı bir şekilde kullanması ve bunları filmlerinin felsefi alt yapısına dahil etme süreci de Ghibli sinemasının auteur niteliğine katkı sağlayan unsurlar olarak ortaya çıkar. Umut kavramı, filmlerin felsefi altyapısını oluşturan en önemli kavram olarak incelenebilir.

Miyazaki'nin emekliliğinin ardından görevi devralan Hiromasa Yonebayashi'nin yönettiği ve onun son Stüdyo Ghibli animasyonu olan *When Marnie Was There* (2014) filminde umut kavramı, ana karakter Anna Sasaki'nin hikayesi boyunca önemli bir tema olarak işlenir. Anna, hayatındaki birçok zorluk ve hayal kırıklığından dolayı umutsuz bir ruh halindedir. Astımından dolayı sosyal hayattan uzaklaşmış, yetimhanede kalan bir çocuktur. Ancak film ilerledikçe, Anna'nın hayatında yeni insanlarla tanışması, doğanın güzelliğini keşfetmesi ve Marnie adında gizemli bir kızla arkadaşlık etmesi sayesinde umut yeniden filizlenir. "Anna, Marnie adında gizemli bir kızla tanışır ve onunla arkadaş olup, onu Marsh House'a davet eder. Anna, Marnie ile ilk kez anlamlı bir bağ kurduğunda, filmin başında tarif edildiği gibi 'sıradan yüzü' ilk kez pembeyle kızarır. Arkadaşlıkları ilerledikçe Anna'nın saçları da uzar, bu da gelişmekte olan bedenini ve kimliğini kavramaya başladığını gösterir." (Pollard, 2016: 256).

Anna, Marnie'nin ona verdiği güvenle hayata yeniden umutla bakmaya başlar ve kendisini daha güçlü hisseder. Ayrıca, Anna'nın Marnie ile geçirdiği zamanlarda, kaybolmuş hatıralarını da hatırlamaya başlar ve geçmişindeki acılarını kabullenerek, geleceği için yeni bir umutla yola çıkar.

Filmde Anna'nın bir diğer umut kaynağı ise onu kurtaran Wuntermenny'dir. "Tam da Anna'nın ona en çok ihtiyaç duyduğu anda ortaya çıkar. Little Overton'a vardığında Anna'ya Marsh House'u ilk gösteren Wuntermenny'dir ve bu kritik anda onun yanında olması olgun ve tatmin edici bir duygudur." (Yee-Lo, 2016: 169)

Umut kavramı Studio Ghibli'nin kurucularından olan Isao Takahata'nın *Grave of the Fireflies* (1988) filminde de derinlemesine işlenmiş bir şekilde karşımıza çıkar. Filmin başından itibaren, Seita ve Setsuko'nun çaresizlikleri ve umutsuzlukları izleyiciye yansıtılır. Kardeşlerin anne ve babası savaşta hayatını kaybederler sonrasında çocuklar yalnız kalmışlardır. Seita, abisi olarak ailenin sorumluluğunu üstlenir ve Setsuko'ya bakmak zorundadır. Ancak savaşın getirdiği zorluklar nedeniyle, ikisi de açlık ve hastalıkla mücadele etmek zorunda kalırlar. Filmin ilerleyen bölümlerinde, Setsuko hastalanır ve ölür. Seita, abisi olarak Setsuko'yu kaybetmenin acısıyla yıkılır ve sonunda kendisi de açlık ve hastalık nedeniyle hayatını kaybeder. Ancak film boyunca, Seita ve Setsuko arasındaki sevgi ve kardeşlik bağına işaret eden bazı sahneler de vardır. Örneğin, Setsuko'nun sevgi dolu tavırları ve Seita'nın ona olan bağlılığı, umutsuzluk içinde bile birbirlerine destek olmalarına neden olur. Filmin son sahnelerinde; Seita'nın ruhu, Setsuko'nun ruhuyla bir araya gelir ve kardeşlerin mutlu bir şekilde yan yana olduğu bir hayal dünyasına dönüşür. Bu sahne, ölümden sonra bile umudun varlığına işaret eder. Filmde umudun en büyük temsilcisi

ise ateşböcekleridir. "Ateşböceği, hem çocukların şehri harap eden ölümcül yangın bombalarını hem de umut ve azmin simgesini temsil ettiği için filmin unutulmaz bir sembolü haline geliyor." (Chen, 2018)

Studio Ghibli'nin kurucusu olan Miyazaki'nin de filmlerinde umut kavramını fazlasıyla ele alındığı söylenebilir. Oscar ödüllü filmi (The 75th Academy Awards | 2003, n.d.) Spirited Away (Ruhların Kaçışı) filminde bunu görebilmemiz mümkündür. "Öyküsü modern dünyadan olmasına rağmen, ailesi ile yolculuğa çıkan bir karakter olan Chihiro, açgözlülüğü sebebiyle hayaletler tarafından domuza dönüştürülen ailesi için bir kurtarma yolculuğuna çıkar. Burada umut ailesini yeniden eski haline döndürme fikri üzerinden işlenmiştir. Chihiro önce kendini bulmalı, potansiyelini keşfetmeli ve daha sonra kazandığı özgüven ile ailesini kurtarmalıdır." (Gayret, 2016: 6)

Ayrıca Miyazaki, sadece anlatım olarak değil teknik anlamda da çizgilerin ve renklerin kullanımıyla, karakterlerini hem gerçekçi kıldığını hem de onlara umut yüklediğini belirtmiştir (Gayret, 2016: 2). Michelle Le Blanc ve Colin Odell ise Studio Ghibli: The Films of Hayao Miyazaki and Isao Takahata isimli kitabında umut kavramının Ghibli filmlerinde sık sık karşılaşılan bir olgu olduğunu belirtmiştir (Odell ve Blanc, 2019: 137)

Aile yapısına verilen önem ise hem hassas bir konu olmasından kaynaklı hem de ailelerin gerçeği yansıtmaya çabası ve zamanla geçirdikleri dönüşümleri izleyicilere en iyi şekilde verebilmek için Ghibli filmlerinde en ince ayrıntılarına kadar işlenmektedir.

Aynı zamanda Miyazaki'nin Ruhların Kaçışı (2002) filmi aile kavramına verilen önemin en önemli örneklerinden biridir.

"Ruhların Kaçışı'nda aile bireylerinin domuza dönüşmesi; modern çağla beraber zihinsel bir dönüşüme uğramış ve manasının yitirmeye yüz tutmuş "harcama kültürü" üzerine inşa edilmiş ailenin maddesel tezahürünü yansıtmaktadır. Yediğini ve doyduğunu anlamayan bir hayvan üzerinden görselleştirilen aile bireyleri toplumsal erozyonun boyutlarını da bizlere yansıtmaktadır. Aile kutsal ve önemli bir sistemdir." (Karatay, 2015: 119)

Aile kavramının daha farklı bir biçimde ele alındığı Marnie Oradayken (When Marnie Was There, 2014) filminde ise Anna karakteri 'vasim', 'teyze' ve 'koruyucu annem' dediği Yuriko karakteri ile beraber yaşamaktadır. Anna kendisine bakmakta olan ailesinin, koruyucu aile olarak verdikleri hizmetten dolayı devletten para aldığını öğrenir ve Yuriko'nun kendisini gerçekten sevip, sevmediğini merak etmeye başlar. Filmde Anna Marnie'yi öz ailesiyle birlikte büyüdüğü için, Marnie de Anna'yı iyi kalpli insanlarla güvenli ve sevgi dolu bir evde yaşadığı için kıskanır. Anna, Marnie karakterinin öz büyükannesinin ruhu olduğunu öğrendiğinde söyledikleri evlat edinme yoluyla ayrılan insanların duygularını yansıtıyor olabilir: Bir noktada, "Beni geride bıraktın... Seni affetmeyeceğim, beni tek kelime etmeden geride bıraktın... Neden bana ihanet ettin?" ve başka bir noktada, "Seni özledim - seni kalbimle aramaya devam ettim... Seni asla unutmayacağım" ve nihayetinde ona, "Elbette seni affediyorum. Seni seviyorum ve seni unutmayacağım." (When Marnie Was There, 2014) sözlerini duyarız.

Anna çevresindeki diğer çocuklara benzememektedir. Gözleri mavi ve bir yabancı gibi ayrıca yaşlılarının hepsi Japon gibi görünmektedir. Kültürler arası evlat edinilmiş çocuklar bu durumu anlayabilir. Anna ayrıca, vasilerinin onun bakımı için para almasının ne anlama geldiğini de merak etmektedir. Bu, koruyucu aile yanında kalan ya da koruyucu aileden evlat edinilen pek çok çocuk için ya da bakım veya evlat edinmeyle bağlantılı olduğunda paranın rolünü sorgulayan insanlar için gerçek bir endişe kaynağı olabilir. Filmin mesajının ise Yuriko'nun şu sözleriyle bağlantılı olduğunu söyleyebiliriz: "Sana bakmamıza yardımcı olması için para alıyoruz ama bu seni sevdiğimiz gerçeğini değiştirmiyor." Sonunda Anna karakterinin gelişiminin tamamlandığını ve yaşadıklarını ile bakıcı ailesini kabullendiğini görülmektedir. "Anna ailesini -gerçek ailesini ve evlatlık ailesini- bulduğunda, nihayet Yuriko'ya 'teyze' yerine 'anne' demeye cesaret edebildi." (Odell ve Blanc, 2019: 154-155)

Aile kavramının en ön planda olduğu film ise iki kardeşin ölümüne ve sonrasında geçmiş hikayelerine tanık olunan Ateşböceklerinin Mezarlığı (Grave of the Fireflies, 1988) filmidir. Hikayede Seita ve Setsuko, ailelerinden ayrı düşerler ve teyzelerinin yanında yaşamaya başlarlar. Ancak, teyzeleri giderek daha talepkar hale gelir ve pirinç alabilmek için annesinin kimonosunu satar, bu da kardeşlerin evden ayrılmasına yol açar. Filmin ilerleyen sahnelerinde, Seita ve Setsuko'nun birbirleriyle olan bağları daha da güçlenir. Seita, kardeşine yiyecek, barınak ve sevgi sağlamak için çaba sarf eder. Bu çabaları sırasında, Seita ve Setsuko'nun arasındaki bağlar daha da güçlenir. Ancak, film ilerledikçe Seita'nın sağlık sorunları ve Setsuko'nun açlığı ve hastalığı, Seita'nın kardeşini kurtaramayacağına dair korkularını artırır. "Seita teyzesiyle kalmaya ve gururunu ayaklar altına almaya karar verseydi hem kendisi hem de biricik kız kardeşi hâlâ hayatta olacaktı. Aynı şekilde, iş aramaya karar verseydi, yalnız ve pişmanlık dolu bir ölümle ölmeyebilirdi. Onu öldüren şey, toplumu ve daha geniş ailesi yerine kendi refahına (ve kız kardeşinin refahına) bu kadar odaklanmış olmasıdır - kriz zamanında bireysellik kötü bir şey olarak gösterilir." (Odell ve Blanc, 2019: 72-73)

Filmin sonunda, Seita'nın ölümünün ardından, Setsuko'nun da hayatını kaybettiği ortaya çıkar. Bu son sahneler, Seita ve Setsuko'nun birbirlerine olan güçlü bağlarının ve aile bağlarının ne kadar önemli olduğunu vurgulamaktadır. Filmin sonunda Seita ve Setsuko, gökyüzünde birbirleriyle yeniden bir araya gelirler, böylece aile bağları sonsuza kadar devam eder.

Son ve diğer incelenmesi gereken konu ise ilişkisel karşıtlıklardır. Wollen (Wollen, 2004), auteur teorisinin, filmin yönetmeninin önceden belirlenmiş bir stiline olduğunu varsayar ve bu stili takip eden filmleri yönetmenin eseri olarak kabul eder. Ancak yapısal auteur teorisi, film yapısının, yönetmenin stiline daha önemli olduğunu ve filmin yönetmen tarafından yaratılan bir sanat eseri yerine, bir dizi yapısal seçimden oluştuğunu savunur. Wollen, ayrıca yapısal auteur teorisinin karşıtlıklarını da vurgular. Bu karşıtlıklar, özellikle sanat filmleri ve popüler filmler arasındaki farkları ele alır. Wollen, sanat filmlerinin, popüler filmlere kıyasla daha fazla yapısal özelliğe sahip olduğunu savunur. Sanat filmleri, genellikle film yapısının nasıl işlediğine odaklanırken, popüler filmler karakterlerin ve hikayenin anlatımına daha fazla odaklanır.

"Yapısalcı eleştiri benzerliklerin ve tekrarların (aslında fazlalıkların) algılanışı olarak kalamaz, aynı zamanda farklılıklar ve karşıtlıklar sistemini de kapsamalıdır. Böylelikle metinler yalnız evrensellikleri (hepsinde ortak olan şey) aracılığı ile değil, benzeşmezlikleri (birini ötekenden ayıran şey) içinde de incelenebilir. Bu da yapısalcı analizi sınamanın yolunun, bir yönetmenin benzerliklerin öbeklendiği bütün filmlerinin ortodoks bir listesini yapmaktan değil, ilk bakışta tuhaf görünen filmleri incelemekten geçtiği anlamına gelir." (Wollen, 2004: 83)

Grave of the Fireflies (1988) filminde, yaşam ve ölüm, savaşın acımasızlığı ve çocukluğun masumiyeti gibi birçok karşıtlık vardır. Seita ve Setsuko, hayatta kalmak için her şeyi yapmak zorundadırlar ancak zorluklar karşısında umutlarını yitirmezler. Filmde, insanların karşılaştıkları zorluklarla mücadele etmek için içlerindeki güçlerini ve dayanıklılıklarını kullanmaları gerektiği mesajı verilir.

Spirited Away (2002) filminde ise geleneksel ve modern kültür, zengin ve yoksul arasındaki karşıtlıklar önemli bir rol oynar. Chihiro, geçmişe saygı duymak ve yaşamın doğal döngüsüne uygun olarak hareket etmek gibi geleneksel değerleri öğrenir. Ayrıca, filmde zenginliğin ve gücün, insanlar arasındaki eşitliği ve huzuru bozabileceği mesajı da verilir.

Son olarak When Marnie Was There (2014) filminde ise gerçek ve hayal dünyası, kayıp ve keşif gibi karşıtlıklar vardır. Anna, Marnie ile arkadaşlığı sayesinde kendisini keşfeder ve kendi kimliğini oluşturma yolunda ilerler. Filmde, insanların hayatlarında kaybettikleri şeyleri arayarak yeni şeyler keşfetmeleri gerektiği mesajı verilir.

İlişkisel karşıtlıklar incelendiğinde ise tüm bu filmlerde ön plana çıkan benzer karşıtlık hayal-gerçek olgusudur. Grave of the Fireflies (1988) gerçek hayatta yaşanmış zorlukları ve acıları yansıtırken, aynı zamanda hayal gücünün de önemini gösterir. Seita ve Setsuko, hayatta kalmak için umutlarını

kaybetmeden hayal dünyalarına sığınarak mücadele ederler. Spirited Away (2002), gerçek dünya ile fantastik bir dünya arasındaki karşıtlıkları ele alan bir film olup, genç bir kız olan Chihiro'nun kendisini gizemli bir dünyada bulduğu hikayeyi anlatır. Chihiro, gerçek hayatında bir çocuk olarak yaşadığı zorluklar karşısında, hayal dünyasına kaçarak güç bulur. When Marnie Was There (2014) filminde ise gerçek ve hayal dünyaları arasındaki çizginin bulanıklaştığı bir hikaye anlatır. "Anlatı, fantezi ve gerçeklik arasında ince bir çizgide ilerleyecek şekilde tasarlanmıştır. Anna'nın içinde yaşadığı dünya son derece gerçektir ve öyle kalmaya devam eder ancak film boyunca Marnie'nin gerçek olabileceğine ya da olmayabileceğine dair işaretler verilir."(Odell ve Blanc, 2019: 154) Gerçek ve hayal dünyaları arasındaki karışıklık, Anna'nın kimliği ve geçmişi ile ilgili sorunları da yansıtır. Anna, hayal dünyasına girerek, gerçek dünyadaki sorunlarını çözmek için gerekli olan içsel gücü bulur.

Her görsel unsurun sıfırdan oluşturulması gerektiğinden, dünya inşa etmek animatörler için göz korkutucu bir görevdir. Çizilene kadar orada hiçbir şey yok. Ghibli'nin öne çıktığı yer burasıdır, animatörleri teknik ustalığa ve her sahnede ayrıntılara sıkı bir özen gösterirler. Ne kadar abartılı ve hayali olursa olsun, Ghibli filmlerinin dünyaları her zaman dokunulabilir ve gerçekçi hissettirir. Ghibli'nin kurucusu Miyazaki'nin sözleriyle: "Anime kurgusal dünyaları tasvir edebilir ancak yine de özünde belirli bir gerçekçiliğe sahip olması gerektiğine inanıyorum. Tasvir edilen dünya bir yalan olsa bile işin püf noktası onu olabildiğince gerçek göstermektir. Başka bir deyişle animatör, gerçek izleyicilerin tasvir edilen dünyanın muhtemelen var olabileceğini düşünmeleri için bir yalan uydurmalıdır." (Starting Point, 2014: 21)

Sonuç

Auteur kuramı başlangıçta, döneminin sinema anlayışına karşı çıkan bir alternatif olarak ortaya çıkmış ve zamanla bir teoriye evrilmiştir. Bir politika olarak ortaya çıkan bu teori yapımcı sineması mantığını yıkmak için bazı eleştirmenler ve auteur yönetmenler tarafından geliştirilmiş ve günümüzde yönetmenler için kullanılan bir kuram haline gelmiştir. Bu açıdan incelendiğinde auteur kuramının, animasyon filmler, çalışma özelinde ise Japonya animasyon filmleri animeler açısından tekrar yapımcı sineması olarak ele alınabilmesi mümkündür. Studio Ghibli'nin yıllar boyu süregelen animasyon anlayışını koruma çabası ve farklı yönetmenlere ait olmasına rağmen filmlerinde karşılaşılan benzerlikler, Ghibli şirketini auteur olarak nitelendirmemizi sağlamaktadır.

Bu çalışmada, Sarris'in "Üç halka" şemasının en derininde yer alan "İçsel Anlatı" modeli ve Wollen'in "Yapısal auteur" kuramı kullanılarak üç farklı yönetmenin üç filmi incelenmiştir. Bu filmler, kullandıkları tür ve anlatı kaynaklarında tutarlı bir dizi stratejiyi ifade etmektedir. Studio Ghibli filmleri, geleneksel ve konvansiyonel yapıların sınırlarını zorlayan ve aynı zamanda benzersiz bir sinema dili kullanan bir Auteur şirket olarak değerlendirilebilir. Batı'da genellikle anime olarak sınıflandırılan bu filmler, Auteur kuramı sayesinde diğer eleştirel yaklaşımlarla desteklenerek daha anlaşılabilir bir hale gelebilir. Ancak, anime'nin özellikle postmodern bir statüye sahip olması ve kültürel arka planı, estetiği ve popüler alımlamasının anlaşılması için özel zorluklar sunması, bu filmlerin tüm kültürler arasındaki yeri ve geleneksel kültür biçimleriyle ilişkisi hakkında daha karmaşık bir tartışma gerektirmektedir.

Bu makalede, çoklu perspektiflerle başa çıkabilen ve bunlar arasında bağlantılar kurabilen eşit derecede incelikli ve açık bir eleştirel yaklaşımın gerektiği vurgulanmaktadır. Bu tür bir yaklaşımın daha da geliştirilmesi, henüz gelmemiş diğer postmodern kültürel formları ele almak için bir model bile sağlayabilir. Sonuç olarak, Ghibli'nin sadece bir örneği olduğu bu çalışmada umut, aile ve filmlerdeki ilişkisel karşıtlıklar ele alınmıştır ve ulaşılan sonuç Studio Ghibli'nin auteur imzasını oluşturmaktadır. Bu imza kişisel anlamda "bağışlamak" iken toplumsal açıdan "doğanın ve insanın uyumlu bir şekilde var olması" olarak açıklanabilir. Ayrıca, diğer anime film yapımcılarına da genişletilmesi gereken bir Auteur yaklaşımının oluşturulması ve bu yaklaşımın tutarlılığını ölçebilmek auteur kuramının gelişimi açısından önemlidir.

Kaynakça

- Anime Manga Türkiye : Geçmişten Günümüze Manga Tarihi. (t.y.). Anime Manga Türkiye. <https://www.anime.gen.tr/yazi.php?id=64> (02.02.2023)
- Aşçı, G. (2019). Sinemada Auteur Kuram ve Star Sistemiyle İlişkisi: Ferzan Özpetek Sineması Örneğiyle. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, 2019.
- Chen, H. (2018, 16 Nisan). Grave of the Fireflies: The Haunting Relevance Of Studio Ghibli's Darkest Film. BBC News. <https://www.bbc.com/news/world-asia-43695803> (04.01.2023)
- Gayret, T. (2016). Teknolojinin Sunduğu Umut Ve Umutsuzluk İkileminde Hayao Miyazaki Filmlerine Genel Bir Bakış. Lacivert Öykü ve Şiir Dergisi , 12 (71), 30-65.
- Güngör, A. C. (2019). "Bir Auteur Yönetmenin Otobiyografisi: 8 ½", Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 6 (3), 183-200.
- Hayao Miyazaki - Wikipedi. (n.d.). Hayao Miyazaki - Wikipedi. https://tr.wikipedia.org/wiki/Hayao_Miyazaki
- Hoka Hoka Kazoku (TV) - Anime News Networkfr-FR. (t.y.). Anime News Network. <https://www.animenewsnetwork.com/encyclopedia/anime.php?id=65> (14.12.2022)
- Karatay, A. (2015). "Miyazaki Sineması ve Auteur Kuramı", İdil Sanat ve Dil Dergisi, 4 (18), 111-122.
- Kolker, R. (2015). Film, Form, And Culture. Routledge.
- Le Blanc, M., & Odell, C. (2019). Studio Ghibli: The Films of Hayao Miyazaki and Isao Takahata. Kamera Books.
- Litten, F. S. (2014, 29 Haziran). Japanese color animation from ca. 1907 to 1945. Freddy Litten. <https://litten.de/fulltext/color.pdf>. (14.01.2023)
- Lo, C. (2016). When Marnie was there. Infant Observation, 19 (2), 165–170.
- Mirza, A. (2016). "Sinemada Uyarılma Sorunsalı ve Auteur Bir Yönetmen Olarak Aki Kaurismaki", Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi (AKAR), 1 (1), 40-57.
- Miyazaki, H. (2009). Starting Point: 1979-1996. San Francisco: Viz Media.
- Napier, S. J. (2016). Anime from Akira to Howl's Moving Castle: Experiencing Contemporary Japanese Animation. St. Martin's Press.
- Öztekin, M. (2008). Bir Kültürel Direniş Aracı Olarak Japon Çizgi Romanı (Manga)'nın İncelenmesi. Sanatta Yeterlilik Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, 2008
- Pollard, L. (2016). 'When Marnie was there' an animated film, Studio Ghibli. Director: Hiromasa Yonebayashi, film written by Keiko Niwa, Hiromasa Yonebayashi Masashi Ando, 2014, released in UK 2016. Infant Observation 19 (3), 255-258.
- Rakuten Kitazawa. (2018, 1 Ağustos). lambiek.net. https://www.lambiek.net/artists/k/kitazawa_rakuten.html (15.11.2022)
- Sarris, A. (1963). Notes On The Auteur Theory in 1962. Film Culture, 27.
- Shōnen - Anime News Networkfr-FR. (t.y.). Anime News Network. <https://www.animenewsnetwork.com/encyclopedia/lexicon.php?id=4> (14.12.2022)
- The 75th Academy Awards | 2003. (t.y.). Oscars.org | Academy of Motion Picture Arts and Sciences. <http://www.oscars.org/oscars/ceremonies/2003> (08.11.2022)

Stüdyo Ghibli Filmlerinde Auteur Vizyonu: Hikaye Anlatımının Sınırlarını Aşmak

"Auteur Vision in Studio Ghibli Films: Breaking the Boundaries of Storytelling"

Uğur, U. (2017). "Auteur Yönetmen Yaklaşımının Türk Sinemasına Yansımaları: Demirkubuz Sineması",
Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 6 (3), 227-241.

Yonebayashi, H. (Yönetmen). (2014). When Marnie Was There [Film]. Studio Ghibli; Toho Co., Ltd.

Wollen, P. (2004). Sinemada Göstergeler ve Anlam, Çev: Zafer Aracagök ve Bülent Doğan, İstanbul: Metis Yayınları.



Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi

Abant Journal of Cultural Studies

2023, 8(15): 34-43



Comparison of News Presentation Differences in Traditional and Internet Newspapers*

Geleneksel ve İnternet Gazetelerinde Haber Sunum Farklılıklarının Karşılaştırılması

Adem YILMAZ¹  Elif HASANÇEBİ² 

Geliş Tarihi (Received): 23.03.2023

Kabul Tarihi (Accepted): 28.04.2023

Yayın Tarihi (Published): 30.04.2023

Abstract: The Internet has been forcing change by incorporating tools that are widely used all over the world. Newspapers with a long history also take their share of this innovative aspect of the internet. Some newspapers are entering the new environment offered by the internet, while others continue to be published in print. This situation means the existence of two different media for the newspaper. In this direction, the study aims to reveal the differences in news presentation between traditional and internet journalism. Printed and digital media organs of Hürriyet, Sabah and Takvim newspapers, which are national newspapers in Turkey, were determined as samples. 458 news about the 2019 Local Elections, which were handled in line with the sample, were evaluated by quantitative content analysis method. In line with the findings obtained as a result of the research, among the traditional newspapers and the websites of these newspapers; It has been determined that there are differences in the number of news, the number of words used, the source of the news, the use of visual material, the use of flash and the number of repeated news.

Keywords: Traditional newspapers, internet, internet newspapers, press, media

&

Öz: İnternet tüm dünyada yaygın olarak kullanılan araçları bünyesine katarak değişime zorlamaktadır. Köklü geçmişli olan gazeteler de internetin bu yenilikçi yönünden payını almaktadır. Bazı gazeteler, internetin sunduğu yeni ortama girerken bazıları ise hala basılı olarak yayımlanmaya devam etmektedir. Bu durum gazete açısından iki farklı ortamın varlığı demektir. Bu doğrultuda çalışmada, Türkiye’de ulusal yayın yapan Hürriyet, Sabah ve Takvim gazetelerinin basılı ve dijital yayın organları örneklem olarak belirlenmiştir. Örneklem doğrultusunda ele alınan 458 adet 2019 Yerel Seçim konulu haber, nicel içerik analizi yöntemi ile çözümlenmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda, geleneksel gazeteler ve bu gazetelerin internet siteleri arasında; haber sayısı, kullanılan kelime sayısı, haberlerin edinildiği kaynak, görsel materyal kullanımı, flaş kullanımı ve tekrarlanan haber sayısı konularında farklılıkların bulunduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Geleneksel gazeteler, internet, internet gazeteciliği, basın, medya

Atıf/Cite as Keskin Şahan, I. (2023). Comparison of News Presentation Differences in Traditional and Internet Newspapers, Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 8 (15): 34-43.

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/pub/akader>

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

* Bu çalışma, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo, Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı’nda kabul edilen yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

¹ Prof. Dr., Atatürk Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, Sinema ve Televizyon Bölümü, e-posta: adem@atauni.edu.tr. ORCID: 0000-0002-8839-5582

² Öğr. Gör., Artvin Çoruh Üniversitesi Rektörlük Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü, e-posta: elif.hasancebi@artvin.edu.tr. ORCID: 0000-0002-5483-2457

Introduction

From the past to the present, newspapers have been the most important source of news and information for the society. Despite the emergence of many mass media with changing times and developing technology, the newspaper still exists as a frequently preferred mass media tool today. Perhaps the most important reason for this lies in the ability of newspapers to use every new technology in their favor. The most recent example of this situation is the easy adaptation to the opportunities provided by Internet technology. Especially today, the media industry and naturally newspapers are converging mainly around digital technology, the internet and mobile phones.

In terms of communication tools, the concept of convergence has become frequently used with the spread of the Internet and the development of digital technologies since the 1990s. This concept refers to the technological and economic merger of the computer, audiovisual media and telecommunications sectors. As a result of this merger, new products and services have emerged (Geray, 2003: 19).

Convergence makes it possible for all informatics, telecommunication and communication technologies to come together in a new environment (Kejanlioğlu, 2004: 80-81). In this context, digital publishing emerges as a result of the merger of newspapers with digital technology. The emergence of digital publishing has become easier the distribution and accessibility of news in ways never experienced before. Therefore, internet technology, contrary to ending the newspaper, enables it to gain widespread use and to be produced as internet newspapers by changing its shape.

The Internet has developed dramatically in the last decade. This development has enabled people to access new information about the world and the way they live. According to Holmes (2005: 2), people who use the internet “not only encounter information and communication technology”, but also “their behavior styles are also affected by this technology”. However, with the increasing use of the internet, people are now reading news and other events around the world online. Due to this situation, the internet is seen as a threat that will eventually take over the role of newspapers. As a new news medium, some differences distinguish internet news sites from newspapers.

- While traditional newspapers offer one-way communication to the readers, there is interactive communication in Internet newspapers. Readers and viewers can report their feelings and thoughts about the news to the other party by clicking on the relevant links. There is no one-sided communication like newspapers. Readers who have a problem with the news, articles or writings they read can communicate one-to-one by sending these problems to the relevant e-mail addresses of writers and journalists (Sayruğaç, 2002; Yücedoğan, 2012: 148).
- Speed is a very important phenomenon in journalism. Internet newspapers can instantly share the news with the public due to the medium in which they are circulated (Karakaş, 2002: 77). However, such a situation cannot be mentioned in traditional newspapers. Because even if any development or new event occurs after the newspapers go to the press, it can't be published until the newspaper goes into print again.
- Internet journalism, while providing a free and democratic environment to its readers, causes a lot of information pollution. At the same time, there is news about gossip on the internet and old news is presented as if it were new. A higher level of care is taken not to violate ethical rules while writing news in traditional newspapers (Karaaslan, 2016: 82).
- In traditional newspapers, the news is given in certain sizes. The content of the news should be prepared to fit into the columns allocated on the newspaper pages. Therefore, the news is either shortened according to the columns or fewer photographs are used. At the same time, news on television is usually presented at a certain time in the evening. Since the news is included in the hour range, each piece of news is adjusted according to this time. However, since there is no specific time and column limitation in Internet journalism, as in traditional newspapers and television,

internet news editors can keep news content in a wider range and benefit from visual materials that support the content abundantly. This situation provides an incredible richness in terms of the presentation of news on the internet (Karakaş, 2002: 77).

- Internet newspapers, like traditional journalists, do not have any paper and printing costs. In addition, internet news sites; do not employ photographers, reporters and columnists, and news is obtained from subscribed news agencies. This news is transferred to news sites by internet editors. Therefore, in the context of the production of the news, the costs of internet newspapers are quite low (Kırçıl & Güler, 2003: 155).

The differences between traditional newspapers and Internet newspapers are discussed in terms of the collection of news, its circulation, the medium in which it is circulated and the opportunities it provides to both readers and journalists. These differences also show the advantages and weaknesses of these two news media. Today, the weaknesses of the Internet, such as distorting news and publishing fake news, have decreased to much more minimal with the transition of traditional newspapers to the Internet environment. The reasons for this situation can be seen concretely in the table comparison of traditional newspapers and internet newspapers.

Table 1. Boczkowski's (2004: 65) Comparison of Traditional Newspaper Internet Journalism

Traditional Newspaper	Internet Newspaper
News of general interest	Customized news and personalization
Physically limited	Physically unlimited
Space is limited	Space Unlimited (network organization)
Limited in time 1-Being bound to a certain time 2- Fixed production cycle	Unlimited in time 1- Not being dependent on a certain period (archive) 2- Various production cycles (update)
Format limited	Format unlimited (multimedia)
Professional	User-generated content
Usually stationary	Usually dynamic

When we look at the first of the differences between newspaper and internet journalism in Table 1, the news covered in traditional newspapers appeals to every segment of society, while internet newspapers appeal to only a certain segment. Another difference is the temporal separation of the two types of newspapers. While traditional newspapers are published only once a day, internet newspapers are broadcast 24/7. On the other hand, while news in newspapers is limited to a certain format, news in internet newspapers can be handled in different formats. Another difference is that while professional people are more effective in the news production process in traditional newspapers, in internet journalism, professional people are effective as well as users. One of the important features that distinguish online newspapers from traditional newspapers is their speed.

Internet and social media platforms allow newspapers to circulate news quickly and effectively. Thus, the reader can instantly give feedback to the news they reach quickly. In addition, the digital environment has given newspapers the ability to present stories from various perspectives. Through the unlimited space offered by the Internet, more comprehensive information can be presented to the reader over long periods (Hülür & Yaşın, 2017: 67- 68).

There are many studies on traditional and internet journalism in the literature. In the study of d'Haenens et al. (2004), one of the studies presented, they examined how the news presented in the online and print versions of two newspapers in the Netherlands were consumed and stated that the reader's interest in the news varied depending on the newspaper and news categories. As a result, they found no evidence that online readers consume news differently than readers of print versions. On the other hand, Lesitaokana & Akpabio (2014) stated that news audiences have a positive attitude towards online newspapers, but still prefer traditional newspapers, and especially in Botswana, access to online and traditional newspapers is affected by factors such as cost and convenience.

Kılıç (2015), has determined that internet newspapers in Turkey operate within a capitalist market system, the mainstream media is also dominant in the internet field, therefore the potential of internet newspapers to be an alternative to the mainstream media and their internet versions is quite low.

In this direction, in this study, the transfer of newspapers to the internet environment with the developing technology and the news presentation differences between traditional and internet newspapers are examined. In the study, the newspapers determined as the sample and the websites of these newspapers were compared with the quantitative content analysis method in terms of news presentation differences and shaped with tables. In this context, the printed and digital publications of the national newspapers Hürriyet, Sabah and Takvim in Turkey were examined comparatively. In the analysis, a total of 7 days from 20-26 June were selected as the time interval, and a total of 458 news presented in this period were analyzed. The parameters used in the analysis are the total number of news, the number of words used in the news, the data table of news sources, the use of visual materials, the use of last minute or flash, the number of repeated news and headlines. With the data obtained from these parameters, the news presentation differences between traditional and internet newspapers were tried to be revealed.

In this direction, answers to the following questions are sought during the research process:

- 1- What are the differences between traditional and internet newspapers in terms of news presentations?
- 2- What is the difference between traditional and internet newspapers in terms of news coverage?
- 3- How are the visual elements used in internet newspapers used differently from traditional newspapers?
- 4- What are the differences between traditional and internet newspapers in terms of news sources?

Method

In this study, the quantitative content analysis method was used for its purpose. "Quantitative content analysis is a research technique that enables the systematic realization of communication content, usually within the framework of predetermined categories" (Geray, 2004).

The population of the research consists of national newspapers published in Turkey and have digital versions on the internet. The sample of the research is limited to the newspapers Hürriyet, Sabah and Takvim, which have high circulations in Turkey (<http://gazetetirajlari.com/>) and the news sites of these newspapers on the internet. The point to be considered while making this classification is that it is not possible to examine all of the printed newspapers and internet news sites in Turkey. In addition, the fact that the archive section of internet news sites was open to access played an active role in the selection of newspapers.

In the study, a total of 458 news stories about the "23 June 2019 Istanbul Local Elections", which were included in the Sabah, Hürriyet and Takvim newspapers, which were determined as the sample, and on the internet news sites, were examined. The review handled the news between 20-26 June 2019 by content analysis method. In this direction, the news was analyzed by converting them into numerical data and the following findings were reached:

Results

Findings are presented through research questions and sub-headings.

Table 2. Number of News on 23 June 2019 Istanbul Local Elections

Broadcast Environment	Newspapers	20-26 June	Total
Printed Newspapers	Sabah	47	141
	Hürriyet	46	
	Takvim	48	
Internet Newspapers	www.sabah.com.tr	103	317
	www.hurriyet.com.tr	90	
	www.takvim.com.tr	124	
Total		458	458

Table 2 shows that a total of 458 news items were published in traditional and internet newspapers between 20-26 June. While 141 news are published in print newspapers, this number is 317 in internet newspapers. This situation reveals the difference between traditional and Internet newspapers. Since the number of pages in printed newspapers is limited, there is a certain restriction in terms of the number of news, but this is not the case on the internet. Since the Internet has an unlimited area, more news can be included than printed newspapers.

It is seen that the newspaper that gave the most coverage of the elections during the 7 days analyzed within the scope of the study was Takvim with 48 news, and Hürriyet was the newspaper that gave the least coverage. Sabah newspaper, on the other hand, included 47 news in total. When we consider internet news sites, Sabah included 103 news, Hürriyet 90, and Takvim 124 news. During this process, it is seen that while it is the Takvim that gives the most news, both in print and on the internet, Hürriyet publishes the least.

Table 3. Number of Words Used in the News

Newspapers	Word Count	20 June	21 June	22 June	23 June	24 June	25 June	26 June
Sabah	Word Count	2511	1323	2333	1792	3151	1386	1806
Hürriyet	Word Count	1837	1865	1867	1008	3615	991	1834
Takvim	Word Count	322	442	511	157	2330	529	500
sabah.com.tr	Word Count	9029	4757	7716	7598	3533	7011	2134
hurriyet.com.tr	Word Count	17.959	6086	5212	8546	2096	7049	2087
takvim.com.tr	Word Count	11.046	7182	6304	18.866	2290	2684	1849

Since there are page and news restrictions in traditional newspapers, the news covered is given in a shorter and more concise form. The distribution in Table 3 shows that the daily word count of traditional newspapers is less than internet newspapers. However, since there is no restriction on the news published in internet newspapers, it is seen that the number of words is higher as indicated in the table. In this context, we see that Hürriyet's printed newspaper included more words on June 24, that is, one day after the election, compared to other newspapers, and as an internet newspaper, Takvim included the most words on June 23 election day.

Table 4. Data Table on News Sources

News Sources	Sabah	Hürriyet	Takvim	sabah.com.tr	hurriyet.com.tr	takvim.com.tr	Total
Agency	4	13	-	42	49	10	118
Own Correspondent	30	17	3	7	12	2	71
TV Channel	-	-	-	15	2	27	44
Social Media	2	1	3	8	3	14	31
Another Newspaper	-	-	-	5	-	8	13
Bureaucrat	3	1	2	1	4	13	24
No Source	9	14	40	25	19	50	157
Total	48	46	48	103	89	124	458

When the distribution of sources according to traditional and internet newspapers is analyzed in Table 4, Sabah mostly includes its own correspondents in its printed newspaper, while it mainly shows agencies as sources in the internet newspaper. At the same time, he frequently gave place to the videos he received from A News television, where he was in the same media group, in the Sabah internet newspaper. While Hürriyet mostly included its own correspondents in its printed newspaper, it included agencies in its internet newspaper. Hürriyet newspaper frequently published news from Demirören News Agency (DHA), of which it is also in the same group. The Takvim, on the other hand, did not include any sources, mainly in both print and internet newspapers.

Table 5. Use of Visual Materials

Newspapers	Photograph	Video	Graphic	None	Total
Sabah	83	-	2	3	88
Hürriyet	53	-	4	6	63
Takvim	68	-	4	12	84
www.sabah.com.tr	245	44	4	1	294
www.hurriyet.com.tr	155	16	1	-	172
www.takvim.com.tr	421	78	5	-	504
Total	1025	138	20	22	1205

When we look at both traditional and internet newspapers selected as samples for the study between 20-26 June, we see photography as the most used visual element in the news. Accordingly, Sabah was the newspaper that featured photographs most frequently in printed newspapers. This was followed by Takvim and Hürriyet newspapers, respectively. In traditional newspapers, sometimes the news is given only in the form of headlines and news. Thus, it happens when visual elements are not used. This situation mainly shows itself in the newspaper Takvim.

When we look at the internet newspapers, the use of video as well as photography is quite common. The newspaper that used the most photographs and videos in internet newspapers was Takvim, followed by Sabah and Hürriyet, respectively. In addition, while all internet newspapers mentioned within the scope of the subject included visual elements in all their news, Sabah Newspaper did not include it once.

Table 6. Last Minute or Flash Usage

Newspapers	20 June	21 June	22 June	23 June	24 June	25 June	26 June	Total
Sabah	-	-	-	-	-	-	-	-
Hürriyet	-	-	-	-	-	-	-	-
Takvim	-	-	-	-	-	-	-	-
sabah.com.tr	4	3	3	6	2	1	-	19
hurriyet.com.tr	2	-	-	4	1	1	1	9
takvim.com.tr	5	3	2	13	1	1	1	26
Total	11	6	5	23	4	3	2	54

As seen in Table 6 above, the printed newspapers Sabah, Hürriyet and Takvim do not use "Last Minute" and "Flash". When we look at the internet newspapers, it was found that the use of "Last Minute" and "Flash" was the most used 26 times Takvim by the newspaper. This was followed by Sabah 19 times and Hürriyet 9 times, respectively.

Table 7. Number of Repeated News and Headlines

Newspapers	20 June	21 June	22 June	23 June	24 June	25 June	26 June	Total
Sabah	-	-	-	-	-	-	-	
Hürriyet	-	-	-	-	-	-	-	
Takvim	-	-	-	-	-	-	-	
sabah.com.tr	2	8	7	7	7	3	1	35
hurriyet.com.tr	-	-	-	-	-	-	-	
takvim.com.tr	-	-	-	-	-	-	-	
Total	2	8	7	7	7	3	1	35

Another important difference between Internet newspapers from traditional newspapers is the possibility of re-emphasizing previously published news at different times of the day or week.

When we look at the number of repeated news in Table 7; It is seen that Sabah Internet newspaper repeated its news 35 times in total during 20-26 June. When Hürriyet and Takvim internet newspapers are examined, it is seen that there is no one-to-one repetition in the news. However, it should be noted that for these two internet newspapers; even though similar news contents are constantly repeated, these news were excluded from the analysis because of the formal changes. Therefore, there are no headlines and repeated news in both internet newspapers. Printed newspapers, on the other hand, have never encountered the exact repetition of the same news due to many reasons originating from their natural structure and structure.

Conclusion

Traditional newspapers have brought their effectiveness to the present day as an unchanged and loyal news source for human beings for many years. However, the rise in technology in recent years has caused some changes in the expectations and needs of the target audience. In particular, the prevalence of mobile phones all over the world has enabled people to access the Internet from anywhere they want. As a result of these changes, some newspapers have been structurally updated by the characteristics of the Internet environment. Even though newspapers meet the demands of internet users, newspapers that are traditionally printed on paper continue to be published. Accordingly, there are some differences in the presentation of the news in the newspapers published in different environments.

Internet journalism, also known as online journalism, is a type of journalism in which news content is published over the Internet. Internet newspapers can provide fast, efficient and accurate transmission of events and breaking news in society within a few seconds. Traditional newspapers, on the other hand, have to wait for the next day to deliver the news to the reader. With the internet, most people no longer need traditional newspapers, as they can access the news they want whenever they want without making any special effort or paying for the news. Despite this, it should not be forgotten that there are people who are accustomed to reading news through printed newspapers.

In this study, the news presentation differences between traditional and internet newspapers, in terms of the subject chosen as the sample; The number of news, the number of words used in the news, the source of the news, the use of visual material, the use of flash and the number of repeated news were examined comparatively.

The most important difference between traditional and Internet newspapers is the space they allocate for the news they publish. Since the number of pages is limited in traditional newspapers, there is a natural

restriction in terms of the number of news. Since internet newspapers provide unlimited space, more news can be included than traditional newspapers. As supported by the findings obtained in the study, the total number of news in internet newspapers is higher than in traditional newspapers in the period that was investigated. This shows that Internet newspapers are more advantageous than traditional newspapers.

Again, as a difference arising from the limitation or unlimitedness of the environment, the news is given in a shorter way in traditional newspapers. Therefore, the number of words in the news published in traditional newspapers is less than in internet newspapers. In Internet newspapers, on the other hand, the number of words used is higher since there are no restrictions in terms of media. Thus, the desired content can be transferred without restriction.

One of the obvious differences between both newspaper mediums is speed. Speed makes itself felt very sharply in internet newspapers. While publishing the news, internet journalists try to reach the reader first as a requirement of journalism. That's why they are in a race to inform each other. Traditional newspaper reporters, on the other hand, cannot enter such a race as a natural consequence of their nature. They can give the news the internet newspapers have given the next day. As a difference brought about by this speed situation, internet newspapers mostly use news from agencies as a source. It has been determined that traditional newspapers use their own reporters as sources, which is a slower but reliable method of reaching the news since it would be meaningless to have a concern about speed.

The use of visual materials on the Internet and traditional newspapers is quite high. In the findings obtained as a result of the analysis, it was determined that photography was used excessively in both media. However, the use of visual materials in Internet newspapers is ahead of traditional newspapers in terms of quantity. In addition, while only photographs and graphics are used in traditional newspapers, additional videos can be published in internet newspapers, as a superiority of the internet environment. The use of video is to increase the credibility and reliability of the news presented in Internet newspapers. The videos published in internet newspapers mostly consist of visual content from the agencies or television channels that the institution is affiliated with.

In the field of journalism, speed comes as the most important factor right after the correct reporting of the news. Internet newspapers are superior to traditional newspapers in this regard with the advantages of the digital environment. In fast-paced journalism, traditional newspapers do not have the opportunity to compete with digital ones. For this reason, internet newspapers compete only among themselves in delivering the news to the reader quickly. Since the news is instantly conveyed to the readers in internet newspapers, the news is published with the expressions "Last Minute" and "Flash" to draw attention to important and striking developments. Traditional newspapers, on the other hand, do not have such uses, as the news is published the next day.

In Internet newspapers, editors can bring previously published news to the headlines at certain times of the day or week. The main purpose of this is to keep a desired topic on the reader's agenda for the desired period. It has been determined that one of the internet newspapers selected as a sample carried the news that had made the headlines in the previous days and made it to the headlines again in the following days. Not even a single example of this situation has been encountered in traditional newspapers.

In the study, which was examined based on the problem of news presentation differences in traditional and internet newspapers, it was concluded that there are some differences between traditional newspapers and their websites. The Internet has given new dimensions that improve and develop newspapers. These new dimensions can be listed as the readers' ability to access the news quickly, regardless of time and place in internet newspapers, to include more news, to include more details in the news, to combine elements such as video, sound and image, and to bring the news to the fore when desired. Internet newspapers carry the potential of important features that they will add to their structure in the future depending on technological developments. Internet newspapers, which differ from traditional newspapers in terms of presentation even today, are likely to deepen these presentation differences in the future.

References

- Boczkowski, P. J. (2004). *Digitizing the News: Innovation in Online Newspapers*. Massachusetts: MIT Press.
- d'Haenens, L., Jankowski, N., & Heuvelman, A. (2004). News in online and print newspapers: Differences in reader consumption and recall. *New Media & Society*, 6(3), 363-382. doi: 10.1177/1461444804042520
- Gazeteciler.com. <https://www.gazeteciler.com/tirajlar>.
- Geray, H. (2003). *İletişim ve Teknoloji. Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları*. Ankara: Ütopya Yayınları.
- Geray, H. (2004). *Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş*. Siyasal Kitabevi.
- Holmes, D. (2005). *Communication Theory: Media, Technology, Society*. London: Sage Publications.
- Hülür, H., & Yaşın, C. (Ed.). (2017). *Yeni Medya Geleceğin Gazeteciliği*. Ütopya Yayınevi.
- Hürriyet. www.hurriyet.com.tr.
- Karaaslan, İ. (2016). "Online Gazetecilik ve Haber Sitelerinin Tasarımı." Gülgün Erdoğan Tosun, Hanifi Kurt (Ed.). *Değişen Dünyada Gazetecilik* (ss.71-96). Ankara: Orion Kitabevi.
- Karakaş, R. (2002). "Hürriyet Deneyimi." Serhan Yedig, Hasim Akman (Ed.) *İnternet Çağında Gazetecilik*. (ss. 76-79) İstanbul: Metis Yayınları
- Kejanlıoğlu, D. B. (2004). *Türkiye'de Medyanın Dönüşümü*. İmge Kitabevi Yayınları.
- Kılıç, S. *Türkiye'de Geleneksel Gazetecilik Anlayışına Alternatif Bir Yaklaşım: İnternet Gazeteciliği*. Doktora Tezi. Akdeniz Üniversitesi, 2015.
- Kırçıl, A. G. & Karagüler T. (2003). *Dijital Çağda İletişime Yeni Yaklaşım: Online Gazetecilik*. Akademik Bilişim Konferansı, Çukurova Üniversitesi, Adana.
- Lesitaokana, W. & Akpabio, E. (2014), 'Traditional versus online newspapers: The Perspective of News Audiences in Botswana.' *Journal of Applied Journalism & Media Studies*. 3 (2), pp. 209-224, doi: 10.1386/ajms.3.2.209_1
- Sabah. www.sabah.com.tr.
- Sayruğaç, S. (2002). *Geleneksel Gazetecilik ve İnternet*. <http://bianet.org/bianet/siyaset/13552-geleneksel-gazetecilik-ve-interneT>.
- Takvim. www.takvim.com.tr.
- Yücedoğan, G. (2012). İnternet Haberciliği. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. (14), 143-150.



Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi

Abant Journal of Cultural Studies

2023, 8(15): 44-48



Richard Sennett ve Yeni Kapitalizmin Kültürü: Bir Kitap İncelemesi

Sennett and the Culture of the New Capitalism: A Book Review

Begüm AKDENİZ ADIYAMAN ¹ 

Geliş Tarihi (*Received*): 06.04.2023

Kabul Tarihi (*Accepted*): 28.04.2023

Yayın Tarihi (*Published*): 30.04.2023

Öz: Kapitalizmin yapısal özellikleri üzerine yapılan incelemeler zamanla yerini kapitalizmin geçirdiği değişim ve dönüşüm analizlerine bırakmıştır. Elbette kapitalist sistemin değişen çehresi sadece iktisat odaklı değildir. İş yaşamında, aile yaşamında, insanların bir işe yaramama ve sistemin dışında kalma endişesi gibi unsurlarla hayatın her alanında hissedilen bir değişim söz konusudur. Bu nedenle kapitalist sistem farklı disiplinler tarafından analiz edilmektedir. Değişen kapitalist sistemin kapsamlı ve sistematik eleştirisini yapan isimlerden biri de Richard Sennett'tir. Bu çalışmanın amacı Richard Sennett'in Yeni Kapitalizmin Kültürü adlı kitabının bir değerlendirmesini yapmaktır.

Anahtar Kelimeler: Richard Sennett, Yeni Kapitalizm, Sosyoloji

&

Abstract: The studies on the capitalist system have been replaced by the analysis of the change and transformation of capitalism over time. Of course, the changing face of the capitalist system is not only focused on economics. There is a change felt in all areas of life, with elements such as business life, family life, people's anxiety about being useless and being left out of the system. For this reason, the capitalist system is analyzed by different disciplines. One of the names who made a comprehensive and systematic critique of the changing capitalist system is Richard Sennett. The aim of this study is to make an evaluation of Richard Sennett's book The Culture of New Capitalism.

Keywords: Richard Sennett, New Capitalism, Sociology

Atıf/Cite as Keskin Şahan, I. (2023). Richard Sennett ve Yeni Kapitalizmin Kültürü: Bir Kitap İncelemesi, Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, 8 (15): 44-48.

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/pub/akader>

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

¹ Arş. Gör., İstanbul Nişantaşı Üniversitesi Sosyoloji Bölümü, e-posta:akdenizbegum@gmail.com, ORCID: 0000-0002-5142-2145

Yeni Kapitalizmin Kültürü- Richard Sennett, Beşinci Basım, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, Çevirmen: Aylin Onocak, 137 sayfa.

Sömürgecilik yarışının hız kazandığı dönemlerde ortaya çıkan kapitalizm, yüzyıllar boyunca toplumlardaki değişimleri tetikleyerek ya da değişimlerden etkilenerek farklı formlarda günümüze kadar gelmiştir. Kapitalist sistem, sadece üretim yöntemlerini ve tüketim alışkanlıklarını etkilemekle kalmamış insanların yaşam biçimlerini, hayatı anlamlandırma tarzlarını hatta gündelik kaygılarını değiştirmiştir. Richard Sennett, Yeni Kapitalizmin Kültürü adlı çalışmasında bahsi geçen değişiklikleri tartışmıştır. Eser, Sennett'in 2004 yılında Yale Üniversitesi'nde etik, siyaset ve ekonomi konuları hakkında vermiş olduğu konferansların bir derlemesidir. Bu çalışma "Bürokrasi, İşe Yaramazlık Kâbusu ve Yetenek, Siyaset Tüketimi, Zamanımızda Toplumsal Kapitalizm" olmak üzere dört bölümden oluşmaktadır.

Kitabın genelinde kurumların nasıl değiştiği, beceri toplumunda gereksiz kılınmak ve diğer insanların gerisinde kalmak gibi kaygıların nasıl bir bağlantı içinde olduğu, siyasi tutumlar ile tüketici davranışı arasında ne türden bir ilişki bulunduğu gibi konular üzerinden kapitalizmin yeni formu değerlendirilmiştir. Kapitalizmin yeni formunu değerlendiren pek çok düşünür Bauman'ın akışkan modernite kavramını baz alarak bu yeni formun akıcı bir özgürlük kattığını ifade etmektedirler. Sennett ise yeni kapitalizmin iş-yetenek-tüketim sarmalında oluşmuş olan formunun insanları özgürlüğe kavuşturmadığını aksine bu sarmala hapsedtiğini düşünmektedir.

Yazar, "Bürokrasi" başlıklı bölüme (s.19-62), Karl Marx'tan günümüze kapitalizmin değişimini değerlendirerek başlamaktadır. Ona göre Marx'tan günümüze kapitalizmde değişmeyen tek unsur istikrarsızlık olmuştur. Bu istikrarsızlık bizleri Joseph Schumpeter'in yaratıcı yıkım kavramına götürmektedir. Yaratıcı yıkım ilkesi gereği artık yatırımcılar hızlı karar almak zorundadırlar, ayrıca fabrikalarda açılma, kapanma, taşınma gibi bir hareketlilik söz konusudur. Bu hareketlilik işçilerin sürekli göç etmek zorunda kalması anlamına gelmektedir. Kısacası piyasalar hareketli, karmaşık ve istikrarsız bir hale gelmiştir.

Piyasaların hareketliliği sadece iktisadi faktörlerle açıklanamayacak kadar komplikedir. Eskiden çok uluslu şirketlerde ulus-devlet politikası hâkim iken bugün çok uluslu şirketler dünyanın her yerinden yatırımcılarla çalışmaktadırlar. Bu da onları karmaşık bir mülkiyet formuna kavuşturmuştur. Bu nedenle şirketler artık tek bir ulusun çıkarlarına hizmet etmemektedirler. Bu yeni form, çok uluslu firmalara görece bir hareket imkânı da sağlamaktadır. Çok uluslu bankalar bu duruma örnek verilebilir. Artık bir banka, bir ülkede bürokratik bir engele takıldığında bu engeli diğer ülkedeki ortağı ile aşabilmektedir. Kitapta bu duruma Shell üzerinden örnek verilmiştir. Shell, çok uluslu yapısıyla hem Hollanda'nın hem Britanya'nın siyasi sınırlamalarından kurtulmuştur. Sonuçta yeni kapitalizmde uluslar ekonomik değerlerini kaybederken çok uluslu firmalar değer kazanmaktadır.

Yazarın gözlemleri piyasaların değişen yapısıyla sınırlı değildir. Örneğin sivil toplumun XIX. yüzyılın sonlarına doğru askerileştiğini, şirketlerin de buna benzer şekilde evrildiğini ifade etmektedir. Şirketlerin işleyiş biçimleri, kişilerin konumları ve iş tanımlarının netliği orduların iç mekanizmasını anımsatmaktadır. Yazar bu noktada Prusya ordusunu örnek göstermektedir. Avrupa'da pek çok orduda, kişilere yeteneklerine bakılmaksızın rütbe verilirken; Prusya ordusu işlerin doğru yapılmasına önem vermekteydi. Bu nedenle emir komuta zinciri diğer ordulara göre daha sıkıydı ve askeri rütbelerin görevleri kesin çizgilerle tanımlanmıştı. Otto Von Bismarck döneminde bu askeri model, zamanla sivil toplumda da uygulanmaya başlanmıştır. Amaç, elbette devrimin önlenmesiydi. Bismarck'ın Alman işçilerle yapmayı amaçladığı toplumsal sözleşmede statüler, kişiler bir piramit modelinde kendine yer bulacak şekilde verilmekteydi ve herkese toplumda bir yer vaat edilmekteydi. Piramidin alt kademelerine indikçe insan sayısı artıyordu. Piramit sistemi özellikle alt katmanlara hep daha fazla insan dahil olacak şekilde dizayn edilmiştir. Bu sayede daha çok insan toplumda kendine yer bulacaktır. Elbette giderek obezleşen katmanların kişileri katmanlara katarak pasifize etmek gibi bir amacı vardır. Yazar konuyu buradan günümüz kapitalizmine bağlamaktadır. Kişiler ne kadar fakir olsalar da toplumda adı konmuş

bir konumları varsa isyan etmeleri o oranda azalmaktadır. Konumunu bilen ve o aidiyetliği hisseden bir işçinin ayaklanması toplumdaki yerini bilemeyen ve ona anlam veremeyen bir işçinin ayaklanmasına göre çok daha zordur. Toplumsal kapitalizm denilen kavram tam olarak budur.

Buna ek olarak askeri toplumsal kapitalizmin temelinde zaman mevhumu bulunmaktadır. Zaman ussallaştırılarak insanın kariyer yolunu uzun vadeli görebilmesinin önü açılmıştır. Artık kişi, kariyer basamaklarını tırmanırken gelecekte hangi aşamalarla karşılaşacağını öngörebiliyor, bir kurumda yıllarca çalışabiliyor ve kazancında artış oldukça mülk edinebilmesi imkanı hale geliyor. Burada hayali bir merdiven düşünülebilir. Kişi çalışma yaşamı boyunca o merdivenden isterse çıkar, isterse iner, isterse olduğu yerde kalır fakat ana fikir kişinin üzerinde durabileceği bir merdivenin her zaman var olmasıdır. Günümüzde ise ömür boyu istihdam yoktur, kariyerin tek kurumda ilerlemesi oldukça zordur. Devletlerin sosyal yardım ve güvenlik ağları daha kısa vadeli ve istikrarsız hale gelmiştir. Bu nedenle kişi ancak ondan beklenenden fazlasını yaparsa sistemin içinde kalır ve yükselir. Piramit modelinde ise ussallaştırma vardır. Yukarı çıkıldıkça denetleyen kadrosundaki sayı giderek azalırken, aşağı inildikçe güç azalmaktadır fakat güçsüz dahi olsanız bu sistemde sınırdan kalarak, sadece size tanımlanan işi iyi yaparak başarılı olabilirsiniz. Kısacası piramit modelinde içermek ön plandayken, yeni düzende verimlilik ön plandadır. Bu sebeple Bismarck'çı anlayışta çizgiden çıkılmamalıdır, yeni modelde ise sınırlar aşılmalıdır.

Kitapta tüm bu isimlere ek olarak Max Weber'den de sık sık bahsedilmektedir. Yazara göre Weber, Bismarck'ın fikirlerinden etkilense de onun sivil kurumların askerileştirilmesine tam anlamıyla hayranlık duyduğu sonucu çıkarılmamalıdır. Weber, piramit mantığında toplumsal adalet olduğunu düşünmekte fakat bürokratik istikrar konusuna şüpheyle yaklaşmaktadır. Sonuçta bürokrasiler doyumunu erteleme disiplini kazandırmaktadır. Yaptıklarınızın sizin için önemli olup olmamasına değil, şimdi itaat ederek gelecekte ödül kazanacağım fikrine odaklanmanızı sağlamaktadır fakat bu erteleme alışkanlığı bir süre sonra doyumun ölümden sonraki yaşamla ilişkilendirilmesine kadar gitmektedir. Ayrıca artan bürokrasi rasyonelleşmenin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır ve topluma makinenin çalışma prensibine benzer bir örgütlenme sunmaktadır. Böylesi bir idari aygıtta çalışan birey yaratıcılığının köreldiğini, monoton evrak işlerinde boğulduğunu hissedebilir ki Weber, bu durumu demir kafes olarak kavramsallaştırmaktadır (Sosyoloji Kitabı, 2017, s.41-43). Demir kafes diğer açıdan ise kaostan sağ çıkmayı sağlayan bürokrasi anlamına gelmektedir. Bürokrasi istikrar olarak kabul edilir ki bu bir yanılsamadır; çünkü toplumsal kapitalizmin bürokratik yapısı öngörülmemiş yaralar almıştır. Peki demir kafese ne oldu? Boston Woods Para Anlaşmasının bozulmasıyla piyasada eşi benzeri görülmemiş bir servet kolayca hareket edebilir hale gelmiştir. Öncelikle bankacılık sektörü dönüşmüş ve sektör uluslararası forma kavuşmuştur. Örneğin City of London artık Britanya kurumu değildir ve ulus devlet çıkarlarıyla da bir ilişkisi kalmamıştır. Ardından iktidarda değişiklikler başlamıştır; çünkü yatırımcılar kısa vadede sonuç almak istiyorlardı. Sabırsız sermaye olarak adlandırılan bu yeni oluşumda istikrar zayıflık işareti olarak görülüyordu. Artık yöneticiler kendilerini sürekli yeniden tasarlamalıydılar, bu hıza yetişemezlerse güç kaybederlerdi. Son olarak teknolojideki değişimler demir kafese üçüncü darbeyi vurdu. Teknoloji beraberinde otomasyonu getirdi. Bu da yukarıda obez bir şekilde kasti olarak büyütülen piramidin sonunu getirdi. Sonuçta artık tabanda fazla insana ihtiyaç kalmadı ve kitlelerin içerilmesi fikri temelden sarsılmış oldu.

Tüm bu tarihsel süreçte çalışma ve kariyer mantığı değişti. Doğrusal gelişmenin yerini bir yerden başka bir yere sıçramaya istekli dahası sıçramak zorunda olan insanlar aldı. Buna ek olarak şirketler bazı işlerini danışmanlık firmalarıyla bazı işlerini ise doğrudan taşeron işçilerle yapmaya başladı ki bu da şirketler için katmansızlık; çalışan için ise geçicileştirme anlamına gelmektedir. Doğrusallığın bozulması, katmansızlaştırma ve geçicileştirme sarmalında şirketlerin zamanları daraldı. Artık işler küçük fakat her zaman aciller. Kısa vadeli ve görev merkezli bu anlayış çalışanların çalışma şeklini de dönüştürdü.

İş hayatını ve doğrudan kişisel yaşamı etkileyen yapısal değişiklikler beraberinde düşük kurumsal sadakat, işçiler arasında enformel güvenin azalması ve kurumsal bilginin giderek zayıflaması gibi sonuçları barındırmaktadır. Aslında bugün beyaz yakalılarının durumu da tam olarak budur. Bilhassa Türkiye'de artık

diplomalı enflasyonu oluşturacak kadar üniversite mezunu olması pek çok mesleğin piyasa değerini düşürmektedir. Artık pek çok mühendis, öğretmen, avukat, akademisyen özellikle özel sektörde oldukça düşük ücretlere çalışmaktadır fakat hâlâ üniversiteye girişte bu bölümler çokça tercih edilmektedir. Dahası düşük ücretlere ve özel sektörün kaygan zeminine rağmen bu meslekleri icra edenlerde isyan etme oranı oldukça düşüktür. Yazar da buna benzer bir örnek vermiştir. Chicago ve Londra'da kötü koşullarda ve düşük ücretlere çalışan öğretmen ve hemşirelerle yaptığı görüşmelerde kişilerin memnuniyet düzeylerinin oldukça az olduğunu fakat buna rağmen faydalı şeyler yaptıklarına dair inanç ve bir fark yarattıklarına dair fikirleri olduğunu görmüştür. Yazar için bu fikirler bir yanılısamadır fakat bu yanılısma olmadan da ilerlemek mümkün değildir. Yazarın kitap boyunca günümüze uyarladığı ve günümüz kapitalizmini analiz ediş şekli oldukça başarılı olsa da maddi olarak tatmin etmeyen bir mesleğin manevi olarak sağladığı tatminin yanılısma olduğu düşüncesi tartışmaya açıktır; çünkü kişilerin öncelikleri ve beklentileri farklıdır. Bu noktada faydalı şeyler yaptıklarına dair inanç yanılısma olmaktan daha fazlasıdır. Uzun yıllar boyunca inşa edilen kariyer yolu birkaç dinamiğe indirgenemeyecek kadar kapsamlı ve elbette kişiye özeldir.

Buna ek olarak yazarın psikoloji bilimine olan ilgisini yazı boyunca görmek mümkün. Kaygı ve korku arasında farkı tanımlayarak bunu tüm anlatısıyla başarılı şekilde bağlamıştır. Kaygı, olabilecek ihtimallerle ilgili olarak kötü tanımlanmış koşullarda ortaya çıkarken; korku olacağı bilinen şeylerden kaynaklanır. Bu nedenle piramit modelinde bireylerde korku hâkimken günümüz dünyasında kaygı vardır. Bir piramit tarafından kapsanmış birey işini yapar ve köşesine çekilebilirdi. Fakat artık bireyleri kapsayan şirketler yok, görevler geçici ve gelecek belirsiz. Yazar görüşmelerinde bu sistemde belirsizliklere karşı toleransı yüksek kişilerin daha başarılı olduklarını görmüştür. Sonuçta yeni sayfa tezi insanları demir kafesten kurtaracağını vaat etmiş olsa da sadakat, kurumsal bilgi ve enformel güven azalmış, toplumsal olan her şey küçülürken kapitalizm farklı bir formla olduğu yerde kalmıştır.

Kitabın diğer bölümü olan "İşe Yaramazlık Kâbusu ve Yetenek" (s. 63-94) kısmında kentlerin yoğun göç almasından ve insanların işsiz kalmasından bahsedilmektedir. İşe yaramazlık kâbusu küresel emek arzı ve otomasyon etrafında gelişen modern bir tehdittir. Buna ek olarak günümüzde iş arayışı da şekil değiştirmiştir. Kariyere başlarken ve kariyer rotasında kişiler çok kez sınanmaktadır. Tüm değerlendirmeler ve testler bir noktada yetenekli olanı ödüllendirmek gibi görünse de istenen düzeyin altında kalanlardan "kurtulmak" adına dayanak vazifesi de görmektedir. Yazar burada Pierre Bourdieu'ya atıfta bulunmaktadır. Bourdieu bu duruma temayüz adını vermektedir. Zamanla temayüz nedeniyle toplumda kısıtlı bir kesim dışında büyük bir kitle sessizce işlemez duruma gelmektedir. Bourdieu için bunun amacı ışığı seçkinlerin üzerine vererek kalanları gölgede bırakmaktır. Enformel güvenin azalması ve sadakatin yok oluşuyla birikmiş deneyim aşınmaktadır. Bu duruma kabiliyet konusunun da dahil olması eklenmiş ve insanlar arası bitmek bilmeyen kıyaslama kişisel hale gelerek kaygıyı daha da arttırmıştır.

"Siyaset Tüketimi" başlıklı diğer bölümde ise yazar (s.95-125), ekonomi ve siyaseti bir potada eriterek insanları siyaset tüketicisi olarak ele almıştır. Ekonomi bu zamana kadar siyaset için gerek duyulan enerjiyi soğurmuştur. Çünkü özellikle fabrika işinin ağırlığı, insanı harap eden meşakkati insanda başka bir dünya mümkün mü sorusu üzerine düşünebilecek hâl bırakmamaktadır. Bu durum günümüzde tüketme duygusunu da kapsayacak şekilde form değiştirmiştir. Sennett kitapta bu durumu şu örneklerle açıklamaktadır: Eskiden eskimiş bir ayakkabı onarılrken artık orta gelirli bir aile onarmaktansa çöpe atmayı ve yenisini almayı düşünmektedir. Hatta zaten hâli hazırda başka bir sürü ayakkabıya sahiplerdir. Ya da insanlar artık hafızasında on binlerce şarkıyı saklayabilen (asla o kadar şarkıyı dinleyemeyecek olmalarına rağmen) ipodlar satın almaktadır. Yazarın bahsettiği kendini tüketen tutku tam olarak budur. Yazar konuyu siyasete şu şekilde bağlamaktadır; iş hayatında olduğu gibi siyasi politikalarda da artık tüketim zihniyeti söz konusudur. Tüketme kültürü, kolektif ilerlemeyi değil, kişisel değişimi önceliklendirmektedir. Yeni kapitalizm tek tek olaylara ve hızlı işlere odaklansa da siyaset süregiden ilişkileri geliştirmek ve deneyim biriktirmek zorundadır.

“Zamanımızda Toplumsal Kapitalizm” isimli son bölümde (s.126-137) ise yazar tüm fikirlerini toparlamıştır. Sennett, en başta bahsetmiş olduğu ordu mantığı ile gündelik yaşam mantığına bir kez daha değinerek bürokrasinin insanları hem birleştirdiğine hem de onları ezdiğine vurgu yapmaktadır. Askerileşen kapitalizmin sırrı demir kafeslerin hem bir hapisane hem bir ev olabilmesidir. Anlatının ilerlemesi deneyimin birikmesidir. Süreçte zaman çerçeveleri kısa ve istikrarsız hale geldikçe insanlar için anlatı ilerlememektedir. Fakat anlatının ilerlememesi ve bunun getirisi olan güvensizlik bürokrasinin yeni formunun başına gelen alelade bir şey değildir. Bu zaten amaçlanmıştır. Fakat her ne kadar anlatı ilerlese ve belirli bir deneyim birikse de eski kapitalist sistemin de kendi içinde çok fazla sorun bulunmaktadır. Kitapta bu kısımlara değinilmediği görülmektedir.

Bu bölümde statü kavramından da bahsedilmektedir. Statü, işe yaramama kaygısı taşıyan insanın kaygılarını azaltmaktadır. Her türlü güvencesizliğe rağmen bazı işlerin yapılmaya devam edilmesindeki ısrarda bu motivasyon vardır. Motivasyonun kaynağı sadece topluma faydalı bir iş yapmak değildir, bu aynı zamanda toplumda tanınmanın ve yer edinebilmenin bir yoludur. Bu nedenle işe yaramak söz konusu olduğunda kurum tarafından bahsedilmiş olması önemlidir. Bu insanların bağlılıklarını arttıran önemli bir faktördür ve Sennett’a göre bağlılık yeni kapitalizmin ideal haline getirdiği çalışanda ya da yurttaşta yoktur. Fakat menfaat gözetmeyen bağlılık toplumsal olarak gereklidir çünkü ancak bu kişileri duygusal olarak güçlendirir ve hayatta kalma mücadelesini kazanmalarını sağlayabilir.

Sonuç olarak Sennett, bu kitabında kapitalizm, yeni kapitalizm, tüketim, siyaset, bürokrasi hepsi başlı başına çalışma konusu olan makro düzeydeki unsurların birbirleriyle olan ilişkisini oldukça özgün tespitlerle açıklamaktadır. Kurumların yapısındaki değişiklikleri açıklarken sadece iktisadi olarak ele almamış, konuyu kültürel bağlamda harmanlayarak okura daha geniş bir perspektiften bakabilme olanağı vermiştir. Öte yandan kapitalizm ve yeni kapitalizm arasındaki farkı özellikle aidiyet eksikliği açısından okusa da aidiyet eksikliği sanayi dönemi kapitalist sistemde de mevcut olduğunu belirtmek gerekmektedir.

Kitap boyunca iş hayatında olan ve o hayata atılmaya çalışan milyonlarca insanın hissettiklerini oldukça başarılı şekilde kuramsallaştırmıştır. Yeni kapitalizm modeli özgürlük vaadinde bulunmuş hatta nispi bir özgürlük sağlamıştır fakat bugün teknolojinin de ilerlemesi ve bilgisayar karşısında pek çok işin yapılabilir olmasıyla gelen esneklik belirsizliğe de neden olmuştur. Bilgisayar ekranının diğer tarafında çalışanları kontrol eden, iş veren, izinleri onaylayan veya reddeden kim? İşler bir şekilde yürüyor fakat yönetici kim? gibi sorular ortaya çıkmıştır. Sadakat yeni kapitalizmde irrasyonel bir tavır olarak görülse de bu değişiklikler bir anlatı oluşumuna ve kurumsal hafızanın oluşumuna engel olmaktadır. İşler bir şekilde ilerlemekte, çalışacak birileri mutlaka bulunmaktadır fakat kişiler kendilerini kurumlarıyla özdeşleştirememektedirler. Düşük kurumsal sadakat ve bugün turnover oranı olarak bilinen iş gücü devir oranı arttıkça kurumsal hafıza oluşmamaktadır. İşler ilerlemekte fakat karakteriyle iş yaşamını bağdaştıramayan insanın verimliliği düşmektedir.

Kapitalizmin eski formunda ancak tekrar çalışabilmek için güç toplayacak kadar vakti kalan ve sadece günü kurtaracak kadar para kazanan işçi düzen üzerine derinlikli düşünemiyordu. Kapitalizmin yeni formunda yaşayan insanlar için ise durum daha farklı fakat derinlikli düşünemiyor olmak hâlâ bir sorun. Çünkü bu sistemde artık her şeyin kolayca kaybedileceğine dair kaygı ve beraberinde gelen aidiyet eksikliği vardır. Öte yandan kitabın beyaz yakalı odaklı yazılmış olduğunu söylemek mümkün. Ağır hatta acımasız sayılacak koşullarda çalışan bir fabrika işçisinin ne sanayi döneminde ne de günümüz kapitalist sisteminde kendisine ömür boyu iş garantisi verilse dahi kuruma aidiyet duygusu hissedip hissetmeyeceği de irdelenmesi gereken bir husustur.

Kaynakça

Sennett, R. (2021). Yeni Kapitalizmin Kültürü, Çev. Aylin Onocak. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Sosyoloji Kitabı. (2017). *Rasyonalitenin Demir Kafesi*. 2.Baskı.